

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tentu saja dapat memudahkan manusia dalam mencari berbagai informasi di dunia maya dan memudahkan dalam aktivitasnya. Selain itu juga teknologi yang semakin cepat ini berdampak dalam berbagai bidang seperti bidang dalam pemerintahan, sosial budaya, pendidikan, industri bahkan dalam bidang keuangan dan perbankan. Oleh karena itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi saat ini merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari.

Saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital berdampak pada hadirnya fenomena *new media* dalam ranah komunikasi massa. Menurut Flew (dalam Watie, 2016) *new media* dapat dipahami sebagai jenis media baru yang hadir karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital saat ini. *New media* menawarkan digitalisasi, konvergensi, interaktivitas dan pembangunan jaringan yang memudahkan manusia dalam berkomunikasi antarsesama. Adapun jenis media komunikasi baru atau *new media* yang populer di masyarakat saat ini adalah media sosial.

Media sosial adalah sarana yang merupakan medium berbasis teknologi internet (media online) yang memungkinkan manusia untuk dapat melakukan interaksi sosial, komunikasi, kerjasama, dan melakukan pertukaran berbagai konten dengan manusia lainnya. Selain itu, media sosial juga memungkinkan untuk digunakan manusia sebagai media representasi diri dan membentuk ikatan sosial

virtual (Rahman, 2016; Ratnamulyani & Masduki, 2018).

Bagi masyarakat Indonesia saat ini, media sosial yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan utama manusia sebagai makhluk sosial, yakni berinteraksi dengan anggota masyarakat Indonesia lainnya. Adapun hal tersebut disebabkan adanya perilaku masyarakat Indonesia saat ini yang telah mengalihkan berbagai aktivitas kehidupannya sebagai manusia (politik, sosial, ekonomi, kultural, spiritual, seksual) di 'dunia nyata' ke dalam berbagai bentuk substitusi artificial yang terdapat di ruang siber, sehingga apapun yang dapat dilakukan di dunia nyata kini dapat dilakukan dalam bentuk artifisialnya di dalam ruang siber. (Anwar, 2016; Piliang, 2012: 146).

Instagram merupakan salah satu media sosial daring yang populer digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini. Menurut Ningrum dan Syarah (2019) instagram merupakan salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan keberadaan Instagram sebagai media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia sejak tahun 2017.

Instagram merupakan aplikasi yang muncul pada tanggal 6 November 2010. Aplikasi tersebut didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di Amerika. Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan" (Damayanti, 2018).

Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan kata bentukan dari kata instan dan telegram (Damayanti, 2018).

Instagram, sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Awalnya Instagram hanya digunakan oleh masyarakat secara individu lalu kemudian orientasinya berubah seiring dengan perkembangan teknologi, inovasi, dan kebutuhan target sasaran Instagram. Keberadaan fitur yang menarik yang ditawarkan oleh Instagram merupakan faktor yang mendorong masyarakat untuk menggunakan jenis media sosial tersebut, dan menjadikannya sebagai media pokok untuk berkomunikasi daring. Sifat Instagram yang mudah digunakan (*friendly user*) membuat perkembangan Instagram menjadi pesat. Kegunaan Instagram yang awalnya hanya mencakup kebutuhan dasar bersosialisasi telah berubah menjadi kegunaan yang kompleks (Damayanti, 2018; Ningrum dan Syarah, 2019).

Saat ini Instagram tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi, integrasi, ataupun interaksi sosial saja, tetapi juga sebagai media promosi produk. Salah satu produk yang ditawarkan di media sosial Instagram adalah produk yang menawarkan permainan judi *online*. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* memberi arti kata “judi” sebagai permainan dengan memakai uang sebagai taruhan. Adapun yang dimaksud dengan judi *online* adalah permainan dengan memakai uang sebagai taruhan yang dimainkan di media berbasis internet.

Menurut Ayuningtyas (2020) judi online dapat dipahami sebagai permainan judi yang dapat diakses dan digunakan melalui media berbasis internet yang biasanya terjadi dengan adanya peletakan taruhan pada kegiatan olah raga atau kasino. Permainan taruhan ini dapat dikategorikan sebagai permainan daring atau online game yang proses kegiatannya menggunakan internet sebagai arena permainan, pengajuan taruhan, dan pengumpulan taruhan. Dalam permainan ini, para pemain judi, umumnya, diharuskan untuk melakukan deposit dimuka sebelum dapat melakukan judi online.

