

**PERSEPSI PENGGUNA FACEBOOK TENTANG IKLAN JUDI ONLINE
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Iklan Pengguna Facebook Terhadap Iklan
Judi Online)**

SKRIPSI



**Oleh:
MUCHAMMAD YUSUF
NPM. 19043010140**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UPN VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

**PERSEPSI PENGGUNA FACEBOOK TENTANG IKLAN JUDI ONLINE
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Iklan Pengguna Facebook Terhadap Iklan
Judi Online)**

SKRIPSI



**Oleh:
MUCHAMMAD YUSUF
NPM. 19043010140**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UPN VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERSEPSI PENGGUNA FACEBOOK TENTANG IKLAN JUDI ONLINE
(Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Persepsi Pengguna Facebook terhadap
Iklan Judi Online)**

Disusun oleh:

Muchammad Yusuf
NPM. 19043010140

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Dra. Dyva Claretta, M.Si
NIP. 196601072021212001

Mengetahui

DEKAN


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PERSEPSI PENGGUNA FACEBOOK TENTANG IKLAN JUDI ONLINE
(Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Persepsi Pengguna Facebook
terhadap Iklan Judi Online)

Oleh:

Muchammad Yusuf
NPM. 19043010140

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada tanggal 13
Januari 2026.

Menyetujui,

PEMBIMBING

Dra. Dyva Claretta, M.Si
NIP. 196601072021212001

TIM PENGUJI,

Dra. Dyva Claretta, M.Si
NIP. 196601072021212001

Roziana Febrianita, S.Sos., M.A
NIP. 198202112025212038

Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A
NIP. 199308082022032016



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muchammad Yusuf
NPM : 19043010140
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 15 Januari 2026
Yang membuat pernyataan



Muchammad Yusuf
NPM. 19043010140

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Dra. Dyva Claretta, M.Si., selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Wali yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi. Dan yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru.
4. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama perkuliahan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

Abstraksi

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah membawa dampak besar terhadap pola komunikasi masyarakat, termasuk munculnya iklan judi online yang tersebar luas di platform digital seperti Facebook. Iklan judi online kerap dikemas secara persuasif dan menarik, sehingga berpotensi memengaruhi sikap dan perilaku pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengguna Facebook terhadap iklan judi online di media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap pengguna Facebook yang pernah terpapar iklan judi online. Informan dipilih secara purposif berdasarkan kriteria usia dan tingkat penggunaan media sosial. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan meninjau aspek kognitif, afektif, dan konatif dalam membentuk persepsi pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pengguna Facebook terhadap iklan judi online cenderung beragam. Sebagian pengguna memandang iklan tersebut sebagai hiburan atau peluang ekonomi, sementara pengguna lainnya menilai iklan judi online sebagai konten yang merugikan dan berpotensi menimbulkan dampak sosial negatif. Perbedaan persepsi dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, tingkat pengetahuan, dan lingkungan sosial pengguna.

Kata Kunci: Persepsi, Iklan Judi Online, Facebook, Media Sosial.

Abstraction

The development of information technology and social media has had a significant impact on communication patterns in society, including the emergence of online gambling advertisements widely spread across digital platforms such as Facebook. Online gambling ads are often packaged in a persuasive and appealing manner, thus potentially influencing users' attitudes and behaviors. This study aims to explore Facebook users' perceptions of online gambling advertisements on social media. This research employs a qualitative approach using in-depth interviews with Facebook users who have been exposed to online gambling ads. Informants were purposively selected based on age criteria and level of social media usage. Data analysis was conducted descriptively, examining cognitive, affective, and conative factors that shape users' perceptions. The findings indicate that Facebook users' perceptions of online gambling advertisements tend to vary. Some users view these ads as entertainment or economic opportunities, while others perceive them as harmful content with potential negative social impacts. Differences in perception are influenced by personal experiences, level of knowledge, and social environment.

Keywords: Perception, Online Gambling Advertisement, Facebook, Social Media.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACTION	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Masalah.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Persepsi.....	12
2.2.2 Definisi Media Online.....	21
2.2.3 Iklan di Media Online.....	25
2.2.4 Iklan di Media Sosial.....	28
2.2.5 Iklan di Facebook.....	30
2.2.6 Iklan Judi Online di Facebook.....	32
2.2.7 Facebook.....	34
2.2.8 Definsi Judi Online.....	37
2.2.9 Dewasa Awal.....	43
2.3 Kerangka Berpikir.....	44
2.3.1 Kerangka Berpikir.....	44
III. METODE PENELITIAN	46
3.1 Pendekatan Penelitian.....	46
3.2 Definisi Konseptual.....	47
3.2.1 Persepsi.....	47
3.2.2 Media Sosial.....	48
3.2.3 Judi Online.....	49
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	49
3.4 Obyek dan Subyek Penelitian.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6 Teknik Analisis Data.....	52

DAFTAR ISI

IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	55
	4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	56
	4.1.1 Gambaran Umum Informan	60
	4.2 Identitas Informan	61
	4.3 Penyajian dan Analisis Data	66
	4.4 Pembahasan	73
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	84
	5.1 Kesimpulan	84
	5.2 Saran	86
	DAFTAR PUSTAKA	88
	LAMPIRAN	93
	LAMPIRAN FOTO	95

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	9
--------------------------------	---

DAFTAR BAGAN

2.1 Kerangka Berfikir	45
-----------------------------	----