

Strategi Visual dan Pesan Persuasif dalam Iklan Judi Online di Instagram

Fajri Wicaksana

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya
Jl. Cendrawasih Raya Blok B7/P, Sawah Baru, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15413, Indonesia
fajri.wicaksana@student.upj.ac.id

Received 7 Januari 2025, Revised 25 Januari 2025, Accepted 2 Februari 2025

Abstract — *The phenomenon of online gambling ads on social media, particularly Instagram is becoming increasingly concerning as their penetration and frequency rise. These ads often emphasize ease and quick profits, making them attractive to adolescents and young adults. This study aims to analyze the visual strategies and persuasive messages used in online gambling ads on Instagram. A descriptive qualitative approach was employed, analyzing the visual content and messages in online gambling ads on the Instagram platform. The findings reveal that visual strategies such as using bright colors, interactive elements, and messages emphasizing quick and easy profits are highly effective in capturing attention and generating interest among users. These ads have the potential to influence users' behavior towards engaging in online gambling. The findings highlight the need for stricter regulations in controlling the spread of online gambling ads on social media, particularly those targeting adolescents and young adults. This study also emphasizes the need for a more comprehensive approach to raise public awareness about the dangers of online gambling, especially among youth.*

Keywords: *Online Gambling Ads, Social Media, Instagram, Persuasive Messages, Visual Strategies*

Abstrak — Fenomena iklan judi *online* di media sosial, khususnya di Instagram, semakin mengkhawatirkan seiring dengan meningkatnya penetrasi dan frekuensinya. Iklan-iklan ini sering kali menonjolkan kemudahan dan keuntungan cepat yang dapat diperoleh, yang membuatnya menarik bagi remaja dan dewasa muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi visual dan pesan persuasif yang digunakan dalam iklan judi *online* di Instagram. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis terhadap konten visual dan pesan yang terkandung dalam iklan judi *online* yang ditemukan di platform Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi visual seperti penggunaan warna cerah, elemen interaktif, dan pesan yang menekankan pada keuntungan cepat dan mudah sangat efektif dalam menarik perhatian dan membangkitkan minat pengguna. Iklan-iklan tersebut berpotensi mempengaruhi perilaku pengguna untuk terlibat dalam perjudian online. Temuan ini mengindikasikan pentingnya regulasi yang lebih ketat dalam mengendalikan penyebaran iklan judi *online* di media sosial, khususnya yang dapat menjangkau kalangan remaja dan dewasa muda. Penelitian ini juga menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih komprehensif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya judi *online*, terutama di kalangan remaja.

Kata Kunci: Iklan Judi *online*, Media Sosial, Instagram, Pesan Persuasif, Strategi Visual

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital, terutama melalui internet dan media sosial, telah membawa dampak besar terhadap kehidupan masyarakat Indonesia. Saat ini, hampir seluruh segmen populasi Indonesia terhubung dengan internet, yang membuka akses tanpa batas ke berbagai informasi dan platform digital. Dengan lebih dari 212 juta pengguna internet dan 167 juta pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2023, penetrasi digital semakin tinggi, menciptakan peluang baru sekaligus tantangan (Kemp, 2023). Banyak pengguna internet yang melakukan *real money trading* (RMT) dalam aktivitasnya (Kristanto, 2012), hal ini membawa berbagai dampak baik positif maupun negatif. Salah satu dampak negatif yang muncul dari pesatnya perkembangan dunia digital adalah maraknya fenomena judi *online*, yang kini menjadi masalah sosial yang memprihatinkan, terutama di kalangan anak muda.

Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) mencatat bahwa pada semester pertama tahun 2024, transaksi judi *online* mencapai angka Rp174 triliun dan terus meningkat hingga mencapai Rp283 triliun pada semester kedua tahun yang sama. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa judi *online* telah menjadi industri yang menggiurkan dengan perputaran uang yang masif dan mencakup segmen masyarakat yang luas. Menurut PPATK, sebagian besar pelaku judi *online* berasal dari kalangan masyarakat bawah, dengan mayoritas

pemain berusia muda, di mana sekitar 80% dari total 8,8 juta pemain judi *online* adalah individu yang terbelang masih muda dan rentan terhadap pengaruh sosial (CNN Indonesia, 2024)

Fenomena ini semakin diperburuk dengan adanya penetrasi iklan judi *online* yang agresif di platform media sosial, terutama di Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok. Iklan-iklan judi *online* tidak hanya muncul di beranda atau di antara konten yang kita konsumsi, tetapi juga secara langsung disesuaikan dengan preferensi pengguna melalui algoritma *targeting* iklan yang canggih. Informasi pribadi pengguna, seperti usia, lokasi, interaksi sebelumnya, dan histori pencarian, digunakan untuk menampilkan iklan yang relevan, membuatnya sangat efektif dalam menarik perhatian, bahkan bagi mereka yang tidak mencari atau tertarik dengan konten judi *online* (Indrawan, 2024).

Terpapar iklan judi *online* di media sosial dapat mempengaruhi minat untuk bermain judi *online*, terutama ketika iklan tersebut intens dan berulang. Iklan yang menekankan keuntungan finansial dengan cara yang mudah dan cepat lebih efektif dalam menarik perhatian pengguna media sosial. Hal ini sesuai dengan teori Strong Effects, yang menyatakan bahwa pesan iklan yang terus menerus dapat mempengaruhi perilaku individu. Dalam konteks ini, dampak buruk dari judi *online* semakin membayangi generasi muda yang semakin rentan terhadap pengaruh iklan tersebut (Yusuf Akbar et al., 2024)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh LKDI pada November 2023, sebanyak 82% responden pengguna internet Indonesia mengaku terpapar iklan judi *online*, dengan 46% di antaranya sering melihat iklan tersebut di Instagram. Data ini menunjukkan tingginya paparan iklan judi *online*, khususnya di kalangan generasi muda. Survei juga mengungkapkan bahwa jenis iklan judi *online* yang paling banyak dilihat adalah slot (80%), domino (59%), dan poker (48%). Dari total responden, sekitar 3,29 juta orang terbujuk oleh iklan tersebut dan terlibat dalam perjudian online dengan nilai transaksi yang mencapai Rp327 triliun pada tahun 2023 angka yang meningkat pesat dibandingkan tahun sebelumnya (Ananda, 2024).

Mengingat dampak yang ditimbulkan oleh judi *online* terhadap masyarakat, terutama kalangan remaja, peran media sosial sebagai kanal distribusi iklan menjadi isu yang perlu mendapat perhatian serius. Lembaga Konsumen Digital Indonesia (LKDI) telah mendesak pemerintah untuk mengambil langkah tegas dalam menghentikan penayangan iklan judi *online* di platform media sosial, yang dianggap sebagai pintu masuk utama dalam menjaring konsumen potensial, khususnya di kalangan Gen Z dan milenial. Mengingat pengguna media sosial di Indonesia yang sangat besar, yaitu 125 juta pengguna Facebook dan hampir 100 juta pengguna Instagram, potensi dampak negatif dari iklan judi *online* sangat besar (Ananda, 2024)

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai fenomena iklan judi *online* di Instagram, khususnya terkait dengan strategi visual dan pesan persuasif yang digunakan dalam iklan tersebut. Analisis ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana iklan judi *online* mempengaruhi audiensnya, serta bagaimana strategi ini dapat dimanfaatkan dalam upaya pencegahan dan edukasi terhadap bahaya judi *online* di kalangan remaja. Dengan memahami teknik dan dampak dari iklan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk melindungi remaja dari pengaruh negatif judi *online*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode **kualitatif deskriptif** untuk menganalisis fenomena iklan judi *online* yang muncul di media sosial Instagram. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam mengenai elemen-elemen visual dan pesan persuasif yang digunakan dalam iklan tersebut, serta untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di platform digital ini. Fokus utama dari penelitian ini

