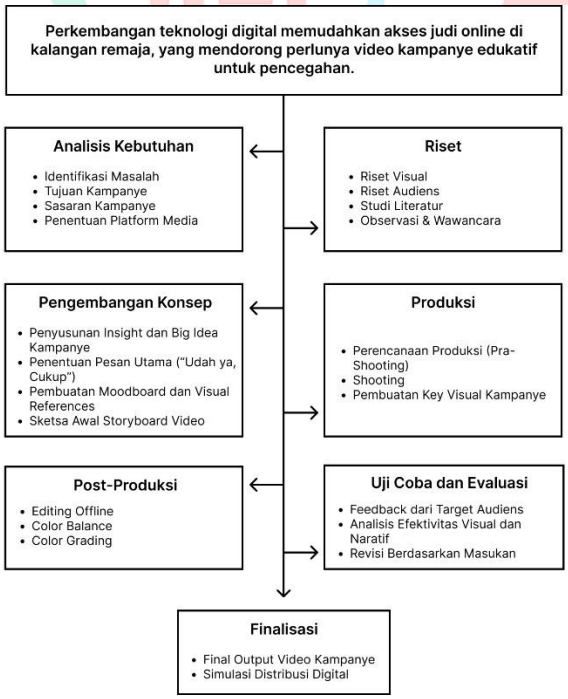
BAB III
METODOLOGI DESAIN

3.1 Sistematika Perancangan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah video kampanye sebagai media awareness dalam pencegahan judi online di kalangan remaja dengan menggunakan metode AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) yang merupakan pendekatan strategi pemasaran digital. Dalam konteks ini, AISAS digunakan sebagai landasan untuk membangun struktur kampanye yang mampu menarik perhatian audiens, meningkatkan minat, mendorong pencarian informasi lebih lanjut, mengajak audiens untuk bertindak, serta memotivasi mereka untuk membagikan pesan tersebut. Agar lebih efektif, penelitian ini juga mengintegrasikan tahapan perancangan video yang terdiri dari pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, yang bertujuan untuk memastikan video yang dirancang dapat memaksimalkan potensi kampanye dalam menyampaikan pesan edukatif dengan cara yang menarik dan persuasif.



Gambar 3. 1 Sistematika Perancangan

3.1.1 Penggunaan Theory of Planned Behavior (TPB) dalam Penelitian

Theory of Planned Behavior (TPB), yang diperkenalkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1991, digunakan dalam penelitian ini sebagai kerangka teoritis untuk menganalisis faktor-faktor psikologis yang memengaruhi perilaku remaja dalam berjudi online. Model TPB terdiri dari tiga komponen utama yang berpengaruh terhadap niat individu untuk melakukan atau menghindari suatu perilaku, yaitu attitude (sikap), subjective norms (norma subjektif), dan perceived behavioral control (kontrol perilaku yang dipersepsikan). Ketiga komponen ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku remaja dalam menghadapi tawaran judi online yang sering muncul di media sosial.

1. Sikap (Attitude)

   Sikap remaja terhadap judi online adalah faktor pertama yang mempengaruhi niat mereka untuk terlibat dalam perilaku tersebut. Dalam konteks kampanye pencegahan judi online ini, konten edukasi yang menunjukkan dampak negatif judi online, baik dari segi kesehatan mental maupun keuangan, diharapkan dapat merubah sikap remaja menjadi lebih negatif terhadap perilaku judi. Oleh karena itu, video kampanye dan materi visual lainnya difokuskan pada penggambaran risiko dan konsekuensi jangka panjang dari judi online. Pemahaman yang dibentuk diharapkan dapat mengurangi sikap positif yang mungkin dimiliki oleh remaja terhadap aktivitas tersebut.

2. Norma Subjektif (Subjective Norms)

   Norma subjektif mengacu pada pengaruh sosial yang diterima individu dari orang-orang terdekat seperti teman sebaya dan keluarga. Dalam kampanye ini, penggunaan interaksi sosial menjadi kunci utama untuk mempengaruhi norma subjektif. Melalui fitur interaktif di media sosial, seperti polling, tanya jawab (Q&A), dan template yang mengajak audiens untuk berbagi cerita, kampanye ini berusaha menciptakan norma sosial di kalangan remaja yang mendukung penghindaran terhadap judi online. Hal ini dimaksudkan untuk menciptakan pengaruh teman sebaya yang positif, sehingga remaja merasa termotivasi untuk mengikuti perilaku yang lebih baik.

3. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (Perceived Behavioral Control)

   Perceived behavioral control berhubungan dengan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengendalikan atau menghindari suatu perilaku. Dalam penelitian ini, kampanye bertujuan untuk meningkatkan perasaan kontrol remaja terhadap kemampuannya dalam menghindari iklan judi online. Melalui informasi yang disajikan dalam konten edukasi, seperti cara melaporkan iklan judi atau tips menghindari jebakan iklan, remaja diberikan pemahaman tentang cara untuk mengontrol interaksi mereka dengan media sosial, serta menjaga diri dari pengaruh negatif yang ditawarkan oleh iklan judi online.