Judi *online* ini biasanya memasang iklan judinya di media sosial instagram. Maka tidak heran saat kita bermain instagram beberapa kali melihat iklan-iklan judi bertebaran dari mulai agen judi bola, casino, togel dll). Salah satu jenis judi online yang terdapat di Instagram adalah judi bola *online*. Judi bola *online* merupakan permainan judi bola yang memfokuskan permainannya pada setiap pertandingan sepak bola.

Saat ini, permainan judi online tersebar di berbagai situs maupun akun media sosial yang dapat diakses oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis oleh laman resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia ([kominfo.go.id](http://kominfo.go.id)) bahwa sejak tahun 2010 sampai dengan tahun 2018, terdapat 70.663 situs perjudian yang diblokir oleh Kementrian Komunikasi dan Informatika. Adapun pemblokiran tersebut didasarkan pada Undang-Undang No 11 Tahun 2018 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, terdapat 12 kelompok konten yang dikategorikan sebagai konten negatif yang isinya berbunyi sebagai berikut:

*Kategori konten negatif itu antara lain: pornografi/pornografi anak; perjudian; pemerasan; penipuan; kekerasan/kekerasan anak; fitnah/pencemaran nama baik; pelanggaran kekayaan intelektual; produk dengan aturan khusus; provokasi sara; berita bohong; terorisme/radikalisme; serta informasi/dokumen elektronik melanggar undang-undang lainnya.*

Pemblokiran yang dilakukan oleh Kominfo RI tersebut membuktikan bahwa perjudian online merupakan produk yang dilarang di Indonesia. Namun hal tersebut tetap tidak menghalangi para penyedia permainan judi bola online untuk terus beraktivitas mempromosikan produknya. Hal tersebut tampak masih banyaknya laman-laman situs internet yang mempromosikan dan memasarkan produk jasa perjudiannya melalui cara beriklan di berbagai akun media sosial Instagram.

Penelitian ini memfokuskan kajiannya pada iklan judi online yang tayang di akun media sosial Instagram. Iklan judi bola online merupakan sebuah media promosi yang berisi tentang produk permainan judi sepak bola yang dapat diikuti oleh masyarakat umum. Iklan tersebut disebar di Instagram oleh penyedia jasa layanan permainan perjudian sepak bola [www.aceofbet.bet](http://www.aceofbet.bet). Aceofbet merupakan situs *judi online* terlengkap, terkemuka dan terpercaya di Indonesia. Situs tersebut menyajikan permainan judi *casino* dan bola *online* terbesar dan terlengkap. Situs tersebut merupakan agen judi bola *online* yang dapat diakses 24 jam penuh (<https://aceofbet.co/>).



**Gambar 1.1 Iklan situs judi bola dari ACEOFBET yang diiklankan dalam akun Instagram @officialfanspersebaya. (Sumber : Account Instagram @officialfanspersebaya)**

Iklan judi bola online yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah iklan judi bola online yang disebar oleh [www.aceofbet.bet](http://www.aceofbet.bet). dalam akun Instagram [@officialfanspersebaya](https://www.instagram.com/officialfanspersebaya). Akun tersebut merupakan akun resmi media sosial Instagram yang ditujukan bagi penggemar klub sepak bola Persebaya. Sejak terdaftar di Instagram pada 30 November 2017, akun @officialfanspersebaya telah mengikuti pengikut sebanyak 175 ribu. Hal tersebut membuktikan bahwa akun Instagram tersebut memiliki jumlah peminat yang banyak.

Secara umum, pengikut akun Instagram @officialfanspersebaya adalah masyarakat penggemar sepak bola, khususnya klub sepak bola Persebaya. Hal tersebut karena akun Instagram tersebut menampilkan banyak informasi mengenai Persebaya. Oleh karena itu, bagi penggemar sepak bola, khususnya klub Persebaya, akun @officialfanspersebaya merupakan akun yang penting untuk diakses. Keberadaan jumlah pengikut yang merupakan penggemar olah raga sepak bola yang banyak pada akun Instagram @officialfanspersebaya itulah yang mendorong peneliti untuk memilih iklan judi online di akun tersebut.

Pada penelitian ini, penggemar sepak bola di kota Surabaya dipilih sebagai subjek penelitian. Hal tersebut karena didasarkan oleh banyaknya pengguna internet yang merupakan masyarakat kota Surabaya. Berdasarkan data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang dilakukan pada tahun 2019, Surabaya adalah kota kedua terbesar pengguna internet di pulau Jawa setelah kota Jakarta. Hal tersebut membuktikan minat yang tinggi masyarakat Surabaya terhadap internet, termasuk juga judi online di dalamnya. Menurut Suhada (2017) judi online banyak digemari oleh masyarakat Surabaya, khususnya kalangan remaja. Kegemaran tersebut timbul tidak hanya disebabkan oleh faktor keamanan dan kemudahan dalam melakukan permainan, tetapi juga karena faktor keinginan untuk mendapatkan uang dengan mudah. Masyarakat Surabaya merupakan masyarakat urban yang memiliki hasrat konsumsi yang tinggi. Pemenuhan kebutuhan konsumsi memerlukan uang. Itulah yang menyebabkan masyarakat Surabaya tertarik untuk mengikuti judi *online*.

Adapun pemilihan penggemar sepak bola di Surabaya disebabkan keberadaan masyarakat Surabaya yang terkenal sebagai penggemar fanatik olah raga tersebut. Menurut Santoso (2018) dibanding kota-kota lainnya di Indonesia, jumlah penggemar olah raga di Surabaya memiliki jumlah yang lebih banyak. Minat masyarakat Surabaya pada sepak bola tidak hanya karena olah raganya saja, tetapi karena ada nilai sentimen yang mengikat masyarakat Surabaya pada olah raga tersebut. Itulah yang mendorong peneliti untuk memilih penggemar sepak bola di Surabaya sebagai subjek penelitian ini.

Dalam tataran topik, penelitian ini memfokuskan pada persepsi penggemar sepak bola di Surabaya terhadap keberadaan iklan judi online yang tayang di akun

Instagram @officialfanspersebaya. Menurut Rahmat (1998: 51) persepsi dapat didefinisikan sebagai pengetahuan tentang peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menafsirkan pesan. Melalui persepsi, individu berusaha untuk merasionalkan lingkungan dan objek, orang dan peristiwa di dalamnya. Persepsi-persepsi yang berbeda bisa muncul karena stimulus yang diperoleh oleh masing-masing individu juga berbeda (Ivancevich, dkk 2006: 116) persepsi dapat diartikan sebagai proses kognitif yang dimana setiap individu dapat memilih, mengolah, dan membagikan arti kepada stimulus lingkungan. Persepsi yang dilakukan oleh setiap individu atas objek memungkinkan hadirnya makna yang berbeda-beda atas objek.

Berdasarkan penjelasan di atas tersebut, maka peneliti melihat adanya fenomena menarik untuk diteliti, yaitu peningkatan media komunikasi massa internet yang berperan penting untuk mempromosikan produk agar dikenal oleh khalayak sasaran, dan untuk menarik minat khalayak sasaran untuk bergabung dengan situs yang diiklankan. Agen situs judi bola online tersebut biasanya mempromosikan melalui media internet seperti Instagram karena dapat dengan leluasa dilihat oleh banyak para pengguna media sosial instagram. Oleh karena itu sesuai dengan latar belakang yang telah dikemukakan penulis, penulis berkeinginan untuk mengungkap **Persepsi Penggemar Bola Di Surabaya terhadap Iklan Judi Bola Online di Instagram.**



## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada subbab latar belakang masalah, maka peneliti menetapkan suatu perumusan masalah yaitu : “ Bagaimana persepsi penggemar bola di Surabaya terhadap iklan judi bola *online* di akun media sosial Instagram @officialfanspersebaya? ”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi penggemar bola di Surabaya terhadap iklan judi bola *online* di akun media sosial Instagram @officialfanspersebaya.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih ilmu Pengetahuan khususnya dalam persepsi seseorang terhadap iklan yang berkaitan dengan perjudian bola melalui media internet.

### **1.4.2 Secara Praktis**

Hasil penelitian ini dapat diharapkan berguna bagi masyarakat terutama dalam rangka masukan dan pertimbangan bagi masyarakat apabila dalam penerimaan iklan judi bola *online* yang semakin marak.