

BAB I

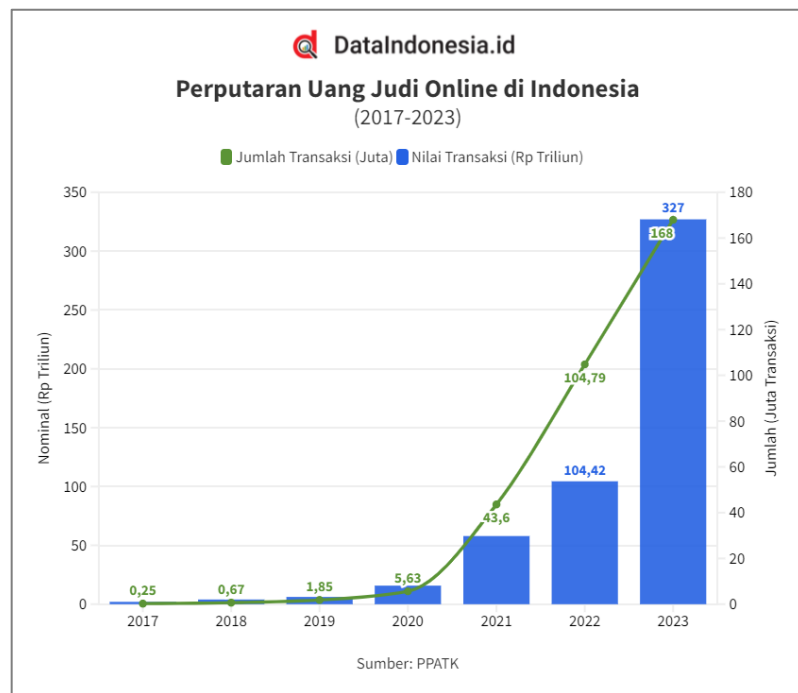
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar perjudian online dunia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. The Business Research Company (2024) melaporkan bahwa perkembangan ini akan meningkat mencapai \$96,89 miliar pada tahun 2024 dibandingkan tahun sebelumnya sebesar \$88,65 miliar pada tahun 2023. Ukuran pasar ini diperkirakan akan mengalami pertumbuhan kuat hingga mencapai \$137,26 miliar pada tahun 2028. Pertumbuhan pasar judi online dapat dikaitkan dengan pertumbuhan ekonomi di negara berkembang, meningkatnya ponsel pintar dengan akses ke internet yang lebih baik, meningkatnya popularitas pembayaran digital, dan meningkatnya belanja masyarakat (The Business Research Company, 2024).

Pasar judi online di Indonesia juga ikut berkembang pesat dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Menurut temuan Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK), pada 2017 baru ada sekitar 250 ribu transaksi terkait judi online di Indonesia, dengan nilai total transaksi Rp2 triliun (Katadata, 2024). Kemudian transaksi serupa terus meningkat pada tahun-tahun berikutnya transaksi hingga nilainya mencapai Rp190 triliun pada periode 2017-2022. Hingga pada tahun 2023, PPATK menyatakan total nilai transaksi judi online di Indonesia telah mencapai Rp327 triliun sepanjang tahun. Seperti bisa dilihat pada Gambar 1, nilai tersebut meningkat secara signifikan sampai 213,2 persen dibandingkan dengan

tahun sebelumnya yakni sebesar Rp104,42 triliun. PPATK juga mengungkapkan bahwa nilai perputaran transaksi judi online di Indonesia telah mencapai Rp100 triliun pada kuartal pertama tahun 2024 (Data Indonesia, 2024b).



Gambar 1.1 Data perputaran uang judi online di Indonesia (sumber: dataindonesia.id, 2024a).

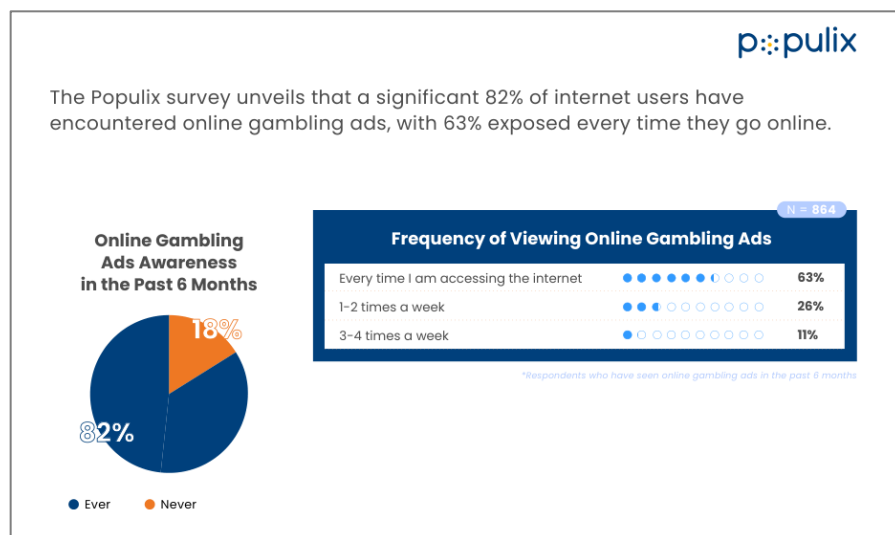
Di antara 3,2 juta pemain yang terdata oleh PPATK, sebanyak 80 persen aktivitas judi online dilakukan oleh kalangan menengah ke bawah. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mewartakan bahwa mayoritas warga Indonesia melakukan pertaruhan judi online dengan nominal kecil, yakni antara Rp10 ribu sampai dengan Rp100 ribu. Secara kategori pekerjaan, kalangan menengah ke bawah merupakan golongan warga yang terdiri buruh, petani, ibu rumah tangga, pegawai swasta, pelajar, mahasiswa, dan lain-lain (Liputan 6, 2023).