3.1.2 Implementasi TPB dalam Kampanye

Dalam rangka mengimplementasikan TPB, kampanye ini mengintegrasikan ketiga komponen TPB ke dalam **strategi komunikasi sosial** yang terstruktur dengan jelas. Konten yang disajikan di media sosial (video, poster, carousel) dirancang untuk:

1. Mengubah sikap audiens terhadap judi online melalui edukasi tentang risiko dan dampak buruknya.
2. Mempengaruhi norma sosial dengan menciptakan diskusi dan interaksi yang mengajak remaja untuk berbagi pengalaman dan perspektif mereka tentang judi online.
3. Meningkatkan kontrol perilaku dengan memberikan informasi yang memberdayakan remaja untuk menghindari dan melaporkan iklan judi online.

3.1.3 Implementasi Model AISAS dalam Penelitian

Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) adalah sebuah framework yang digunakan untuk merancang strategi pemasaran digital dengan mengutamakan perilaku audiens pada platform media sosial. Model ini mencakup lima tahap penting dalam perjalanan konsumen, yang dimulai dari menarik perhatian, hingga mendorong audiens untuk membagikan pesan kampanye. Dalam penelitian ini, model AISAS diterapkan untuk merancang kampanye pencegahan judi online yang menyasar remaja usia 15–21 tahun. Tujuan utama dari penerapan

AISAS adalah untuk mengubah perilaku remaja dengan cara yang organik dan menghindari pendekatan yang bersifat memaksa atau menakut-nakuti.

Dari permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, pengelolaan dan perencanaan kampanye melalui model AISAS disusun dalam skema berikut:

1. Attention (Perhatian)

   Menentukan media yang dianggap paling sering ditemui dan menarik perhatian target audiens. Hal ini berhubungan dengan segmentasi, targeting, dan positioning.
2. Interest (Minat)

   Memperluas media untuk menyampaikan pesan kampanye serta memperluas metode penyebaran pesan sesuai dengan segmentasi, targeting, dan positioning. Dalam hal ini berkaitan dengan ketertarikan khalayak sasaran.
3. Search (Pencarian)

   Menentukan media yang paling sering ditemui khalayak sasaran dan media yang dapat menampung informasi secara lengkap agar khalayak sasaran dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai pesan kampanye.
4. Action (Tindakan)

   Mengajak khalayak sasaran untuk ikut serta dalam aksi sosial kampanye, aksi sosial ini tidak harus berupa aksi yang terlalu berat, namun dapat berupa aksi memberikan feedback mengenai pesan yang disampaikan.
5. Share (Berbagi)

   Mengajak khalayak sasaran untuk ikut serta dalam menyebarkan pesan kampanye kepada masyarakat umum. Pada tahapan ini, khalayak sasaran harus dipastikan sudah memiliki empati terhadap isu kampanye.

3.2 Metode Pencarian Data

Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan menggunakan tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam, dokumen review, dan observasi. Ketiga metode

ini dipilih untuk memperoleh data yang komprehensif mengenai fenomena judi online di kalangan remaja serta pengaruhnya terhadap perilaku mereka. Berikut penjelasan rinci mengenai setiap metode yang digunakan:

1. Wawancara Mendalam

   Wawancara dilakukan untuk menggali informasi dari narasumber yang memiliki pengalaman atau pengetahuan terkait judi online, khususnya pada remaja. Tujuan wawancara ini adalah memahami dampak psikologis dan sosial dari keterlibatan remaja dalam judi online, baik yang masih aktif maupun mantan pemain. Selain itu, wawancara juga mengeksplorasi pengaruh iklan judi online di media sosial terhadap pola pikir dan perilaku remaja. Narasumber terdiri dari remaja pemain atau mantan pemain judi online, serta pakar komunikasi/periklanan digital, dengan fokus pada pengalaman pribadi mereka dan pandangan mereka mengenai strategi periklanan digital.

2. Dokumen Review

   Dokumen review dalam penelitian ini mencakup analisis video di platform seperti YouTube, terutama podcast atau wawancara dengan mantan pelaku judi atau bandar judi online. Video ini dipilih karena memberikan wawasan langsung dari individu dengan pengalaman di dunia judi online. Analisis terhadap narasi dan pesan dalam video ini bertujuan untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan dalam judi online, dampak sosial dan psikologisnya, serta alasan mereka keluar dari praktik tersebut. Temuan dari video ini diharapkan dapat memperkaya data mengenai perilaku remaja yang terpapar iklan judi online dan dampaknya.

3. Observasi

   Observasi dilakukan untuk mengamati bagaimana iklan judi online muncul di media sosial yang sering digunakan oleh remaja, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Fokus observasi adalah mencatat dan menganalisis elemen desain iklan, seperti warna, tipografi, gambar, dan pesan yang disampaikan. Penelitian ini juga mengidentifikasi bagaimana

elemen-elemen desain tersebut menarik perhatian remaja dan mempengaruhi persepsi mereka terhadap judi online. Hasil observasi ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai dampak iklan judi online pada perilaku remaja serta panduan dalam merancang elemen desain video kampanye pencegahan yang efektif.

