JCOMMSCI - **JOURNAL OF MEDIA AND COMMUNICATION SCIENCE** Halaman
ISSN 2620-8709 online
DOI: 10.1080/019722409032.....

AUDIT KOMUNIKASI KONTEN WEBSITE JUDI PASTI RUGI SEBAGAI MEDIA INFORMASI KAMPANYE

Communication Audit of the "Judi Pasti Rugi" Website Content as a Media for Campaign Information

Bintang Ramasalsa Indrabudi_11, Penulis_22, Penulis_33 (Calibri Body 11, Bold)
1Institusi penulis 1, Kota, Negara. 1email_author1@domain.com
1,2,3Institusi penulis 1,2,3 Kota, Negara. 2email_author2@domain.com; 3email_author3@domain.com

ABSTRACT

Abstrak dalam bahasa Inggris maksimal 200 kata tanpa paragraf. Isinya harus mencerminkan latar belakang dan permasalahan, metode, hasil dan implikasi..

Keywords: *keyword; keyword;, keyword3; keyword4*

ABSTRAK

Abstrak dalam bahasa Indonesia maksimal 200 kata tanpa paragraf. Isinya harus mencerminkan latar belakang dan permasalahan, metode, hasil dan implikasi...

Kata Kunci : Kata kunci-1; Kata kunci-2; Kata kunci-3; kata kunci4

PENDAHULUAN (Calibri Body 12, ditebalkan)

Judi adalah suatu permainan yang bergantung pada keberuntungan atau keahlian, di mana taruhan dilakukan dengan uang atau barang yang dapat diganti dengan uang, serta mencakup semua jenis permainan yang ada dalam kategori tersebut. Menurut Pasal 303 ayat 3 KUHP di Indonesia, judi didefinisikan sebagai setiap permainan yang pada dasarnya mengandalkan keberuntungan atau harapan untuk menang. Ini juga mencakup taruhan pada hasil perlombaan atau permainan lainnya, yang diselenggarakan oleh pihak yang tidak terlibat langsung dalam lomba atau permainan tersebut, serta segala jenis permainan lainnya yang serupa (Jadidah, 2023) Sementara itu, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), judi atau permainan judi adalah "permainan yang menggunakan uang sebagai taruhan." Berjudi sendiri berarti "mempertaruhkan sejumlah uang atau harta dalam permainan tebak-tebakan yang bergantung pada kebetulan, dengan tujuan memperoleh uang atau harta yang lebih banyak dibandingkan dengan jumlah yang dipertaruhkan sebelumnya.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa judi online merupakan bentuk permainan yang melibatkan uang atau barang sebagai taruhan, di mana pemenangnya ditentukan melalui berbagai jenis permainan, seperti kartu, mahjong, undian, dan lainnya, yang dilakukan melalui media elektronik dengan internet sebagai sarana penghubungnya. Menurut, Adli (2015) judi online merujuk pada aktivitas perjudian yang memanfaatkan media internet sebagai sarana untuk melakukan taruhan. Dalam permainan ini, para penjudi harus terlebih dahulu menyepakati aturan permainan serta hal-hal yang akan dipertaruhkan. Jika tim mereka berhasil menang dalam pertandingan, mereka berhak memperoleh semua yang dipertaruhkan.

Judi online telah menjadi salah satu tren digital yang mengalami peningkatan signifikan selama pandemi (BBC Indonesia, 2022). Permainan judi online ini sangat diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, baik orang dewasa maupun remaja (Pangestu, 2022). Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak meneliti kasus perjudian online di kalangan remaja (Ramli dkk, 2019; Zurrohman dkk, 2016; Luki dkk, 2013; dan Suharya, 2019). Ada sejumlah situs web judi online yang dapat diakses oleh remaja untuk bermain judi online. Situs judi online di Indonesia berkembang pesat, mulai dari Slot Online, Roulette, Poker, Togel online, Joker123, Black Jack, Live Casinos, dan berbagai permainan lainnya yang terus bermunculan. Salah satu jenis judi online yang sangat populer adalah judi slot online, yang diklaim memiliki tingkat kemenangan tertinggi dan memberikan kepuasan bagi para pemainnya (BBC Indonesia, 2022). Platform-platform yang menyediakan judi online ini juga menunjukkan tingginya permintaan dan perilaku perjudian online di Indonesia.