Data temuan di atas ternyata berbanding terbalik dengan pandangan hukum yang dianut Negara Indonesia terkait dengan perjudian online. Pemerintah

Indonesia melarang perjudian, baik tradisional maupun online, bertujuan untuk kepentingan khalayak berdasarkan pertimbangan moral, agama, keamanan, dan ketertiban umum yang berlaku dalam masyarakat Indonesia (Mahkamah Konstitusi, 2010). Di Indonesia, perjudian online telah dilarang dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Pasal 27 ayat 2 juncto Pasal 45 ayat 2. Ayat tersebut berbunyi “pihak yang secara sengaja mendistribusikan atau membuat dapat diaksesnya judi online dapat diancam dengan pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak 1 miliar rupiah” (Indonesia, 2024). Selain itu, Pasal 303 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) menyebutkan bahwa pemain judi dikenakan pidana penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda paling banyak 10 juta rupiah (Indonesia, 2023).

Gainsbury (2019) mendefinisikan perjudian sebagai aktivitas yang melibatkan permainan peluang dengan tujuan untuk mendapatkan uang atau taruhan lainnya, sementara perjudian online merujuk aktivitas taruhan dan permainan yang ditawarkan melalui perangkat yang terhubung internet. Secara umum, permainan judi online memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan judi konvensional pada umumnya. Karakteristik tersebut di antaranya anonimitas bagi penjudi, aksesibilitas kapan dan di mana saja, dan kemudahannya yang mungkin menjadi alasan popularitas judi online (Barrault dan Varescon, 2016). Selain itu, kemudahan bertaruh nominal berapa pun, tidak perlu menunggu orang lain bermain, umpan balik yang cepat serta kemudahan dan kejelasan pembayaran dan penarikan dana, menjadi faktor-faktor yang membuat judi online lebih adiktif dibandingkan judi konvensional, terutama di kalangan pemain muda (Chóliz, 2016).

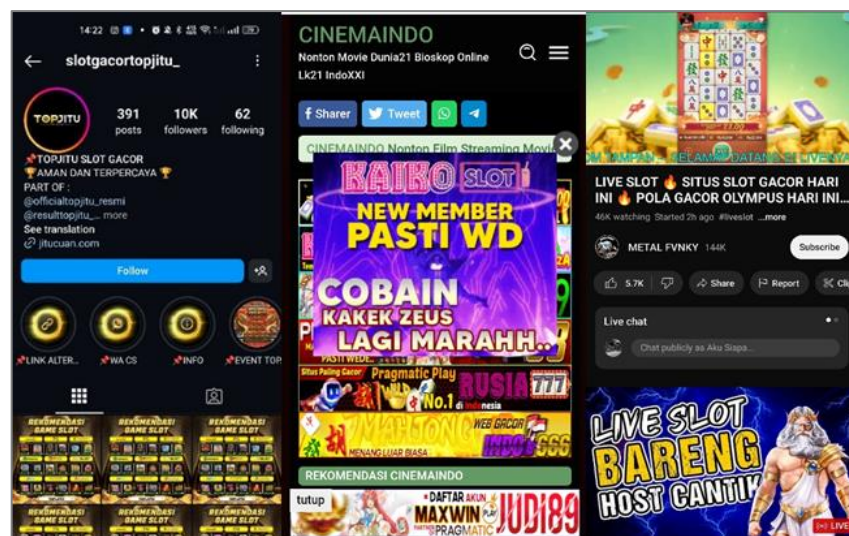
Angka kenaikan pemain judi online di Indonesia dapat dikaitkan dengan maraknya konten perjudian online yang tersebar di Internet. Hal tersebut dapat dilihat dari laporan Kominfo yang menyebutkan bahwa mereka telah memutuskan akses 805.923 konten terkait judi online berupa situs, IP, aplikasi, dan *file sharing* per Desember 2023 (Kominfo, 2024). Temuan Populix (2024) juga menyebutkan sebanyak 82 persen pengguna internet sadar akan iklan judi online di internet dengan tingkat terpapar minimal 1-2 kali dalam rentang waktu satu minggu. Pada pertanyaan lain, pengguna sadar akan iklan judi online di media sosial yang memiliki nilai sebesar 84 persen. Media sosial yang sering kali menjadi tempat paparan iklan judi online di antaranya adalah Instagram, Facebook, dan Youtube yang menempati peringkat teratas sebagai media sosial yang paling banyak paparan iklan judi online



Gambar 1.2 frekuensi pengguna internet terpapar iklan judi online (sumber: info.populix.co).

