

BAB 1

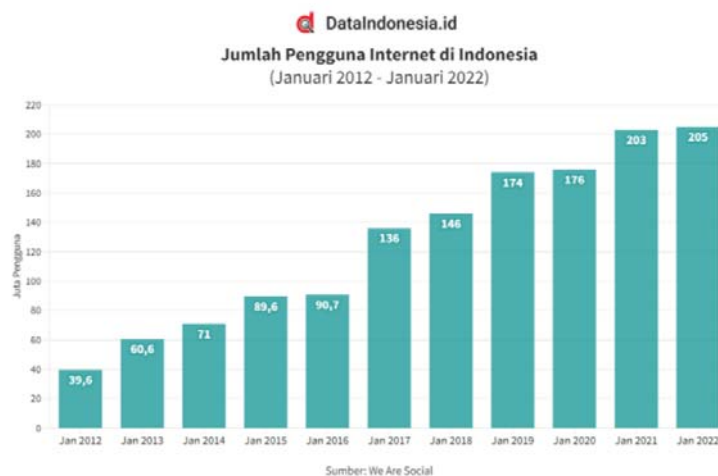
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Studi ini akan membahas mengenai bagaimana netizen Indonesia yang pernah terkena terpaan iklan judi online, menerima hingga menginterpretasikan judi online dari narasi hingga visual yang dikemas dalam iklan judi online. Penelitian ini menggunakan metode *reception analysis* yang mana menganggap audiens sebagai *active audience* dalam menerima, memberikan pemaknaan hingga translasinya terhadap teks konten iklan yakni dalam iklan judi online. Peneliti merasa hal ini perlu diteliti karena topik penelitian yang mengangkat masalah perjudian terkhusus pada iklan judi online masih minim di Indonesia dan peneliti berharap hal ini menjadi kontribusi penelitian sejenis serta untuk mendorong penelitian-penelitian mendatang terkait topik ini.

Perjudian merupakan aktivitas pertarungan uang/barang yang telah ada sejak lama di budaya dan tradisi di Indonesia. Raylu et al (2004, p. 1088) menjelaskan bahwa judi menyebar di berbagai belahan dunia hingga terjadinya sebuah konstruksi pada aktivitas judi dan munculnya variasi permainan judi di berbagai daerah yang disebabkan oleh kondisi perbedaan geografis, budaya dan kondisi wilayah. Judi bisa dikatakan melekat dalam budaya, bahkan tanpa disadari melekat dalam kebiasaan dan keseharian masyarakat. Mulai dari tradisi daerah atau etnis seperti sabung ayam, karapan sapi dan tradisi lainnya. Hingga permainan kartu, kelereng yang biasanya dilakukan oleh kalangan anak kecil dan pertandingan atau kompetisi lainnya yang memuat pertarungan sebuah barang/jasa yang dimiliki dengan harapan mendapatkan yang lebih banyak. Pertandingan seperti inilah yang menjadi potensi adanya pertarungan barang/jasa dan berkembang menjadi sebuah kebiasaan dalam masyarakat. Judi atau pertarungan utamanya dalam bentuk uang ini juga pernah dilegalkan oleh pemerintah pada masanya, yang mana menjadi salah satu penyumbang besar dalam perekonomian. Hingga seiring berkembangnya zaman dan teknologi,

berkembang pula nilai dan norma yang ada. Pergeseran tak lagi bisa dihindarkan. Dengan masuknya dan kuatnya posisi agama, kontroversi mulai muncul dengan menganggap pertarungan uang atau judi merupakan momok yang buruk dan dipermasalahkan hingga diharamkan (Dijelaskan lebih rinci pada tinjauan pustaka bagian ‘Regulasi Judi di Indonesia’). Dari bentuk kultural hingga adanya kebijakan pemerintah. Regulasi undang-undang mengatur pelarangan tersebut pada UU No. 7 Tahun 1974 (Indonesia) yang menganggap bahwa perjudian adalah bentuk kriminalitas dan kejahatan yang patut diberi ancaman hukuman dan ditertibkan. Walau begitu, perjudian tetap sulit dikontrol karena judi dan taruhan merupakan salah satu bentuk tradisi di beberapa budaya dan tidak terpantau keseluruhan oleh pihak berwajib. Ditambah lagi perkembangan zaman, perkembangan teknologi, adanya internet, mendorong transformasi tak terkecuali pada judi konvensional yang berinovasi menjadi judi dengan basisnya online yang semakin mudah aksesnya secara global. Hal ini menjadi bertambah sulit untuk dikontrol oleh pemerintah. Implementasi regulasi judi pun tak lagi kuat untuk memberantas, semenjak judi berkembang menjadi online. Kuatnya kultur dan kebiasaan masyarakat terkait perjudian menjadi salah satu penyebab logisnya.



Gambar 1.1. Data statistik peningkatan pengguna internet Indonesia
Sumber: Dokumentasi *screenshot* peneliti dari dataindonesia.id

Transformasi dari judi konvensional menjadi judi online merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan kuantitas konsumen perjudian secara global, termasuk di Indonesia mengingat secara kuantitas, pengguna internet di Indonesia cukup banyak. Menurut data dari We Are Social yang dikutip dari situs DataIndonesia.id (Karnadi, 2022) menjelaskan, bahwa pada Januari 2022, terdapat sekitar 205 juta pengguna internet atau 73,7 % dari total populasi Indonesia. Dengan perkembangan dari tahun 2021 ke 2022 meningkat 1 % dari tahun sebelumnya. Indonesia juga termasuk dalam beberapa negara dengan pengguna internet terbanyak pada Februari 2022. Dalam situs statista.com (Johnson, 2022) menjabarkan secara grafik, Indonesia berada di peringkat keempat dunia setelah China, India dan United States. Maka, secara kuantitas, lazim halnya jika netizen Indonesia atau pengguna internet Indonesia secara global merupakan *market* yang menjanjikan bagi perjudian online. Didukung dari budaya, tradisi hingga kebiasaan masyarakat Indonesia yang dekat dengan aktivitas perjudian. Serta kondisi pandemi yang mendorong keinginan mendapatkan uang secara instan dengan jumlah fantastis melalui iming-iming dan platform judi sebagai persuasi kepada audiens (Dwihayuni & Fauzi, 2021, p. 111). Dari awalnya dalam bentuk geografikal atau satu tempat dalam aktivitas perjudian, menjadi global atau banyak tempat dalam aktivitas judi online. Netizen Indonesia atau pengguna internet Indonesia secara nasional maupun internasional, menjadi target audiens dari berbagai bentuk pemasaran judi online mulai dari promosi-promosi hingga iklan-iklan bermuatan judi online.

Era digital saat ini tak dipungkiri banyak terjadi perkembangan termasuk pada periklanan. Iklan demi mendapatkan konsumennya, dapat ditemui di mana saja termasuk di internet yang saat ini menjadi platform utama pada masyarakat modern. Seperti yang diketahui bahwa iklan akan menggambarkan produk atau jasa yang ditawarkan dan penggambaran tersebut juga tergantung dengan siapa yang menginterpretasikan. Tak semua iklan yang ditampilkan sesuai dengan regulasi yang ada, beberapa masih membawa unsur negatif yang bertolak

belakang dari nilai moral. Salah satu contohnya pada iklan judi online yang tampil hanya di kondisi-kondisi tertentu saja (seperti pada situs ilegal, situs artikel, situs pemerintah hingga karena penerima dari negara yang menyetujui iklan tersebut). Iklan judi online seringkali ditemui pada situs-situs ilegal dengan maksud bahwa situs ilegal tersebut belum diketahui oleh hukum, maka dengan mudah memasang iklan pada situs-situs seperti itu demi menghindari hukum. Namun tak menutup kemungkinan iklan judi online juga tampil dalam situs-situs artikel hingga situs resmi pemerintahan. Melalui Sindonews (Dewi, I. R., 2020), pakar keamanan dari Vaksincom yakni Alfons Tanujaya mengatakan mengenai penggunaan IP VPN, *“Kalau itu yah memang bukan salah penampil iklan, tetapi memang iklan yang ditampilkan sesuai dengan IP pengakses yang membolehkan tampilnya iklan tersebut”*. Biasanya, jika iklan judi online tampil di situs resmi adalah karena terjadi peretasan oleh pihak tertentu. Fenomena-fenomena seperti ini sering terjadi dan tak disadari serta berlalu begitu saja di masyarakat terutama pengguna internet.

Tak hanya di situs pemerintah dan situs yang menyediakan artikel, iklan judi online ini seringkali ditemui di internet terlebih pada situs ilegal seperti pada situs *streaming* film bajakan yang masih beredar di mana-mana. Iklan-iklan judi online sebenarnya telah diatur dalam UU dan pemerintah pun telah menindak lanjuti itu. Tertera pada UU No. 11 Tahun 2008 mengenai ITE pasal 27 Ayat 2 (Indonesia) yang berbunyi *“Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan perjudian.”* Walaupun sudah ada tindakan dari pemerintah dalam melakukan pemblokiran, contoh saja IndoXXI dan LK21 (yang sudah diblokir oleh pemerintah) yang merupakan situs *streaming* film bajakan dan menjadi sarangnya iklan judi online. Namun pemblokiran tak menjadikan situs *streaming* tersebut berhenti dalam memproduksi. Seperti pada istilah *“Mati Satu Tumbuh Seribu”*, satu situs yang diblokir berdampak pada bermunculannya situs-situs sejenis yang lebih banyak. Dalam salah satu media

