

Peran Media Sosial dalam Promosi Judi Online dan Implikasinya terhadap Perilaku Masyarakat: Studi Kasus di Desa Ngadi, Kota Tual

Jesica Fautngilyanan^{1*}, Damianus Fofid¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu-Ilmu Sosial (STIS) Tual, Indonesia

*Corresponding author : jessicafautngilyanan@gmail.com

Article History:

Received : 27-07-2026

Accepted : 30-08-2026

Keywords: Media Sosial; Judi Online; Komunikasi Persuasif; Perilaku Masyarakat; Literasi Digital

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi, tetapi pada saat yang sama juga dimanfaatkan sebagai saluran penyebaran promosi judi online. Fenomena tersebut menjadi persoalan sosial karena pesan promosi dapat dikemas secara persuasif sehingga berpotensi memengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam penyebaran promosi judi online serta memahami implikasinya terhadap perilaku masyarakat di Desa Ngadi, Kecamatan Pulau Dullah Utara, Kota Tual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap aparat desa, tokoh agama atau tokoh masyarakat, pengguna aktif media sosial, serta masyarakat yang pernah menerima paparan promosi judi online. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai saluran penyebaran promosi judi online melalui Facebook, Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Promosi dilakukan melalui video hiburan, tawaran bonus, testimoni kemenangan, akun anonim, tautan, pesan pribadi, dan grup komunikasi digital. Pesan tersebut menggunakan strategi persuasif yang menonjolkan keuntungan cepat, kemudahan bermain, dan gaya hidup sebagai daya tarik bagi pengguna. Paparan promosi juga berkaitan dengan perubahan respons masyarakat pada aspek kognitif, afektif, dan konatif, mulai dari munculnya persepsi bahwa judi online mudah dilakukan dan dapat menghasilkan keuntungan, ketertarikan untuk mencoba, hingga keterlibatan dalam aktivitas perjudian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan promosi judi online dan berpotensi mendorong perubahan persepsi serta perilaku masyarakat.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan mendasar terhadap cara masyarakat berkomunikasi, memperoleh informasi, membangun relasi sosial, dan mengakses berbagai layanan digital. Media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana interaksi interpersonal, tetapi telah berkembang menjadi ruang komunikasi publik yang memungkinkan informasi diproduksi, didistribusikan, dan diterima secara cepat oleh khalayak yang luas. Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, dan berbagai platform digital lainnya memungkinkan pengguna berinteraksi secara langsung tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Karakteristik tersebut menjadikan media sosial sebagai salah satu saluran

komunikasi yang memiliki kemampuan besar dalam membentuk persepsi, sikap, dan perilaku pengguna (Nasrullah, 2015; Kaplan & Haenlein, 2010).

Di samping memberikan manfaat dalam komunikasi, pendidikan, hiburan, dan aktivitas ekonomi, perkembangan media sosial juga menghadirkan tantangan berupa penyebaran berbagai konten negatif dan ilegal. Salah satu fenomena yang berkembang dalam ruang digital adalah penyebaran promosi judi online. Media sosial dapat dimanfaatkan oleh pihak tertentu untuk memperkenalkan dan menarik pengguna menuju layanan perjudian melalui berbagai bentuk pesan digital. Promosi tersebut tidak selalu disampaikan secara terbuka sebagai iklan perjudian, tetapi dapat dikemas dalam bentuk video hiburan, testimoni kemenangan, tautan, kode referral, bonus, siaran langsung, maupun konten yang menyerupai informasi atau hiburan. Penelitian mengenai promosi judi online di media sosial menunjukkan bahwa pelaku memanfaatkan karakteristik media digital untuk memperluas jangkauan pesan dan menjangkau calon pengguna secara lebih luas. Strategi tersebut dapat dilakukan melalui penggunaan konten yang menarik perhatian, penyebaran tautan, pemberian bonus, serta bentuk komunikasi digital lainnya yang memungkinkan pesan promosi tersebar secara cepat dan luas (Juanda et al., 2025).