adalah untuk memahami bagaimana desain visual dan strategi komunikasi dalam iklan judi *online* dapat mempengaruhi audiens, terutama remaja.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh melalui observasi langsung terhadap iklan judi *online* yang muncul di Instagram. Observasi dilakukan dalam kurun waktu tertentu untuk mengumpulkan berbagai jenis iklan yang relevan, baik yang berupa gambar, video, maupun elemen desain lainnya. Proses observasi mencakup pengamatan terhadap iklan-iklan judi *online* yang muncul di berbagai fitur Instagram, seperti feed, stories, dan reels. Setiap iklan yang ditemukan kemudian dicatat elemen-elemen visual yang digunakan, termasuk warna, tipografi, gambar, serta simbol-simbol yang muncul, yang memiliki potensi untuk menarik perhatian audiens. Setiap iklan yang diamati didokumentasikan melalui tangkapan layar (screenshot) yang akan digunakan sebagai data untuk analisis lebih lanjut.

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan dengan cara mengkategorikan elemen-elemen visual yang ada dalam iklan, seperti warna dominan, jenis tipografi, serta gambar atau simbol yang digunakan. Kategorisasi ini bertujuan untuk memahami pola-pola desain yang digunakan dalam iklan judi *online*, serta untuk mengidentifikasi pesan-pesan persuasif yang disampaikan dalam iklan tersebut. Dalam analisis ini, pesan persuasif yang dimaksud mencakup ajakan langsung, penggunaan bonus atau promo, serta testimonial yang terkadang digunakan untuk meningkatkan kredibilitas iklan. Selanjutnya, data yang terkumpul diinterpretasikan untuk melihat dampaknya terhadap audiens remaja, yang merupakan target utama iklan judi *online* di Instagram.

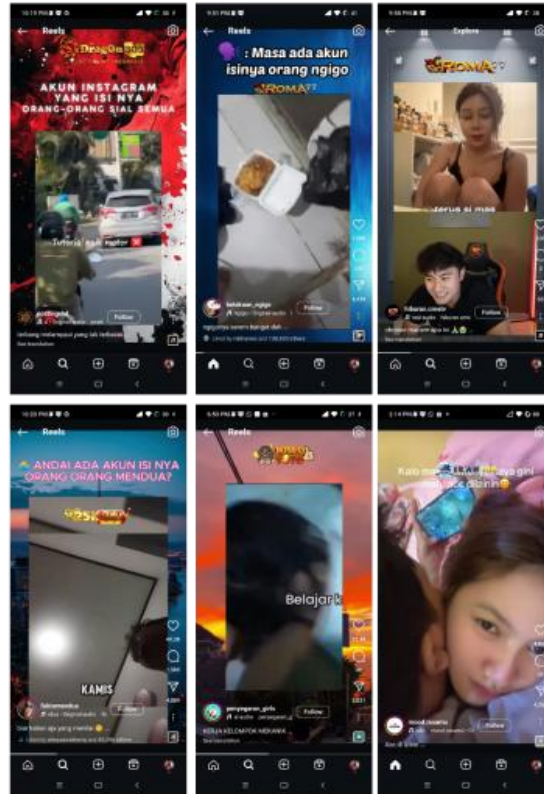
Penelitian ini memiliki batasan, yaitu hanya berfokus pada iklan judi *online* yang muncul di Instagram dan tidak mencakup platform media sosial lainnya. Selain itu, penelitian ini hanya mengandalkan data primer yang diperoleh melalui observasi visual, tanpa melibatkan wawancara atau pengumpulan data sekunder dari literatur.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi visual terhadap iklan judi *online* di Instagram, ditemukan tiga kategori utama yang digunakan untuk mempromosikan layanan perjudian. Masing-masing kategori memiliki karakteristik spesifik, baik dari segi strategi penyampaian pesan maupun elemen visual yang digunakan. Secara keseluruhan, terdapat 36 iklan yang diidentifikasi dan dikelompokkan ke dalam kategori berikut:

1. Iklan Judi sebagai Watermark atau Endorse dari Akun Meme/Repost

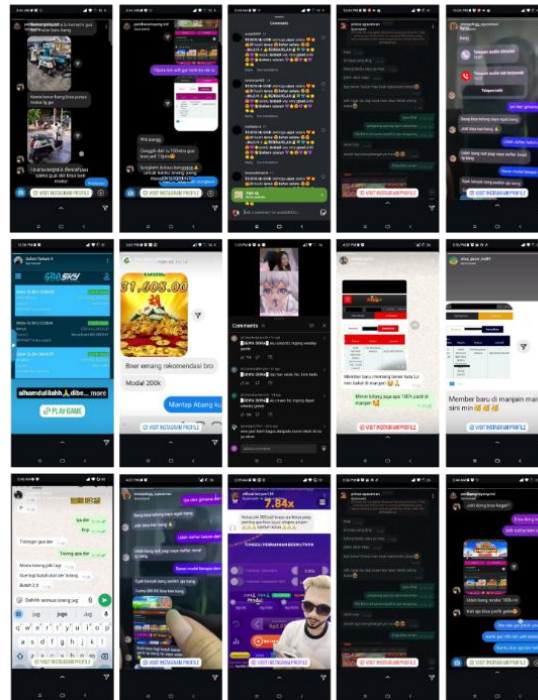
Sebanyak enam iklan judi *online* yang diamati termasuk dalam kategori iklan terselubung yang disisipkan dalam konten akun meme atau repost dengan jumlah pengikut yang besar. Strategi ini memanfaatkan popularitas akun-akun tersebut untuk menyisipkan iklan perjudian dalam bentuk *watermark* kecil yang ditempatkan di pojok gambar atau video, sering kali pada bagian bawah konten humor atau viral. Pendekatan ini membuat iklan tidak mencolok dan sulit diidentifikasi sebagai iklan eksplisit, sehingga dapat menghindari regulasi ketat dari platform Instagram. Dengan metode ini, iklan dapat menjangkau audiens secara organik tanpa langsung terdeteksi sebagai promosi perjudian. Pengguna yang mengonsumsi konten ringan dan humor sering kali tidak menyadari bahwa mereka sedang terpapar iklan judi, menjadikan strategi ini efektif dalam memperluas jangkauan tanpa menimbulkan kecurigaan atau resistensi dari audiens maupun pihak pengelola platform.