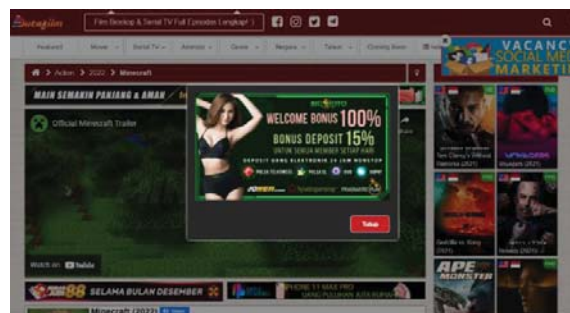
online (Koriun, 2020, 20 Februari) menjelaskan bahwa pemerintah dengan Kementerian Informasi dan Komunikasi berusaha memberantas situs-situs *streaming* film ilegal yang merupakan situs favorit untuk dikunjungi khalayak karena situs tersebut memberikan keleluasan untuk menonton film tanpa harus membayar (bajakan), namun hal ini mendapat perlawanan dengan munculnya situs-situs lain yang sejenis, seolah-olah tak akan pernah habis. Kompas pun menuliskan bahwa sebanyak lebih dari 1000 situs *streaming* ilegal telah diblokir pada tahun 2019 (Pratama, 2019, 25 Desember). Dalam portal berita Kompas (Pertiwi, 2020, 7 Januari), pemberantasan situs *streaming* ilegal memang cukup sulit untuk dilakukan karena situs-situs tersebut dapat berganti domain dengan mudah bahkan dengan bantuan VCI yang tergabung dalam CAP (Koalisi Video Indonesia yakni dari Grup MNC, Telkom Indonesia, Grup Cinema 21, CGV, Cinemaxx, HOOQ, iflix, GoPlay, Rewind, SupersoccerTV, dsb serta tergabung pada Coalition Against Piracy) pada Juni 2019 mengidentifikasi 120 situs aktif yang berada di bawah naungan IndoXXI. Maka, mustahil jika iklan-iklan judi online itu cepat diberantas oleh pemerintah dan hilang begitu saja. Strategi *placement* menjadi penyebab iklan-iklan judi online secara bebas bertengger di jejaring internet tanpa terlalu memedulikan regulasi dari pemerintah. Fenomena sejenis IndoXXI dan LK21 dengan nama domain yang unik yakni dengan angka-angka dan nama yang berganti-ganti seakan merupakan cara untuk menghindari pantauan dari pemerintah. Strategi *placement* ini merupakan strategi dari iklan judi online untuk tetap muncul secara bebas dan publik di jejaring internet.

Iklan merupakan sebuah instrumen promosi paling dikenal secara luas untuk menunjukkan barang/jasa sebuah produsen kepada masyarakat (Morissan, 2019, p. 18). Isi pesan pada iklan akan menjadi cocok jika berguna dan mampu diterima oleh masyarakat dengan baik. Iklan juga akan menyesuaikan konteksnya pada masyarakat supaya tak menjadi sebuah permasalahan atau konflik yang tidak diinginkan. Namun juga tak menutup kemungkinan iklan berdampak negatif atau kontroversi pada masyarakat. Umumnya iklan akan

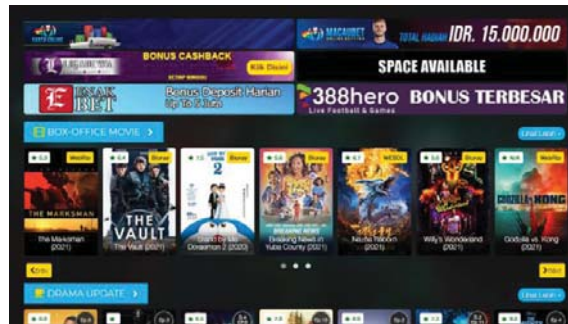
menonjolkan berbagai manfaatnya untuk target pasarnya. Menurut Smith et al (2006) dalam salah satu jurnal referensi, kadang-kadang pihak pengiklan akan membesar-besarkan manfaat produk atau jasa dengan cara yang bijaksana sehingga para konsumen terlebih psikologisnya akan merasakan pesan persuasif iklan tersebut dan dengan sengaja akan membeli/menggunakan produk/jasa yang diiklankan (Ullah & Hussain, 2018, p. 50). Pada jurnal yang sama, menurut Schudson (1984), bahwa sebenarnya sebuah iklan memiliki potensi yang tinggi untuk mengubah nilai-nilai sosial kita, begitu juga dengan perilaku konsumsi kita dengan cara mempengaruhi nilai-nilai budaya kita (Ullah. & Hussain, 2018, p. 51).



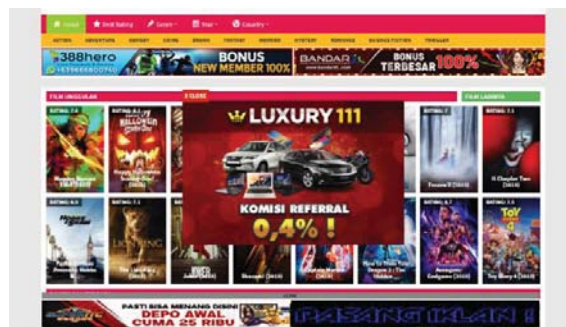
Gambar 1.2. Iklan judi online pop-up di situs ilegal
Sumber: Dokumentasi *screenshot* peneliti



Gambar 1.3. Iklan judi online pop-up (2) di situs ilegal
Sumber: Dokumentasi *screenshot* peneliti



Gambar 1.4. Iklan judi online spanduk animasi di halaman situs
Sumber: Dokumentasi *screenshot* peneliti



Gambar 1.5. Iklan judi online spanduk dan pop-up di halaman situs
Sumber: Dokumentasi *screenshot* peneliti

Pada gambar 1.2., 1.3. dan 1.5. yaitu iklan judi online dengan konsep pop-up yang muncul di depan layar dan menutupi halaman situs. Penggunaan spanduk yang berjejer pun juga terlihat di beberapa gambar. Lalu pada gambar 1.4. hanya dengan iklan spanduk pada halaman situs. Mayoritas iklan judi online sebenarnya memiliki animasi pada bentuk desainnya. Dapat dilihat bahwa kebanyakan situs menampilkan iklan judi online yang memenuhi layar pengunjung ketika membuka situs tersebut, karena memang dari situs ilegal itulah iklan-iklan judi online muncul berhamburan. Pengunjung akan disodori iklan-iklan judi online yang memang berbentuk animasi sehingga mampu menjadi salah satu faktor penarik perhatian pada pengunjung situs dan hal tersebut cukup sering dijumpai. Pemasaran iklan judi online-lah yang membuat konsep supaya pengunjung mampu tertarik untuk mencoba. Dan jika iklan tersebut telah dilihat berulang kali atau repetisi, maka dapat menyebabkan

perubahan pada pengetahuan, sikap serta perilaku individu tersebut (Kardes, 2001). Iklan judi online juga kadang ditemukan di berbagai kolom komentar dalam bentuk narasi, *subtitle* dalam sebuah film sebagai iklan, sosial media hingga dalam platform judi online. Namun pada penelitian ini iklan judi online sebagai objek penelitian hanya berfokus pada yang ditampilkan dalam bentuk visual layaknya poster yang tersebar di jejaring internet.

Di Indonesia, Iklan judi online telah diregulasi tentang larangannya di UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE. Namun iklan seperti ini masih muncul di situs-situs tertentu. Judi online saat ini di Indonesia memang kurang bersahabat mulai dari pandangan beberapa kelompok masyarakat hingga regulasi yang mengatur. Pertama di masyarakat sendiri menjadikan praktik judi sebagai hal yang negatif dan tabu di mata berbagai kelompok masyarakat dan ada yang tidak mempermasalahkannya oleh beberapa kelompok masyarakat karena dianggap sebagai tradisi ataupun kultur daerah. Dan pada hukum, pemerintah Indonesia juga telah meregulasi terkait perjudian serta konten bermuatan judi. Berbicara mengenai hal tersebut, maka tak jauh dari bagaimana kondisi perjudian di Indonesia. Perjudian di Indonesia menjadi sebuah aktivitas yang dilarang dalam lingkungan sosial karena dampak dari judi sendiri merugikan pelaku aktivitas tersebut serta lingkungan sekitarnya.

Lalu, netizen Indonesia sendiri merupakan masyarakat Indonesia pengguna aktif internet utamanya pada sosial media. Pengguna ini memiliki karakteristik yang beragam seperti usia, pendidikan, status sosial ekonomi dan lain-lain. Netizen atau juga disebut warganet ini menunjukkan keaktifannya di internet melalui postingan-postingan di sosial media ataupun keaktifannya berkomentar pada postingan milik pengguna lain. Sosial media merupakan sebuah anugerah teknologi, karena dengan sosial media kita bisa selayaknya berkomunikasi tanpa adanya batas. Begitu kalimat yang tepat, karena netizen Indonesia juga sering memberikan komentar pendapatnya dari dalam negeri ataupun luar negeri yang berjarak jauh. Sosial media merupakan alat untuk

berekspresi yang dimiliki netizen. Setidaknya ada lima penyebab netizen Indonesia aktif dalam sosial media (Inderasari et al, 2019), yaitu: Menunjukkan eksistensi; Meluapkan ekspresi; Komunikasi non *face to face*; Platform media sosial yang bebas; Perilaku bermedia sosial. Dari kemudahan-kemudahan yang ditawarkan, netizen Indonesia sempat mendapatkan cap buruk melalui laporan DCI (Digital Civility Index) yang berdasarkan risetnya menunjukkan bahwa netizen Indonesia berada di urutan terbawah pada tingkat kesopanan digital (Dewi, 2021). Hal ini dikarenakan adanya hoaks dan penipuan, faktor ujaran kebencian, dan diskriminasi. Netizen akan mudah memberikan interpretasi hingga memaknai dengan kebebasan berpendapatnya pada kolom komentar sebuah postingan.

