

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

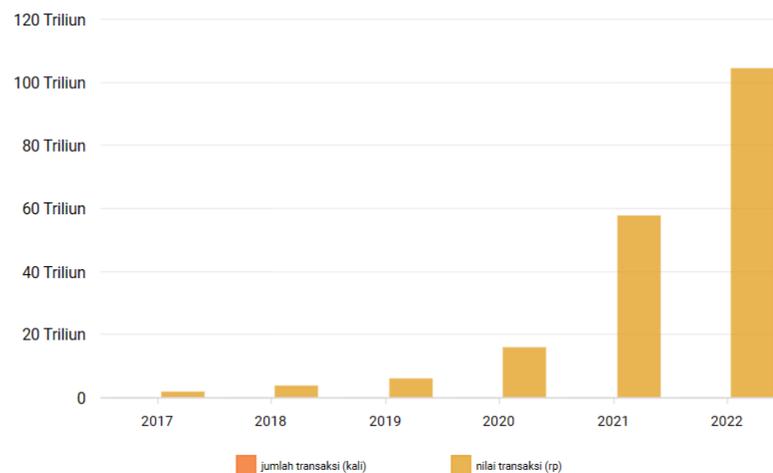
Perjudian *online* telah berkembang pesat selama beberapa dekade terakhir. Regulasi yang ketat tidak menjadikan *platform* perjudian *online* ini menjadi sulit diakses karena adanya gawai dan internet. Namun peningkatan aksesibilitas dan popularitas perjudian *online* justru menimbulkan dampak negatif yang berlebihan seperti kecanduan, stres, kecemasan, depresi, kerugian finansial, hingga kriminalitas. Banyak generasi muda terutama di kalangan generasi z yang menjadi pecandu judi *online* hingga mereka harus terlilit hutang, mencuri dan masih banyak lagi (Topan Yuniarto, kompas.id 2023).

Perkembangan perjudian *online* di Indonesia mencerminkan perubahan paradigma dalam praktik perjudian, dimana mayoritas pesertanya berasal dari masyarakat miskin. Meskipun peraturan ketat telah diberlakukan untuk mengendalikan aktivitas perjudian, kemajuan teknologi dan akses internet yang luas telah menciptakan lanskap baru dimana perjudian *online* menjadi lebih mudah diakses. Orang-orang miskin, yang terkadang berada dalam situasi keuangan yang sulit, sering kali menggunakan perjudian untuk mencari solusi atas masalah keuangan mereka. Faktor-faktor ekonomi yang menantang seperti pengangguran dan ketidakamanan pekerjaan dapat menjadi insentif tambahan bagi masyarakat miskin untuk melarikan diri melalui perjudian *online*. Gagasan tentang keuntungan langsung tanpa banyak usaha dapat memiliki daya tarik yang kuat. Namun, yang sering diabaikan adalah risiko finansial, dan beberapa orang mungkin tidak sepenuhnya memahami dampak jangka panjang dari aktivitas perjudian.

Berdasarkan laporan Novali Panji Nugroho dari Tempo.co, Komisioner Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI), Kawiyan menyoroti peran para influencer dan gamer di media sosial yang kerap mengiklankan permainan judi online. Menurutnya, promosi judi online oleh influencer dan gamer itu dapat memengaruhi perilaku dan minat anak-anak untuk ikut hingga kecanduan judi online. Praktik iklan di berbagai media digital oleh influencer dan gamer dinilai tidak mempertimbangkan dampaknya terhadap anak-anak. Sebelumnya, pemerintah mencatat

jumlah pemain judi online di Indonesia sebanyak 80 ribu adalah usia di bawah 10 tahun, dan 440 ribu dari usia antara 10-20 tahun. Sementara untuk usia dewasa sebanyak 520 ribu dari usia antara 21-30 tahun, 1,64 juta dari usia antara 30-50 tahun, dan 1,35 juta pemain adalah usia di atas 50 tahun.