Persoalan tersebut menjadi semakin kompleks karena pesan promosi judi online dapat menggunakan pendekatan persuasif yang menonjolkan harapan memperoleh keuntungan secara cepat. Penggunaan narasi kemenangan, hadiah, bonus, dan kemudahan akses dapat menjadi bagian dari strategi komunikasi yang dirancang untuk menarik perhatian dan meningkatkan ketertarikan pengguna terhadap layanan yang dipromosikan (Juanda et al., 2025; Senjaya et al., 2026). Penggunaan narasi kemenangan, hadiah, bonus, gaya hidup, dan kesaksian pengguna dapat membentuk persepsi bahwa perjudian merupakan aktivitas yang mudah dilakukan dan dapat memberikan keuntungan dalam waktu singkat. Penelitian mengenai promosi judi online pada ruang komentar media sosial juga menunjukkan adanya penggunaan strategi persuasif berupa klaim kemenangan, testimoni, penguatan melalui komentar pengguna lain, dan konstruksi percakapan yang menciptakan kesan autentik. Strategi tersebut dapat membuat pesan promosi terlihat lebih meyakinkan bagi pengguna media sosial.

Dalam perspektif komunikasi, proses tersebut dapat dipahami melalui Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R). Pesan yang diterima individu berfungsi sebagai stimulus yang kemudian diproses oleh individu berdasarkan pengalaman, kebutuhan, pengetahuan, dan persepsinya sebelum menghasilkan respons tertentu. Dalam konteks penelitian ini, konten promosi judi online yang diterima melalui media sosial dipandang sebagai stimulus komunikasi; masyarakat sebagai penerima pesan merupakan organism yang melakukan proses kognitif dan afektif; sedangkan respons dapat berupa perhatian, ketertarikan, rasa ingin mencoba, hingga tindakan tertentu berkaitan dengan perjudian online. Perspektif ini memungkinkan penelitian tidak hanya melihat keberadaan promosi judi online, tetapi juga memahami bagaimana pesan tersebut diterima dan dimaknai oleh masyarakat.

Selain aspek stimulus dan respons, karakteristik komunikasi media sosial memungkinkan pesan yang sama untuk diterima secara berulang melalui berbagai bentuk interaksi dan distribusi digital. Paparan berulang terhadap suatu isu dapat berkontribusi terhadap pembentukan perhatian dan persepsi khalayak terhadap isu tersebut. Konsep agenda setting yang dikembangkan dalam kajian komunikasi menjelaskan bahwa intensitas dan frekuensi pemberitaan atau penyajian suatu isu dapat memengaruhi tingkat perhatian masyarakat terhadap isu tersebut (McCombs, 2005). Dalam konteks media sosial, kemunculan

konten judi online secara berulang berpotensi membuat masyarakat semakin familiar dengan keberadaan aktivitas tersebut. Namun, dalam penelitian ini konsep tersebut digunakan sebagai perspektif pendukung, sedangkan fokus utama analisis tetap diarahkan pada proses komunikasi dan respons masyarakat terhadap promosi judi online.

Fenomena promosi judi online melalui media sosial juga memiliki konsekuensi sosial yang lebih luas. Paparan terhadap konten promosi yang menampilkan keuntungan dan kemenangan dapat membentuk persepsi yang tidak seimbang karena risiko kerugian dan dampak negatif perjudian sering kali tidak ditampilkan secara proporsional. Penelitian mengenai pengalaman masyarakat menghadapi iklan judi online di Instagram menunjukkan bahwa paparan berulang dapat berkaitan dengan munculnya rasa ingin tahu, gangguan emosional, dan proses normalisasi terhadap perjudian digital. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa keterbatasan literasi digital dapat meningkatkan kerentanan pengguna terhadap konten yang bersifat manipulatif.

Di Indonesia, penyebaran konten dan promosi perjudian melalui media elektronik juga memiliki konsekuensi hukum. Promosi perjudian melalui media sosial dapat berkaitan dengan ketentuan mengenai distribusi, transmisi, atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik yang bermuatan perjudian. Kajian terbaru mengenai pertanggungjawaban promosi judi online menegaskan bahwa penggunaan media sosial untuk menyebarkan tautan, referral, endorsement, maupun konten perjudian yang disamarkan merupakan persoalan yang tidak hanya berkaitan dengan perilaku pengguna, tetapi juga dengan tanggung jawab pihak yang mendistribusikan konten tersebut.