Netizen adalah sebutan pengguna internet yang sering berselancar di internet. Termasuk pada terpaan teks media, yang akibatnya memberikan pengetahuan tertentu pada netizen. Salah satunya pada bagaimana netizen menentukan sikap kedepannya berdasarkan pada informasi yang diterima, mulai dari *awareness* yang termasuk dalam promosi merek, *image* merek, koneksi perasaan yang dihasilkan, hingga membentuk kesan tersendiri kepada setiap individu (Putri, 2021). Seperti halnya pada teks iklan yang ada untuk diterima dan dimaknai karena terpaan yang diberikan kepada netizen. Termasuk pada konten-konten bermuatan judi yang akan menghasilkan makna tersendiri serta berbeda-beda di masyarakat, terutama pada pengunjung di internet dengan latar belakang sosial budaya yang beragam. Bagaimana masyarakat tersebut menerima berdasarkan lingkungannya, pengalamannya hingga pemahamannya. Setidaknya ada 6 macam penggambaran yang telah peneliti dapatkan dari proses observasi berbagai iklan judi online yang tersebar di jejaring internet. Penggambaran-penggambaran ini menjadi sub-rumusan masalah yang ingin peneliti bahas pada penelitian ini. Maka, dengan penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti dan untuk mengetahui bagaimana informan yang pernah terkena terpaan iklan judi online, memberikan interpretasinya hingga translasinya pada

penggambaran judi online melalui tampilan visual dan narasi yang ditampilkan dalam iklan judi online.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti sampaikan, bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana informan (yang pernah diterpa iklan judi online) menerima penggambaran judi online yang ditampilkan dalam iklan judi online?

Rumusan masalah di atas selanjutnya dipilah ke dalam sub-rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran citra/visual olahraga?
- b. Bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran visual perempuan pada promosinya?
- c. Bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran narasi ‘dapat dipercaya’ dan ‘*fairplay*’?
- d. Bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran visual permainan arkade?
- e. Bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran keuntungan dan kemudahan pada iklan judi online?
- f. Bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran hadiah besar dari narasi dan visualnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang telah disampaikan, yakni:

1. Untuk mengetahui bagaimana informan (yang pernah diterpa iklan judi online) menerima penggambaran judi online dalam iklan judi online.

Dari rumusan masalah di atas, merinci tujuan penelitian, maka dipilah ke dalam sub-rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran citra/visual olahraga.
- b. Untuk mengetahui bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran visual perempuan pada promosinya.
- c. Untuk mengetahui bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran narasi ‘dapat dipercaya’ dan ‘*fairplay*’.
- d. Untuk mengetahui bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran visual permainan arkade.
- e. Untuk mengetahui bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran keuntungan dan kemudahan.
- f. Untuk mengetahui bagaimana informan menerima iklan judi online dengan penggambaran hadiah besar dari narasi dan visualnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yakni:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Pada manfaat teoritis, penelitian dengan bahasan iklan judi online ini diharapkan dapat menjadi data pendukung untuk penelitian studi ilmu komunikasi selanjutnya, khususnya *audience analysis* pada iklan judi online.

1.4.2 Manfaat Praktis

Pada manfaat praktis, penelitian ini mampu memberikan pengetahuan mengenai bagaimana netizen indonesia memberikan interpretasi mengenai judi online dari konten visual yang ditampilkan pada iklan judi online. Serta menjadi referensi dan rujukan pada dunia praktis strategi periklanan online di situs-situs online maupun di sosial media. Dan menjadi penyumbang pengetahuan terkait strategi visual dan narasi dalam desain iklan.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Sejarah Judi dari Tradisi ke Industri

Judi dapat didefinisikan sebagai menempatkan sesuatu yang berharga pada kondisi beresiko dengan harapan untuk mendapatkan sesuatu yang lebih besar atau bernilai tinggi (Potenza et al, 2002, p. 721). Tak hanya pada pertandingan olahraga saja, tapi juga dilakukan pada permainan kartu (kartu remi, poker, domino dan permainan kartu lainnya), judi lotre (biasa disebut judi togel yakni dengan memprediksi angka yang akan keluar untuk dipertaruhkan), judi pada permainan dadu (taruhan pada jumlah angka dadu yang akan muncul setelah dadu tersebut dikocok) dan judi dengan bentuk lainnya. Perjudian sudah ada sejak lama dalam kehidupan manusia. Dari Custer & Milt, bahwa judi merupakan sebuah kegiatan manusia yang sudah ada sejak lama di berbagai budaya dan menjadi bagian dari dunia (Raylu et al, 2004, p. 1088). Budaya pada aktivitas judi menyebar di berbagai belahan dunia. Hal ini menyebabkan terjadinya sebuah konstruksi pada aktivitas judi tersebut. Banyaknya variasi judi di berbagai daerah yang disebabkan oleh faktor geografi wilayah dan perbedaan budaya serta kondisi sekitar wilayah (Raylu et al, 2004, p. 1088). Berbeda wilayah, berbeda juga tradisi pada judi itu, termasuk di Indonesia. Judi menjadi hal yang tabu di beberapa wilayah, menjadi tradisi juga di beberapa lainnya. Umumnya masyarakat melakukan aktivitas judi untuk mempertaruhkan banyak hartanya pada pihak/tim yang dianggap mampu memenangkan sebuah pertandingan dengan harapan memberikan dampak yang menguntungkan dari segi ekonomi. Hal ini banyak terjadi dan memang tak terlihat oleh hukum dan masyarakat di permukaan, karena hubungan antar pelaku judi bersifat personal atau tidak terang-terangan. Terdapat judi yang bersanding dengan tradisi yakni Sabung Ayam.

Berbicara mengenai judi yang lekat dengan **tradisi**, salah satunya yaitu Sabung Ayam. Tradisi Sabung Ayam merupakan salah satu tradisi di Indonesia yang bersanding dengan judi. Dikutip dari situs *Indonesia.go.id*

(2019, 19 Juli) bahwa permainan ini dilakukan dengan mengadu dua ayam jantan bertaji (atau tak jarang dipasang taji buatan), lalu dibiarkan dua ayam itu bertarung hingga salah satu ayam itu kalah. Tradisi ini kuat dikaitkan dengan sejarah pada zaman kerajaan di Indonesia. Di Bali, sabung ayam dikenal dengan nama “Tajen”. Sebelum dikenal sebagai Tajen, tradisi itu berupa ritual yang disebut “Tabuh rah” pada upacara *bhuta yadnya atau mecaru* (KW, 2016). Perkembangan zamanlah yang telah merubah kebiasaan masyarakat di Bali dan menjadi tradisi itu menjadi tajen (judi sabung ayam). Nyatanya tajen di Bali masih dibiarkan karena kerap dijadikan sebagai alat penggalan dana untuk pembangunan pura (Suseni, 2020, p. 56). Polisi atau aparat keamanan hanya bisa melegalkan dan mengamankan acara tajen tersebut karena dianggap sebagai upacara adat istiadat walaupun kondisinya berawal dari adat tradisi menjadi konsep perjudian (Suseni, 2020, p. 56). Tradisi sabung ayam atau tajen di bali dalam salah satu jurnal penelitian (KW, 2016, p. 78) bahwa berdasarkan penelitian melalui prasasti-prasasti seperti *yumupakatahu*, Trunyan A.I., Sembiran A.I., ditemukan berbagai istilah yang merujuk pada sabung ayam. Peneliti pada jurnal tersebut menyimpulkan jika tradisi sabung ayam baru dikenal masyarakat Bali pada abad ke-10. Dalam jurnal yang sama (KW, 2016, p. 79) dijelaskan bahwa fungsinya adalah sebagai pelengkap upacara *caru*, berkaitan dengan objek pajak dan sebagai hadiah atau anugerah raja pada masa lalu. Tradisi sabung ayam tak hanya berada di Bali, ada di berbagai daerah dengan ciri tersendiri di setiap daerahnya.

Judi tak hanya pada tradisi yang melekat dengan sejarahnya, namun judi juga berkembang menjadi sebuah **industri**. Perjudian dalam bentuk industri akan menampung lebih banyak perjudian di dalamnya. Jika perjudian berbentuk industri maka pasti ada legalitas dalam wilayah tersebut. Maka, konsepnya berubah dari yang awal pada permintaan konsumen menjadi konsentrasi pada modal dan kekuatan politik para elit ekonomi di dunia barat (Markham, F. et al, 2015, p. 1). Dalam jurnal yang sama dijelaskan

bahwa komoditas berbahaya seperti alkohol ataupun tembakau secara massal akan mudah dalam proses keluar masuknya (Markham, F. et al, 2015, p. 1). Setiap negara, berbeda bentuk industrinya. seperti pada pasar negara Australia didominasi dengan mesin judi atau yang biasa dikenal dengan EGM (*Electronic Gambling Machine*) (Markham, F. 2015, p. 1), sama halnya di negara Italy dan New Zealand. Lalu Casino dominan di Singapore dan USA, rendah di Canada dan Malta serta sektor yang besar ada di Australia dan New Zealand. Judi pada bentuk lotre kuat di beberapa negara, salah satunya yang paling besar ada pada negara Cyprus, Iceland, Malta, Sweden dan Italy (Orford, J., 2020). Judi pada industri telah memiliki tempat di beberapa negara tak hanya pada negara yang telah disebutkan di atas. Khususnya negara-negara di eropa menjadikan industri-industri perjudian sebagai salah satu pemasukan besar negara. Industri judi yang paling umum dan dikenal yaitu Las Vegas. Las Vegas menjadi salah satu tempat paling umum dikunjungi oleh turis-turis khususnya dalam hiburan. Dalam salah satu jurnal (Courtwright, D. T., 2014, p. 2) dijelaskan bahwa Las Vegas adalah salah satu tempat perjudian yang menjadi *mass entertainment* pada masanya (pertengahan abad ke-20) dan menjadi casino paling mahal di dunia ketika dibuka pada tahun 2015.

