

BAB I

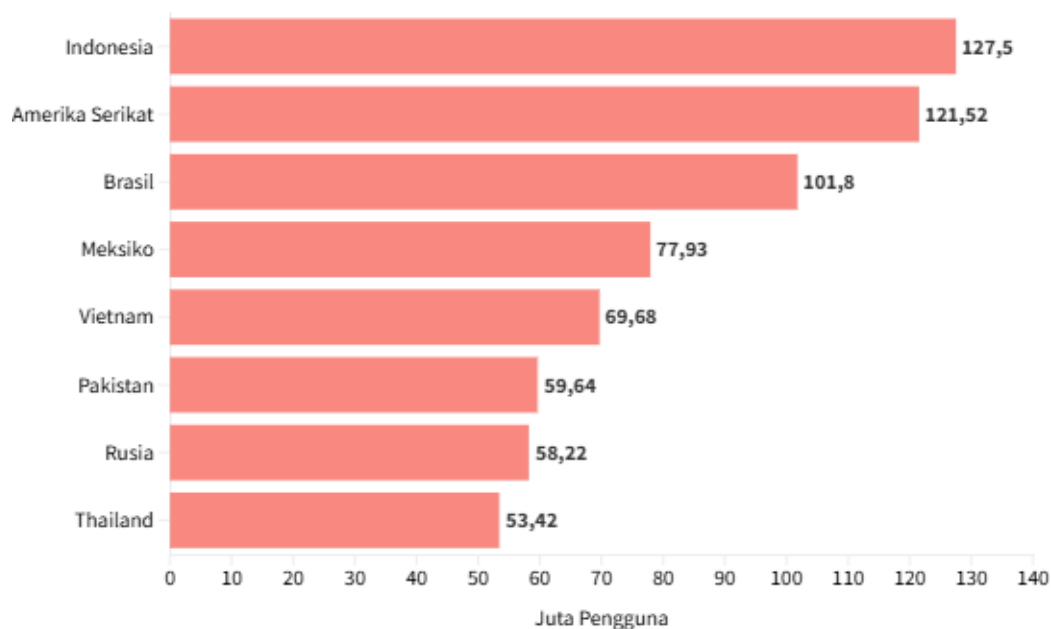
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi kini IT sangat maju bagi kehidupan masyarakat. Internet tidak lagi digunakan sebatas sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi medium utama dalam aktivitas ekonomi, hiburan, dan promosi berbagai produk maupun layanan. Kemudahan akses internet menjadikannya bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat lintas usia dan latar belakang sosial.

Sesuai data APJII, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa. Tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 79,5%, meningkat sebesar 1,4% dibandingkan periode sebelumnya. Data tersebut menunjukkan tren peningkatan penggunaan internet yang konsisten dalam lima tahun terakhir. Dari sisi demografis, kontribusi pengguna internet berdasarkan jenis kelamin relatif seimbang, dengan laki-laki sejumlah 50,7% dan perempuan sebesar 49,1%. Sementara berdasarkan kelompok usia, pengguna internet didominasi oleh Generasi Z (kelahiran 1997–2012) sebesar 34,40% dan generasi milenial (kelahiran 1981–1996) sebesar 30,62% (APJII, 2024).

Perkembangan internet turut mendorong pertumbuhan sosial media menjadi ruang baru dalam penyebaran informasi dan promosi. Media sosial mengalami perkembangan kuat yang memperluas aksesibilitas rakyat (Reza, 2021). Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah TikTok. Aplikasi ini menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, terutama oleh kelompok usia muda.