Meskipun penelitian mengenai judi online di Indonesia semakin berkembang, sebagian kajian masih banyak menempatkan fenomena tersebut dari perspektif hukum, kriminalitas, ekonomi, atau dampak sosial secara umum. Kajian mengenai promosi judi online melalui media sosial menunjukkan adanya persoalan yang lebih spesifik, yaitu bagaimana pesan promosi dirancang, melalui saluran apa pesan tersebut disebarkan, bagaimana masyarakat menerima pesan tersebut, dan bagaimana paparan tersebut berkaitan dengan perubahan persepsi maupun perilaku. Penelitian mengenai strategi promosi judi online di media sosial juga memperlihatkan bahwa penggunaan akun anonim, konten terselubung, influencer, tautan, dan berbagai bentuk komunikasi digital membuat proses penyebaran pesan menjadi semakin sulit dikenali dan dikendalikan.

Dalam konteks masyarakat lokal, kajian semacam ini menjadi penting karena pengalaman masyarakat terhadap media sosial dan promosi judi online tidak selalu sama antara satu wilayah dengan wilayah lainnya. Masyarakat Desa Ngadi, Kecamatan Pulau Dullah Utara, Kota Tual, merupakan bagian dari masyarakat yang menggunakan media sosial dalam aktivitas komunikasi dan interaksi sehari-hari. Berdasarkan observasi awal penelitian, promosi judi online ditemukan melalui berbagai bentuk komunikasi digital, termasuk unggahan media sosial, tautan, pesan pribadi, dan grup percakapan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana pertukaran informasi, tetapi juga dapat menjadi ruang masuknya pesan-pesan promosi perjudian ke dalam kehidupan masyarakat. Temuan awal tersebut menjadi dasar penting untuk memahami fenomena promosi judi online dalam konteks sosial masyarakat Desa Ngadi secara lebih mendalam.

Permasalahan penelitian ini tidak semata-mata terletak pada keberadaan konten judi online, tetapi pada bagaimana media sosial berfungsi sebagai saluran komunikasi yang

memungkinkan pesan promosi menyebar secara cepat, berulang, dan persuasif. Oleh karena itu, penelitian perlu melihat bentuk pesan yang digunakan, media yang menjadi saluran penyebaran, strategi komunikasi yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat, serta respons masyarakat setelah memperoleh paparan terhadap pesan tersebut. Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dipandang sesuai karena memungkinkan peneliti memahami pengalaman, persepsi, dan respons masyarakat dalam konteks kehidupan sosial yang nyata.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus terhadap proses komunikasi promosi judi online melalui media sosial dalam konteks masyarakat Desa Ngadi, Kota Tual. Penelitian tidak hanya mengidentifikasi keberadaan promosi judi online, tetapi juga menganalisis bentuk pesan, saluran penyebaran, strategi persuasif, proses penerimaan pesan, dan implikasinya terhadap perilaku masyarakat. Dengan menggunakan perspektif komunikasi, khususnya Teori S-O-R dan komunikasi persuasif, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana pesan promosi yang diterima melalui media sosial dapat diproses oleh masyarakat dan berkaitan dengan munculnya respons kognitif, afektif, maupun konatif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam penyebaran promosi judi online serta memahami implikasinya terhadap perilaku masyarakat di Desa Ngadi, Kecamatan Pulau Dullah Utara, Kota Tual. Secara khusus, penelitian ini mengkaji bentuk dan strategi promosi judi online melalui media sosial, proses penerimaan pesan oleh masyarakat, serta respons masyarakat terhadap paparan promosi tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi digital dan komunikasi persuasif sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, pemerintah desa, tokoh masyarakat, lembaga pendidikan, dan masyarakat dalam meningkatkan literasi digital serta mencegah penyebaran promosi judi online di lingkungan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena penyebaran promosi judi online melalui media sosial serta implikasinya terhadap perilaku masyarakat dalam konteks kehidupan sehari-hari. Metode studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada fenomena tertentu dalam konteks yang spesifik, yaitu masyarakat Desa Ngadi, Kecamatan Pulau Dullah Utara, Kota Tual, Provinsi Maluku.