Berdasarkan laporan Reza Deni dari Tribun News, data yang disampaikan oleh Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) menunjukkan bahwa sebanyak 2,2 juta individu dengan pendapatan rendah atau golongan miskin telah menginvestasikan sejumlah dana untuk terlibat dalam kegiatan perjudian *online*. PPATK mengungkapkan bahwa total perputaran dana terkait judi *online* dalam rentang waktu 2017 hingga 2022 mencapai angka sebesar Rp190.265.249.786.831 atau setara dengan Rp190 triliun. Dalam analisisnya, PPATK berhasil mendeteksi partisipasi sebanyak 2.761.828 pihak dalam permainan judi *online*. Dari jumlah tersebut, sekitar 2.190.447 orang terlibat dalam aktivitas perjudian dengan nominal taruhan yang relatif kecil, yaitu di bawah Rp100 ribu. BPS (Badan Pusat Statistik) melaporkan bahwa Garis Kemiskinan pada bulan Maret 2023 di Indonesia mencapai Rp550.458 per kapita per bulan. Garis Kemiskinan tersebut terdiri dari komponen Garis Kemiskinan Makanan sebesar Rp408.522 (74,21 persen) dan Garis Kemiskinan Bukan Makanan sebesar Rp141.936 (25,79 persen).



Gambar 1.1 Statistik Batang Transaksi Judi Online di Indonesia (2017-2022)

Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023

Pada gambar 1.3 menyatakan bahwa Data Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) pada periode 2017-2022 terhitung sekitar 157 juta transaksi judi *online* terjadi di Indonesia dengan total perputaran uang sebesar Rp. 190 Triliun. Data tersebut didapatkan dari

penelusuran dan analisa yang dilakukan pada 887 pihak yang terindikasi dalam jaringan bandar judi *online* (databoks.katadata.co.id, 2023).

No	Nama	Jumlah Transaksi (Kali)	Nilai Transaksi (Rp)
1	2017	250.726	2.009.676.571.607
2	2018	666.104	3.975.512.890.359
3	2019	1.845.832	6.183.134.907.079
4	2020	5.634.499	15.768.525.166.418
5	2021	43.597.112	57.910.725.296.081
6	2022	104.791.427	104.417.674.955.287

Gambar 1.2 Jumlah dan Nilai Transaksi Judi Online di Indonesia (2017-2022)

Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023

Pada gambar 1.4 mengenai jumlah dan nilai transaksi judi *online* di Indonesia menyatakan bahwa pada tahun 2022 transaksi judi *online* yang dilakukan di Indonesia mencapai angka lebih dari 104 Triliun Rupiah. Di sisi lain, perjudian *online* telah menjadi isu serius yang mempengaruhi berbagai kalangan, termasuk generasi z. Adanya gaya hidup impulsif dalam mengonsumsi konten *digital* dapat berpotensi memengaruhi perilaku dan keputusan generasi z terkait dengan perjudian *online*. Kajian mengenai pengaruh *YouTuber gaming* yang ikut serta dalam mempromosikan layanan judi *online* terhadap gaya hidup impulsif judi *online* pada generasi z menjadi relevan untuk dipelajari, mengingat potensi dampaknya terhadap kesejahteraan dan perkembangan generasi z.

Dicky Prastya dari Suara.com melaporkan bahwa iklan perjudian online mendapatkan ruang yang signifikan pada situs web, khususnya di situs web film (55%) dan situs web gaming (57%). Selain itu, iklan judi online juga sering terlihat dari konten-konten para *influencer* yang melakukan promosi judi online dengan persentase sebesar 20%. Menurut hasil riset dari Populix menemukan bahwa dampak dari paparan iklan perjudian online menjadi nyata dengan 41% responden mengungkapkan tertarik untuk membuka situs perjudian online. Dari jumlah tersebut sebanyak 16% responden di antaranya mengaku mencoba perjudian online. Temuan lainnya menemukan bahwa responden mengaku lebih menyukai menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi dengan nilai transaksi pada umumnya di bawah Rp. 100.000. Selain itu berdasarkan laporan dari Putrasio Berlianda dari rri.co.id tahun 2024, menjelaskan bahwa judi *online* berkembang sangat

pesat berkat kreatifitas dalam memasarkan judi online yang cukup masal. Mulai dari menggunakan influencer hingga melalui situs ilegal seperti film bajakan. Para *influencer* ini digunakan dengan berbagai macam trik, bahkan secara terang-terangan di sosial media dan juga live streaming sambil bermain game.