Di jurnal (Courtwright, D. T., 2014, p.2) juga menjelaskan bahwa sejarah perjudian dunia bisa dibagi menjadi lima masa, yakni: (1). *Social Activity* (Taruhan dilakukan oleh para amatir yang antusias untuk melakukan judi); (2) *A Mercantile Activity* (Pemerintah dan operator Casino mengandalkan peluang dan bisnis yang menguntungkan dan stabil dalam pendapatan); (3) *A Mechanized Activity* (Munculnya berbagai perangkat yang mendukung perjudian dengan peningkatan pada kecepatan, efisiensi dan ketersediaan); (4) *A Mass Entertainment* (Perjudian menjadi perusahaan besar dan menjadi salah satu hiburan massal dimana banyak turis berdatangan); (5) *Digitized* (Perkembangan teknologi seperti internet membuat berkembangnya konsep perjudian menjadi digital).

Pada penjelasan di atas memang perjudian dari skala seluruh dunia. Setiap negara memiliki kondisi tertentu yang membuat perjudian di negara tersebut berada di salah satu masa. Contohnya seperti pada Sabung Ayam. Di konteks Indonesia, ada larangan melakukan perjudian yang mendorong beberapa masyarakat (yang melakukan judi) untuk melakukan judi secara sembunyi-sembunyi atau lingkup kecil. Lalu seperti Las Vegas, muncul saat fase keempat perjudian (*mass entertainment*). Hal ini terjadi karena adanya legalitas dalam sebuah wilayah tersebut. Dan saat ini perjudian berada pada masa kelima, yakni *digitized*. Masa ini, ketika perjudian sudah merambah ke digital atau online melalui internet.

1.5.2 Antara Judi dan Olahraga

Dalam perkembangan judi di dunia tak bisa lepas dari keterkaitannya dengan olahraga. Setidaknya telah ada ketika masa Yunani kuno yang melakukan taruhan pada kontes atletik seperti balap kuda, balap lari, melompat hingga pertarungan fisik, lalu pada masa Romawi yang melakukan taruhan pada balap kereta, perburuan binatang buas hingga pertandingan para gladiator (Smith, 2018, p. 1). Perjudian berkembang ke berbagai macam kontes atletik di berbagai negara dan berkembang konsep kontes yang tak selalu memakai olahraga. Namun tetap perjudian dengan konsep pada kontes atau kompetisi olahraga menjadi semakin diminati karena juga lahir berbagai cabang olahraga yang menjadi peluang dilakukannya perjudian. Di beberapa negara Eropa, Amerika hingga Australia pernah dilanda perjudian ilegal walaupun ada aturan legal tentang perjudian oleh pemerintah. Ilegal ini menarik minat masyarakat dengan berbagai kemudahan dan keuntungan yang lebih besar dibanding perjudian legal yang dikelola pemerintah, namun perjudian ilegal akan mengundang berbagai masalah kejahatan dan kriminal oleh kelompok tertentu serta kejahatan penyerangan dan kekerasan kepada pihak penjudi yang tidak dapat membayar sesuai perjanjian (Smith, 2018, p. 2).

Perkembangan perjudian pada olahraga semakin luas diikuti lahirnya berbagai cabang olahraga seperti sepakbola yang berkembang pesat hingga lingkup dunia. Mudahnya olahraga sepakbola merupakan pertandingan antara dua klub memperebutkan skor tertinggi dengan mencetak gol ke gawang lawan hingga waktu habis dengan hasilnya menang atau kalah dari salah satu klub atau berakhir imbang. Seperti yang telah disinggung sebelumnya, judi pernah menjadi topik paling utama yang dibahas saat pertandingan sepakbola di liga Inggris. Bahkan dalam jersey yang dikenakan oleh klub-klub sepakbola, dengan sponsor nama bisnis perjudian, misal betway pada klub West Ham, W88 pada klub Cristal Palace, SBOTOP pada klub Leeds United dan masih banyak lagi. Tak hanya melalui sponsor jersey, tapi juga penggunaan iklan perjudian melalui televisi penayangan pertandingan hingga spanduk elektronik di dalam stadion (Lopez-Gonzalez et al, 2017, p. 258). Sebelum merambah ke digital, secara tradisional taruhan dalam olahraga sepakbola terjadi secara langsung atau *asynchronous* yang artinya mendapat pengalaman langsung melihat pertandingan dan taruhan disepakati dan dipasang sebelum pertandingan dimulai atau bahkan sebelum hari pertandingan (Griffiths et al, 2018, p. 52-53).

Globalisasi beserta digitalisasi dengan internet memberikan peluang baru bagi aktivitas perjudian dalam lingkup olahraga untuk berkembang ke ranah digital. Mulai dari kemudahan dalam keterjangkauan akses di dunia, fitur-fitur statistik yang bisa diakses oleh para konsumen untuk memudahkan prediksi kemenangan. Peran operator perjudian penting dalam integrasinya dengan internet karena akan memberikan kemenangan yang sah hingga memberikan hasil analisis statistik hingga informasi-informasi yang diperlukan untuk memudahkan konsumen serta penggunaan sosial media menjadi penting untuk para pengguna bertukar pikiran (Gunter, 2019, p. 53). Maka terjadinya integrasi antara perjudian, olahraga dan media sosial yang memberikan cara baru perjudian yang interaktif untuk para konsumen yang

tersebar di seluruh dunia (Gunter, 2019, p. 53). Dari teknologi melalui gawai yang saat ini telah banyak digunakan, semakin memudahkan para konsumen untuk memilih dan memprediksi pertandingan olahraga. Dari cara interaktif ini mendorong penggemar olahraga khususnya sepakbola dari belahan dunia menjadi merasa dekat dengan permainan judi yang berkaitan. Hal ini membuka peluang perusahaan perjudian untuk menjangkau pasar yang besar. Tak hanya tentang kemudahan aksesibilitas hingga kemudahan informasi, tapi juga tersedianya banyak kompetisi olahraga di sepanjang waktu, anonimitas, fitur-fitur teknis judi online hingga peningkatan pemahaman mengenai nilai-nilai olahraga seperti identifikasi pemain, tim, kompetisi yang mudah dicari di media konvensional dan media online (Lopez-Gonzalez et al, 2017, p. 260).

Perkembangan iklan judi online pun juga ditemukan secara implisit maupun eksplisit seperti pada pemberitaan surat kabar tentang olahraga khususnya sepakbola hingga media konvensional seperti televisi (Lopez-Gonzalez et al, 2017, p. 261-263). Jurnalis akan menuliskan prediksi-prediksi tentang pertandingan selanjutnya dengan memberikan data statistik yang valid, jelas dan mudah diterima oleh pembaca. Peran televisi pun di beberapa media luar kerap digunakan sebagai promosi judi online, promosi pun terbatas pada acara olahraga saja. Digitalisasi mendorong iklan judi online ini kerap kali muncul di situs-situs olahraga hingga situs *streaming* ilegal. Melalui pemasaran online seperti spanduk yang mengarahkan pengunjung membuka situs judi online hingga berjudi di dalamnya dapat dikatakan terjadi afiliasi antara operator taruhan dengan situs olahraga atau *streaming* ilegal dengan pendapatan bersih hasil dari permainan judi pengunjung tersebut (Griffiths et al, 2018, p. 53). Beberapa peneliti yang dikutip dari salah satu jurnal (Lopez-Gonzalez et al, 2017, p. 264) mengungkapkan bahwa dalam iklan perjudian memiliki nilai jual yang sering ditampilkan dan dekat dengan narasi maskulinitas seperti tentang loyalitas kepada tim, menjadi pria sejati, berani membuktikan pengetahuan olahraga hingga penggambaran stereotip

gender dan citra seksual. Kemunculan berbagai pemasaran kreatif seperti kampanye tentang perjudian dan olahraga di media *mainstream*. Pemasaran ini ditemukan dalam *websites*; profil media sosial; selebriti sebagai *brand ambassadors*; sponsor pada tayangan langsung olahraga seperti di lapangan, televisi acara hiburan, *online streaming* dan aplikasi mobile (Gunter, 2019, p. 57).

Penggunaan selebriti olahraga atau atlet olahraga pada pemasaran judi online menjadi salah satu cara memberikan nilai kepercayaan pada audiens. Dengan kredibilitas dan popularitas dari selebriti olahraga akan membantu brand perjudian meraih nilai dan tempat di masyarakat untuk dikonsumsi. Praktik ini pernah populer dalam periklanan di berbagai media pada beberapa tahun dan walau begitu penggunaan non-selebriti juga memungkinkan untuk lebih sukses (Gunter, 2019, p. 61). Dengan selebriti olahraga yang sudah dikenal baik sebagai *public figure* di publik, dikenal karena memiliki kemampuan atau talenta yang dianggap ahli juga akan membantu brand lebih menarik dan terpercaya (Gunter, 2019, p. 61). Rio Ferdinand, mantan pemain Manchester United dan Alan Shearer, mantan pemain internasional negara Inggris yang pernah menjadi ambassador dari brand judi dari Inggris (Gunter, 2019, p. 60). Digitalisasi membuat iklan merambah ke online termasuk masa situs ilegal. Beberapa iklan judi pun menampilkan atlet sepakbola Eropa ternama walaupun tak ada informasi pasti mengenai atlet tersebut. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan banyaknya iklan judi online, penggunaan atlet sepakbola sebagai atribut di dalam konten iklan juga banyak digunakan tanpa adanya keterikatan dengan atlet tersebut. Namun, dari banyaknya iklan judi online dengan atribut tersebut, banyak peneliti telah membahas mengenai efek samping iklan judi online yang kian diminati oleh para remaja hingga mendorong motivasi remaja tersebut untuk melakukan taruhan dan berdampak pada kesehatan dan lingkungannya.