Tayangan iklan memiliki berbagai manfaat apabila dipakai pada bidang pemasaran Simp (2018) mendefinisikan iklan sebagai bentuk komunikasi berbayar

yang disampaikan oleh sumber yang dapat diidentifikasi, dengan tujuan untuk membujuk penerima melakukan suatu tindakan, baik sekarang maupun di masa depan. Selain berfungsi untuk mengenalkan dan memberi tahu khalayak, iklan juga berfungsi sebagai *mindshare* yang mengindikasikan kekuatan merek dalam ingatan konsumen (Harahap dkk., 2021). Menurut Restu dkk. (2020) iklan mampu membuat konsumen tertarik dan percaya terhadap pesan yang disampaikan, yang memberi mereka pertimbangan saat akan memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Maka dari itu, iklan judi online yang tersebar di media dapat dikaitkan sebagai salah satu faktor yang menaikkan minat dan maraknya masyarakat bermain judi online di Indonesia.



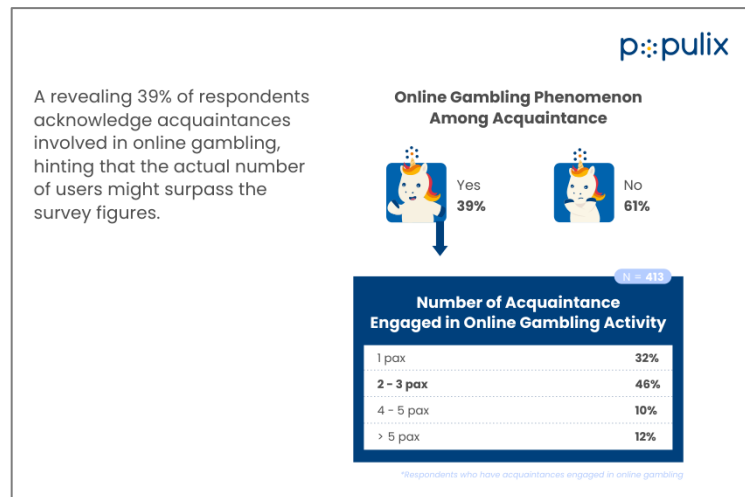
Gambar 1.3 iklan judi online yang tersebar di internet dan media sosial (berbagai sumber).

Selain iklan, minat seseorang untuk bermain judi online dapat dipicu oleh teman sebaya yang menanamkan informasi dan dukungannya tentang judi online. Teman sebaya dapat didefinisikan sebagai individu-individu yang memiliki usia atau tingkat kedewasaan yang serupa (Santrock, 2019); teman sebaya adalah

seseorang yang memiliki kekuasaan atau status yang setara (Floyd, 2011). Teman sebaya dapat menjadi kelompok rujukan bagi seseorang, di mana pribadi dan pendapat teman sebayanya lebih dihargai dan dijadikan sebagai bahan pertimbangan sebelum mengambil keputusan (Macionis, 2017). Seseorang belajar tindakan yang ia lakukan lebih baik, sama baiknya, atau lebih buruk dari orang lain dari tanggapan dan masukan teman sebayanya. Apabila tanggapan dari teman sebaya membawanya pada hal positif, maka perilaku orang tersebut akan menuju ke arah positif, dan apabila tanggapannya membawa pada hal yang negatif, hal tersebut dapat membawa orang tersebut menuju pada perilaku yang negatif (Setiawan, 2016).

Dalam konteks perjudian online, interaksi yang intens dengan teman sebaya dapat menjadi faktor besar dalam pembentukan minat seseorang untuk bermain judi online. Dalam survei yang sama, Populix (2024) menemukan bahwa 39 persen responden mengenal orang yang terlibat dalam permainan judi online. Sebagian kecil responden bahkan menyebutkan mereka mengenal lebih dari lima orang yang bermain judi online. Teman sebaya sering kali berbagi minat atau aktivitas yang serupa sehingga memiliki pengaruh terhadap perilaku, sikap, dan nilai seseorang (Astuti dkk., 2024). Hal tersebut dapat menghantarkan individu untuk mengenal lebih jauh dan mengembangkan minat ketika memiliki teman sebaya yang bermain judi online. Branscombe dan Baron (2017) menyebutkan bahwa membentuk sikap dan nilai seseorang dapat terjadi melalui observasi dan interaksi dengan teman sebaya. Dalam konteks judi online, seseorang dapat mengamati teman sebayanya ketika bermain judi online dan berinteraksi dengan berbagi informasi mengenai judi

online. Dengan demikian, interaksi dengan teman sebaya dapat membentuk persepsi dan sikap positif seseorang terhadap judi online.