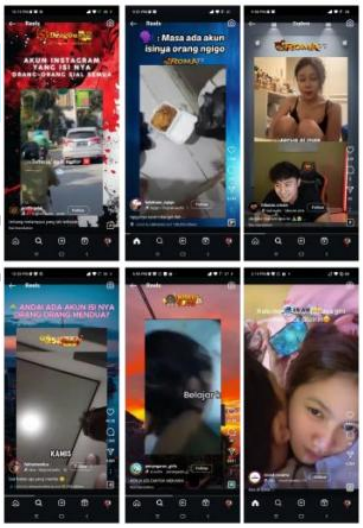
3.3 Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana iklan judi online mempengaruhi perilaku remaja, serta untuk menilai efektivitas konten kampanye yang dapat digunakan sebagai alat pencegahan. Data yang dikumpulkan berasal dari observasi konten iklan judi online, wawancara dengan narasumber, dan studi literatur yang relevan.

3.3.1 Analisis Observasi Iklan Judi Online

Observasi terhadap konten iklan judi online di Instagram dilakukan dengan merujuk pada jurnal penulis sendiri yang telah dipublikasikan berjudul "Strategi Visual dan Pesan Persuasif dalam Iklan Judi Online di Instagram" (Wicaksana, 2024). Dalam jurnal tersebut, penulis mengklasifikasikan iklan-iklan judi online yang muncul di Instagram ke dalam tiga kategori strategi utama, yaitu:

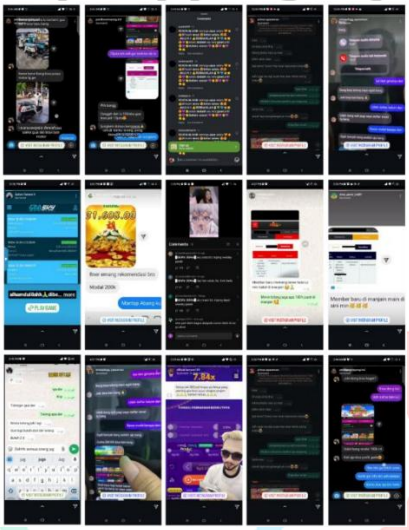
1. Iklan Watermark atau Endorse pada Akun Meme dan Repost



Gambar 3. 2 Iklan Judi Sebagai Watermark
(Wicaksana, 2024)

Iklan jenis ini sering kali menyusup dalam bentuk endorsemen tidak langsung yang ditempatkan pada akun-akun meme atau akun repost yang memiliki banyak pengikut. Ini menunjukkan bagaimana iklan judi online memanfaatkan akun dengan audiens besar dan tidak langsung untuk menyebarkan pesan.

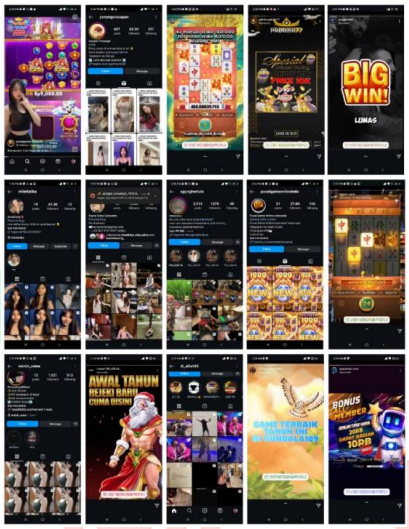
2. Iklan Testimoni



Gambar 3. 3 Iklan Judi Testimoni
(Wicaksana, 2024)

Iklan bertipe testimoni sering kali menampilkan percakapan atau bukti withdraw yang menunjukkan kemenangan pengguna judi online. Strategi ini memanfaatkan social proof untuk menciptakan kesan bahwa judi online adalah cara yang sah untuk mendapatkan uang cepat. Meskipun demikian, testimoni sering kali dipalsukan untuk memberikan kesan autentik.

3. Iklan Visual Mencolok



Gambar 3. 4 Iklan Judi Visual Mencolok (Wicaksana, 2024)

Iklan jenis ini menggunakan warna terang dan simbol kemenangan seperti kata "WIN" atau gambar perempuan seksi untuk menarik perhatian audiens. Penggunaan elemen-elemen visual yang mencolok ini bertujuan untuk menciptakan kesan kemenangan dan menggoda audiens untuk mencoba peruntungan mereka dalam judi online.

Dari hasil observasi, strategi testimoni dan visual mencolok ditemukan sebanyak 15 kali, menunjukkan dominasi kedua pendekatan tersebut dalam menarik perhatian audiens. Elemen-elemen desain ini memanfaatkan psikologi visual dan manipulasi sosial untuk menarik perhatian, terutama di kalangan remaja yang rentan terhadap pengaruh media sosial.