1.5.3 Gender dan Seksisme dalam Judi

Gender dalam perjudian merupakan salah satu hal yang signifikan dalam mendefinisikan perilaku para pemainnya. Tak hanya itu, tapi juga dari segi sosiokultural, sosioekonomi, finansial, agama, daerah tinggal hingga status melengkapi gender sebagai faktor pengaruh perilaku pemain judi (Carneiro et al, 2019, p. 454-455). Dalam gender menjelaskan bahwa laki-laki lebih sering terlibat dalam aktivitas perjudian daripada perempuan, mulai dari permasalahan yang didapat hingga sensasi yang dicari (Wong et al, 2013, p. 179). Beberapa penelitian juga telah menjelaskan bahwa umumnya laki-laki dan perempuan memiliki motivasi masing-masing dalam bermain judi. Seperti pada Carneiro et al (2019, p. 454) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dari perbedaan-perbedaan yang dijabarkan bahwa laki-laki didorong oleh fantasi yang mengangkat status sosial sebagai bentuk motivasi, sedangkan perempuan dimotivasi oleh fantasi mendapatkan otonomi. Lalu Lloyd (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa perempuan kuat menganggap judi sebagai pelarian sedangkan laki-laki kuat dimotivasi oleh uang dan alasan kesenangan (Flack & Stevens, 2018, p. 2). Permainan-permainan berulang yang umumnya dilakukan oleh laki-laki dan resiko-resiko yang diambil merupakan cara mendorong nilai kualitas diri serta memperkuat status sosial demi menarik para perempuan sebagai bentuk keinginan berhubungan (Harris & Jenkins, 2006, p. 60). Berbicara resiko, pada permainan judi online, pemain perempuan mendapat masalah kesehatan mental lebih tinggi dan parah daripada pemain laki-laki karena resiko-resiko yang dimilikinya (Håkansson & Widinghoff, 2020, p. 689). Walau begitu, setiap negara, setiap daerah pasti memiliki pengaruh budaya dan motivasi yang berbeda-beda sebagai dorongan berjudi setiap individu.

Problema perjudian tak hanya berputar pada gender sebagai pembentuk perilaku para aktor permainan. Seksisme juga sering menjadi problema dalam perjudian. Situs The Guardian (Davies, 2018) dalam salah satu pemberitaannya menjelaskan bahwa penampilan perempuan seperti penari

tiang hingga pertunjukan PlayBoy merupakan ciri khas lama dari industri perjudian. Hal ini dimaknai sebagai salah satu isu seksisme yang perlu dibenahi. Seksisme atau sexism adalah sebuah bentuk prasangka atau diskriminasi mulai dari bentuk tindakan, perkataan ataupun keyakinan/kepercayaan kepada kelompok lain hanya karena masalah perbedaan gender atau jenis kelamin (Salama, 2013, p 312). Walau kadang tidak disadari, fenomena seksisme ini cenderung sering terjadi kepada perempuan yang dianggap lemah dibanding laki-laki. Posisi perempuan melalui stigma-stigma yang dikonstruksi dalam masyarakat seakan menempatkan pada ruang terbatas, sedangkan laki-laki berada pada posisi superior.

Isu-isu seksisme juga tidak hanya dilakukan oleh individu-individu di masyarakat. Namun juga kadang terjadi dan ditemukan dalam iklan-iklan yang secara publik beredar di media konvensional maupun online. Seperti pada salah satu jurnal penelitian yang menganalisis salah satu iklan layanan masyarakat dari United Nations Women (UN Women) yang dianggap membawa isu seksisme pada perempuan dari berbagai ras (Sihombing, 2016, p. 55-56). Tak terkecuali pada iklan-iklan judi online, McMullan (2011, p. 630) menjelaskan salah satunya yaitu iklan judi online poker, “*The Girls of Bikini Poker Want You to Play Now*” dengan tujuan untuk menarik secara visual kepada para konsumennya khususnya laki-laki untuk melakukan permainan. Hal ini dibangun oleh iklan judi online untuk mendapatkan atensi. Twitchell menegaskan bahwa “*Sex doesn’t sell, but it certainly captures attention*” serta hal ini menurut Taflinger akan mendorong laki-laki untuk memberikan atensi hingga memutuskan pembelian karena berpikir akan mendapatkan model perempuan tersebut (Sheehan, 2012, p. 104). Maka, atensi konsumen lah yang diinginkan oleh pengiklan khususnya konsumen laki-laki. Hal ini termasuk seksisme dengan dikaitkan teknik “Male Gaze” yaitu visual diibaratkan sebagai mata laki-laki, sehingga akan memberikan atensi kepada konsumen laki-laki.

Seksisme kepada perempuan yang dianggap sebagai objek jual iklan ini sering ditemui dalam iklan-iklan judi online. Segi pornografi ditonjolkan demi menambah nilai ketertarikan calon konsumen laki-laki pada iklan judi online. Secara demografis laki-laki menjadi gender yang dominan pada area perjudian untuk menjadi aktor judi. Dari pola pemberitaan yang dijelaskan oleh Hendarto (2021), bahwa aktor judi dalam pemberitaan selalu didominasi oleh kaum pria sebagai pelakunya. Stigma-stigma membatasi perempuan telah lama dikonstruksi dalam masyarakat secara luas dan mewajarkan laki-laki melakukan aktivitas di luar, aktivitas keras, aktivitas seperti perjudian daripada perempuan yang distigmakan hanya dibatasi paka aktivitas di dalam, rumah tangga dan sebagainya.

Dalam konteks Indonesia, budaya patriarki masih sering ditemui dan terus terkonstruksi di tatanan masyarakat Indonesia. Stigma-stigma pada gender seperti salah satunya pada istilah ‘sumur, dapur, kasur’ seakan melabeli dan membatasi perempuan seakan-akan perannya terbatas sebagai objek seksualitas hingga hanya bekerja di ruang domestik atau rumah tangga (Rahman, 2022). Tak terkecuali pada perjudian, mudahnya berada pada wilayah laki-laki atau area dominasi laki-laki daripada perempuan.

Sehingga dari dominannya laki-laki sebagai pemain dan konsumen perjudian, pengiklan judi online memanfaatkan peluang ini dengan memberikan nilai seksisme pada iklan judi online untuk mendapatkan atensi dari para calon konsumen laki-laki. Apalagi memang dalam kebiasaan bermain taruhan juga dimotivasi oleh pengaruh pergaulannya yang tidak ingin dipandang sebagai seorang pengecut atau bukan laki-laki (Hendarto, 2021). Hal ini juga mendorong sebab laki-laki menjadi lebih dekat dengan aktivitas perjudian utamanya akibat dari pergaulan. Kebiasaan ini yang membentuk sebuah kewajaran bahwa laki-laki ditempatkan sebagai aktor perjudian daripada perempuan. Lembaga penelitian Akatiga (2009) dalam situsny menjelaskan bahwa kebiasaan judi oleh laki-laki memang sudah

dibiasakan sedari kecil. Mulai dari mengadu balap burung merpati, judi dadu dengan taruhan mulai dari uang receh pecahan 500 rupiah, permainan kartu yang umumnya dimainkan oleh kaum pria di malam-malam pesta untuk jaga malam di rumah (melekan). Memang berbagai macam permainan judi dikaitkan dengan laki-laki sebagai bentuk keberanian dalam bertaruh. Dalam sejarahnya, pada tradisi sabung ayam, sebagai bentuk praktik perjudian oleh kaum pria disebabkan oleh budaya patriarki yang kuat dalam struktur budaya masyarakat di Bali (Hendarto, 2021). Geertz dalam karya tulisannya “Deep Play: Notes on the Balinese Cockfighting” (Hendarto, 2021) menjelaskan bahwa sejatinya tajen dalam tradisi sabung ayam merupakan simbol maskulinitas dan ayam-ayam yang bertarung dalam arena merupakan perwakilan dari kaum pria di Bali.

1.5.4 Regulasi Judi di Indonesia

Aktivitas judi di Indonesia menjadi hal yang dilarang, karena adanya konflik dengan moral dan kepercayaan (agama). Judi merupakan aktivitas yang sulit dihilangkan pada masyarakat Indonesia, karena bentuk judi tak hanya pada sebuah aktivitas besar yang membutuhkan perkumpulan orang untuk melaksanakannya. Lembaga penelitian Akatiga (2009) dalam situsnya telah menjelaskan bahwa kebiasaan judi atau taruhan ini telah dibiasakan kepada laki-laki sedari kecil di beberapa wilayah. Dari mengadu balap hewan, permainan dadu dengan taruhan receh, permainan kartu yang biasa dimainkan oleh kaum pria di malam-malam pesta untuk jaga malam (melekan). Hal ini mendorong aktivitas perjudian di berbagai wilayah serta ke pelosok-pelosok negeri. Judi juga hidup di dalam beberapa tradisi, salah satunya pada tradisi Sabung Ayam. Namun, aktivitas judi ternyata juga bisa dilakukan hanya dengan dua orang saja. Misalnya contoh kasus seperti pemilu, pertandingan sepakbola ajang piala dunia, dan masih banyak lagi. Contoh seperti ini terjadi jauh dari penglihatan hukum. Namun, jika melihat ke belakang, perjudian di Indonesia juga pernah dianggap legal oleh negara dan memberikan dampak yang cukup besar pada perekonomian.

Tahun 1960-an, keputusan pemerintah yang mengembangkan jenis undian berhadiah yang dikeluarkan oleh Yayasan Rehabilitasi Sosial dengan tujuan menutupi keperluan-keperluan dana (Pamungkas, M. F., 2019, 11 Juni). Dari situ muncul juga perjudian yang tidak berizin seperti “Lotere Buntut” dengan cara main yakni menebak angka terakhir undian berhadiah yang dikeluarkan Yayasan Rehabilitasi Sosial tersebut. Hal ini menyebar di berbagai pelosok negeri.