Gambar 1.4 kenalan yang terlibat permainan judi online (sumber: info.populix.co)

1.2. Rumusan Masalah

Judi online dikategorikan sebagai tindakan yang dilarang di Indonesia sebagaimana telah diatur dalam UU ITE Pasal 27 ayat 2 dan KUHP Pasal 303. Pemerintah melalui berbagai lembaga terkait berupaya dalam memberantas permainan judi online, di antaranya Kominfo yang memblokir dan menutup konten dan situs judi online. Akan tetapi, realitas yang terjadi di Indonesia bertolak belakang dengan hukum yang berlaku. Laporan PPATK menyebut bahwa jumlah transaksi dan nilai transaksi judi online terus bertambah dalam kurun waktu 2018-2023 dan meningkat secara signifikan sebesar 213,2 persen pada tahun 2023. PPATK juga melaporkan bahwa nilai perputaran transaksi judi online pada kuartal pertama tahun 2024 telah mencapai Rp100 triliun. Mirisnya, sebagian besar dari 3,2 juta pemain judi online di Indonesia merupakan kalangan berpenghasilan rendah.

Pertumbuhan yang signifikan terkait jumlah transaksi dan nilai transaksi judi online dapat dikaitkan dengan masifnya iklan judi online di dunia maya dan interaksi dengan kelompok teman sebaya yang membentuk minat terhadap permainan judi online. Selain mengabarkan dan mengenalkan pada khalayak, pesan yang ada pada iklan mampu membuat konsumen tertarik dan percaya yang memberi pertimbangan saat akan membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kekuatan iklan judi online terdapat pada masif dan ekstensifnya iklan yang ditayangkan yang dapat dilihat dari temuan Populix yang menyatakan 82 persen responden pernah melihat iklan setidaknya satu kali ketika mengakses internet dan media sosial. Selain itu, interaksi dengan teman tentang judi online dapat membangun persepsi baru dan minat terhadap permainan judi online. Populix menemukan bahwa 39 persen masyarakat mengenal orang yang terlibat dalam permainan judi online. Teman sering kali berbagi minat atau aktivitas yang sama sehingga dapat memiliki pengaruh terhadap sikap dan minat seseorang. Dalam konteks judi online, ketika seseorang berinteraksi dan menerima informasi tentang judi online dengan temannya, terdapat kemungkinan individu tersebut membangun minat untuk bermain judi online.

Melalui identifikasi latar belakang dan data pendukung yang telah dijabarkan di atas, terpaan iklan judi online dan intensitas komunikasi dengan teman sebaya dapat menjadi salah dua dari faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk mencoba dan bermain judi online. Maka pertanyaan yang tepat untuk penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara terpaan iklan judi online dan intensitas dengan komunikasi teman sebaya terhadap minat bermain judi online?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh terpaan iklan judi online terhadap minat bermain judi online, dan 2) pengaruh intensitas komunikasi dengan teman sebaya terhadap minat bermain judi online.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi ilmiah pada bidang ilmu komunikasi pemasaran dan interpersonal dengan memverifikasi teori respons kognitif dan pembelajaran sosial dalam menjelaskan pengaruh antara terpaan iklan judi online dan intensitas komunikasi dengan teman sebaya terhadap minat bermain judi online, serta bisa menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2. Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan tambahan bagi para ahli, khususnya pemangku jabatan dan praktisi komunikasi massa, dalam menentukan langkah terbaik untuk menangani dan mengedukasi masyarakat terkait larangan aktivitas perjudian online.

1.4.3. Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat tentang isu perjudian online. Secara spesifik, meningkatkan kesadaran masyarakat akan

pentingnya pengendalian diri dalam bergaul dan memilah informasi terkait judi online baik dari terpaan iklan maupun teman sebaya.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. State of the Art

Berikut riset-riset terdahulu yang relevan dan menjadi dasar penelitian ini.

Pertama, Dong dkk. (2022) meneliti dampak urutan informasi produk online terhadap persuasi pelanggan. Penelitian ini bertujuan mengklasifikasikan ulasan online pada media interaktif online menjadi dua jenis: ulasan berbasis atribut online dan ulasan berbasis pengalaman online, yang kemudian menguji sinergi yang ditimbulkan oleh iklan online dan urutan kedua jenis ulasan tersebut. Dua eksperimen dilakukan untuk melihat pengaruhnya pada keputusan pembelian dan perilaku konsumen ketika melihat kedua jenis iklan tersebut dan mengajak 160 partisipan pada uji ke-1 dan 200 partisipan pada uji ke-2. Kedua eksperimen menunjukkan terdapat kesesuaian antara rangkaian iklan online dan review berbasis atribut dan kategori produk mempengaruhi respons pesan melalui respons kognitif; kesesuaian antara rangkaian iklan online dengan review berbasis pengalaman dan kategori produk mempengaruhi respons melalui respons kognitif atau respons afektif.

Jurnal penelitian Hapsari dkk., (2021) menjadi jurnal yang relevan yang membahas pengaruh terpaan promosi reksa dana dan terpaan komunikasi keluarga mengenai keuangan terhadap minat berinvestasi reksa dana. Studi ini

menggunakan Teori *Cognitive Response Theory* dan *Reference Group* untuk menjelaskan masing-masing variabel bebas yakni terpaan promosi dan terpaan komunikasi terhadap variabel dependen yakni minat terhadap sesuatu. Data dikumpulkan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan sampel sebanyak 50 responden dengan teknik uji regresi linear sederhana. Pengujian hipotesis menghasilkan nilai signifikansi positif untuk variabel terpaan promosi reksa dana, yang berarti terdapat pengaruh terpaan promosi reksa dana terhadap minat berinvestasi reksa dana.