Judi online menjadi pilihan bagi remaja karena dianggap lebih aman dalam menjaga identitas saat bermain (Suhada, 2017). Judi online memiliki berbagai kelebihan dibandingkan perjudian konvensional, seperti akses permanen, anonimitas, dan keamanan, karena petaruh tidak perlu bertemu orang lain atau berada di tempat tertentu untuk memasang taruhan (Barrault & Varescon, 2016). Kemudahan dalam bertaruh, serta sistem pembayaran dan penarikan dana yang jelas, menjadikan judi online lebih adiktif, terutama di kalangan remaja (Chóliz, 2016). Dengan kemampuan untuk bertaruh dalam nominal apapun dan umpan balik yang cepat, judi online meningkatkan risiko perilaku perjudian berulang, di mana penjudi kesulitan menahan dorongan dan mungkin gagal mengendalikan perilaku mereka meskipun ada konsekuensi negatif (Raylu, 2002). Karena itu, judi online lebih berisiko menyebabkan adiksi dibandingkan dengan perjudian konvensional.

Media massa melaporkan bahwa motivasi pelaku tindak kriminal sering kali dipicu oleh keinginan untuk memenuhi kecanduan judi online. Seseorang yang terjangkit adiksi judi online berisiko melakukan tindakan kriminal, seperti penipuan (Yohanes, 2022), pencurian (Ahmad, 2021), perampokan (Prima, 2022), bahkan hingga pembunuhan (Detikcom, 2022). Selain itu, kecanduan judi online dapat menyebabkan individu kehilangan aset berharga (BBC Indonesia, 2022). Tidak hanya itu, adiksi terhadap judi online juga membuat seseorang rela meminjam uang secara online (pinjol) untuk terus berjudi (Juli, 2022). Yang lebih memprihatinkan, anak-anak di

bawah umur pun terlibat dalam perjudian online, bahkan hingga nekat melakukan pencurian (Ade, 2022).

Pemerintah Indonesia hadir untuk memerangi maraknya judi online yang semakin mengancam kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat melalui kampanye nasional #JudiPastiRugi. Inisiatif ini, yang diluncurkan oleh Kementerian Komunikasi dan Digital bekerja sama dengan Gojek, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya perjudian online, yang tidak hanya merugikan individu tetapi juga menghancurkan struktur keluarga dan mengganggu stabilitas ekonomi. Kampanye ini, yang menyasar khususnya generasi muda, memanfaatkan media digital dan sosial untuk menyebarluaskan pesan edukatif mengenai dampak negatif judi online. Dengan menggandeng sektor swasta, seperti Gojek, pemerintah berusaha menjangkau audiens lebih luas, mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menggunakan teknologi secara bijak, dan menunjukkan bahwa kolaborasi antara sektor publik dan swasta sangat penting untuk menciptakan Indonesia yang lebih baik dan bebas dari dampak perjudian online (Meutya Hafid, 2025)

Media massa adalah sarana komunikasi yang ditujukan untuk khalayak luas, dan internet telah menjadi pusat informasi yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Perkembangan internet mendorong munculnya penerbitan elektronik melalui situs web, yang menyediakan berbagai informasi dalam bentuk teks, gambar, dan video. Website kini menjadi media penting bagi instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi secara cepat dan efektif kepada masyarakat. Salah satu keuntungan internet adalah tingkat interaktivitasnya yang mendorong pengguna untuk lebih aktif. Selain itu, internet menyediakan berbagai fasilitas yang memenuhi kebutuhan penggunanya. Dengan internet, kegiatan seperti belajar, berbelanja, berkomunikasi, dan bekerja dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, tanpa terhalang oleh tempat, waktu, dan jarak. Website adalah salah satu aplikasi penting dari internet, yang terdiri dari halaman-halaman yang menyajikan informasi dalam berbagai format seperti teks, gambar, foto, video, atau multimedia. Sekitar 80% layanan internet tersedia dalam bentuk website (Yuhefizar, 2013). Dulu, untuk memenuhi kebutuhan informasi, orang biasanya mengandalkan media cetak seperti koran atau majalah. Namun, seiring berjalannya waktu, informasi kini dapat dengan mudah diakses melalui internet atau website. Selain untuk mendapatkan informasi, internet juga memungkinkan aktivitas lain seperti berbelanja online, chatting, berbagi informasi, belajar, dan banyak lagi (Iswara, 2018).

Untuk memastikan bahwa kampanye pemerintah dapat berjalan dengan efektif, evaluasi terhadap komunikasi yang disampaikan melalui berbagai platform yang relevan, termasuk website yang terkait dengan perjudian, perlu dilakukan. Salah satu cara untuk menilai efektivitas kampanye adalah dengan melakukan audit komunikasi terhadap konten yang ada pada website tersebut. Melalui audit komunikasi ini, dapat dianalisis sejauh mana pesan yang disampaikan mampu menjangkau audiens yang tepat, apakah pesan tersebut sudah cukup jelas, dan apakah terdapat elemen yang berpotensi merugikan audiens.