Pemilihan Desa Ngadi sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari aktivitas komunikasi dan interaksi masyarakat, sementara promosi judi online juga ditemukan beredar melalui berbagai platform media sosial. Fokus penelitian diarahkan pada bentuk dan saluran penyebaran promosi judi online, strategi komunikasi yang digunakan, serta respons dan perubahan perilaku masyarakat setelah memperoleh paparan terhadap konten tersebut.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan dan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Informan terdiri atas unsur pemerintah atau aparat desa, tokoh agama atau tokoh masyarakat, pengguna aktif media sosial, serta masyarakat yang pernah menerima atau melihat promosi judi online melalui media sosial. Pemilihan informan dilakukan dengan mempertimbangkan pengetahuan, pengalaman, dan relevansi informasi yang dimiliki terhadap fenomena yang

diteliti. Untuk menjaga kerahasiaan identitas, nama informan tidak dicantumkan dalam penyajian hasil penelitian dan digantikan dengan kode tertentu.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman masyarakat dalam menggunakan media sosial, bentuk promosi judi online yang pernah ditemukan, platform yang digunakan sebagai media penyebaran, cara masyarakat menerima dan memahami pesan promosi, serta respons yang muncul setelah terpapar konten tersebut. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman pertanyaan yang disesuaikan dengan fokus penelitian, sehingga informan memiliki kesempatan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih luas.

Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi sosial masyarakat serta pola penggunaan media sosial yang berkaitan dengan fenomena promosi judi online. Observasi diarahkan pada bentuk komunikasi digital, penyebaran informasi, serta respons masyarakat terhadap konten yang berkaitan dengan promosi judi online. Selain itu, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung penelitian, berupa catatan lapangan dan dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian. Dokumentasi yang digunakan tetap memperhatikan aspek etika dan kerahasiaan identitas masyarakat.

Data dianalisis secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan mengelompokkan informasi hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi berdasarkan tema penelitian. Data kemudian dikategorikan ke dalam beberapa tema utama, yaitu media sosial sebagai saluran penyebaran promosi, bentuk dan strategi promosi judi online, komunikasi persuasif, respons masyarakat, serta implikasi terhadap perilaku masyarakat.

Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan secara sistematis dalam bentuk uraian deskriptif dan pernyataan informan. Penyajian data dilakukan berdasarkan tema agar pola penyebaran promosi, proses penerimaan pesan, dan respons masyarakat dapat dipahami secara lebih jelas. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan pola dan temuan yang diperoleh dari keseluruhan data penelitian. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan menggunakan perspektif Teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R) dan komunikasi persuasif untuk menjelaskan hubungan antara paparan pesan promosi, proses penerimaan pesan oleh masyarakat, dan respons perilaku yang muncul.

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai kelompok informan, seperti aparat desa, tokoh agama atau tokoh masyarakat, pengguna aktif media sosial, dan masyarakat yang pernah menerima paparan promosi judi online. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Langkah tersebut dilakukan untuk meningkatkan kredibilitas data dan memastikan bahwa temuan penelitian menggambarkan fenomena yang diteliti secara konsisten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam promosi judi online serta implikasinya terhadap perilaku masyarakat di Desa Ngadi, Kota Tual. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data penelitian diperoleh

melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap beberapa informan yang terdiri dari aparat pemerintah desa, tokoh masyarakat, pengguna aktif media sosial, serta masyarakat yang pernah mendapatkan paparan promosi judi online.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, ditemukan bahwa perkembangan teknologi komunikasi digital telah memberikan perubahan terhadap pola interaksi masyarakat Desa Ngadi. Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat sebagai sarana komunikasi, memperoleh informasi, hiburan, serta membangun hubungan sosial. Namun, perkembangan tersebut juga membawa konsekuensi berupa munculnya penyebaran berbagai konten negatif, salah satunya promosi judi online.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang cukup besar dalam memperluas jangkauan penyebaran informasi mengenai judi online. Media sosial tidak secara langsung menjadi penyelenggara aktivitas perjudian, tetapi berfungsi sebagai saluran komunikasi dan distribusi pesan yang digunakan oleh pihak tertentu untuk memperkenalkan, menarik perhatian, dan membangun kepercayaan calon pengguna terhadap layanan judi online.