Selanjutnya, Agrippina dan Nugrahawati (2023) meneliti tentang pengaruh peran teman sebaya terhadap intensi berjudi pada mahasiswa pemain judi di kota Bandung. Studi ini didasari oleh *Theory Of Planned Behavior* dan menggunakan metode kuantitatif dengan desain kausalitas non-eksperimental. Pengumpulan sampel menggunakan teknik *snowball sampling* dan sebanyak 160 responden didapatkan sebagai sampel dengan kriteria yakni pemain judi slot online, seorang mahasiswa, dan berdomisili di kota Bandung. Hasil penelitian melaporkan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara peran teman sebaya terhadap intensi bermain judi, dengan peran teman sebaya memiliki pengaruh paling tinggi.

Larasati dkk., (2024) meneliti bagaimana pengaruh *sensation seeking* dan teman sebaya terhadap pemicu kecanduan judi. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* dengan desain *purposive sampling* dan mengambil responden penelitian sebanyak 81 orang dengan kriteria usia 18-25 tahun dan aktif bermain judi online. Studi ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan di antara ketiga variabel yakni pencarian sensasi, peran teman sebaya

dan kecanduan, yang dalam hal ini adalah judi online, dengan sumbangan terbesar jatuh pada variabel peran teman sebaya.

Terakhir, Maharani dkk. (2023) meneliti bagaimana intensitas komunikasi teman sebaya dan terpaaan pesan promosi judi online di media sosial memengaruhi perilaku adiktif bermain judi online. Sesuai dengan judul, penelitian ini berusaha mencari pengaruhnya secara simultan menggunakan teori belajar sosial milik Bandura. Pengumpulan data menggunakan teknik *snowball sampling* dengan sampel penelitian sebanyak 85 responden berusia 18-44 tahun dan pemain judi online. Menggunakan regresi linear berganda untuk membuktikan hipotesis, penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif secara simultan antara intensitas komunikasi teman sebaya dan terpaaan pesan promosi judi online di media sosial terhadap perilaku adiktif bermain judi online, dengan sumbangan variabel intensitas komunikasi teman sebaya lebih dominan.

Melihat hasil dari studi-studi terdahulu di atas, variabel terpaaan iklan dan intensitas komunikasi dengan teman sebaya mempengaruhi minat seseorang. Meski memiliki kesamaan pada variabel-variabel yang diteliti, penelitian ini memiliki perbedaan antara satu penelitian dengan penelitian lainnya yaitu teori, metode, objek, dan waktu penelitian. Kebaharuan ini meliputi penggunaan *Cognitive Response Theory* dan *Social Learning Theory*, serta kedua variabel yang ditawarkan menempati prediktor-prediktor yang menjadi dasar atas pembentukan pada minat seseorang, yang dalam hal ini adalah minat bermain judi online.

1.5.2. Paradigma Penelitian

Studi ini menerapkan positivisme. Menurut pendekatan positivisme, dunia berfungsi menurut hukum sebab dan akibat, yang dapat dipahami melalui penelitian ilmiah (Sekaran dan Bougie, 2019). Metode ini menggunakan penalaran deduktif untuk mengemukakan teori-teori yang dapat diuji melalui rancangan penelitian yang tetap dan telah ditentukan sebelumnya serta ukuran-ukuran obyektif. Pendekatan utama penelitian positivis adalah eksperimen, yang memungkinkan untuk menguji hubungan sebab-akibat melalui manipulasi dan observasi. Pendekatan positivisme melihat tujuan dari suatu penelitian adalah untuk menjelaskan fenomena yang dapat diamati secara langsung dan diukur secara objektif (Sekaran dan Bougie, 2019).

1.5.3. Deskripsi Variabel

1.5.3.1. Terpaan Iklan

Secara sederhana, terpaan media didefinisikan sebagai sejauh mana khalayak menjumpai pesan tertentu atau kelas pesan/konten media (Slater, 2004). Terpaan juga dapat dimaknai dengan suatu keadaan terpapar atau terkena pesan pada individu yang disiarkan di media (Effendy, 2009). Selain itu, Ardianto (2009) menjelaskan terpaan sebagai situasi di mana seseorang melihat, mendengar, membaca, atau mengalami pesan-pesan media yang diterima oleh individu atau kelompok.

Andrews dan Simp (2018) mendefinisikan iklan sebagai bentuk komunikasi berbayar yang disampaikan oleh sumber yang dapat diidentifikasi,

dengan tujuan untuk membujuk penerima melakukan suatu tindakan, baik sekarang maupun di masa depan. Peter dan Olson (2010) menambahkan bahwa iklan adalah segala bentuk presentasi informasi non-personal berbayar mengenai suatu produk, merek, perusahaan, atau toko, dengan sponsor yang teridentifikasi.

Pada konteks ini, terpaan iklan judi online di internet dapat dimaknai sebagai keadaan melihat, menerima dan/atau menjumpai serta memahami isi iklan tentang judi online yang disiarkan di media. Untuk mengukur terpaan iklan, de Vreese dan Neijens (2016) menyarankan untuk menggunakan kemampuan responden yakni dengan *message recall* sebagai indikator pengukuran bahwa responden pernah menerima atau menjumpai dan mengetahui isi iklan yang ditayangkan di media.