Jika kita lihat sejarahnya perjudian menjadi sebuah kebiasaan di ibukota. Ali Sadikin, mantan gubernur DKI Jakarta pada tahun 1966-1977. Dikutip dari situs Vice (Cempaka, M., 2020, 20 Juli) bahwa pada eranya menjabat sebagai gubernur, perjudian menjadi sumber pemasukan daerah, seperti pada pajak judi, pelacuran, bar, dan panti pijat. Awalnya anggaran hanya pada Rp66 juta per tahun, setelah adanya legalisasi tersebut menjadi Rp122 miliar pada 1977 (Cempaka, M., 2020, 20 Juli). Dari sumber yang sama menjelaskan bahwa pada masa itu anggaran digunakan untuk pembangunan infrastruktur, bantuan sosial, dan penyelenggaraan event olahraga akbar (SEA Games dan PON). Dari salah satu situs (Ermanti, 2010, 23 April) menjelaskan bahwa, Bang Ali (sebutan Ali Sadikin) menggunakan sistem tiket togel yang biasa disebut Toto dan Nalo (National Lottery). Sistem ini terus dikembangkan hingga Orde Baru.

Dari Yayasan Rehabilitasi Sosial yang berganti menjadi Badan Usaha Harapan dengan program SDSB (Sumbangan Dermawan Sosial Berhadiah) pada tahun 1978. Lalu kemunculan kupon undian berhadiah “Tanda Sumbangan Sosial Berhadiah” atau Kupon Sumbangan Sosial Berhadiah (KSSB), dengan omzet kurang lebih 1 triliun rupiah (Pamungkas, M. F., 2019, 11 June).

Dari situs (Ermanti, 2010, 23 April) menjabarkan perjalanan judi melalui penggunaan sistem tiket. Pada tahun 1985, terjadi legalisasi UU mengenai *Soccer Porkas Raffle Tickets* untuk didistribusikan dan dijual. Tiket ini digunakan untuk mendukung pengembangan dan pendidikan olahraga di Indonesia. Lalu pada 1987, berganti nama menjadi Sports Donations Raffle Coupons (KSOB) yang ternyata muncul kekhawatiran dampak negatifnya pada pencabutan dana masyarakat dan dihentikan pada tahun 1989.

Dari situs Historia (Pamungkas, M. F., 2019, 11 June), Porkas, Pekan Olah Raga dan Ketangkasan menjadi perkembangan pada perjudian yang berada pada ranah olahraga. Presiden Soeharto menjadi salah satu yang merealisasikan. Dengan menyuruh seseorang mempelajari sistemnya di negara Inggris selama dua tahun, dengan motif menciptakan model undian tanpa menimbulkan unsur judi.

Setelah bergantinya beberapa era, maka berganti pula kondisi yang ada (legalisasi judi). Pertentangan muncul dari berbagai lapisan masyarakat tak terkecuali pada MUI (Majelis Ulama Indonesia) serta dalam acara “Forum Silaturahmi Ulama” dan “Cendekiawan Muslim Jawa Barat” dengan memunculkan fatwa haram mengenai porkas (Pamungkas, M. F., 2019, 11 June). Lalu muncul berbagai aksi penolakan dari kalangan mahasiswa hingga peredaran kupon benar-benar berhenti pada 24 November 1993 (Pamungkas, M. F., 2019, 11 June).

Indonesia termasuk salah satu negara yang menganggap perjudian adalah kegiatan yang melanggar hukum dan norma sosial di masyarakat. Dalam pandangan hukum, dianggap sebagai tindakan kriminalitas, melihat dari regulasi hukum yakni pada UU No. 7 Tahun 1974 yang membahas mengenai Penertiban Perjudian (Indonesia). UU tersebut menyatakan bahwa tindak pidana perjudian sebagai sebuah kejahatan serta merupakan beberapa perubahan ancaman hukuman dari UU terdahulu (Pasal 303 dan

Pasal 542). Dalam UU tersebut, kita mampu meyakini bahwa di pasal 1 mengatakan bahwa perjudian adalah sebuah tindakan kejahatan. Berbagai hukuman sesuai dengan UU memiliki maksud untuk menertibkan aktivitas perjudian di Indonesia karena dilarang. Namun yang terjadi pemerintah sulit mengimplementasikan regulasi tersebut karena kebiasaan dan kultur masyarakat yang dekat dengan aktivitas perjudian.

Seperti yang diketahui, bahwa dari segi kepercayaan pun segala bentuk perjudian adalah aktivitas yang dilarang.

- a) Pertama, dalam pandangan agama Islam yang merupakan kepercayaan dominan di Indonesia. Dalam Islam diyakini bahwa judi menjadi salah satu penyebab kelalaian dalam kebaikan. Seperti tertuang dalam QS. Al-Maidah ayat 90 (Ma'u, D. H., 2016, p. 419) yang berbunyi *"Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) Khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan"*. Serta didukung dengan hadist nabi (Bacaan Madani, 2017) yakni, dari Abu Hurairah Radhiyallahu anhu, dia berkata: Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: *"Barangsiapa bersumpah dengan mengatakan 'Demi Latta dan 'Uzza, hendaklah dia berkata, 'La ilâha illa Allah'. Dan barangsiapa berkata kepada kawannya, 'Mari aku ajak kamu berjudi', hendaklah dia bershadaqah!"* (HR. Al-Bukhari, no. 4860; Muslim, no. 1647).
- b) Dalam pandangan agama Kristen pun begitu walaupun tidak secara gamblang mengatakan judi. Dikutip dari situs htluther.org (Jaya, A., 2019, 25 April), salah satu ayat yakni Timotius 6:10 berbunyi: *"Karena akar segala kejahatan ialah cinta uang. Sebab oleh memburu uanglah beberapa orang telah menyimpang dari iman dan menyiksa dirinya dengan berbagai-bagai duka"*.

- c) Dalam pandangan agama Hindu pun juga mengatur secara jelas tentang perjudian. Pada kitab suci Manawa Dharmasastra Buku IX (Atha Nawano dhyayah) sloka 221 sampai 228 (Suseni, 2020, p. 59), dan salah satunya yaitu Manavadharmaśāstra IX.221 yang berbunyi *“Dyūtaṁ samahḥ vayanḥ caiva rāja rātrannivarayet, rājanta karaśa vetau dvau dośau prthivikṣitam”*, atau diartikan *“Perjudian dan pertaruhan supaya benar-benar dikeluarkan dari wilayah pemerintahannya, ke dua hal itu menyebabkan kehancuran negara dan generasi muda)”*.
- d) Sama halnya dalam agama Budha yang menjelaskan larangan perjudian karena memiliki dampak yang buruk bagi pelaku serta masyarakat. Dikutip dari sariputta.com (2018) dengan Sigalovada Sutta pada penjelasan perjudian, yaitu: (1). Nomor 7, salah satu dari enam jalan untuk menghabiskan harta adalah gemar berjudi; (2) Nomor 11, dijelaskan enam bahaya, anak muda, bagi orang yang gemar berjudi; (3) Nomor 14, dikatakan bahwa berjudi dan main perempuan merupakan penyebab orang mengalami keruntuhan dan menjadi suram; (4) Nomor 19, gemar berjudi merupakan salah satu dari empat dasar hal “seorang pemboros” dan harus dianggap sebagai musuh yang berpura-pura menjadi sahabat.

Perjudian layaknya tenggelam jika dilihat dari permukaan Indonesia. Kebiasaan perjudian dengan sembunyi-sembunyi menjadi salah satu pilihan jauh dari pantauan regulasi, jauh dari penglihatan penegak hukum. Perjudian di dunia mengalami perkembangan pada tahap *digitized*. Judi kini bisa diakses melalui internet ataupun aplikasi *smartphone* di berbagai tempat, tak harus bertatap muka, hanya menatap layar saja sudah mampu melakukan judi. Hal ini bertambah sulit dalam mengimplementasikan regulasi oleh pemerintah. Judi dengan basis online menjadi semakin bebas dan membingungkan bagi pemerintah dalam meregulasi serta memberantas. Situs-situs yang mendukung pemasaran judi online seperti situs ilegal kian

lama merebak kemana-mana. Regulasi tak menahan persebaran perjudian di Indonesia untuk berhenti. Iklan judi online sering ditemui di situs-situs yang dianggap ilegal, seperti situs *streaming* film bajakan. Hal ini merupakan strategi *placement* dari iklan judi online. Dengan memanfaatkan situs-situs ilegal yang selalu aman dari jangkauan blokir, selalu beradaptasi dengan mengubah domain, iklan judi online tetap tampil secara publik di jejaring internet melalui situs-situs ilegal. Walau begitu, situs-situs judi online juga kadang bisa ditemui melalui mesin pencari Google dengan bebas.

1.5.5 Iklan Judi Online

Iklan adalah sesuatu yang tak dapat dipisahkan dari masyarakat modern. Perkembangan dalam bidang periklanan akan selalu terjadi mengikuti perkembangan zaman serta teknologinya. Iklan menjadi sarana komunikasi antara pemilik produk dengan konsumen ataupun calon konsumennya. Definisi iklan atau advertising yang ditulis oleh Ralph adalah setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui (Morissan, 2019, p. 17). Banyak ditemui fenomena pada dunia periklanan termasuk pada iklan Judi Online. Pemasaran Judi Online ini berawal dari trennya masyarakat melakukan judi pertandingan sepakbola di Inggris, termasuk sponsor yang dikenakan oleh pemain tim di liga Inggris (Newall et al, 2019, p. 50). Hingga hal tersebut menjadi hal biasa dan kemunculan iklan judi online sering bertambah pada sponsor tim sepakbola. Merambak pada berbagai negara tak terkecuali Indonesia. Indonesia adalah satu dari sekian negara yang meregulasi peraturan mengenai penyebaran informasi perjudian termasuk pada iklan onlinenya. Hal ini tertera pada UU No. 11 Tahun 2008 mengenai ITE pada pasal 27 Ayat 2 (Indonesia) yang berbunyi “*Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan perjudian.*”. Dikutip oleh Parke dkk

(2015, p. 27), Monaghan, Derevensky, and Sklar berargumen bahwa usia remaja yang terkena iklan judi online akan lebih berpotensi untuk terpengaruh dan mencoba judi berbasis online, karena dianggap sebagai hal yang wajar dan normal yang mana pesan teks utama dari iklan tersebut menawarkan kemudahan untuk meraih kemenangan dan kesenangan.