3.3.2 Analisis Wawancara dengan Narasumber

No	Narasumber	Pertanyaan	Ringkasan Jawaban

1.	Narasumber A (Laki-laki, Mahasiswa, 22 tahun, Mantan Pemain Judi Online)	Bisa ceritain sedikit, apa yang membuat kamu pertama kali mencoba bermain judi online?	Saya mulai bermain judi online pada tahun 2023 karena terpengaruh oleh teman kerja. Waktu itu saya melihat langsung teman saya menang hingga 14 juta rupiah dan melakukan penarikan (*withdraw*) di depan mata saya. Hal itu cukup membuat saya tergoda untuk mencoba.
2.		Platform atau jenis permainan apa yang pertama kali kamu coba?	Permainan pertama yang saya coba adalah jenis slot.
3.		Apa motivasi utama kamu waktu itu? Apakah karena penasaran, ajakan teman, atau alasan lain?	Awalnya saya merasa penasaran dan ingin mendapatkan uang dengan cepat. Saat itu saya sudah memiliki penghasilan tetap, jadi saya iseng mencoba bermain dengan modal kecil, sekitar 50 ribu rupiah. Tidak disangka, di percobaan pertama saya langsung menang.
4.		Bagaimana perasaanmu saat pertama kali menang atau kalah dalam permainan itu?	Perasaannya tentu senang. Setelah berhasil withdraw, uangnya saya pakai untuk beli makan, rokok, dan kebutuhan lainnya. Setelah itu saya pernah juga kalah. Tapi selama saya masih bisa mengontrol diri, saya rasa tidak terlalu rugi. Sempat ada keinginan untuk membalas kekalahan ("ngebal"), tapi saya menundanya dan berpikir untuk mencoba situs lain di lain waktu.
5.		Seberapa sering kamu bermain dalam periode itu?	Dalam kurun waktu 1 sampai 2 bulan, saya bermain sekitar tiga kali seminggu. Tidak konsisten, sih. Biasanya saya main saat ada teman. Tapi pernah juga main sendiri, dan waktu itu saya kalah, lalu main terus sampai begadang, bahkan belum tidur sampai berangkat kerja jam 7 pagi.
6.		Apakah teman-teman di sekitarmu juga bermain judi online?	Mayoritas teman-teman saya di tempat kerja juga bermain judi online. Mungkin sekitar 8 dari 10 orang pernah main.
7.		Apakah kamu pernah merasa ada tekanan saat bermain?	Pernah ada pergolakan batin soal uang hasil judi ini—apakah ini uang “baik” atau tidak. Saya sempat kepikiran, "Apa saya harus

			balikin uangnya? Atau depo lagi buat balikin, tapi gak dipakai?" Tapi pada akhirnya, uang itu tetap saya gunakan karena memang sedang butuh. Hanya saja, tetap ada rasa tidak tenang karena sadar bahwa secara agama, judi itu haram.
8.		Apa yang membuat kamu bisa berhenti?	Saya merasa judi online itu terlalu menguras waktu dan energi. Kalau modal kecil, hasilnya lama. Tapi kalau kalah, tenaga dan uang pun terbuang. Saya akhirnya berhenti karena merasa lelah. Bayangkan saja, sampai ke toilet pun saya masih mantengin layar. Itu gila menurut saya.
9.		Apakah sempat merasa kecanduan?	Menurut saya pribadi, saya tidak sampai kecanduan. Saya hanya bermain selama 1–2 bulan, dan itupun tidak sampai menghabiskan semua uang saya. Saya masih bisa berpikir dan membatasi diri. Frekuensinya juga tidak terlalu tinggi, sekitar tiga kali seminggu.
10		Apakah kamu menetapkan batas waktu atau uang saat bermain?	Saya tidak menetapkan batasan waktu saat bermain, tapi saya punya batasan uang. Minimal modal yang saya pakai sekitar 50 ribu dan maksimal 100 ribu. Untuk withdraw, biasanya saya tarik kalau saldo sudah di atas 300 ribu. Kalau masih di bawah itu, biasanya saya lanjutkan saja main, asal jangan sampai rugi.
11.		Menurut kamu, kenapa banyak orang akhirnya kecanduan, sementara kamu tidak?	Menurut saya, yang membuat orang tertarik main judi online itu pertama karena lingkungan—teman-teman. Kedua, karena janji "uang instan". Bisa saja dalam sehari dapat 400 ribu, jadi orang jadi pengen terus. Ditambah, menurut saya algoritma permainannya juga curang
12.		Apa pandangan kamu tentang maraknya iklan judi online?	Menurut saya, itu parah banget. Dulu waktu saya masih sering main, iklan judi sering sekali muncul di Instagram. Saya pikir itu gila sih, bisa nongol terus kayak gitu.
13.		Dulu, saat masih bermain judi online,	Saya pernah melihat kampanye dari influencer yang membahas bahaya

		apakah kamu pernah melihat iklan yang berisi ajakan untuk menghindari atau mengantisipasi bahaya judi online?	judi online. Katanya, kalau sudah kecanduan bisa sampai jual rumah. Kampanye itu sedikit banyak berpengaruh ke saya untuk berhenti. Tapi di luar itu, iklan judi jauh lebih masif. Bahkan, saya belum pernah lihat iklan atau peringatan dari pemerintah.