1.5.3.2. Intensitas Komunikasi dengan Teman Sebaya

Komunikasi memegang peran penting dalam kehidupan sosial di masyarakat. Soekanto (2013) menyebutkan bahwa komunikasi sangat terkait dengan cara orang saling terhubung, baik individu dengan individu, kelompok dengan kelompok, maupun individu dengan kelompok. Komunikasi yang berulang, atau intens, mengacu pada keadaan tingkatan dari suatu perilaku (Bhargava, 2022). Dalam hal ini, komunikasi yang berulang dapat membangun hubungan yang saling mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki satu sama lain, dan begitu pula sebaliknya (Gerungan, 2010).

Pada hubungan pertemanan, komunikasi yang intens sering kali terjadi karena masing-masing individu memiliki satu atau lebih kesamaan, seperti usia atau tingkat kedewasaan (Santrock, 2019) dan status atau kedudukan (Floyd, 2011). Teman sebaya dapat menjadi kelompok rujukan bagi seseorang, di mana pribadi dan pendapat teman sebayanya dihargai dan dijadikan bahan pertimbangan sebelum mengambil keputusan (Macionis, 2017) serta memiliki pengaruh pada sikap dan perilaku lebih besar daripada keluarga (Hurlock, 2009). Maka dari itu, individu lebih banyak belajar mengenai apakah tindakan yang ia lakukan lebih baik, sama baiknya, atau lebih buruk dari orang lain dari tanggapan dan masukan teman sebayanya.

Dengan demikian, intensitas komunikasi dengan teman sebaya dapat diartikan sebagai tingkat kegiatan komunikasi yang terjadi antar individu dengan teman sebayanya. Untuk mengukur variabel tersebut, DeVito (2011) menjabarkannya dalam beberapa indikator berikut:

- 1) keluasan pertukaran pesan, yaitu seberapa banyak pesan atau topik yang diangkat yang terjadi saat komunikasi terjadi,
- 2) kedalaman pertukaran pesan, yakni dengan menunjukkan seberapa detail pertukaran pesan yang terjadi saat komunikasi terjadi.

1.5.3.3. Minat Bermain Judi Online

Minat adalah sikap yang dimiliki oleh individu yang disebabkan dari hal yang membuat tertarik dalam sesuatu (Effendy, 2009). Winkel (2005) mendefinisikannya sebagai perasaan senang yang diperkuat oleh sikap positif.

Dalam ranah akademis, minat atau *behavioral intention* (niat perilaku) adalah ide atau gagasan yang menjelaskan hubungan antara diri seseorang dengan tindakan yang akan dilakukan di masa depan (Peter dan Olson, 2010).

Sementara itu dalam ranah pemasaran, minat atau niat pembelian ditentukan oleh kesesuaian antara alasan pembelian dengan ciri-ciri merek yang sedang dipertimbangkan (Belch dan Belch, 2021). Menurut Mowen dan Minor (2008), individu sebagai konsumen dikatakan memiliki minat berperilaku (*behavioral intentions*) ketika dirinya ingin berperilaku menurut cara tertentu yang berkaitan dengan kegiatan konsumsi, dalam hal ini bermain judi online.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka minat bermain judi online dalam hal ini dapat dikatakan sebagai keadaan di mana individu memiliki ketertarikan untuk bermain judi online. Dalam konteks ini, minat bermain judi online dapat diukur menggunakan indikator yang di tawarkan oleh Peter dan Olson (2010), yakni kestabilan niat, di mana pembentukan minat bermain judi online telah terbangun dan berkembang dengan baik.

1.5.4. Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online Terhadap Minat Bermain Judi Online

Untuk melihat pengaruh terpaan iklan judi online terhadap minat bermain judi online, teori yang digunakan yaitu *cognitive response theory* atau teori respons kognitif. Teori ini menguji pemrosesan kognitif individu terhadap paparan pesan iklan, yakni dengan menilai pemikiran yang muncul ketika individu

membaca, melihat, dan/atau mendengar pesan komunikasi tersebut untuk memahami bagaimana pesan persuasif memengaruhi orang untuk membeli sesuatu. Asumsinya adalah bahwa pemikiran ini mencerminkan proses atau reaksi kognitif penerima dan membantu membentuk penerimaan atau penolakan akhir terhadap pesan (Belch dan Belch, 2021).

Lebih rinci, Greenwald (dalam Briñol dan Petty, 2008) menjelaskan orang terpengaruh oleh pesan persuasi melalui pemikiran positif atau negatif yang mereka kembangkan sendiri. Sebelum seseorang membentuk sikap terhadap sesuatu, mereka sudah memiliki pendapat tertentu tentang hal itu. Pendapat ini, yang bisa positif atau negatif, memengaruhi sikap mereka. Proses ini, yang memengaruhi nilai positif atau negatif suatu pemikiran, adalah langkah penting dalam proses persuasi (Briñol dan Petty, 2008).