1. Media Sosial sebagai Saluran Penyebaran Promosi Judi Online

Berdasarkan hasil wawancara, platform media sosial yang paling sering digunakan masyarakat dan menjadi media penyebaran promosi judi online adalah Facebook, Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Facebook menjadi salah satu media yang paling dominan karena memiliki karakteristik komunikasi yang memungkinkan informasi menyebar secara cepat melalui fitur berbagi (*share*), grup komunitas, halaman publik, dan jaringan pertemanan.

Beberapa informan menjelaskan bahwa mereka pertama kali mengetahui keberadaan judi online bukan melalui pencarian langsung, tetapi melalui konten yang muncul pada beranda media sosial, tautan yang dibagikan oleh pengguna lain, maupun pesan pribadi melalui aplikasi komunikasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa penyebaran promosi judi online berlangsung melalui mekanisme komunikasi digital yang bersifat jaringan (*network communication*), di mana satu pesan dapat diteruskan oleh banyak pengguna sehingga jangkauan informasi semakin luas.

Media sosial memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda dibandingkan media konvensional. Informasi yang disebarkan melalui media sosial dapat diterima secara cepat, bersifat interaktif, dan memungkinkan pengguna memberikan respons secara langsung. Karakteristik tersebut menjadikan media sosial sebagai ruang yang efektif bagi penyebaran pesan promosi, termasuk pesan yang mengandung unsur perjudian.

2. Bentuk dan Strategi Promosi Judi Online melalui Media Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi judi online dilakukan dengan berbagai strategi komunikasi yang dirancang agar tidak terlihat secara langsung sebagai aktivitas perjudian. Konten promosi umumnya dikemas dalam bentuk:

a. Video pendek dan konten hiburan

Promosi judi online sering disisipkan melalui video yang menampilkan keberhasilan pemain, jumlah kemenangan besar, atau gaya hidup mewah. Konten tersebut dibuat sedemikian rupa agar terlihat menarik dan mampu menciptakan rasa penasaran bagi pengguna media sosial.

b. Pemberian bonus dan keuntungan instan

Salah satu strategi yang paling sering digunakan adalah menawarkan bonus pendaftaran, bonus deposit, hadiah tambahan, dan peluang memperoleh keuntungan besar dalam waktu singkat. Strategi tersebut dapat menarik perhatian pengguna yang memiliki harapan memperoleh keuntungan secara cepat.

3. Testimoni Keberhasilan Pengguna

Promosi judi online sering menampilkan cerita atau bukti kemenangan seseorang sebagai bentuk legitimasi bahwa aktivitas tersebut dapat memberikan keuntungan. Namun, informasi tersebut biasanya hanya menampilkan sisi keberhasilan tanpa memperlihatkan risiko kerugian yang dialami pengguna.

4. Pemanfaatan Akun Anonim dan Identitas Palsu

Penelitian menemukan bahwa beberapa promosi menggunakan akun yang tidak jelas identitasnya atau memanfaatkan gambar maupun nama tertentu untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku promosi menggunakan strategi komunikasi yang berorientasi pada manipulasi persepsi pengguna.

5. Penyebaran melalui Grup Komunikasi Digital

Selain melalui unggahan terbuka, promosi judi online juga ditemukan melalui grup WhatsApp, pesan pribadi, dan komunitas daring tertentu. Pola komunikasi tertutup tersebut membuat penyebaran informasi lebih sulit dikontrol.

6. Media Sosial sebagai Instrumen Komunikasi Persuasif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi judi online tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menggunakan pendekatan komunikasi persuasif untuk memengaruhi masyarakat. Pesan yang disampaikan tidak sekadar menjelaskan keberadaan platform judi online, tetapi berusaha membentuk keyakinan bahwa aktivitas tersebut mudah dilakukan dan dapat memberikan keuntungan ekonomi. Beberapa bentuk pesan persuasif yang ditemukan antara lain: "Menang besar dalam waktu singkat"; "Bonus pengguna baru"; "Kesempatan mendapatkan uang tambahan"; "Permainan mudah dengan peluang menang tinggi", dan pesan tersebut dirancang untuk menarik perhatian (*attention*), membangun ketertarikan (*interest*), menciptakan keinginan (*desire*), hingga mendorong tindakan (*action*).