Sama seperti iklan pada umumnya, iklan judi online memiliki strategi tertentu demi mencapai atau mendapatkan konsumen hingga mempertahankannya. Weibe mengatakan bahwa Strategi Iklan pada Judi Online dapat dibagi menjadi tiga tahap (Hing et al, 2014, p. 396) yakni :

1. Recruitment (*gaining attention from potential targets*)
 Pada tahap ini iklan ditampilkan melalui *search engine* dan *affiliate networks*, *pop-ups* dan spanduk pada situs, periklanan tradisional melalui televisi, radio dan cetak, *event* atau sponsor pada sebuah tim dan *Creative Guerilla Marketing Tactics*.
2. Registration (*eliciting paid memberships*)
 Pada tahap ini yang termasuk yaitu bonus-bonus awalan, *free games* dan *give-aways*. Dari sini khalayak telah memasuki situs web judi online. Situs judi online tersebut mengupayakan untuk menahan para pengunjung untuk tetap berada di situs.
3. Retention (*retaining members gambling at the advertiser's website*)
 Di sini pengunjung akan didorong dengan berbagai program-program bonus (*sign-up bonuses*, *referral bonuses*, *random draws*) dan *reward systems* (deposit yang besar pada hari itu, *deposit credits*, *loyalty programmes*, *happy hour events*). Dimaksudkan untuk mempertahankan konsumen supaya tetap melakukan transaksi judi dengan berbagai pelayanan.

Strategi Iklan Judi Online pada tahap pertama yakni *Recruitment*, dalam tulisan di situs Psychology Today (Griffiths, 2015) bahwa iklan-iklan pada judi online seringkali berbatasan dengan representasi yang keliru dan

distorsi. Iklan tersebut mampu menggoda, menarik keserakahan dan keputusan orang dalam mencari uang. Slogan yang ditampilkan seperti *get-rich-quick* yang berlawanan dengan nilai-nilai sifat positif pada manusia seperti kerja keras, inisiatif, tanggung jawab, ketekukan, optimis, berinvestasi masa depan dan pendidikan (Griffiths, 2015). Binde menjelaskan bahwa iklan judi online ini sering menyesatkan pada khalayak yang terpapar; mendorong fatalisme, materialisme, hedonisme, irrasionalitas; merusak etos kerja; dan meningkatkan prevalensi masalah perjudian (Binde, 2007, p. 167). Biasanya iklan berbentuk sebuah poster pada halaman situs web. Gambar-gambar pada iklan tersebut terus berkedip (*flashed continuously*) yang mengarahkan ke tempat perjudian, membujuk dengan mengunduh *software* gratis, membuat akun dan langsung mulai berjudi, serta melibatkan konsumen dalam sebuah percakapan atau interaksi alih-alih membuat konsumen mengklik *stationary icons* (ikon tidak bergerak) (McMullan, 2011, p. 630).

Iklan Judi Online selain memuat informasi perjudian, juga memuat konten-konten sensitif termasuk pada penggunaan model perempuan yang diperlihatkan seksi dan dengan gaya yang menggoda. Dalam salah satu jurnal (McMullan, 2011, p. 630) yang membahas mengenai salah satu iklan Judi Online yakni poker, tertulis bahwa sebelas persen dari situs web dengan citra seksual secara terang-terangan menyoroti sifat menggoda dan menarik konsumen pria. Dicontohkan seperti Bikini Poker menampilkan gambar Sembilan wanita yang hanya mengenakan bikini di setiap halaman situs web. Lalu tertulis "*The Girls of Bikini Poker Want You to Play Now*" dengan tujuan menarik secara visual sehingga konsumen bermain poker serta menikmati visual tersebut. Hal ini mampu memberikan daya tarik atau keinginan untuk mengunjungi dan berpartisipasi dalam judi online tersebut terlebih oleh konsumen pria. Pada tahap *Registration*, khalayak atau pengunjung situs judi online akan diperlihatkan dengan skema warna yang menarik, gambar dan teks yang dinamis dan komunikasi interaktif dengan

tujuan memberikan situs web dengan gaya seakan-akan akrab, andal dan menginspirasi, insentif dan membujuk pengunjung (McMullan, 2011, p. 632). Tak hanya pada tampilan situs web, dalam jurnal yang sama menjelaskan bahwa hampir semua situs judi online menawarkan *deposit bonuses*, *sign-up bonuses* atau *welcome bonuses* kepada pelanggan baru mereka setelah mendaftarkan diri di situs judi online. Hal ini akan menarik serta mempertahankan para pengunjung untuk tetap berada di situs web tersebut dan berpartisipasi di dalamnya.

Pada tahap terakhir yaitu *Retention*, pelanggan akan dipertahankan melalui promosi-promosi serta iklan-iklan. Weibe menjelaskan bahwa *advertising* dan *promotion* khusus yang ditargetkan pada khalayak yang sudah berpartisipasi (penjudi) seperti pada pemberian program penghargaan/hadiah dan loyalitas yang mempromosikan untuk permainan tambahan (Hing et al, 2014, p. 396-397). Situs judi online tersebut akan melakukan promosi judi online yang mampu memperpanjang keinginan konsumen untuk tetap berpartisipasi dalam judi online melalui taruhan dan deposit gratis yang mengharuskan penerima harus bermain beberapa kali sebelum mampu mengklaim kemenangan (Hing et al, 2014, p. 397).

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini termasuk pada penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Kriyantono (2020, p. 62), penelitian menggunakan strategi deskriptif kualitatif merupakan strategi dalam penelitian untuk mendeskripsikan data yang didapat secara sistematis, faktual dan akurat dengan tujuan menggali kedalaman atau makna data yang lebih mendalam, seperti alasan dibalik realitas itu terjadi, motif-motif pelaku sosial, latar belakang yang mempengaruhinya, serta pengaruh konteks-konteks lain. Dalam penelitian ini akan mendeskripsikan serta menggali dan memahami bagaimana informan atau pelaku sosial tersebut dengan kondisi sosial tertentu dapat

menanggapi, menerima dan memaknai judi online dari konten iklan judi online yang ada.

1.6.2 Metode Penelitian

Penelitian ini masuk dalam kategori *Audience Analysis*. Khalayak diibaratkan aktif dalam memaknai konten iklan, salah satunya pada iklan judi online. *Audience Analysis* dirancang untuk mampu menarik kesimpulan tentang pengalaman, keyakinan dan sikap audiens (Ede, L. 1984, p. 140). Penerimaan pada penelitian ini akan dikaitkan dengan realitas sosial yang ditempati informan serta lingkungan sekitar dari informan dan budaya yang ada. Dengan hal tersebut, informan akan mengkonstruksi pemikiran dari latar belakang, pengalaman serta pemahamannya mengenai penggambaran judi online yang ditampilkan dalam iklan judi online.

Reception Analysis menjadi metode yang peneliti gunakan dalam meneliti fenomena ini. Stuart Hall mempunyai perhatian langsung mengenai perspektif ini, yakni: (1) analisis dalam konteks sosial politik yang mana isi media diproduksi atau yang disebut *encoding*; dan (2) konsumsi isi media atau yang disebut *decoding* dalam konteks kehidupan sehari-hari. Dalam analisis menggunakan *reception analysis*, lebih memfokuskan pada *decoding* atau perhatian individu dalam proses memaknai dan menginterpretasi (Hadi, I. P., 2009, p. 3).

1.6.3 Subjek dan Objek Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian kepada netizen, lebih spesifiknya informan pengguna internet yang pernah diterpa oleh iklan judi online. Sebagai subjek penelitian, informan tersebut telah melalui pertimbangan peneliti terkait latar belakang sehingga peneliti harap akan menghasilkan data yang menarik saat proses pengumpulan data hingga analisis data. Subjek penelitian yaitu informan didapat oleh peneliti melalui komunitas terkait judi online yang tersebar di sosial media Facebook serta peneliti juga

mendapatkan informan di luar komunitas tersebut dengan melalui pertimbangan, pernah tidaknya terkena terpaan iklan judi online hingga latar belakang dari calon informan tersebut yang diasumsikan peneliti akan memberikan temuan data beragam dan unik. Pada komunitas judi online di Facebook, peneliti mengasumsikan bahwa anggota-anggota dari komunitas tersebut secara otomatis mendapatkan terpaan iklan judi online di dalam beranda komunitas tersebut melalui para sales-sales yang memposting dan mempromosikan iklan judi online. Maka, secara langsung para anggota akan terkena terpaan iklan judi online. Kedua, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa iklan judi online juga tersebar melalui situs-situs *streaming* yang secara tidak langsung menerpa para pengunjungnya. Di sini peneliti mendapatkan calon informan yang memang pernah mengakses situs *streaming* ilegal tersebut. Peneliti melakukan pengumpulan informan atau subjek penelitian melalui komunitas judi online di Facebook dengan *google form* yang berisi pertanyaan saringan mengenai pernah tidaknya diterpa iklan judi online hingga latar belakang informan calon partisipan untuk dipertimbangkan dipilih sebagai informan penelitian. Peneliti berhasil mengumpulkan total 11 partisipan yang mengisi *google form* dari berbagai grup komunitas di facebook. Peneliti menyaring kembali partisipan *google form* tersebut hingga menyisakan 7 calon informan yang cukup sesuai untuk diinterview. Namun setelah melalui komunikasi melalui kontak yang tertera, alasan partisipan seperti sibuk karena masih melakukan pekerjaan, berubah pikiran menjadi tidak bersedia hingga tidak ada jawaban memberi peneliti 2 informan yang bersedia untuk melanjutkan proses interview. Terbatasnya informan yang didapat, mendorong peneliti mencari ulang melalui grup komunitas sejenis, namun dirasa kurang membantu lagi, peneliti memutuskan melakukan *purposive sampling* untuk mendapatkan informan dan pastinya dengan mempertimbangkan secara ketat latar belakang dan pernah tidaknya melihat iklan judi online. Sehingga 4 informan didapat dari luar komunitas dengan latar belakang yang beragam untuk melengkapi para informan sebelumnya. Jadi, total informan dalam

penelitian ini yang dijadikan subjek penelitian ada 6 informan dengan latar belakang yang berbeda dan pernah diterpa oleh iklan judi online.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menetapkan objek penelitian, yakni iklan judi online dengan 6 macam penggambaran yang telah peneliti dapatkan selama proses obeservasi di jejaring internet. Peneliti menyadari bahwa situs *streaming* ilegal memberikan cukup banyak iklan judi online di halaman situsnya secara publik. Sehingga peneliti mencoba mengunduh beberapa iklan yang mewakili dan menjadikannya sebagai objek penelitian. Perlu ditegaskan, iklan judi online tidak hanya satu jenis dalam visualnya. Iklan judi online dengan konsep yang mirip melalui penggambaran-penggambaran yang ditampilkan (lebih lengkapnya mengenai konsep iklan judi online, bisa dilihat pada subbab pembahasan ‘Iklan Judi Online’ dalam Tinjauan Pustaka). Sehingga peneliti menarik menjadi 6 penggambaran yang merupakan ciri khas secara umum visual iklan judi online yang tersebar di jejaring internet. Macam penggambaran dalam iklan judi tersebut meliputi: (1) Penggambaran citra olahraga; (2) Penggambaran visual model perempuan; (3) Penggambaran narasi ‘Dapat Dipercaya’ dan ‘*fairplay*’; (4) Penggambaran visual permainan arkade; (5) Penggambaran narasi keuntungan dan kemudahan yang ditawarkan; (6) Penggambaran narasi dan visual hadiah besar. Objek penelitian ini dimaksudkan pada iklan judi online yang memberikan konten media pada khalayak untuk diinterpretasikan dan diterima. Untuk lebih lengkapnya mengenai visual iklan sebagai objek penelitian, lebih rincinya dijelaskan pada bab 2 mengenai visual-visual iklan judi online yang dijadikan sebagai objek penelitian.

1.6.4 Unit Analisis

Unit analisis menurut Arikunto (2010, p. 187) merupakan satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Unit analisis juga dianggap sebagai fokus penelitian pada sebuah fenomena yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, unit analisis yang akan digunakan yakni narasi-narasi yang

telah disampaikan oleh informan penelitian yaitu netizen Indonesia atau lebih tepatnya, informan yang pernah diterpa iklan judi online, melalui transkrip yang telah ditulis oleh peneliti dari proses pengumpulan data (*depth interview*).

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan dua teknik dalam pengumpulan data. Cara pertama adalah peneliti akan bergabung di komunitas tentang judi online di sosial media. Cara pertama ini peneliti gunakan untuk mendapatkan informan yang memiliki keterkaitan dan latar belakang dengan judi online sehingga mampu memberikan data yang menarik nantinya. Kedua, *purposive sampling*, peneliti akan memilih informan melalui relasi yang dimiliki oleh peneliti dengan mempertimbangkan latar belakang informan. Cara yang kedua ini diharapkan menjadi tambahan demi melengkapi informan yang belum didapat oleh peneliti. Kedua cara ini yaitu dalam mendapatkan informan yang sesuai yang mana pernah melihat iklan judi online berbentuk visual, peneliti akan melakukan konfirmasi kebenaran tersebut melalui kontak yang bisa dihubungi.

Pertama, sosial media yang digunakan peneliti adalah Facebook. Pilihan ini didasarkan karena kemudahan akses serta mudah dijangkau. Facebook sendiri termasuk salah satu sosial media yang memudahkan seseorang untuk mencari komunitas-komunitas tertentu dengan melakukan pencarian grup. Peneliti juga memastikan grup/komunitas tersebut aman melalui informasi dalam deskripsi grup maupun isi postingan dari para member.

Peneliti menggunakan *google form* yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai identitas calon informan serta dengan tujuan mengundang partisipasi anggota. Sebelum menyebarkan *google form*, peneliti meminta izin terlebih dulu kepada pemilik grup atau admin demi menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Setelah melakukan penyebaran *google form*,

peneliti akan memilah calon informan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Informan yang terpilih akan dilakukan survei singkat melalui kontak yang bisa dihubungi untuk tujuan konfirmasi ulang tentang data yang diberikan. Dari sini peneliti mampu memastikan informan mana yang layak dalam penelitian ini dan akan melakukan perencanaan waktu yang tepat dalam proses pengumpulan data.

Tak hanya mengandalkan dari grup facebook tersebut, peneliti menggunakan cara kedua yakni menggunakan teknik pengumpulan data *purposive sampling* dengan tujuan memastikan data informan cukup beragam mulai dari identitas mereka. *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (2012, p. 126) adalah pemilihan informan dengan berbagai pertimbangan tertentu mulai dari jenis latar belakang identitas informan seperti etnis, agama, pendidikan hingga pengalaman informan terkait topik penelitian. Peneliti akan menghubungi beberapa list kontak untuk bisa ditanya terkait kesediaan menjadi informan dan juga beberapa list kontak untuk bertanya dan memudahkan peneliti mencari informan yang dibutuhkan melalui relasi.

Penggunaan *e-meeting* menjadi cara utama untuk mengumpulkan data karena kemudahan akses untuk mendukung pengumpulan data secara *remote* atau tidak tatap muka dan platform ini cukup mudah digunakan. Serta fitur *record* untuk mendukung proses transkrip atau pengarsipan data hingga analisisnya, namun tidak menutup kemungkinan juga menggunakan cara-cara lain yang sesuai dengan kesepakatan peneliti dan informan. Dalam proses pengumpulan data, peneliti akan menggali data mengenai identitas, lingkungan hingga bagaimana informan menerima judi online melalui penggambaran visual dan narasi yang ditampilkan dalam iklan judi online. Di sini peneliti menunjukkan iklan-iklan judi online berdasarkan macam penggambarannya secara bergantian untuk membantu proses penggalan data.

Pada penelitian ini, menggunakan teknik pengumpulan data dengan *depth Interview*. *Depth interview* atau wawancara mendalam ini dilakukan untuk mencari tahu atau dengan melakukan investigasi yang mendalam tentang topik atau fenomena dari konten media itu sendiri (Ida R., 2018, p. 162). Dengan menggali data lebih dalam, diharapkan peneliti mampu mendapatkan data yang akurat dan jelas dari beberapa informan. Dalam *reception analysis* ada dua teknik dalam mengumpulkan data, yakni *depth interview* dan FGD (*Focus Group Discussion*). Namun di sini peneliti terbatas hanya menggunakan *depth interview*. Faktor peneliti memilih *depth interview* daripada FGD yakni untuk mengantisipasi opini, penerimaan, penggambaran langsung dari setiap informan supaya tidak terpengaruh oleh informan lain. Dalam referensi buku yang sama (Ida, R., 2018, p. 174) menjelaskan bahwa terkadang dari beberapa anggota mampu memonopoli dalam kelompok diskusi dan juga dalam FGD yang ditakutkan adalah salah satu informan kurang mampu dalam menyampaikan pendapatnya (seperti perasaan malu). Kendala pada efisiensi waktu supaya setiap informan mampu meluangkan waktunya menjadi faktor tambahan yang membuat peneliti memutuskan terbatas pada *depth interview*. Pengumpulan data juga menggunakan platform yang tersedia serta yang sudah disetujui oleh peneliti dan calon informan. Dengan didukung transkrip lalu perekaman selama proses *depth interview* supaya data benar-benar bisa dipertanggung jawabkan oleh peneliti.

1.6.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk memahami serta mengkaji data yang telah dikumpulkan melalui *depth interview*. Dari data yang telah dikumpulkan akan disusun menjadi sebuah transkrip supaya dalam tahap analisis nantinya dengan mudah dilakukan pemahaman hingga pengkajian dengan jelas dan sesuai dengan data yang ada. Peneliti akan mengkategorisasikan temuan-temuan menarik dari narasi-narasi yang disampaikan oleh informan

berdasarkan pembagian pada penggambaran judi online yang telah dijelaskan sebelumnya. Dan juga dalam proses analisisnya, peneliti menggunakan *Reception Analysis* dengan dukungan teori *encoding/decoding* dari Stuart Hall. Dari penulisan data empiris sebagai bentuk awal dalam menganalisis, lalu melalui perbandingan pada interpretasi-interpretasi dari informan sehingga peneliti mampu menjabarkan serta menganalisis bagaimana posisi informan dalam memaknai teks media. *Decoding* diidentifikasi memiliki tiga posisi hipotesis dari *decoding* yang telah dikonstruksi (Hall, S. et al. 1980, p. 125-127; Ida, R., 2018, p. 178-179), yakni:

1) *Dominant-hegemonic position*

Di posisi ini, dijelaskan bahwa pemakna pesan atau khalayak atau *decoder* sejalan dengan konten atau *encode* yang disampaikan dan secara penuh menerima ideologi dominan yang diberikan oleh *encoder* tanpa adanya penolakan atau ketidaksetujuan. Khalayak menjelaskan kehidupan, perilaku dan pengalaman sosialnya sendiri dalam ideologi ini.

2) *Negotiated code*

Pemakna pesan atau *decoder* kemungkinan (dengan batasan tertentu) memahami apa yang telah disampaikan *encoder*, karena mencampur interpretasinya dengan pengalaman sosial tertentu. Posisinya berada di antara adaptif dan oposisi terhadap interpretasi pesan.

3) *Oppositional code*

Pada posisi ini, *decoder* tidak sejalan atau berlawanan dengan apa yang *encoder* sampaikan dan menolak untuk menerima ideologi yang telah diberikan serta menentukan *alternative frame of reference* sendiri. Tipe ini mempunyai karakteristik frustrasi daripada kenyamanan.