Tabel 3. 1 Analisis Wawancara

Wawancara dengan narasumber memberikan gambaran mengenai bagaimana *peer pressure* (pengaruh teman) memainkan peran penting dalam mendorong individu untuk mencoba judi online. Narasumber mengaku mulai bermain judi online karena teman-temannya juga terlibat dalam aktivitas tersebut, serta karena perasaan dapat menang pada awalnya, yang kemudian berubah menjadi kecanduan setelah beberapa kali bermain.

Meskipun narasumber tahu bahwa judi *online* berdosa dan merugikan, dia tetap melanjutkan aktivitas tersebut karena adanya kebutuhan ekonomi. Narasumber juga menyoroti bahwa dia hanya menemukan konten podcast yang membantunya berhenti bermain, menunjukkan bahwa kampanye pencegahan yang efektif harus lebih banyak dijumpai di media sosial yang sering digunakan oleh remaja.

Dari wawancara ini, terdapat dua temuan utama:

1. Kebutuhan akan kampanye yang lebih intensif di media sosial.
2. Pengaruh sosial yang kuat dalam mempengaruhi keputusan remaja untuk terlibat dalam judi online.

3.3.3 Dokumen Review

No	Judul Video	Narasumber/Channel	Ringkasan Isi
1.	Bukan Hanya Adiksi yang Membuat Sulit Berhenti Judi ! | Research & Explained	Ferry Irwandi	Membahas dampak destruktif dari judi online: negara dirugikan hingga Rp27 triliun dari satu situs. Dampaknya termasuk kehilangan harta, nyawa, dan masalah psikologis. Contoh kasus: Budi yang terjebak judi karena motivasi tambahan uang. Penjudi berpikir irasional dan tidak tahu kapan harus

			berhenti. Judi memicu 7 dosa mematikan manusia.
2.	Solusi Efektif & Realistis Meredam Judi Online	Ferry Irwandi	Solusi judi online melalui pendekatan edukatif. Strategi "counter gambling" terdiri dari: (1) Penindakan terhadap promotor judi, (2) Penyebaran edukasi melalui media, (3) Pemulihan melalui konseling bagi pecandu. Pemerintah dinilai kurang efektif jika hanya memblokir situs tanpa pendekatan sosial dan medis.
3.	Judi Online itu SAMPAH	Raymond Chin	Judi online dianggap paling buruk karena ilegal dan mudah diakses. Banyak orang bermain karena ingin cepat kaya. Disebutkan juga adanya WNI yang bekerja di operasi judi luar negeri. Sistem keuangan judi ilegal melibatkan pembelian rekening masyarakat. Solusi: edukasi bahaya judi dan penegakan hukum oleh pemerintah.

Tabel 3. 2 Dokumen Review

3.3.4 Analisa Studi Literatur

No	Judul	Penulis & Tahun	Metode	Temuan
1	Resiko dan Dampak Sosial Judi dan Pinjaman Online pada Remaja	Yusriyyatur Rohmah, K Khodijah (2024)	Kualitatif (Library Research, Analisis Isi)	Penelitian ini menunjukkan dampak sosial dan resiko dari judi online dan pinjaman online pada remaja, termasuk dampak psikologis, sosial, dan finansial. Penelitian ini menyoroti peran iklan dan rendahnya pemahaman remaja terhadap bahaya judi online.
2	Pengaruh Penyuluhan Platform Judi Online terhadap	Selvy Afrioza, Sunia Padilah, Mursiah	Kuantitatif (Desain Korelasional, Pendekatan Cross-	Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara penyuluhan platform judi online

	Kesehatan Mental Remaja	Mursiah (2024)	Sectional)	dengan kesehatan mental remaja, yang membantu mengurangi gangguan mental seperti depresi dan kecemasan.
3	Dampak Judi Online terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa	Yogi Wirareja, Nurus Sa'adah (2024)	Kualitatif (Library Research)	Penelitian ini menunjukkan dampak negatif judi online pada kesehatan mental mahasiswa, seperti stres, kecemasan, depresi, gangguan tidur, dan penurunan kinerja akademis. Judi online juga dapat menyebabkan ketergantungan dan gangguan psikologis lainnya.
4	Faktor Remaja yang Terjebak dalam Permainan Judi Online (Studi Kasus Pada Generasi Milenial di Jakarta)	Muhammad Ragil Mahendra, Sabrina (2024)	Kualitatif (Studi Kasus)	Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor individu dan sosial yang mendorong remaja terlibat dalam judi online, seperti rasa ingin tahu, tekanan ekonomi, dan promosi agresif platform judi online. Dampak negatifnya termasuk masalah finansial, gangguan mental, dan potensi kehancuran masa depan.
5	Fenomena Trend Judi Online pada Remaja	Adhella Putri Anugrahi, Annisa Isyabilla, Fitri Aulia Indah	Kualitatif (Literature Review)	Penelitian ini menyoroti faktor-faktor yang menyebabkan remaja terlibat dalam judi online, seperti rasa penasaran, pengaruh