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah mengalami pergeseran fungsi, yaitu tidak hanya sebagai media komunikasi dan pertukaran informasi, tetapi juga menjadi ruang penyebaran pesan-pesan yang bersifat persuasif. Dalam konteks promosi judi online, media sosial menjadi saluran komunikasi yang memungkinkan pesan perjudian menjangkau masyarakat secara cepat, luas, dan berulang.

Temuan penelitian dapat dianalisis menggunakan kerangka Stimulus–Organism–Response (S-O-R) yang dikembangkan oleh Mehrabian dan Russell (1974). Kerangka ini menjelaskan bahwa stimulus yang berasal dari lingkungan dapat memengaruhi kondisi internal individu, baik pada aspek kognitif maupun afektif, yang selanjutnya dapat menghasilkan respons tertentu. Dalam perkembangannya, kerangka S-O-R banyak digunakan untuk menjelaskan bagaimana rangsangan eksternal diproses oleh individu sebelum menghasilkan respons psikologis maupun perilaku.

Dalam konteks penelitian ini, stimulus (S) berupa konten promosi judi online yang diterima masyarakat melalui media sosial. Stimulus tersebut dapat berupa video, tautan, tawaran bonus, testimoni kemenangan, pesan pribadi, maupun bentuk komunikasi digital lainnya yang dirancang untuk menarik perhatian pengguna. Karakteristik pesan yang menonjolkan keuntungan, kemudahan bermain, dan pengalaman kemenangan dapat menjadi rangsangan eksternal yang diterima oleh pengguna media sosial.

Selanjutnya, organism (O) merujuk pada proses internal yang berlangsung pada diri masyarakat setelah menerima stimulus. Proses tersebut mencakup perhatian, persepsi, penilaian, rasa ingin tahu, ketertarikan, serta pertimbangan terhadap pesan promosi yang diterima. Respons terhadap stimulus tidak selalu sama karena dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, lingkungan sosial, serta kemampuan individu dalam memahami dan mengevaluasi informasi digital. Dengan demikian, paparan terhadap pesan promosi tidak secara otomatis menghasilkan perilaku yang sama pada setiap individu.

Tahap berikutnya adalah response (R), yaitu respons yang muncul setelah individu menerima dan memproses stimulus. Dalam penelitian ini, respons dapat terlihat pada aspek kognitif, afektif, dan konatif. Pada aspek kognitif, masyarakat memperoleh pengetahuan atau membentuk persepsi mengenai judi online. Pada aspek afektif, dapat muncul rasa tertarik, penasaran, atau ketertarikan terhadap keuntungan yang ditawarkan dalam promosi. Sementara itu, pada aspek konatif, respons dapat berupa keinginan untuk mengakses informasi lebih lanjut, membuka tautan, mencoba, atau terlibat dalam aktivitas judi online.

Dengan demikian, kerangka S-O-R membantu menjelaskan bahwa promosi judi online melalui media sosial tidak hanya berkaitan dengan penyebaran pesan, tetapi juga dengan proses penerimaan dan pengolahan pesan oleh masyarakat sebelum munculnya respons tertentu. Temuan penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pesan promosi yang persuasif dapat menjadi stimulus yang menarik perhatian, kemudian diproses berdasarkan persepsi dan pengalaman individu, serta berpotensi menghasilkan respons yang berbeda-beda. Kerangka ini sekaligus menegaskan bahwa respons masyarakat terhadap promosi judi online tidak dapat dilepaskan dari proses internal penerima pesan.

Selain itu, temuan penelitian memperlihatkan bahwa promosi judi online menggunakan strategi komunikasi persuasif yang kuat. Pesan promosi tidak hanya menyampaikan informasi mengenai keberadaan judi online, tetapi juga membangun persepsi tertentu melalui penggunaan simbol keberhasilan, keuntungan finansial, dan kemudahan memperoleh uang. Penggunaan testimoni kemenangan, bonus, dan tampilan gaya hidup mewah merupakan bentuk persuasi yang bertujuan memengaruhi aspek emosional pengguna.