Gambar 1 Iklan Judi Sebagai Watermark

2. Iklan Judi dengan Tipe Testimoni

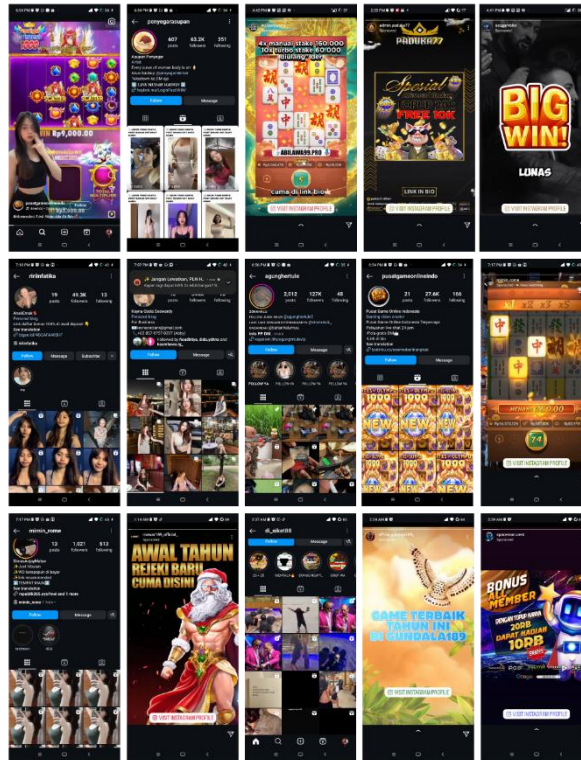
Sebanyak 15 iklan judi online yang diamati termasuk dalam kategori iklan bertipe testimoni, menjadikannya salah satu strategi yang paling sering digunakan dalam promosi perjudian daring. Iklan dalam kategori ini biasanya menampilkan tangkapan layar percakapan WhatsApp atau bukti transfer hasil withdraw pemain, yang disertai dengan pesan persuasif seperti “Buktikan sekarang!” atau “Withdraw cepat dan aman.” Strategi ini dirancang untuk menciptakan kesan autentik dan membangun kepercayaan di kalangan audiens, meskipun banyak dari testimoni tersebut diduga merupakan manipulasi atau sekadar gimmick pemasaran. Penggunaan bukti transfer dan percakapan palsu bertujuan untuk menarik perhatian individu yang rentan terhadap iming-iming keuntungan instan. Pendekatan ini memanfaatkan konsep *social proof*, di mana keberhasilan yang ditampilkan oleh orang lain digunakan sebagai daya tarik utama untuk mempengaruhi calon pemain agar tertarik mencoba perjudian online. Dengan demikian, strategi ini tidak hanya memanipulasi persepsi pengguna mengenai kredibilitas layanan judi online, tetapi juga berkontribusi dalam membangun ilusi keuntungan mudah yang dapat mendorong perilaku impulsif di kalangan audiens, terutama remaja dan dewasa muda.



Gambar 2 Iklan Judi Testimoni

3. Iklan Judi dengan Desain Visual yang Menarik Perhatian

Sebanyak 15 iklan judi *online* yang diamati termasuk dalam kategori iklan dengan desain visual yang menarik perhatian. Iklan-iklan ini dirancang dengan elemen visual yang mencolok untuk memaksimalkan daya tariknya di tengah padatnya arus konten main di Instagram. Beberapa karakteristik utama dari strategi ini meliputi penggunaan warna terang seperti merah, kuning, dan oranye, yang secara dominan menciptakan kesan energik dan mendesak. Selain itu, teks mencolok dengan kata-kata seperti “MENANG!”, “WIN!”, atau “JACKPOT” ditampilkan dalam ukuran besar untuk memperkuat pesan kemenangan dan menarik perhatian pengguna dalam waktu singkat. Salah satu strategi lain yang sering digunakan adalah penggunaan visual perempuan seksi sebagai *cover reels* atau *thumbnail*. Namun, setelah iklan diklik, kontennya sering kali tidak relevan dengan gambar awal yang ditampilkan. Strategi ini menunjukkan adanya eksploitasi elemen visual dan psikologis yang bertujuan untuk memanipulasi audiens, terutama dalam membangun kesan kemenangan instan dan daya tarik emosional, sehingga meningkatkan peluang pengguna untuk tertarik dan berinteraksi dengan iklan tersebut.



Gambar 3 Iklan Judi dengan Visual Menarik

Pembahasan Temuan

Ketiga kategori ini menunjukkan bagaimana iklan judi *online* memanfaatkan elemen teknis, visual, dan psikologis untuk menjangkau audiens secara efektif, meskipun sering kali melanggar kebijakan platform Instagram.

Strategi *watermark* menunjukkan upaya untuk memanfaatkan konten viral sebagai media distribusi yang terselubung, sehingga sulit dikenali oleh algoritma pengawas. Strategi testimoni menonjolkan unsur kepercayaan sosial melalui manipulasi bukti kesuksesan, sedangkan strategi visual menggunakan elemen desain yang mencolok untuk menarik perhatian audiens yang rentan, terutama remaja.

Dari sudut pandang desain komunikasi visual, penggunaan warna terang dan elemen mencolok selaras dengan teori bahwa warna dapat memengaruhi emosi dan perhatian audiens (Lidwell et al., 2010). Hal ini selaras dengan pernyataan Kristanto et al. (2020) tentang penggunaan warna kontras dalam desain untuk menunjukkan penekanan visual pada sebuah pesan. Sementara itu, penggunaan perempuan seksi sebagai pemikat visual juga memanfaatkan daya tarik seksual untuk meningkatkan klik, meskipun sering kali tidak relevan dengan konten yang sebenarnya.

Ketiga strategi ini, meskipun efektif dalam menarik perhatian, memiliki dampak yang signifikan terhadap audiens. Iklan-iklan ini tidak hanya menyesatkan tetapi juga berpotensi mendorong perilaku berisiko, terutama di kalangan remaja yang rentan terhadap iming-iming keuntungan instan. Selain itu, iklan ini juga mencerminkan pelanggaran terhadap kebijakan Instagram, yang melarang promosi konten perjudian secara eksplisit.

Dampak

Terpaan iklan judi *online* di media sosial dapat memiliki dampak psikologis yang signifikan terhadap remaja dan dewasa muda. Iklan yang menonjolkan kemudahan bermain dan keuntungan finansial cepat cenderung memengaruhi persepsi pengguna terhadap uang,

membuat mereka lebih impulsif dalam mengambil keputusan keuangan. Dampak psikologis ini juga dapat menyebabkan kecanduan, yang memengaruhi kesehatan mental individu, seperti kecemasan dan stres. Selain itu, perjudian online yang dipicu oleh iklan dapat mengubah cara pandang remaja terhadap nilai uang dan mengarah pada perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

Secara sosial, iklan judi *online* dapat menumbuhkan perilaku sosial yang lebih terisolasi, dengan individu yang terlibat dalam perjudian online cenderung menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya daripada di dunia nyata. Hal ini dapat memengaruhi hubungan sosial mereka, baik dengan keluarga maupun teman sebaya, menciptakan ketegangan dalam hubungan tersebut. Dampak ini juga meluas ke lingkungan sosial mereka, yang dapat terpengaruh oleh perubahan pola komunikasi dan norma sosial akibat paparan iklan judi *online* yang intens.

Dari segi ekonomi, paparan berulang terhadap iklan judi *online* dapat mendorong individu, terutama remaja dan dewasa muda, untuk menghabiskan uang secara berlebihan dalam aktivitas perjudian, yang berpotensi menyebabkan kerugian finansial pribadi. Akibatnya, kesejahteraan ekonomi individu dan keluarga dapat terganggu. Dampak ini juga berdampak pada ekonomi masyarakat secara keseluruhan, dengan meningkatnya utang dan pengeluaran yang tidak produktif di kalangan individu yang terlibat dalam perjudian online.

Dari sisi hukum dan regulasi, meskipun ada upaya pemerintah untuk mengatur dan memblokir situs judi *online*, iklan judi *online* masih sering muncul di media sosial, menunjukkan ketidakefektifan regulasi yang ada dalam mencegah penyebaran iklan tersebut. Platform media sosial yang digunakan untuk menyebarkan iklan judi *online* juga dapat terlibat dalam pelanggaran hukum jika tidak mematuhi regulasi yang berlaku, sehingga menambah dampak negatif terhadap masyarakat.

Secara keseluruhan, dampak dari terpaan iklan judi *online* dapat mempengaruhi perilaku dan keputusan remaja untuk terlibat dalam perjudian daring. Penelitian menunjukkan bahwa iklan yang intens dan berulang dapat meningkatkan minat remaja untuk mencoba judi *online*, sesuai dengan teori Strong Effects yang menyatakan bahwa paparan pesan berulang dapat memengaruhi perilaku individu, baik dalam jangka pendek maupun panjang.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi iklan judi *online* yang marak di platform Instagram menggunakan tiga pendekatan utama untuk menarik perhatian audiens: (1) iklan sebagai watermark atau *endorse* pada akun-akun *meme* dan *repost*, (2) iklan bertipe testimoni yang menampilkan tangkapan layar percakapan atau bukti *withdraw*, dan (3) iklan dengan desain visual mencolok yang menggunakan warna terang, teks “WIN” atau “MENANG,” serta daya tarik seksual dalam bentuk gambar perempuan seksi sebagai *cover reels*.

Dari ketiga kategori tersebut, iklan bertipe testimoni dan iklan visual mencolok merupakan strategi yang paling dominan, masing-masing dengan 15 temuan selama proses observasi. Strategi-strategi ini menunjukkan eksploitasi elemen visual, psikologis, dan sosial untuk memengaruhi audiens, terutama remaja. Penggunaan social proof pada kategori testimoni memberikan kesan autentik, meskipun sering kali dipalsukan untuk menciptakan daya tarik semu. Di sisi lain, strategi visual memanfaatkan warna terang dan simbol kemenangan untuk menarik perhatian dalam alur konten yang padat.

Fenomena ini mencerminkan bagaimana iklan perjudian online tidak hanya menggunakan elemen desain yang dirancang untuk menarik perhatian, tetapi juga mengandalkan teknik manipulatif yang dapat membahayakan audiens, khususnya kelompok rentan. Iklan semacam

ini melanggar kebijakan platform media sosial seperti Instagram dan berpotensi bertentangan dengan peraturan perjudian di Indonesia.

Penelitian ini menyoroti pentingnya pengawasan yang lebih ketat terhadap konten yang melibatkan aktivitas perjudian di media sosial, terutama dalam meminimalkan dampaknya terhadap remaja. Selain itu, diperlukan edukasi dan kampanye kesadaran bagi pengguna media sosial agar lebih kritis terhadap strategi manipulatif yang digunakan dalam iklan online.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, P. (2024, April 7). *Medsos Harus Larang Iklan Judi Online*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/teknologi/664007/medsos-harus-larang-iklan-judi-online>
- CNN Indonesia. (2024, November 14). *Pemain Judi Online di Indonesia Capai 8,8 Juta, Mayoritas Anak Muda*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20241114163300-12-1166671/pemain-judi-online-di-indonesia-capai-88-juta-mayoritas-anak-muda>
- Indrawan, G. A. (2024, February 27). *Iklan Judi Online Tiba-Tiba Ada di Beranda Instagram, Apa Penyebabnya?* Kompasiana. https://www.kompasiana.com/angghaindrawan/65dc9d74147093398b0c9ce2/iklan-judi-online-tiba-tiba-ada-di-beranda-instagram-apa-penyebabnya?page=2&page_images=1#goog_rewarded
- Kemp, S. (2023, February 9). *Digital 2023: Indonesia*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Kristanto, D. D. (2012). Perdagangan Benda Virtual dalam MMORPG Rising Force Online. *Ultimart*, 5(2), 165–173. <https://www.researchgate.net/publication/358770250>
- Kristanto, D. D., Syah, R., & Handoko, P. (2020). Product and Visual Development of Portable Dynamic Message Sign. In W. Suparta (Ed.), *Urban Development and Lifestyle* (Issue November, pp. 425–434). Nova Science Publishers, Inc. https://www.researchgate.net/publication/357392237_Product_and_Visual_Development_of_Portable_Dynamic_Message_Sign
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal Principles of Design, Revised and Updated: 125 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design Decisions, and Teach through Design* (1st ed.). Rockport Publishers.
- Yusuf Akbar, M., Pradekso, T., & Surayya Ulfa, N. S. (2024). PENGARUH TERPAAN IKLAN JUDI ONLINE DI MEDIA SOSIAL, TINGKAT PENGAWASAN ORANG TUA, DAN INTENSITAS KOMUNIKASI PEER GROUP TERHADAP MINAT BERMAIN JUDI ONLINE. *Interaksi Online*, 12(4), 120–129.