Pada penerapannya dalam konteks ini, teori respons kognitif dapat menjelaskan bagaimana pesan persuasif dalam iklan tentang judi online memengaruhi minat seseorang untuk bermain judi online. Iklan judi online bisa merangsang pemikiran positif atau negatif tergantung cara pesan tersebut ditampilkan. Apabila pesan yang ditekankan kemenangan atau keuntungan besar dapat menciptakan pemikiran positif di benak penerima. Begitu juga sebaliknya, di mana ketika pesan yang disampaikan menunjukkan risiko kecanduan atau kerugian besar, maka akan menciptakan pemikiran negatif terhadap judi online. Selain itu, jika seseorang memiliki pemikiran positif tentang judi online dan iklan memperkuat pemikiran tersebut, orang tersebut mungkin cenderung tertarik untuk mencoba bermain. Sebaliknya, jika seseorang memiliki pemikiran negatif tentang

judi online tetapi iklan berhasil mengatasi atau mereduksi pemikiran tersebut, mereka mungkin juga tertarik untuk mencobanya.

1.5.5. Pengaruh Intensitas Komunikasi dengan Teman Sebaya Terhadap Minat Bermain Judi Online

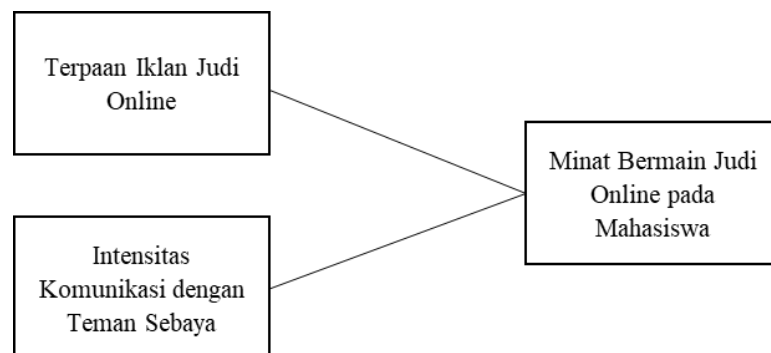
Selanjutnya, untuk menjelaskan pengaruhnya dari intensitas komunikasi dengan kelompok terhadap minat bermain judi online menggunakan teori pembelajaran sosial atau *social learning theory* oleh Albert Bandura (1977). Bandura menekankan pentingnya observasi, peniruan, dan pencontohan terhadap perilaku, sikap, dan respons emosional orang lain. Menurut Bandura, proses pembelajaran dapat terjadi melalui pengamatan terhadap tingkah laku orang lain dan konsekuensi yang mereka terima.

Bandura (Grusec, 1992) menyebut bahwa pembelajaran melibatkan pengamatan, penyerapan informasi dari pengamatan tersebut, dan membuat keputusan tentang perilaku tersebut (*modeling* atau pemodelan). Pemodelan ini dapat dilakukan melalui individu seperti keluarga, guru, teman, kolega, maupun media massa. Melalui pemodelan, persepsi seseorang tentang realitas sosial dapat dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat, dengar, baca, atau oleh pengalaman orang lain. Pemodelan tidak hanya mengajarkan pola pikir baru tetapi juga dapat memperkuat perilaku yang telah diamati sebelumnya oleh pengamat (Bandura, 1977).

Teori ini pada dasarnya menyatakan bahwa perubahan perilaku pada manusia dapat timbul dari interaksi individu dengan lingkungan sosialnya.

Individu belajar dengan mengamati perilaku orang lain dalam lingkungan sosialnya, di mana kelompok teman sebaya memainkan peran penting dalam membentuk perilaku dan sikap individu.

Pada penerapannya, teori pembelajaran sosial dapat menjelaskan bagaimana interaksi atau komunikasi dengan teman sebaya dapat mempengaruhi minat dalam bermain judi online. Teman sebaya yang berkomunikasi secara intens maka secara otomatis informasi dan pengetahuan yang diterima seseorang menjadi lebih banyak. Ketika individu berkomunikasi secara intens dengan teman sebaya yang berkaitan dengan judi online, mereka akan menerima lebih banyak informasi dan pengetahuan mengenai topik tersebut. Hal ini dapat menyebabkan mereka mengidentifikasi, memberi perhatian, dan bahkan meniru serta memodelkan perilaku perjudian online yang mereka amati dalam interaksi kelompok tersebut.



Gambar 4 kerangka teori penelitian.

1.6. Hipotesis

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis pada penelitian ini yakni:

H1: terdapat pengaruh antara terpaan iklan judi online terhadap minat bermain judi online, dan

H2: terdapat pengaruh antara intensitas komunikasi dengan teman sebaya terhadap minat bermain judi online.

1.7. Definisi Konseptual

1.7.1. Terpaan Iklan Judi Online

Terpaan iklan judi online dapat dimaknai sebagai keadaan melihat, menerima dan/atau menjumpai serta memahami isi iklan tentang judi online yang disiarkan di media.

1.7.2. Intensitas Komunikasi dengan Teman Sebaya

Intensitas komunikasi dengan teman sebaya dapat diartikan sebagai tingkat kegiatan komunikasi yang terjadi antar individu dengan teman sebayanya.