Dalam penelitian ini, kami akan menganalisis berbagai aspek penting, seperti kejelasan pesan yang disampaikan, cara penyampaian informasi, dan dampak potensial dari komunikasi yang ada. Penelitian ini menggunakan penerapan model AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action) untuk menganalisis konten website. Model AIDDA dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana pesan dapat menarik perhatian audiens, membangkitkan minat dan keinginan mereka, mendorong pengambilan keputusan, serta akhirnya memotivasi tindakan yang diinginkan, yaitu menghindari perjudian online. Model ini efektif karena memetakan alur yang dilalui audiens dalam proses pengambilan keputusan dan memastikan bahwa kampanye mencapai audiens dengan cara yang tepat dan terstruktur. Hasil dari audit ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan dan kelemahan dalam penggunaan website perjudian sebagai media edukasi serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemerintah dalam menangani isu perjudian.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis konten, di mana data diperoleh melalui evaluasi terhadap elemen-elemen yang ada pada website "Judi Pasti Rugi", seperti struktur, desain, dan kualitas informasi yang disampaikan. Pendekatan kualitatif memungkinkan pemahaman mendalam tentang bagaimana website digunakan sebagai media informasi dalam kampanye pemerintah mengenai perjudian. Analisis konten website bertujuan untuk mengidentifikasi jenis konten yang ditampilkan, serta bagaimana konten tersebut disusun untuk mencapai tujuan kampanye. Dengan menggunakan metode ini, penelitian ini memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai efektivitas penggunaan website sebagai alat komunikasi dalam menyampaikan pesan-pesan kampanye, serta kemampuannya dalam menjadi media informasi yang efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

AIDA adalah akronim yang telah ada sejak lama untuk menggambarkan empat tahapan dalam proses penjualan (Rahmawati, 2022). AIDA terdiri dari Attention, Interest, Desire, dan Action, yang merupakan model sederhana namun efektif sebagai panduan. Menurut Kotler dan Keller, teori AIDA menggambarkan bagaimana pesan dapat menarik perhatian, membangkitkan minat, memicu keinginan, dan mendorong pengambilan keputusan (Kotler & Keller, 2008). Formula AIDA adalah pendekatan yang paling sering digunakan dalam periklanan, di mana tahap pertama (perhatian) berfokus pada menarik perhatian, diikuti dengan (minat) untuk membangkitkan ketertarikan terhadap produk, (keinginan) untuk menciptakan keinginan memiliki produk tersebut, dan (tindakan) yang mendorong pelanggan atau audiens untuk membeli produk tersebut.

Menurut Paulus (2011), model AIDA menggambarkan sebuah produk yang awalnya tidak dikenal, kemudian melalui promosi, produk tersebut menarik perhatian pasar potensial. Setelah

perhatian tercapai, diharapkan audiens akan tertarik dengan produk tersebut dan mengembangkan keinginan untuk memilikinya. Tahap terakhir adalah aksi pembelian, yang menjadi tujuan utama dari promosi tersebut. Dalam konteks website sebagai media informasi, model AIDA dapat diterapkan untuk mengevaluasi sejauh mana sebuah website efektif dalam menarik perhatian pengunjung, membangkitkan minat mereka terhadap informasi yang disampaikan, menciptakan keinginan untuk lebih mendalami topik yang ada, dan akhirnya mendorong pengunjung untuk melakukan tindakan tertentu, seperti berpartisipasi dalam kampanye, mendaftar, atau mengikuti saran yang diberikan oleh website tersebut.

1. Attention (Perhatian)

Attention adalah tahap pertama di mana tujuan utamanya adalah untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Tahap ini dapat dicapai dengan menggunakan iklan video yang kreatif, menarik, dan menghibur, atau jika menggunakan teks, dapat membuat judul yang memikat agar konsumen tertarik untuk membaca lebih lanjut. Indikator dari tahap Attention meliputi: pesan yang disampaikan dalam iklan, daya tarik visual dari iklan, dan frekuensi iklan yang ditayangkan.

2. Interest (Minat)
3. Desire (Keinginan)
4. Decision (Keputusan)
5. Evaluasi Kekuatan dan Kelemahan Konten
6. Analisis Dampak Potensial:
7. Rekomendasi Perbaikan:

1. Format Tabel

Tabel disajikan tanpa menggunakan garis vertikal. Judul tabel dicantumkan di atas tabel, dengan margin rata kiri. Tulisan “Tabel x” dicetak tebal dan diikuti dengan uraian judul tabel.