		Saputri, Yuliana, Lutfi Hidayati Fauziah (2023)		teman, serta lemahnya kontrol diri. Fenomena ini berdampak pada kesehatan mental, sosial, dan fisik remaja, serta menyoroti pentingnya kontrol diri untuk menghindari kecanduan judi online.
6	Strategi Komunikasi Visual di Media Sosial	Agnes Indah Suciani Kristanti, Louis Cahyo Kumolo Buntaran (2024)	Kualitatif (Observasi Digital, Paper Review)	Penelitian ini mengungkapkan bahwa standarisasi dalam manajemen konten merupakan strategi komunikasi visual yang efektif untuk menjaga konsistensi brand dan membangun hubungan positif dengan audiens. Dengan adanya standarisasi visual dan bahasa, Tirtoid berhasil mempertahankan koneksi dan kepercayaan dengan target generasi muda.
7	Pengaruh Media Sosial terhadap Efektivitas Kampanye Sosialisasi Kesehatan di Era Digital	Siti Silatur Rahmi, , Fenny Rahayu Muchlis (2025)	Kuantitatif & Kualitatif (Survei, Wawancara)	Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram dan TikTok, sangat efektif dalam menjangkau generasi muda untuk kampanye kesehatan. Namun, tantangan muncul dari hoaks, akses terbatas, dan perbedaan budaya. Edukasi media dan

				evaluasi kampanye berkelanjutan dapat meningkatkan efektivitas pesan kesehatan.
8	Perancangan Video Kampanye Gerakan Literasi Menggunakan Teknik Sinematik	Joshua Dave Lala, Anthony Y. M. Tumimomor (2018)	Kualitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan video kampanye untuk menumbuhkan budaya literasi menggunakan teknik sinematik efektif untuk menarik perhatian anak sekolah dasar. Dengan pendekatan yang dekat dengan kehidupan sehari-hari anak-anak, kampanye ini berhasil meningkatkan minat baca dan dapat digunakan sebagai alat untuk mendukung program perpustakaan daerah dan rumah baca.
9	Penanggulangan Fenomena Judi Online Melalui Pendekatan Media Komik Digital	Sri Nurendah Sekarwang, Tulus Rega Wahyuni, Rifky Nugraha (2024)	Kualitatif (Wawancara, Observasi, Dokumentasi)	Penelitian ini menunjukkan bahwa komik digital efektif digunakan sebagai media edukasi mengenai fenomena judi online. Komik "AGAK TEKOR ASAL GACOR" mengangkat cerita tentang dampak buruk judi online dan dapat menarik perhatian remaja dan dewasa dengan ilustrasi yang menarik serta gaya

				visual yang mudah dipahami. Namun, beberapa orang masih berpendapat bahwa kemudahan akses judi online menjadi tantangan besar untuk mengurangi praktik perjudian.
10	Iklan Layanan Masyarakat sebagai Media Kampanye Sosial Bahaya Adiksi Game Online	Muhammad Redintan Justin, Rohiman, Ade Moussadecq, Abdi Darmawande, Alfajri Ahmad Ramadhan (2023)	Deskriptif Kualitatif (Observasi, Pengamatan, Wawancara)	Penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan video iklan layanan masyarakat mengenai adiksi game online dapat mengedukasi masyarakat, khususnya mahasiswa, tentang pentingnya penggunaan waktu yang bijak. Kampanye ini bertujuan mengurangi kecanduan game, dengan hasil evaluasi menunjukkan dampak positif pada pengurangan waktu bermain game di kalangan mahasiswa.
11	Upaya Pencegahan Judi Online pada Usia Remaja	Okky Ambarita Cahya Utami, Eny Latifah, Indri Ati Utami Agustin (2025)	Kualitatif (Kepustakaan, Literatur Review)	Penelitian ini menunjukkan bahwa pencegahan judi online membutuhkan keterlibatan semua pihak, mulai dari diri pribadi, keluarga, komunitas, hingga pemerintahan. Judi online berisiko tinggi pada remaja, menyebabkan gangguan mental dan

				penurunan kinerja akademis. Pencegahan dapat dilakukan melalui pendekatan di lingkungan keluarga, sekolah, dan komunitas, serta kerjasama pihak berwajib untuk menutup akses perjudian online.
12	Strategi Pencegahan dan Penanganan Kecanduan Judi Online di Kalangan Remaja di Wilayah Desa Ungaran	Firdous Rizqi Imtihan, Dany Miftahul Ula (2024	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecanduan judi online di kalangan remaja Desa Ungaran didorong oleh faktor ikut-ikutan, anggapan bisa cepat kaya, serta ketersediaan dana dari pekerjaan, yang berdampak pada penurunan produktivitas, rendahnya interaksi sosial, dan menurunnya tingkat religiusitas. Banyak remaja bahkan bermain di lebih dari dua situs judi online, dan dampaknya terlihat pada kasus pelajar yang kehilangan waktu belajar serta karyawan yang terlilit hutang dan kurang peduli terhadap lingkungan. Untuk mencegah dan menangani kecanduan ini, diperlukan sosialisasi intensif mengenai dampak