1.7.3. Minat Bermain Judi Online

Minat bermain judi online dapat dikatakan sebagai keadaan di mana individu memiliki ketertarikan untuk bermain judi online.

1.8. Definisi Operasional

1.8.1. Terpaan Iklan Judi Online

Terpaan iklan judi online dapat diukur menggunakan kemampuan responden, yakni dengan *message recall* sebagai indikator pengukuran bahwa responden pernah menjumpai dan mengetahui isi iklan tentang judi online di media. Responden secara khusus diminta untuk mengingat:

- 1) tagline yang sering digunakan pada iklan judi online,
- 2) jenis permainan judi online sering yang diiklankan,
- 3) keuntungan yang sering dijanjikan pada iklan judi online,
- 4) di situs mana saja iklan judi dilihat atau dijumpai,
- 5) di media sosial mana saja iklan judi dilihat atau dijumpai.

1.8.2. Intensitas Komunikasi dengan Teman Sebaya

Indikator untuk mengukur intensitas komunikasi dengan teman sebaya adalah:

- 1) keluasan pertukaran pesan, yaitu seberapa banyak pesan atau topik yang diangkat yang terjadi saat komunikasi terjadi,
- 2) kedalaman pertukaran pesan, yakni dengan menunjukkan seberapa detail pertukaran pesan yang terjadi saat komunikasi terjadi.

1.8.3. Minat Bermain Judi Online

Variabel minat bermain judi online dapat diukur menggunakan indikator yang di tawarkan oleh Peter dan Olson (2010), yakni kestabilan niat, di mana pembentukan minat bermain judi online telah terbangun dan berkembang dengan baik. Secara spesifik, responden diminta untuk:

- 1) memberikan nilai pada besaran minat untuk bermain judi online

1.9. Metode Penelitian

1.9.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatori, yang juga dikenal sebagai penelitian kausal. Menurut Sekaran dan Bougie (2019), penelitian kausal adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji apakah suatu variabel menyebabkan variabel lain berubah atau tidak. Jenis penelitian ini lebih cenderung untuk menggambarkan satu atau lebih variabel menjadi sebab dari suatu masalah.

1.9.2. Populasi

Populasi dalam penelitian ini mengacu pada keseluruhan kelompok orang yang ingin diteliti. Sekaran dan Bougie (2019) mendefinisikan populasi sebagai semua elemen yang memiliki karakteristik yang ingin dipelajari oleh peneliti. Penelitian ini memiliki kriteria populasi sebagai berikut:

- 1) laki-laki dan perempuan,
- 2) dengan rentang usia 18 – 43 tahun, sebab usia minimal untuk membuka rekening bank atau e-wallet yang digunakan untuk mendaftar situs judi online adalah 18 tahun, dan menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2024, rentang usia 19-43 tahun memberikan penetrasi dan kontribusi yang cukup tinggi dalam penggunaan internet,
- 3) berdomisili di Jawa Tengah; Jawa tengah dipilih karena masuk ke dalam provinsi pemain judi online ketiga dan keterbatasan peneliti,
- 4) pernah melihat iklan judi online, dan

- 5) memiliki kenalan atau teman yang bermain judi online.

1.9.3. Teknik Pengambilan dan Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas. Dalam teknik ini, tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran dan Bougie, 2019). Sedangkan desain sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, di mana sampel penelitian dibatasi pada orang-orang tertentu yang memiliki informasi yang diinginkan, baik yang hanya memiliki informasi maupun yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan (Sekaran dan Bougie, 2019). *Purposive sampling* dipilih karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti dan didasarkan pada kriteria tertentu.

Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 orang. Jumlah ini sesuai dengan pendapat Roscoe (Sekaran dan Bougie, 2019) yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang layak dalam sebuah penelitian adalah antara 30 hingga 500 orang. Penelitian dengan minimal 30 responden dianggap sudah memiliki tingkat stabilitas yang baik.

1.9.4. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan data primer. Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya melalui kuesioner, dalam hal ini adalah responden penelitian.

1.9.5. Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner disebarkan secara daring kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian dan diisi secara sukarela.

1.9.6. Teknik Pengolahan Data

Sekaran dan Bougie (2019) menjelaskan tata cara teknik pengolahan data penelitian kuantitatif sebagai berikut.

- 1) Pengkodean data; memberikan nomor pada tanggapan responden untuk memudahkan analisis dan memasukkan data ke dalam basis data (database).
- 2) Pengeditan data; mendeteksi dan mengoreksi data yang tidak konsisten, tidak logis, atau tidak sah serta memastikan kelengkapan data yang dikumpulkan.
- 3) Transformasi data; mengubah representasi numerik data untuk menghindari masalah pada tahap analisis selanjutnya.

1.9.7. Teknik Analisis Data

Berdasarkan hasil penyajian latar belakang dan data penelitian, teknik analisis yang paling tepat untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear sederhana. Sekaran dan Bougie (2019) mendefinisikan regresi sederhana sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh antara dua variabel, di mana satu variabel bebas dihipotesiskan

menyebabkan perubahan pada variabel dependen. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu terpaan iklan judi online, dan intensitas komunikasi dengan teman sebaya, serta variabel dependennya yakni minat bermain judi online