Tabel 1. Contoh penyajian tabel

Table 4

RATES OF DHS SHELTER USE BY SELECTED CHARACTERISTICS

	Either Shelter System* (%)	Family Shelter System (%)	Single Adult Shelter System (%)
History of out-of-home care:			
Yes	22.4	17.0	8.9
No	10.8	9.4	2.5
Type of final exit from ACS:			
Reunification	19.4	14.7	7.6
Independent living	25.6	18.8	10.7
Absconding from care	33.6	22.4	15.6
Preventive services	12.4	11.0	3.0
Race and ethnicity:			
African American (non-Hispanic)	24.3	18.8	8.9
Hispanic	14.1	11.0	5.2
Caucasian (non-Hispanic)	6.0	4.0	3.0
Gender:			
Female	25.1	23.7	4.8
Male	11.1	3.8	9.3
Total	18.7	14.5	6.9

NOTE.—DHS = Department of Homeless Services; ACS = the New York City Administration for Children's Services. All relationships are statistically significant for χ^2 test ($p < .001$).

* "Either shelter system" category reflects the unduplicated sum of the other two columns.

Sumber : http://www.journals.uchicago.edu/cont/prep-table

2. Format Gambar/Diagram

Gambar/diagram ditampilkan dengan margin rata tengah (*center*) dengan format positioning: IN LINE WITH TEXT. Penulisan judul Gambar diletakkan dibawah gambar/diagram dengan margin rata tengah (*center*). Setiap gambar diharuskan untuk menyebutkan sumbernya.

Gambar 1. Contoh penyajian gambar



Sumber: Unram, 2018

Gambar 1. Workshop Penulisan Ilmiah Mahasiswa Universitas Mataram

Hindari penggunaan sub judul di bagian hasil dan pembahasan. Seluruh paparan hasil dan pembahasan di dalam artikel ditulis dalam bentuk esai, sehingga tidak ada format numerik atau abjad yang memisahkan antara bab/ bagian, atau untuk menandai bab/ bagian baru.

SIMPULAN

Isi dari simpulan hendaknya merupakan jawaban atas pertanyaan dan tujuan penelitian.Simpulan dipaparkan dalam satu paragraf, bukan point-point, dan diungkapkan bukan dalam kalimat statistik. Simpulan dilengkapi dengan satu paragraf saran hasil penelitian.

Ucapan Terimakasih :
Jika diperlukan, berisi tentang ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi kepada penulis dalam penyelesaian naskah dimaksud.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka diurutkan berdasarkan abjad, tanpa nomor urut, dan tidak dipisah antara sumber buku, online, dan lainnya.Penulis disarankan menggunakan software **Mendeley**, **Endnote** maupun **Zotero** dalam penyusunan daftar pustaka. Sumber rujukan maksimal 10 tahun terakhir dengan komposisi rujukan Primer (Jurnal) lebih banyak daripada rujukan sekunder (Buku).
Daftar pustaka ditulis menggunakan sistem sitasi **APA,** fontTimes New Roman11, Spasi 1. Lihat contoh ketentuan teknis penulisan daftar pustaka berikut:

Buku
Kotler, P and Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New York: Prentice Hall.

Budiwanti, E. (2000). *Islam Sasak Wetu Telu Versus Wetu Lima*. Lkis, Yogyakarta bekerjasama dengan Yayasan Adikarya

Campbell, T. (1994). *Tujuh Teori Sosial.* Yogyakarta: Kanisius.

Artikel dari website dengan nama penulis
Simmons, B. (2015, January 9). *The tale of two flaccos*. Accessed from: http://grantland.com/the-triangle/the-tale-of-two-flaccos/

Artikel dari website tanpa nama penulis

Teen posed as doctor at West Palm Beach hospital: police. (2015, January 16). Diakses dari: http://www.nbcmiami.com/news/local/Teen-Posed-as-Doctor-at-West-Palm-Beach-Hospital-Police-288810831.html

Jurnal cetak
Nevin, A. (1990). The changing of teacher education special education. *Teacher Education and Special Education: The Journal of the Teacher Education Division of the Council for Exceptional Children*, 13(3-4), 147-148.

Jurnal online
Jameson, J. (2013). E-Leadership in higher education: The fifth "age" of educational technology research. *British Journal of Educational Technology*, *44* (6), 889-915. doi: 10.1111/bjet.12103

Laporan wawancara
Marino, B. (2014, 18 Octobers). Personal Interview.

Ensiklopedia
Kammen, C. & Wilson, A. H. (2012). Monuments. *Encyclopedia of local history*. (pp. 363-364). Lanham, MD: AltaMira Press.

Surat Kabar Cetak
Rosenberg, G. (1997, March 31). Electronic discovery proves an effective legal weapon. *The New York Times*, p. D5.

Surat Kabar Online
Rosenberg, G. (1997, March 31). Electronic discovery proves an effective legal weapon. *The New York Times*. Diakses dari http://www.nytimes.com

Majalah Cetak
Tumulty, K. (2006, April). Should they stay or should they go?. *Time*, 167(15), 3-40.

Majalah Online
Tumulty, K. (2006, April). Should they stay or should they go? *Time*, *167*(15). Diakses dari http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1179361,00.html