Dalam perspektif Teori Komunikasi Persuasif, keberhasilan suatu pesan dalam memengaruhi khalayak dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator, daya tarik pesan, serta kemampuan pesan memenuhi kebutuhan audiens. Pada kasus promosi judi online, pelaku memanfaatkan strategi tersebut melalui penggunaan akun populer, bahasa yang menarik, serta penyajian konten yang memberikan harapan memperoleh keuntungan secara cepat.

Temuan penelitian juga menunjukkan adanya implikasi terhadap perilaku masyarakat akibat paparan promosi judi online. Perubahan tersebut dapat dilihat dari tiga aspek. Pertama, aspek kognitif, yaitu perubahan cara pandang masyarakat yang mulai menganggap judi online sebagai aktivitas yang mudah dilakukan dan memiliki peluang ekonomi. Kedua, aspek afektif, yaitu munculnya ketertarikan emosional akibat melihat konten kemenangan dan keuntungan

yang ditampilkan. Ketiga, aspek perilaku (*konatif*), yaitu munculnya keinginan untuk mengakses informasi lebih lanjut, membuka tautan, mencoba, atau terlibat dalam aktivitas perjudian online.

Fenomena tersebut juga dapat dijelaskan melalui Teori Agenda Setting yang dikembangkan oleh McCombs dan Shaw. Teori ini menjelaskan bahwa media memiliki kemampuan dalam menentukan isu yang dianggap penting oleh masyarakat melalui intensitas dan frekuensi penyebaran informasi. Dalam penelitian ini, kemunculan konten judi online secara berulang di media sosial menyebabkan sebagian masyarakat mulai menganggap aktivitas tersebut sebagai sesuatu yang biasa ditemukan dalam kehidupan digital.

Selain membentuk perhatian masyarakat, media sosial juga melakukan proses *framing* terhadap judi online. Konten promosi cenderung menampilkan sisi positif seperti kemenangan, keuntungan, dan kemudahan memperoleh uang, sementara risiko negatif seperti kerugian ekonomi, kecanduan, dan konsekuensi hukum tidak ditampilkan. Akibatnya, masyarakat dapat menerima pesan yang tidak seimbang dan membangun persepsi yang keliru terhadap aktivitas perjudian online. Dari perspektif sosial, Kondisi tersebut secara teoritis berpotensi menimbulkan masalah ekonomi keluarga, meningkatnya perilaku konsumtif, konflik sosial, serta menurunnya produktivitas masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini memperlihatkan bahwa media sosial memiliki peran yang kompleks dalam fenomena judi online. Di satu sisi, media sosial menjadi sarana komunikasi yang memberikan kemudahan akses informasi, tetapi di sisi lain dapat menjadi ruang penyebaran konten ilegal yang memengaruhi perilaku masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi digital, edukasi masyarakat, serta kerja sama antara pemerintah, aparat penegak hukum, tokoh masyarakat, dan lembaga pendidikan untuk mencegah penyalahgunaan media sosial sebagai sarana promosi judi online.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam memperluas penyebaran promosi judi online di masyarakat Desa Ngadi, Kecamatan Pulau Dullah Utara, Kota Tual. Karakteristik media sosial yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, luas, interaktif, dan berulang menjadikannya sebagai saluran yang efektif bagi penyebaran berbagai bentuk promosi judi online. Promosi ditemukan melalui berbagai bentuk konten dan interaksi digital, seperti video, tautan, tawaran bonus, testimoni kemenangan, pesan pribadi, serta grup komunikasi di media sosial.