				negatif judi online, penanaman nilai-nilai agama, dukungan dari lingkungan sosial, pengalihan perhatian ke aktivitas positif, serta penegakan hukum yang tegas.
13	Visualisasi Dampak Negatif Bermain Judi Online dalam Bidang Sosial dan Materi Berupa Film Pendek	Muhammad Yafi Adrian, Donny Trihanondo, Adrian Permana Zen (2024)	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa film pendek dapat menjadi media efektif untuk menyampaikan dampak negatif judi online, terutama kepada remaja. Melalui film berjudul "Ekspektasi Realita", peneliti memvisualisasikan bagaimana seseorang terjerumus dalam judi online dan mengalami ketergantungan yang merusak kehidupan sosial, finansial, serta emosionalnya. Penggunaan elemen sinematografi membantu menggambarkan perubahan psikologis tokoh, memperkuat pesan bahwa ketergantungan pada keberuntungan dapat berujung pada kerugian besar. Film ini juga menyampaikan pentingnya bersyukur, bekerja keras, dan menghindari jalan pintas demi mencapai tujuan hidup, sekaligus

				mengingatkan bahwa dampak judi tidak hanya dirasakan pemain, tetapi juga memengaruhi lingkungan sekitarnya.
14	Analisis Relevansi Pesan, Saluran Komunikasi, Peraturan Pemerintah dan Kesadaran Publik dalam Kampanye Anti Judi Online untuk Menurunkan Jumlah Pengguna Aplikasi Judi Online: Bibliometrik	Hendra Lesmana, Hery Margono, Agus Widagdo (2025)	Kuantitatif Dengan Pendekatan Bibliometric	Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas kampanye anti-judi online ditentukan oleh relevansi pesan, pemilihan saluran komunikasi yang tepat, dan dukungan regulasi pemerintah. Pesan yang menyentuh konteks audiens serta distribusi melalui media sosial atau TV dapat meningkatkan kesadaran publik terhadap bahaya judi online. Regulasi iklan yang ketat dan promosi perilaku berjudi yang bertanggung jawab juga penting. Pendekatan terpadu ini berpotensi menekan jumlah pengguna dan dampak negatif perjudian online.
15	Pengaruh Konten Short Video pada Kondisi Psikologis Manusia	Rangga Arsyadani Wahyudi, Farhan Arya Wibawa, Muhammad Haidar Fadhilah (2024)	Kuantitatif (dengan data persepsi mahasiswa)	Konten short video berdampak signifikan terhadap fokus, kesadaran lingkungan, dan kesehatan psikologis mahasiswa. Konsumsi berlebihan memicu kecemasan dan resah,

				tapi juga memberi manfaat berupa pengetahuan baru. Mahasiswa juga mengkhawatirkan dampaknya pada anak di bawah umur.
16	Analisis Roland Barthes dalam Video Kampanye Kembali Bahagia	Tristan Alfian & Kukuh Dwi Wijanarko (2022)	Analisis semiotika (Roland Barthes)	Video kampanye "Kembali Bahagia" menganalisis hoaks Covid-19 menggunakan konsep penanda dan petanda. Hasilnya, video ini efektif membentuk kesadaran masyarakat untuk lebih peduli terhadap kebenaran informasi dan dampak hoaks, terutama dalam konteks pemulihan pasca pandemi di Kudus. Pesan diperkuat dengan karakter, voice over, dan sound effect.
17	Analisa Visual Storytelling dalam Video Kampanye Sosial Cyberbullying "MLC Singapore – Do What's Right Online"	Evan Apta Febriansyah (2020)	Analisis visual storytelling	Elemen visual dan simbolisasi pada video MLC Singapore mampu membentuk cerita yang kuat dan emosional. Teknik sinematografi mendukung penyampaian pesan secara efektif kepada audiens. Storytelling visual terbukti mampu membangun emosi, karakter, dan pesan moral dalam kampanye sosial.

18	Dampak Iklan Judi Online Terhadap Perilaku Sosial dan Akademik Peserta Didik	Sintya Sari, Febra Anjar Kusuma, Novi Rahma Sari, Hafifa Ananda Fasya, Ramadhan Hidayatullah (2025)	Kualitatif, studi kasus	Iklan judi online berdampak negatif pada pelajar, meliputi gangguan mental, penurunan akademik, masalah sosial, dan kerugian finansial. Penyebab utamanya adalah lemahnya regulasi, rendahnya literasi digital, serta strategi penyebaran melalui media sosial dan platform digital. Solusinya mencakup edukasi, peningkatan literasi digital, dan kolaborasi antar institusi.