Dampak negatif perjudian *online* terutama dirasakan di kalangan masyarakat miskin dan mencakup timbulnya hutang yang membebani keuangan rumah tangga, tekanan psikologis yang signifikan, dan bahkan terganggunya hubungan keluarga. Menggunakan perjudian sebagai sarana untuk mengatasi masalah keuangan hanya memperburuk kesulitan yang dihadapi oleh individu dan keluarga mereka. Pihak berwenang perlu mengambil tindakan serius untuk mengatasi dampak negatif ini. Peraturan yang lebih ketat terhadap situs perjudian *online*, pemantauan yang lebih ketat terhadap aktivitas perjudian ilegal, dan kampanye pendidikan yang lebih intensif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan risiko yang ada. Selain itu, bantuan sosial dan program rehabilitasi diperlukan untuk membantu masyarakat miskin keluar dari siklus perjudian yang berbahaya. Sebagai masyarakat, penting untuk memahami bahwa solusi jangka panjang terletak pada pendekatan holistik. Kombinasi regulasi yang efektif, dukungan publik yang tepat sasaran, dan bantuan sosial yang memadai dapat mengurangi dampak negatif perjudian *online* sekaligus memungkinkan masyarakat miskin untuk menemukan alternatif yang lebih konstruktif untuk mengatasi kesulitan keuangan mereka.

Menurut (Azevedo et al., 2018) dalam (Nugroho, 2021) *influencer* adalah pengguna media sosial Pengguna media sosial yang memiliki jumlah pengikut media sosial yang banyak, dipercaya oleh masyarakat umum, dan cenderung menyebarkan informasi di media sosial. Saat seorang *influencer* mempublikasikan postingan, postingan tersebut menjangkau banyak pengguna lain. Mengutip dari Hybrid.id, *YouTuber gaming* atau *game streamer* adalah seseorang yang merekam *gameplay* dan menyiarkannya secara langsung melalui *platform live streaming* di internet. Elemen *live* inilah yang membedakan *streamer* dengan pembuat konten dan *YouTuber*.

Perkembangan teknologi informasi dan hiburan *digital* telah membawa dampak signifikan pada kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan generasi z. Fenomena *influencer gaming* yang menghasilkan konten berbasis permainan telah menjadi salah satu tren utama di dunia maya. generasi z sebagai salah satu kelompok yang aktif menggunakan internet dan media sosial cenderung terpapar dengan beragam konten, termasuk konten *gaming* di *YouTube*.

Industri *game* telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dengan munculnya *platform digital*, *YouTube* menjadi salah satu wadah utama bagi konten-konten *game*. Berbagai *influencer gaming* muncul sebagai pemain utama dalam membentuk citra dan popularitas permainan. *Influencer gaming*, dengan jutaan pengikutnya, tidak hanya menyediakan hiburan, tetapi juga memiliki pengaruh besar terhadap preferensi dan keputusan pemirsa mereka. Mereka menjadi *influencer* yang mampu mempromosikan permainan baru, perangkat keras, dan berbagai elemen terkait *game*.

Menurut anggota IKAPI (2009: 64), *gamer* merupakan terminologi yang mengacu pada orang yang memainkan permainan elektronik seperti *video game*, *game* komputer, dan *mobile game*. Namun istilah *gamer* tidak hanya merujuk pada orang-orang yang bisa atau pernah memainkan *game* di perangkat ini, tetapi juga para penghobi dan profesional *gaming*. *Influencer game* dengan jangkauan dan pengikut yang luas secara tidak langsung dapat bertindak sebagai biro iklan untuk *platform perjudian online*. Dalam beberapa kasus, hal ini dapat meningkatkan daya tarik *perjudian online*, terutama di kalangan penggemarnya. Oleh karena itu, diperlukan lebih banyak kesadaran dan tindakan untuk mengelola hubungan antara *influencer game* dan industri *perjudian online*, serta penerapan pedoman etika yang jelas untuk meminimalkan potensi dampak negatif. Berdasarkan survey Newzoo pada tahun 2021 (Teguh. W., 2021), jumlah gamers dari kalangan generasi Z mencapai angka 81% dan generasi Z menjadi generasi yang paling banyak menghabiskan waktu untuk bermain *game*. Selain itu, terdapat sebanyak 71% dari generasi Z yang gemar bermain *game* dan juga menonton konten dari *influencer gaming*.

Menurut (Affan, Et al. 2023) semakin maraknya *perjudian online* mengakibatkan semakin banyaknya laman untuk melakukan judi *online*. Hal ini juga menimbulkan maraknya promosi dan iklan judi *online*, salah satunya adalah dengan menggunakan jasa *influencer* atau orang yang memiliki banyak pengikut di media sosial. Berdasarkan laporan Kompas.com yang ditulis oleh Rahel Narda Chaterine, bahwa salah satu *Influencer* yang terjerat kasus promosi judi *online* adalah Wulan Guritno yang menjadi figur publik yang pertama kali diperiksa atas kasus dugaan promosi judi *online*, dilanjut dengan Yuki Kato dan juga Amanda Manopo. *Influencer* yang mempromosikan *perjudian online* seringkali menuai kontroversi karena berdampak buruk bagi masyarakat, terutama generasi muda. Selain *influencer* yang berasal dari kalangan selebritas, beberapa *Influencer gaming* juga terlibat dalam kasus mempromosikan judi *online*. *Influencer gaming* yang terlibat dalam kasus promosi judi *online* cukup dikenal oleh masyarakat luas terutama

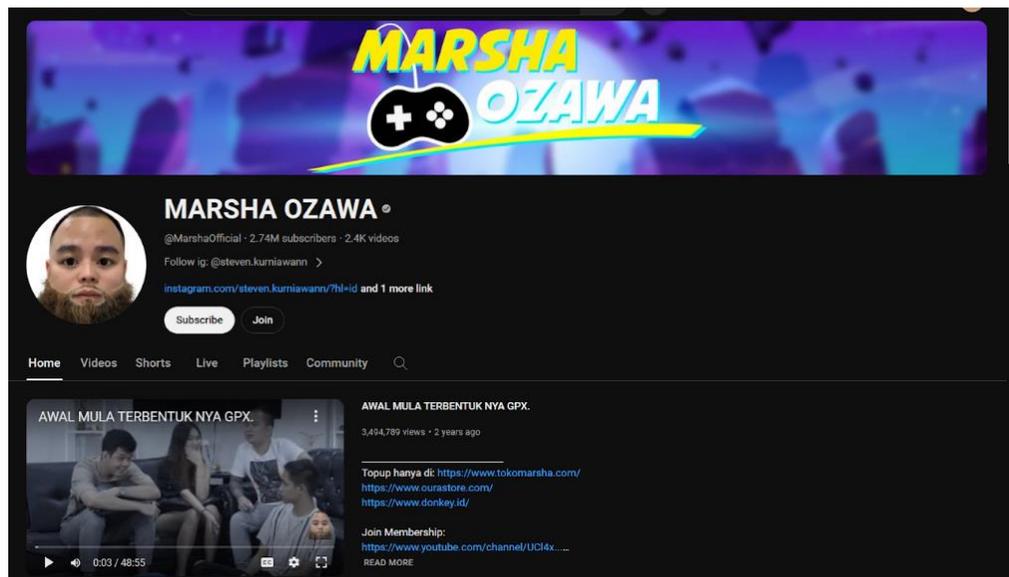
generasi z seperti Steven Kurniawan (Marsha Ozawa), Aldean Tegar, Maxhill Antimage dan Ihsan Luminaire.

No.	Nama <i>Channel</i>	<i>Subscriber</i>	Isi <i>Video</i>	Tahun Dimulai	Genre
1	Steven Kurniawan (Marsha Ozawa)	2,74 Juta	<i>Streaming</i> Mobile Legend	2018	<i>Gaming</i> , Komedi
2	DEANKT	636 Ribu	<i>Streaming</i> Mobile Legend, konten <i>gaming</i> dan konten <i>reaction</i>	2018	<i>Gaming</i> , Komedi
3	Maxhill Antimage	1,53 Juta	Konten <i>Gaming</i> Mobile Legend dan Konten Mukbang	2018	<i>Gaming</i> , Kuliner
4	Ihsan Luminaire	1,13 Juta	Konten <i>Gaming</i> Mobile Legend	2011	<i>Gaming</i> , Komedi

Tabel 1.1 Influencer Gaming yang terkena kasus promosi judi online

Sumber: Hasil olah data peneliti

Pada tabel 1.1 mengenai *Influencer gaming* yang terkena kasus promosi judi *online*, dapat dilihat bahwa dari keempat *Influencer* tersebut Steven Kurniawan yang memiliki *channel YouTube* dengan nama Marsha Ozawa merupakan *Influencer* dengan pengaruh terbesar untuk promosi judi *online* karena memiliki jumlah *subscriber* yang lebih banyak dibandingkan *influencer* lainnya, sehingga Marsha Ozawa dapat menjadi fokus dalam penelitian yang peneliti lakukan. Marsha Ozawa merupakan seorang *influencer gaming* terkenal, telah meraih popularitas yang besar dalam komunitas *gamer*. Dengan kontennya yang kreatif dan beragam, Marsha Ozawa berhasil menarik perhatian jutaan penonton, terutama di kalangan generasi z yang aktif mengikuti tren *game online*. Sebagai seorang *influencer*, Marsha Ozawa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pendapat dan perilaku pemirsanya.



Gambar 1.3 Profil Channel YouTube Marsha Ozawa

Sumber: Hasil olah data peneliti

Mengutip dari Liputan 6, Marsha Ozawa terindikasi melakukan tindakan promosi judi *online* secara terselubung dengan mendapatkan donasi sebesar 50 Juta Rupiah dari penonton *streamingnya* saat sedang melakukan *live streaming*. Marsha Ozawa secara meyakinkan sudah menggunakan akun *YouTube* nya untuk mempromosikan perjudian *online* dengan modus donasi, sehingga Marsha Ozawa menjadi sorotan publik. Namun, Marsha Ozawa menyatakan bahwa ia siap dengan konsekuensi apapun yang bisa terjadi padanya jika mendapatkan panggilan dari kepolisian mengenai dugaan promosi perjudian *online*.

Pada akhirnya, Marsha Ozawa menanggapi keramaian yang terjadi di media sosial mengenai kasusnya tentang promosi judi *online* dengan membuat *video* klarifikasi dan permintaan maaf mengenai kontennya yang diduga mempromosikan perjudian *online* dan menyatakan bahwa ia akan kooperatif jika dipanggil oleh pihak yang berwajib melalui akun *YouTube* nya yang bernama Marsha Ozawa.



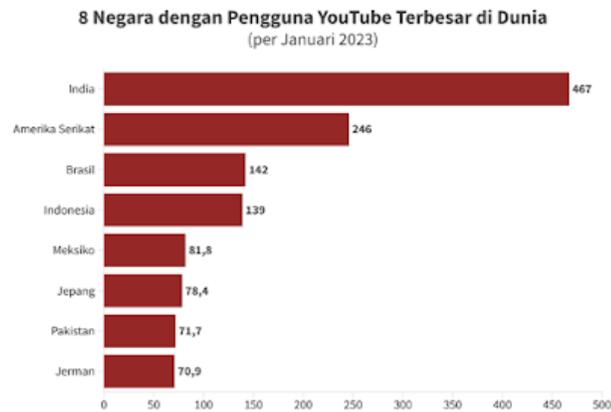
Gambar 1.4 Berita Klarifikasi Marsha Ozawa

Sumber: deli.suara.com 2023 (Agung Setiawan)

Dalam konteks ini, peran *influencer*, terutama di bidang game, dapat membentuk persepsi dan keputusan pemirsa terkait aspek-aspek tertentu, termasuk gaya hidup. Ada peningkatan prevalensi judi *online* di kalangan generasi z, baik yang dilakukan secara sadar maupun impulsif. generasi z seringkali rentan terhadap faktor-faktor seperti tekanan akademis, kesehatan mental, dan tantangan dalam mengelola waktu luang, yang dapat memperkuat kecenderungan hidup impulsif, termasuk terlibat dalam judi *online*.

YouTube merupakan aplikasi *video* yang memungkinkan penggunanya mencari informasi, hiburan, dan program. Di sisi lain, pengguna *YouTube* dapat mengunggah, menonton, atau berbagi *video* karyanya. Mengacu pada (Miller, 2009: 3) dalam Rohman et al (2015) *YouTube* merupakan

sebuah komunitas untuk berbagi *video* yang menjadi wadah bagi para pengguna untuk bisa mengunggah dan melihat bermacam-macam *video online* menggunakan *web browser* apapun.



Gambar 1.5 Negara dengan Pengguna YouTube Terbesar di Dunia

Sumber : We Are Social, 2023

Data dari We Are Social mengungkapkan bahwa pengguna *YouTube* di dunia sudah mencapai 2,51 miliar pengguna pada Januari 2023. Namun, jumlah tersebut berkurang sebesar 1,9% jika dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya. Dapat dilihat dari gambar 1.1 mengenai 8 Negara dengan Pengguna *YouTube* Terbesar di Dunia (per Januari 2023), Indonesia ada di posisi empat untuk pengguna *YouTube* terbanyak dari seluruh dunia dengan 139 juta pengguna *YouTube*. Dikutip dari detikjabar, *YouTube* merupakan media sosial yang menjadi pilihan utama untuk orang Indonesia, *YouTube* merupakan aplikasi media sosial yang menempati posisi teratas yang paling sering dibuka oleh pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan hasil riset Populix, *YouTube* menduduki posisi kedua sebelum Instagram untuk media sosial yang paling sering digunakan untuk mempromosikan perjudian online dengan persentase sebesar 45 persen.

Penelitian ini berfokus pada peran para *influencer* di bidang *gaming*, hal ini didasari oleh fenomena yang semakin meluas di kalangan generasi Z, yaitu maraknya praktik judi *online*. Peneliti melihat bahwa *influencer* khususnya yang bergerak di ranah *gaming* telah dijadikan sebagai sarana untuk mempromosikan *website* judi *online*. Upaya ini dilakukan dengan sengaja agar dapat menarik minat generasi Z, yang merupakan kelompok usia yang paling rentan terpengaruh oleh aktivitas judi *online*. Fenomena ini tentu menjadi perhatian khusus bagi peneliti, mengingat dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari praktik judi *online*, terutama bagi kaum

muda. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan cara-cara untuk mengatasi dan mencegah semakin maraknya keterlibatan generasi Z dalam kegiatan judi *online* yang dipromosikan melalui para *influencer* di bidang *gaming*.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh *Social Media Influencers*, *Materialistic Values*, *E-WOM* dan Lingkungan Toko Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif oleh Generasi Z pada Produk *Fast Fashion*” yang disusun oleh Sarah Dwi Rahayu dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta dan “Peran *Influencer Media Social* Dalam *Impulsive Buying* dan Konsumsi Generasi Z : Studi Kasus *Marketplace* Shopee” yang disusun oleh Khoerun Nisa dan Qoni’ah Nur Wijayani dari Universitas Trunojoyo Madura, belum ada penelitian yang membahas mengenai topik impulsivitas judi online pada generasi z. Maka dari itu, peneliti memutuskan untuk meneliti lebih dalam mengenai bagaimana pengaruh dari *influencer gaming* terhadap impulsivitas judi *online* pada generasi z.

Penelitian ini akan menjelajahi hubungan antara eksposur terhadap *influencer gaming* yang mempromosikan layanan judi *online* dan tingkat impulsivitas terkait judi *online* pada generasi z. Melalui pemahaman yang lebih dalam terkait dengan pengaruh konten *gaming* di *YouTube* terhadap perilaku generasi z, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman kita tentang akibat dari *influencer gaming* terhadap perilaku impulsif perjudian online pada generasi z.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif untuk mengetahui tentang adakah pengaruh dari *influencer gaming* terhadap impulsivitas judi *online* pada generasi z dengan mengambil responden dari generasi z di Kota Bandung. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa pemirsa yang terpapar secara konsisten pada konten tertentu cenderung menerima dan meniru perilaku yang ditampilkan oleh pembuat konten. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana konten di *channel* Marsha Ozawa dapatkah mempengaruhi generasi z dalam bertindak impulsif terkait bermain judi *online*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, seberapa besar pengaruh *influencer gaming* terhadap perilaku impulsif judi *online* pada generasi z?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah, Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *influencer gaming* terhadap perilaku impulsif judi *online* pada generasi z.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dengan memfokuskan pada perilaku impulsif terkait judi *online*, penelitian ini diharapkan untuk memberikan wawasan baru dalam pengembangan konsep perilaku impulsif. Hal ini dapat membantu teori-teori terkait perilaku impulsif dengan mengaitkannya secara khusus dengan aktivitas judi *online* dan pengaruh *influencer gaming*.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

Pengelola *platform* media sosial dan pembuat konten *gaming* diharapkan dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk mempertimbangkan dampak etis dari konten yang mereka sajikan. Hal ini dapat mendorong pengembangan konten yang lebih positif dan mendidik bagi audiens, khususnya generasi z.