Promosi judi online tidak hanya mengandalkan penyampaian informasi, tetapi juga memanfaatkan strategi komunikasi persuasif dengan menonjolkan keuntungan yang cepat, kemudahan bermain, bonus, serta gambaran keberhasilan atau kemenangan. Pesan-pesan tersebut dapat menarik perhatian dan membentuk persepsi tertentu pada pengguna media sosial. Dalam perspektif Stimulus–Organism–Response (S-O-R), konten promosi berperan sebagai stimulus yang diterima masyarakat, kemudian diproses melalui aspek kognitif dan afektif, sehingga dapat memunculkan respons berupa ketertarikan, rasa ingin mencoba, maupun kecenderungan untuk mengakses atau terlibat dalam aktivitas judi online.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa paparan terhadap promosi judi online memiliki implikasi terhadap perilaku masyarakat, khususnya ketika pesan promosi diterima secara berulang dan dikemas secara menarik atau meyakinkan. Respons masyarakat tidak

bersifat seragam, karena dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, persepsi, lingkungan sosial, dan kemampuan dalam menyaring informasi digital. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya literasi digital sebagai salah satu aspek yang dapat membantu masyarakat mengenali, mengevaluasi, dan menyikapi konten promosi judi online secara lebih kritis.

Dengan demikian, persoalan promosi judi online melalui media sosial tidak hanya berkaitan dengan keberadaan konten perjudian, tetapi juga dengan proses komunikasi yang memungkinkan pesan tersebut diterima, dimaknai, dan berpotensi memengaruhi respons masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan upaya pencegahan yang dilakukan secara kolaboratif melalui peningkatan literasi digital, edukasi masyarakat, penguatan pengawasan terhadap penyebaran konten digital, serta keterlibatan pemerintah, tokoh masyarakat, keluarga, dan lembaga pendidikan. Upaya tersebut penting untuk membangun kemampuan masyarakat dalam mengenali dan menolak pesan promosi judi online serta mengurangi potensi dampak negatifnya terhadap kehidupan sosial masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amelia, D. (2022). Persepsi masyarakat tentang judi online di kalangan remaja. *Jurnal Psikologi Sosial*, 6(2), 33–47.
- [2] Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299.
- [3] Hidayat, A. (2023). Peran media sosial dalam menyebarkan informasi ilegal. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 33–41.
- [4] Indriani, M. (2022). *Perilaku Konsumen Digital dalam Era Media Sosial*. Prenadamedia Group.
- [5] Juanda, M. R., Sambodo, U. P., & Suryatama, K. (2025). “You must try it”: A forensic linguistics analysis of online gambling promotions in social media comment sections. *CaLLs (Journal of Culture, Arts, Literature, and Linguistics)*, 11, Article 27. <https://doi.org/10.30872/calls.v11i0.22636>
- [6] Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- [7] McCombs, M. E. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543–557.
- [8] Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). The basic emotional impact of environments. *Perceptual and Motor Skills*, 38(1), 283–301. <https://doi.org/10.2466/pms.1974.38.1.283>
- [9] Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- [10] Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- [11] Nurhadi, M. (2021). Kriminalitas digital: Studi kasus judi online. *Jurnal Kriminologi Indonesia*, 3(2), 88–97.
- [12] Oktaviani, T., & Hidayat, R. (2020). Eksposur judi online dan pengaruhnya terhadap remaja. *Jurnal Media dan Masyarakat*, 6(1), 19–30.
- [13] Putri, L. A. (2022). Media sosial dan perubahan perilaku konsumen. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 3(1), 51–60.

- [14] Senjaya, G., Mujiyanto, H., & Husnusyifa, A. (2026). Pengalaman masyarakat dalam menghadapi maraknya iklan judi online di Instagram. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, 8(1), 239–252.
- [15] Setiawan, A. (2022). *Literasi Digital untuk Masyarakat Desa*. Unair Press.
- [16] Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- [17] Syamsuddin, A. (2023). Regulasi judi online dalam perspektif hukum Indonesia. *Jurnal Hukum Siber*, 4(2), 44–59.
- [18] Tambunan, D. (2022). Analisis tren judi online di kalangan mahasiswa. *Jurnal Penelitian Sosial*, 6(1), 99–112.
- [19] Utami, D. (2021). Promosi terselubung judi online di YouTube. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 10(2), 120–134.
- [20] Wardhani, I. (2022). Pengaruh media sosial terhadap perubahan perilaku remaja. *Jurnal Sosiologi Pendidikan*, 8(3), 145–159.
- [21] Wibowo, S. (2023). Strategi iklan judi online dan penanggulangannya. *Jurnal Hukum dan Komunikasi*, 5(1), 55–70.
- [22] Wirasakti, D. (2023). *Media Sosial dan Kriminalitas Digital*. Unesa Press.