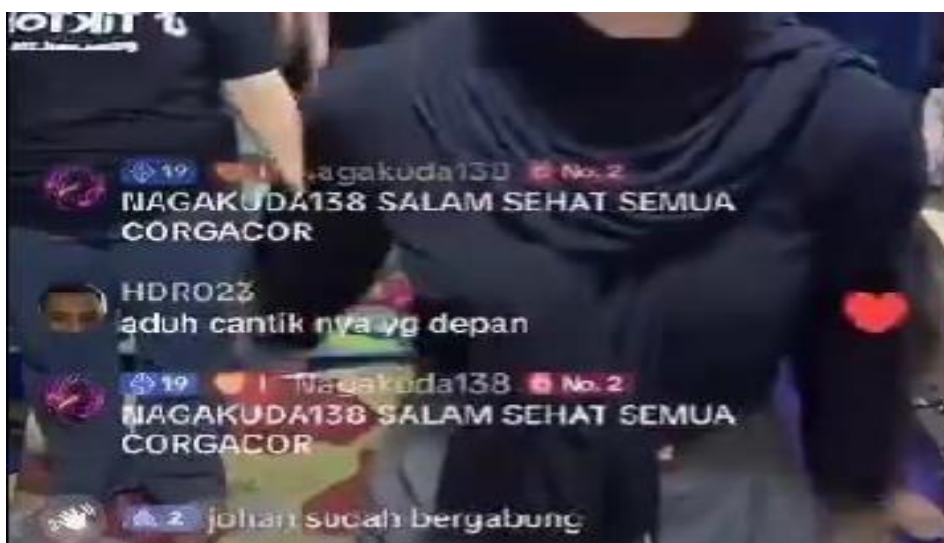


Gambar 1.1 Tingkat Penggunaan Aplikasi Tiktok di Dunia tahun 2024

Sumber : WeareSocial dan Meltwater pada dataindonesia.id

Pemakai TikTok secara global diperkirakan meraih 1,58 miliar pengguna pada April 2024, dengan mayoritas pengguna berada pada rentang usia 18–34 tahun. Indonesia yakni kedudukan paling atas hingga 127,5 juta pengguna. Tingginya jumlah pengguna TikTok di Indonesia menunjukkan bahwa platform ini memiliki pengaruh besar dalam membentuk pola konsumsi informasi masyarakat.

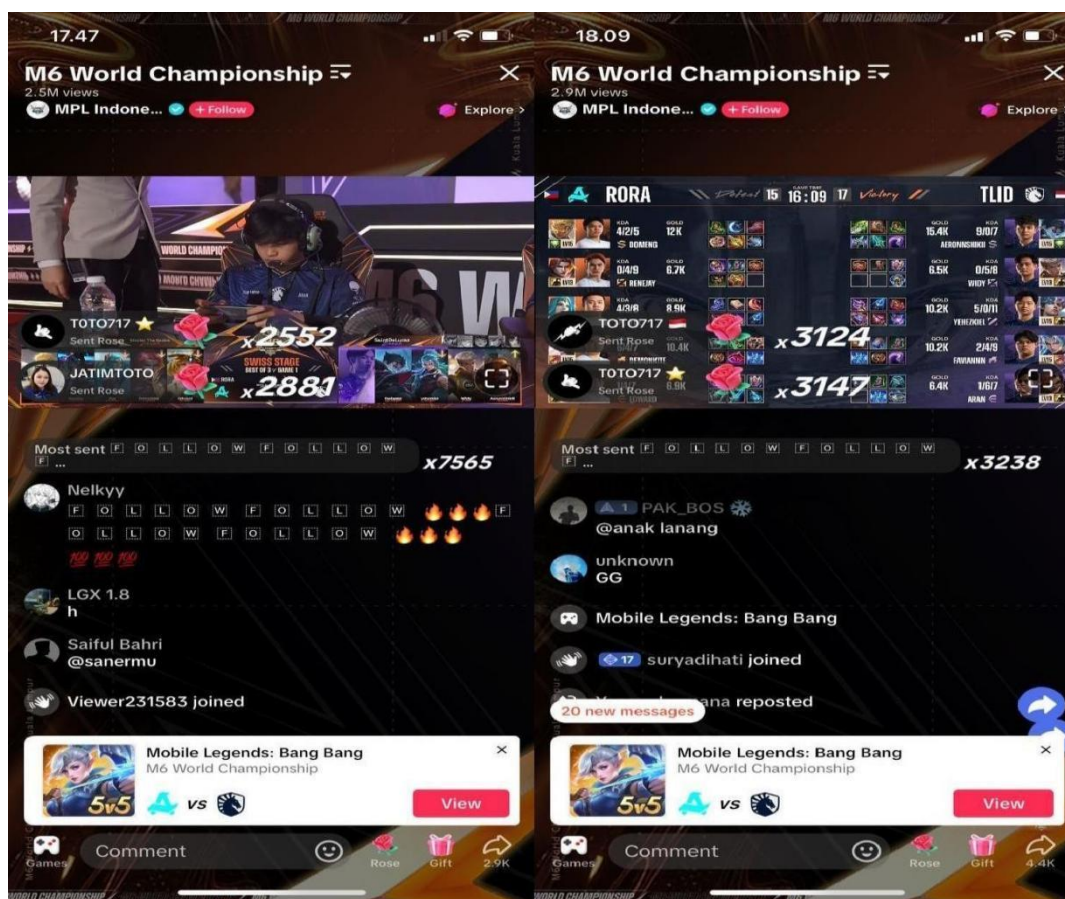
Pada tahun 2024, promosi judi online menjadi salah satu fenomena yang cukup marak dan mendapat perhatian publik di Indonesia. Sejumlah situs judi online diketahui melakukan promosi melalui media sosial dengan memberikan donasi kepada streamer atau kreator konten saat melakukan siaran langsung. Donasi tersebut disertai dengan pesan promosi yang mengklaim keuntungan besar, seperti kemenangan instan, jackpot, dan kemudahan penarikan dana. Strategi ini dimaksudkan untuk menarik perhatian audiens dan membangun kepercayaan terhadap situs judi online tersebut..



Gambar 2.2 Promosi judi online oleh salah satu streamer tiktok

Sumber : twitter akun @PartaiSocmed

Seperti gambar diatas yang diambil dari cuitan pada akun @PartaiSocmed bahwa tercantum video dimana streamer tiktok tersebut diberi donasi oleh salah satu akun judi online dengan jumlah yang cukup besar , hal itu mendorong tiktokers tersebut mempromosikan situs judi online melalui streaming video yang dilakukan oleh tiktokers tersebut. Disamping itu, juga situs judi online yang mempromosikannya pada akun live streaming di turnamen turnamen besar seperti turnamen mobile legend melalui streamer yang telah memiliki nama besar.



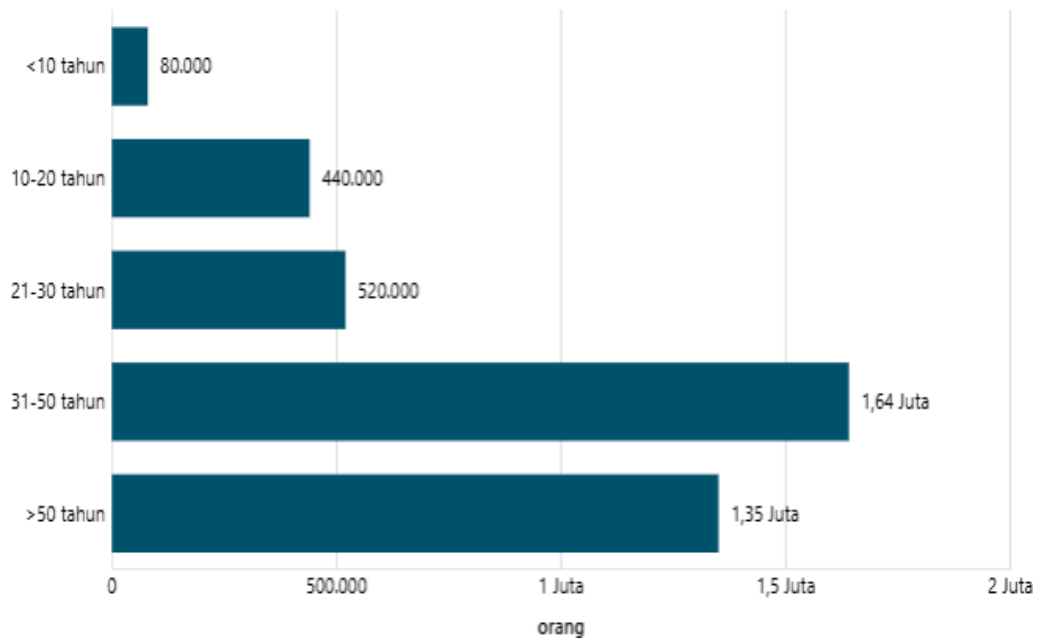
Gambar 33 Promosi judi online melalui live streaming official MLBB

Sumber : Live Streaming Tiktok official MLBB

Dari gambar diatas, dapat dilihat bahwa terdapat promosi judi online pada akun streaming official dalam game mobile legend saat menayangkan turnamen dunia M6. Walaupun streaming tersebut tidak mempromosikan secara langsung seperti halnya tiktok sebelumnya dikarenakan telah memahami hal tersebut ilegal, tetapi promosi pada live streaming yang dilakukan akun official ternama dengan game mobile legend yang terkenal dikalangan kaum muda secara tidak langsung berpotensi meningkatkan eksposur situs judi online di kalangan audiens.

Dari promosi judi online yang dilakukan oleh berbagai situs yang menjalankan bisnis ilegal tersebut juga sejalan dengan banyaknya orang yang pada tahun 2024 ini melakukan transaksi pada situs situs judi online yang ada di internet. Berikut merupakan banyaknya pengguna situs judi online yang telah terdata oleh menko

polhukam.



Gambar 4.4 Tingkat Pengguna Situs Judi Online Berdasarkan Usia di Indonesia

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Dari data diatas, sesuai laporan dari Menko Polhukam, judi online terdeteksi sebanyak 4juta orang dengan rentang usia variatif mulai dari anak-anak usia diatas 10 tahun telah melakukan judi online sebanyak 80.000 pelaku dengan presentase 2%. Diikuti dengan remaja berusia 10- 20 tahun sebanyak 440.000 pelaku dengan presentase 11%, kemudian berturut-turut usia 21-30 tahun 13% (520 ribu pelaku), usia 31-50 tahun 40% (1,64 juta pelaku), dan usia di atas 50 tahun 34% (1,35 juta pelaku). Hal ini menunjukkan bahwa mulai

dari usia anak-anak hingga orang tua telah terpengaruh adanya judi online. Salah satu dampak yang dapat dilihat dari maraknya promosi judi online yang beredar di media sosial khususnya tiktok membuat segala kalangan usia memiliki rasa penasaran dengan keuntungan tinggisebagaimana diberi tawaran dari judi online tersebut.

Fenomena ini bertentangan dengan hukum negara dimana judi mleanggar regulasi yakni UU ITE serta KUHP. Selain itu, judi juga berdampak pada lingkungan sosial karena memiliki dampak buruk pada masyarakat luas. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memfokuskan perhatian pada bagaimana audiens memaknai fenomena promosi judi online yang disajikan melalui media sosial, khususnya pada akun TikTok @mpl.id.official. Audiens akun tersebut sebagian besar merupakan penggemar permainan digital dan turnamen Mobile Legends, sehingga menjadi kelompok yang relevan dalam mengamati persepsi terhadap konten promosi judi online.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis menentukan topik penelitian “Persepsi Audiens Tentang Fenomena Promosi Judi Online Di Akun Tiktok @mpl.id.official” . Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran terkait bagaimana audiens di akun tiktok @mpl.id.official memaknai tentang fenomena promosi judi online.

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai paparan diatas maka rumusan studi ini yakni bagaimana persepsi audiens mengenai fenomena promosi judi online di akun tiktok @mpl.id.official?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan studi ini demi menelaah bagaimana persepsi audiens mengenai fenomena promosi judi online di akun tiktok @mpl.id.official.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Perolehan studi diharapkan mampu dijadikan atribusi yang sudah diselenggarakan terdahulu serta mampu diterapkan sebagai perkembangan studi kedepannya.

2. Manfaat Praktik

Perolehan studi diharapkan mampu dijadikan kontribusi atas informasi terkait Persepsi Audiens Tentang Fenomena Promosi Judi Online Di Akun Tiktok @mpl.id.official.