

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu cara yang dirasa oleh sebagian masyarakat cepat untuk memperoleh uang dengan mudah adalah dengan melakukan perjudian secara daring atau *online gambling*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), judi didefinisikan sebagai permainan yang melibatkan penggunaan uang atau benda berharga sebagai taruhan. Di Indonesia, seseorang yang melakukan praktik judi baik secara *offline* maupun *online* di internet dapat dianggap sebagai kriminal dan dapat dijatuhi ancaman pidana. Hal ini tercatat di dalam Pasal 27 ayat (2) Undang-Undang (UU) No.11 Tahun 2008.

Menurut Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK), di tahun 2022 sendiri, telah tercatat 121 juta laporan mengenai *online gambling*. Salah satu studi yang diungkapkan oleh pengamat sosial dari Universitas Indonesia, Devie Rahmawati kepada BBC Indonesia (2022) juga menyatakan bahwa pandemi COVID-19 yang memperburuk kondisi keuangan atau ekonomi keluarga adalah salah satu faktor utama yang menjerat banyak individu untuk melakukan praktik *online gambling*, karena praktik ini seolah-olah memberikan alternatif bagi masyarakat untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

Tak hanya itu, Rahmawati (2022) juga menyatakan bahwa banyak orang tergoda untuk melakukan praktik *online gambling* karena prinsip dan tampilan yang ada pada situs *online gambling* dibuat semirip mungkin dengan permainan biasa. Hal ini pula yang tanpa disadari masyarakat dapat memicu perilaku kecanduan. Kebanyakan masyarakat, khususnya yang baru memasuki tahap dewasa awal sudah mulai memiliki penghasilan sendiri, namun masih belum mampu mengelola keuangan mereka dengan baik. Hal ini didasari oleh riset yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menunjukkan bahwa masyarakat dengan rentang umur 18-25 tahun hanya memiliki tingkat literasi keuangan sebesar 32,1% (2020).

Terkait hal ini, pemerintah sudah melakukan upaya untuk mencegah dan menanggulangi masalah *online gambling*, seperti menciptakan UU terkait perjudian, dan sosialisasi tentang dampak dan bahaya judi, namun upaya-upaya tersebut masih belum menunjukkan dampak yang signifikan. Hal ini dapat dilihat berdasarkan data dari Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK), di tahun 2022 yang masih menunjukkan peningkatan perputaran uang pada rekening para pelaku *online gambling* yang cukup besar, yakni 42,1%, dibandingkan tahun sebelumnya.

Maka dari itu, dibutuhkan sebuah usaha agar masyarakat khususnya dewasa awal dapat waspada terhadap bahaya *online gambling*, yakni kampanye. Kampanye menurut Rogers & Storey dalam Venus (2018) adalah salah satu cara komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan suatu akibat tertentu terhadap target sasaran yang sifatnya berkelanjutan dalam waktu yang telah ditentukan. Kampanye ini akan disesuaikan dengan karakteristik target sasaran baik secara media maupun secara pesan untuk membantu target sasaran tidak terjerumus ke dalam praktik *online gambling*. Kampanye ini dibuat untuk membuat target sasaran menyadari bahwa mereka masih memiliki banyak waktu dan kesempatan untuk mempersiapkan masa depan mereka dengan baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut merupakan masalah-masalah yang ditemukan:

1. Usaha-usaha yang dilakukan untuk menanggulangi kasus *online gambling* sejauh ini belum efektif, masih terdapat banyak pelaku yang menghiraukan sanksi atau ancaman pidana yang telah ditetapkan.
2. Masyarakat yang memasuki tahap dewasa awal masih belum mampu mengelola keuangan dengan baik, karena mereka masih memiliki angka literasi keuangan yang kecil, yaitu 32,1% (Riset OJK, 2020).

Sehingga penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana perancangan kampanye untuk mencegah *online gambling* bagi masyarakat dewasa awal?

1.3 Batasan Masalah

Pembahasan mengenai perancangan media persuasi dalam bentuk kampanye mengenai bahaya *online gambling* dibatasi oleh beberapa poin berikut:

1. *Segmentation*

a. Demografis

Usia : 18—25 (dewasa awal)

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Pekerjaan : Pelajar dan karyawan

Kelas Ekonomi : A

Terkait kelas ekonomi ini, ditargetkan khusus untuk masyarakat yang berpenghasilan lebih, dan sering melakukan pemborosan terhadap hasil penghasilan tersebut pada hal-hal yang tidak diperlukan.

b. Geografis

Negara : Indonesia

Provinsi : DKI Jakarta (primer), di luar DKI Jakarta (sekunder)

c. Psikografis

- Masyarakat yang mengikuti perkembangan zaman (*up to date*), serta memiliki *fear of missing out*
- Masyarakat yang memiliki harapan untuk memiliki kehidupan yang lebih baik secara ekonomi serta bebas dari masalah finansial
- Masyarakat dengan ambisi yang besar untuk memperoleh tujuannya dengan usaha yang seminim mungkin
- Masyarakat yang menyukai segala sesuatu yang praktis
- Masyarakat yang masih merasa tidak puas dengan hal-hal yang mereka miliki

2. *Targeting*

Masyarakat Indonesia dengan rentang usia 18—25 tahun yang tidak gagap teknologi, memiliki ketertarikan terhadap *online gaming*, termasuk *online gambling*.

3. Positioning

Kampanye akan disebarakan melalui media-media sebagai sarana persuasi yang disesuaikan dengan karakteristik audiens.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah merancang kampanye mengenai bahaya *online gambling* untuk dewasa awal.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat penulis, masyarakat, dan universitas yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Perancangan Tugas Akhir ini bertujuan untuk menerapkan semua ilmu yang telah penulis dapatkan selama menempuh pendidikan di prodi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara. Tugas Akhir ini juga dirancang sebagai bentuk dari salah satu syarat kelulusan serta untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds).

2. Bagi Masyarakat

Penulis akan merancang sebuah media persuasi yang diharapkan dapat mencegah masyarakat untuk tidak terjerumus masuk ke dalam praktik *online gambling* serta juga dapat membantu masyarakat menyadari bahaya dari *online gambling*.

3. Bagi Universitas

Hasil dari rancangan tugas akhir ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan edukasi serta referensi studi bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara lainnya yang juga ingin merancang media yang similar dengan topik serta media yang penulis angkat.