Tabel 3. 3 Analisa Studi Literatur

3.3.5 Pengaruh Iklan Judi Online terhadap Perilaku Remaja

Berdasarkan data observasi dan wawancara, iklan judi online dapat memiliki dampak psikologis yang kuat terhadap remaja. Penggunaan elemen-elemen desain yang menarik, seperti warna terang, gambar yang menggoda, dan pesan kemenangan yang sering kali tidak realistis, dapat menciptakan kesan bahwa judi online adalah cara yang sah dan mudah untuk mendapatkan uang cepat.

Iklan judi online yang beredar juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif remaja, di mana mereka merasa terdorong untuk mencoba peruntungan mereka meskipun mereka tahu bahwa aktivitas tersebut berisiko. Hal ini menunjukkan adanya normalisasi perjudian di kalangan remaja yang dapat menyebabkan kecanduan dan masalah keuangan di kemudian hari.

3.4 Kesimpulan Hasil Analisis

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui observasi terhadap iklan-iklan judi online di media sosial, wawancara dengan mantan pemain judi

online, serta telaah literatur, dapat disimpulkan beberapa poin penting yang menjadi landasan dalam perancangan kampanye pencegahan judi online untuk remaja:

1. **Strategi Visual dan Psikologis Iklan Judi Online Sangat Manipulatif**

   Iklan judi online menggunakan pendekatan visual yang kuat seperti warna terang, tipografi besar dengan kata-kata seperti "WIN" atau "MENANG," serta daya tarik seksual, yang terbukti efektif dalam mencuri perhatian audiens, terutama remaja. Selain itu, strategi testimoni dan endorse dari akun-akun meme menciptakan kesan bahwa judi online adalah hal yang umum dan menguntungkan, meski kenyataannya manipulatif dan berisiko.

2. **Remaja Rentan karena Paparan Konten dan Pengaruh Sosial**

   Hasil wawancara menunjukkan bahwa salah satu faktor utama seseorang terlibat dalam judi online adalah pengaruh teman sebaya (peer pressure) dan keinginan untuk mencoba setelah melihat orang lain bermain. Remaja sering kali terpengaruh oleh "kisah sukses" palsu atau bukti kemenangan yang dibagikan di media sosial, yang memberi harapan palsu akan keuntungan cepat.

3. **Minimnya Konten Kampanye Pencegahan di Media Sosial**

   Narasumber menyebutkan bahwa selama terlibat dalam judi online, ia hampir tidak pernah menemukan kampanye pencegahan di media sosial. Justru konten seperti podcast di YouTube yang berisi kisah nyata mantan pelaku judi memberikan dampak nyata terhadap keputusannya untuk berhenti. Hal ini menegaskan bahwa kampanye kesadaran harus lebih hadir di platform digital yang sering diakses oleh remaja, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube Shorts.

4. **Kampanye Pencegahan Harus Relevan, Emosional, dan Berdasarkan Realita**

Berdasarkan analisis, konten kampanye yang akan dirancang harus mampu bersaing secara visual dengan iklan judi yang ada. Kampanye harus mengusung narasi yang dekat secara emosional, menyuarakan pengalaman nyata, serta menyampaikan pesan yang konkret, jujur, dan relatable bagi remaja. Menghadirkan narasi “aku pernah kecanduan, dan ini dampaknya” jauh lebih kuat dibanding pesan moral konvensional yang bersifat normatif

3.5 Pemecahan Masalah

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi video, dapat disimpulkan bahwa fenomena judi online pada kalangan remaja memiliki tingkat keterpaparan dan dampak yang signifikan. Beberapa faktor seperti pengaruh lingkungan sosial (teman), kemudahan akses, kurangnya edukasi, serta lemahnya eksistensi kampanye pencegahan menjadi pemicu utama keterlibatan remaja dalam praktik ini.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, maka dirumuskan beberapa langkah pemecahan masalah yang akan menjadi dasar perancangan video kampanye ini, yaitu:

1. **Kurangnya Paparan Kampanye Anti-Judi Online**
   Solusi: Merancang kampanye visual yang informatif dan emosional melalui media yang sering diakses remaja, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube Shorts. Konten kampanye harus mudah dipahami, relatable, dan memiliki pesan kuat yang membekas.
2. **Kurangnya Kesadaran akan Dampak Negatif Judi Online**
   Solusi: Mengangkat narasi nyata, data kerugian, dan testimoni mantan pemain judi online untuk menciptakan awareness secara emosional dan rasional. Video kampanye perlu menampilkan konsekuensi nyata yang ditimbulkan dari praktik judi online, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun mental.
3. **Remaja Rentan Terpengaruh Lingkungan Sosial**
   Solusi: Kampanye harus menyisipkan pesan yang mengajak untuk berani berkata "tidak" pada ajakan teman, serta membangun identitas

diri yang kuat dan sadar risiko. Hal ini dapat dikemas dalam format storytelling atau visualisasi skenario.

4. **Belum Adanya Konten Edukasi yang Tepat Sasaran**

   Solusi: Merancang konten kampanye dengan pendekatan yang disesuaikan dengan gaya bahasa dan visual anak muda (15–21 tahun), menggunakan tone yang ringan namun tetap tegas, serta memanfaatkan tren media sosial.

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA