

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dengan adanya digitalisasi, banyak hal telah berubah dalam cara informasi didistribusikan dan diakses (Faizah Inayati et al., 2022). Sekarang, berbagai *platform* digital membuat informasi mudah diakses. Media sosial seperti Instagram telah berkembang menjadi alat yang sangat efektif untuk komunikasi dan pemasaran (Daisy Ade Riany Diem & Widiya Yulianti, 2020). Perubahan ini telah menciptakan ekosistem baru di mana informasi dapat tersebar secara cepat dan luas, di mana pengguna dapat mengirimkan ide, informasi, atau produk tanpa batasan geografis. Dalam era ini, media sosial memainkan peran penting dalam menghubungkan jutaan pengguna di seluruh dunia (Nurul Islah Watajdid et al., 2021).

Kebebasan yang ditawarkan oleh digitalisasi ini juga dimanfaatkan oleh sektor- sektor yang sebelumnya dianggap tabu atau kontroversial, salah satu sektor yang semakin banyak memanfaatkan media digital adalah industri judi *online*. Judi *online* yang selama ini dianggap ilegal dan tabu di banyak negara, kini dengan mudah diakses melalui berbagai *platform online* (Mubarok, 2024). Karena anonimitas yang ditawarkan, banyak orang lebih suka bermain judi *online* tanpa khawatir tentang stigma sosial. Kemudahan akses ini menimbulkan kekhawatiran tentang efek negatif yang dapat ditimbulkan, seperti kecanduan, kehilangan uang, dan pelanggaran hukum.

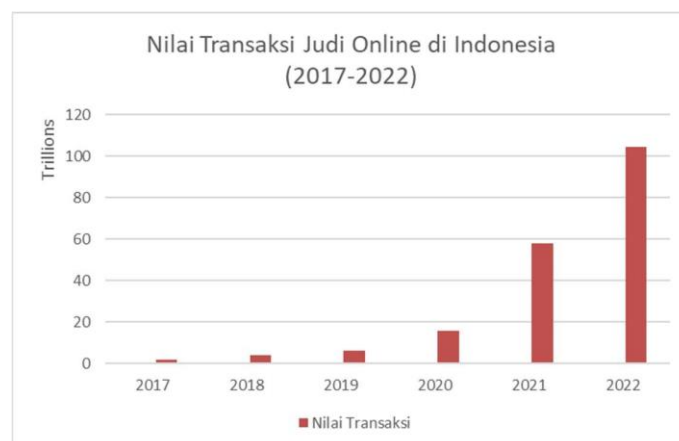
Iklan judi *online* semakin sering muncul di berbagai *platform* media sosial, termasuk Instagram, yang sangat populer di kalangan remaja (Khresna Adityo Fathor et al., 2023). Fenomena ini menunjukkan betapa luasnya upaya industri judi online untuk mempromosikan dirinya sendiri dan juga menunjukkan betapa lemahnya sistem pengawasan dan regulasi konten di internet (Hafida Aristya Arditha, 2023). Iklan terus muncul, seringkali dalam bentuk yang menarik dan sulit dikenali, seperti promosi terselubung, kerja sama dengan influencer, atau penyamaran dalam konten hiburan, meskipun perjudian secara resmi dilarang di Indonesia. Hal ini menimbulkan kekhawatiran besar, terutama karena promosi tersebut ditujukan kepada kelompok usia muda yang aktif di media sosial.

Dengan maraknya fenomena judi *online* ini, keberadaan *platform* judi *online* seharusnya ditangani secara serius dan tegas. Hal tersebut sebenarnya telah diatur oleh pemerintah Indonesia dalam beberapa undang-undang seperti UU ITE dan KUHP dengan hukuman penjara hingga 10 tahun dan denda maksimal Rp.10 Miliar (CNN Indonesia, 2024). Selain melanggar hukum pidana Indonesia yang harus ditindak tegas, judi *online* juga dapat menyebabkan sejumlah masalah sosial, seperti kecanduan, kerusakan ekonomi individu, dan peningkatan tindak kejahatan karena tekanan

finansial. Selain itu, efeknya juga dapat melanggar etika masyarakat, terutama generasi muda, yang sering menjadi sasaran utama iklan judi *online*.

Pemerintah harus melakukan sesuatu yang nyata dengan meningkatkan regulasi, memberdayakan penegak hukum, dan meningkatkan pengawasan terhadap aktivitas digital. Pengembangan teknologi yang dapat mengidentifikasi situs web baru harus diikuti dengan pemblokiran aktif situs web judi (Siaran Pers, 2024). Selain itu, kolaborasi dengan penyedia layanan internet dan platform media sosial harus diperkuat untuk mencegah masyarakat Indonesia melihat iklan dan konten promosi judi *online*. Sebaliknya, perlu ada peningkatan pendidikan dan literasi digital agar masyarakat, terutama generasi muda, lebih sadar akan bahaya judi *online* dan mampu mengambil sikap kritis terhadap konten yang mereka temui di internet. Hal-hal seperti ini akan membantu membangun ekosistem internet yang lebih sehat dan aman bagi semua orang.

Dalam melakukan upaya pemberantasan judi *online* yang dilakukan oleh pemerintah, masih terdapat beberapa celah yang belum bisa diatasi. Meskipun judi *online* jelas dilarang, akses yang relatif mudah dan promosi yang agresif melalui media sosial menunjukkan bahwa regulasi yang ada belum efektif dalam menekan aktivitas ini (Arditha, 2023). GAP ini menimbulkan kekhawatiran karena keberadaan judi *online* yang tidak terkontrol dapat menyebabkan dampak negatif yang luas di masyarakat (Rafiqah & Rasyid, 2023). Kemudahan dalam pengaksesan *website* judi *online* menjadi penyebab utama dalam meningkatkan penggunaan *platform* judi *online*, serta kurangnya edukasi terkait dampak negatif dari judi *online* (Raharjo et al., 2024). Ini menunjukkan bahwa mengatasi masalah judi *online* di Indonesia harus dilakukan secara strategis dan berkolaborasi dengan memanfaatkan teknologi yang lebih canggih, memperkuat regulasi, dan meningkatkan kesadaran masyarakat.



Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Judi Online di Indonesia

Berdasarkan data yang bersumber dari Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK), aktivitas transaksi perjudian *online* di Indonesia konsisten meningkat dari tahun 2017 hingga tahun 2022. Total terdapat 157 juta transaksi perjudian online dengan nilai omzet sebesar 190 triliun rupiah. Transaksi perjudian *online* pada tahun 2022 diperkirakan akan mencapai rekor tertinggi baik secara kuantitas maupun nilai. Melalui fakta tersebut, permasalahan judi *online* ini menjadi urgensi tersendiri yang harus segera ditangani. Hal tersebut dikarenakan telah terjadi *Impulsive Buying* pada beberapa masyarakat Indonesia yang mengakibatkan kerugian bagi pelaku judi *online*. Salah satu dampak negatif yang menjadi perhatian adalah pembelian impulsif yang dipicu oleh pesan persuasif dalam iklan-iklan tersebut (Aqsa, 2018). Ketika pelanggan sering melihat sesuatu yang disukai dan merasa ingin membeli sesuatu pada kesempatan pertama, itu disebut pembelian impulsif. Pelanggan biasanya tidak memperhatikan akibat dari reaksi impulsif ini (Christanto & Haryanti, 2021).

Pada pembahasan ini, judi *online* menjadi sebuah momok yang dapat mengganggu stabilitas ekonomi dan moralitas masyarakat Indonesia. Dengan adanya judi *online* ini sangat berpengaruh pada sosial, ekonomi, serta psikologi masyarakat sehingga harus segera ditangani (Agista, Juanda, & Husna, 2024; Laras et al., 2024). Dampak negatif pada sosial pelaku judi online dapat berupa peningkatan konflik keluarga, penurunan kondisi ekonomi rumah tangga, dan stigma sosial. Sedangkan dampak negatif pada psikologinya dapat berupa gejala depresi, tekanan batin, keputusasaan, dan bahkan perilaku *self-destructive* (Pramita et al., 2024). Hal tersebut tentu menjadi urgensi untuk segera melakukan penelitian agar dapat membantu pemberantasan judi *online* di Indonesia.

Menurut data dari PPATK, terdapat 4 juta pengguna/pemain judi *online*. Diperkirakan dari 4 juta orang di Indonesia yang bermain judi *online*; 40% dari mereka berusia antara 30 dan 50 tahun, 34% berusia lebih dari 50 tahun, 13% berusia 21 hingga 30 tahun, dan 11% berusia 10 hingga 20 tahun, serta 2% berusia dibawah 10 tahun (PPATK, 2024). Dari data tersebut, terdapat 960.000 pelajar/mahasiswa yang terlibat dalam penggunaan judi *online* ini (Tempo, 2024). Angka tersebut terlihat sangat memprihatinkan mengingat mereka adalah penerus bangsa, dan dampak yang ditimbulkan oleh penggunaan judi online ini dapat mempengaruhi sosial. Ekonomi, serta psikologi mereka.

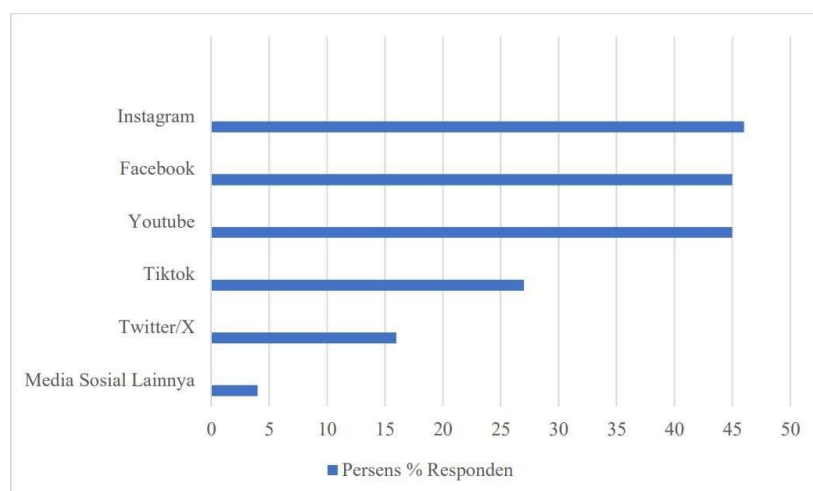
Pada penelitian, penulis melakukan penelitian di Kota Bandung, Jawa Barat. Hal tersebut dikarenakan Kota Bandung merupakan kota terbesar ke-3 di Indonesia dengan presentase pengguna internet yang tinggi dan menjadi kota dengan skor Indeks Literasi Ekonomi Digital (INDELIX) tertinggi di kategori kota metropolitan. Selain itu, Kota Bandung memiliki beberapa perguruan tinggi terkenal dan berprestasi di kancah nasional maupun internasional. Hal ini mendukung alasan dipilihnya Kota Bandung pada penelitian ini. Fenomena judi *online* juga telah ditemukan di Kota Bandung, terkhususnya di kalangan pelajar/mahasiswa. Hal ini berkesinambungan dengan data PPATK yang dimana terdapat 960.000 pelajar/mahasiswa yang terlibat dalam judi *online*. Tidak menutup kemungkinan bahwa pelajar/mahasiswa di Kota Bandung terlibat dalam praktik judi *online* ini. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian dari Kanda dan Nurhalimah yang mengatakan bahwa dari 50 mahasiswa di Kota Bandung yang mengisi survei, 43 mengetahui tentang perjudian *online*, dan 22 dari mereka berpartisipasi dalam permainan perjudian *online* (Kanda & Nurhalimah, 2024).

Saat ini, permasalahan utama yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia terkait dengan judi online adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran akan dampak negatifnya, serta adanya celah dalam regulasi yang memungkinkan aktivitas ini tetap berkembang. Berbagai pemberitaan menunjukkan bahwa judi *online* seringkali menyebabkan masalah finansial, ketergantungan, dan berbagai dampak psikologis lainnya (Hatimatunnisani et al., 2023). Selain itu, karena dilakukan secara *online*, judi ini sulit dilacak dan diatur oleh otoritas yang berwenang (Kusumaningsih & Suhardi, 2023). Permasalahan ini semakin diperparah dengan maraknya iklan judi *online* di *platform* seperti Instagram yang menargetkan generasi muda (Khresna Adityo Fathor et al., 2023). Jika tidak segera ditangani, hal ini bisa berdampak buruk pada masa depan generasi muda Indonesia. Berikut contoh iklan judi *online* melalui *platform* media sosial Instagram.



Gambar 1. 2 Contoh Iklan Judi Online di Instagram

Penelitian ini sangat relevan dilakukan karena judi *online* memiliki daya tarik yang kuat, terutama bagi mahasiswa yang cenderung lebih aktif di media sosial dan berada dalam fase usia yang rentan terhadap perilaku impulsif. Mahasiswa, khususnya di kota besar seperti Bandung, menjadi salah satu kelompok yang paling sering terpapar iklan-iklan judi *online* di Instagram (Rahmawati, 2024; Astari & Nugroho, 2017). Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan tingkat penetrasi internet yang sangat tinggi, dan banyak mahasiswa yang menghabiskan waktu mereka di media sosial (Makarini & Astuti, 2023). Hal ini menjadikan mereka target yang ideal bagi para pelaku industri judi *online*. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana iklan judi online mempengaruhi keputusan impulsif mahasiswa di Bandung.



Gambar 1. 3 Persentase Iklan di Platform Media Sosial

Data di atas menunjukkan bahwa iklan judi online paling sering muncul di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, dengan persentase sekitar 45% dari total responden. Ini menunjukkan bahwa hampir separuh responden melihat iklan di ketiga *platform* tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama yang populer, menjadi saluran utama untuk promosi judi *online*; TikTok menyusul dengan 30% eksposur, sementara *platform* seperti Twitter dan X masing-masing memiliki eksposur 20% dan 5%.

Penelitian dari daya tarik iklan instagram dan kecanduan judi *online* terhadap perilaku pembelian impulsif telah memainkan peran penting untuk memahami posisi iklan pada sebuah *platform* di media sosial terhadap pembelian impulsif. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa daya tarik iklan pada sebuah *platform* media sosial memiliki hubungan dan pengaruh positif pada pembelian impulsif. Beberapa penelitian lainnya juga mendapatkan fakta bahwa kecanduan judi memiliki korelasi positif terhadap pembelian impulsif.

Contoh yang relevan adalah penelitian oleh Asbar, Siregar & Mulyasari (2021), yang menganalisis pengaruh kecanduan internet dan daya tarik iklan terhadap perilaku pembelian impulsif online produk *fashion*. Memiliki kemiripan variabel yaitu kecanduan, daya Tarik iklan dan pembelian impulsif. Hasilnya ketiga variabel independen kecanduan internet, diskon harga, dan daya tarik iklan—berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif *online*. Studi lain oleh Mubarak (2024), yang mengetahui hubungan antara kecanduan *game online* dengan pembelian impulsif perangkat *game*.

Hasilnya kontribusi hubungan yang diberikan variabel kecanduan *game online* dengan pembelian impulsif perangkat *game* adalah sebesar 13.322%. Adapun penelitian dari Ariani (2016), yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan sebesar 12,6% antara variabel daya tarik iklan *online shop* terhadap perilaku pembelian impulsif. Dalam permasalahan judi *online*, terdapat penelitian oleh Ismail & Abdul Hamid (2021) yang mendapatkan hasil bahwa ada hubungan yang positif antara adiksi judi dan sifat impulsif. Selain itu ada penelitian dari Lam (2007), yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara impulsivitas dan depresi dengan kecanduan judi *online*.

Berdasarkan hasil dari jurnal terdahulu, didapatkan perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Perbedaan tersebut yaitu pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan variabel independen yaitu Daya Tarik Iklan (X1) dan Kecanduan Judi Online (X2) dan variabel dependen yaitu Perilaku Pembelian Impulsif (Y). Adanya perbedaan pada objek penulisan yang mana dalam studi kasus ini yaitu judi *online*. Studi kasus pada penelitian ini juga menggunakan mahasiswa di Kota Bandung sebagai objek penelitian. Temuan ini diharapkan dapat membantu dalam melakukan penelitian ini dan memberikan sudut pandang lain terhadap

penelitian mengenai topik tersebut.

Riset ini akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan data yang objektif dan terukur mengenai pengaruh iklan judi online terhadap pembelian impulsif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang jelas tentang seberapa besar pengaruh pesan persuasif dalam iklan tersebut terhadap perilaku mahasiswa. Dengan survei dan analisis statistik, penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mendorong perilaku impulsif dalam konteks ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang kuat untuk mendukung kebijakan yang lebih efektif dalam menangani isu judi *online*.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam memahami dampak iklan judi online di Indonesia, serta membantu dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif untuk mengatasi masalah ini. Dengan memahami bagaimana iklan-iklan ini mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa, langkah-langkah preventif yang lebih tepat sasaran dapat diambil untuk melindungi generasi muda dari dampak negatif judi online. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai fenomena ini.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, penulis merumuskan pertanyaan penulisan sebagai berikut.

1. Seberapa besar pengaruh daya tarik iklan instagram terhadap pembelian impulsif dalam permainan judi online di kalangan mahasiswa Kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh kecanduan terhadap pembelian impulsif dalam permainan judi online di kalangan mahasiswa Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh gabungan antara daya tarik iklan instagram dan kecanduan terhadap pembelian impulsif dalam permainan judi online di kalangan mahasiswa Kota Bandung?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian pada identifikasi masalah di atas, penulis merumuskan tujuan penulisan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik iklan instagram terhadap perilaku pembelian impulsif dalam permainan judi online di kalangan mahasiswa Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kecanduan terhadap perilaku pembelian impulsif dalam permainan judi online di kalangan mahasiswa Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gabungan antara daya tarik iklan instagram dan kecanduan terhadap perilaku pembelian impulsif dalam permainan judi online di kalangan

mahasiswa Kota Bandung.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan pada pengembangan literatur mengenai perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pembelian impulsif di era digital. Dengan mengkaji pengaruh pesan persuasif dan daya tarik iklan terhadap pembelian impulsif, penelitian ini memperkaya teori-teori yang ada dengan wawasan baru tentang faktor-faktor psikologis dan iklan yang mempengaruhi keputusan pembelian. Temuan ini juga berpotensi menyempurnakan teori perilaku konsumen dan mengembangkan model teoritis baru yang mengintegrasikan variabel-variabel tersebut, sehingga memperluas pemahaman tentang mekanisme dan proses di balik pengambilan keputusan konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini sangat berguna bagi pemasar dan pengiklan dalam merancang strategi iklan yang lebih efektif, khususnya untuk audiens mahasiswa. Dengan memahami pengaruh pesan persuasif dan daya tarik iklan, mereka dapat menyusun kampanye iklan yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan dampaknya pada perilaku konsumen. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan program perlindungan konsumen dan kebijakan pendidikan yang lebih baik, serta strategi pencegahan untuk mengurangi risiko pembelian impulsif dan perjudian online di kalangan mahasiswa, dengan meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran tentang dampak iklan.

1.5 WAKTU DAN PERIODE PENELITIAN

Berikut ialah waktu dan periode penulisan pelaksanaan kegiatan penulisan.

Table 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Timeline					
		2024					
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1	Judul						
2	BAB 1						
3	BAB 2						
4	BAB 3						
5	<i>Desk Evaluation</i>						
6	BAB 4						
7	BAB 5						
8	Sidang Skripsi						

1.6 SISTEMATIKA PENELITIAN

Berikut ialah uraian dari sistematika penulisan:

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang
2. Identifikasi Masalah
3. Tujuan Penulisan
4. Manfaat Penulisan
5. Waktu dan Periode Penulisan
6. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

1. Rangkuman Teori
2. Penulisan Terdahulu
3. Kerangka Pemikiran
4. Hipotesis Penulisan

BAB III METODE PENELITIAN

1. Jenis Penulisan
2. Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran
3. Populasi dan Sampel
4. Teknik Pengumpulan Data
5. Uji Validitas dan Reliabilitas
6. Teknik Analisis Data