
Analisis Pengaruh Endorsement Influencer / Artis terhadap Penggunaan Judi Online pada Generasi Millennial atau Z di Media Sosial

Analysis of the Influence of Endorsement by Influencers/Artists on the Use of Online Gambling among Millennials or Generation Z on Social Media

Feilincy Gabriela, Ilman Akbar Effendi & Rossita Dewi*

Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, Indonesia

Diterima: 23 Juli 2023; Direview: 15 November 2023; Disetujui: 19 November 2023

*Corresponding Email: 22172380015@lspr.edu

Abstrak

Dalam era globalisasi yang sedang berlangsung, perkembangan media sosial mengalami pertumbuhan yang pesat. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai medium online yang memfasilitasi penciptaan hubungan sosial, tetapi juga memperkuat keterhubungan antar pengguna. Penggunaan media sosial sebagai alat promosi semakin umum, terutama di platform Instagram dan TikTok. Namun, perlu diperhatikan bahwa penggunaan media sosial untuk kegiatan promosi oleh para artis atau influencer dapat memiliki dampak signifikan terutama pada generasi milenial dan generasi Z, terutama jika produk atau jasa yang diendorse berkaitan dengan judi online atau aktivitas ilegal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena endorse oleh influencer atau artis terkait dengan penggunaan judi online pada generasi milenial atau Z melalui media sosial. Metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melibatkan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Partisipan penelitian terdiri dari empat individu yang mewakili generasi milenial dan Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer memiliki dampak signifikan dalam mempengaruhi minat generasi milenial dan Z terhadap judi online. Selain itu, algoritma media sosial cenderung menampilkan iklan video promosi judi online yang dibintangi oleh influencer tersebut. Kesimpulannya, pengaruh influencer dan algoritma di media sosial dapat memiliki dampak besar terhadap sikap dan perilaku generasi milenial dan Z terkait dengan iklan atau endorse judi online.

Kata Kunci: Judi Online; Endorse; Influencer.

Abstract

In the current era of globalization, the rapid development of social media is evident. Social media functions not only as an online medium facilitating social connections but also strengthens relationships among users. The use of social media as a promotional tool is prevalent, particularly on platforms like Instagram and TikTok. However, it is crucial to note that the use of social media for promotional activities by artists or influencers can have a significant impact, especially on the millennial and Generation Z populations, particularly when endorsing products or services related to online gambling or illegal activities. This research aims to analyze the phenomenon of influencer endorsements and their association with the use of online gambling among millennials and Generation Z through social media. The research methodology employed is qualitative, utilizing data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. The study participants consist of four individuals representing the millennial and Generation Z demographics. The research findings indicate that influencers have a substantial impact on influencing the interest of millennials and Generation Z in online gambling. Additionally, social media algorithms tend to display video advertisements promoting online gambling featuring these influencers. In conclusion, the influence of influencers and social media algorithms can significantly affect the attitudes and behaviors of millennials and Generation Z regarding online gambling endorsements.

Keywords: Online Gambling; Endorsement; Influencers.

How to Cite: Gabriela, F., Effendi, I. A., & Dewi, R. (2023). Analisis Fenomena Endorse Influencer/Artis Terhadap Penggunaan Judi Online Pada Generasi Millennial Atau Z Pada Media Sosial. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 6 (2): 773-786.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan media sosial telah mengalami kemajuan pesat yang membawa dampak signifikan bagi cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi. Media sosial, sebagai entitas dari revolusi digital, bukan sekadar wadah komunikasi, melainkan juga menjadi fasilitator yang penting dalam pembentukan dan perkuatan hubungan sosial antar pengguna (Nasrullah, 2015). Platform media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan sejenisnya, tidak hanya menjadi medium untuk saling berkomunikasi, tetapi juga mengakomodasi terbentuknya komunitas yang beragam. Fenomena ini memanifestasikan peran media sosial sebagai ekosistem digital yang membentuk dan merefleksikan dinamika sosial kompleks. Kemampuan media sosial dalam menggabungkan berbagai jenis konten, termasuk gambar, video, suara, dan tulisan, menandai peranannya sebagai alat komunikasi modern yang sangat berpengaruh. Konten yang dihasilkan oleh pengguna tidak bersifat statis, tetapi dinamis dan responsif terhadap interaksi antar pengguna. Hal ini menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih interaktif dan mendalam. Oleh karena itu, media sosial tidak sekadar menjadi sarana penyampaian pesan, melainkan menjadi wahana di mana ide, tren, dan opini dapat berkembang dan menyebar dengan cepat. Dalam perspektif ini, peran media sosial dalam membentuk budaya digital dan memfasilitasi interaksi sosial menjadi aspek penting yang terus berkembang.

Fenomena media sosial juga membuka peluang besar dalam praktik pemasaran, terutama melalui penggunaan strategi endorsement dan influencer. Endorsement, sebagai strategi pemasaran, melibatkan pihak luar, seperti selebriti atau influencer, untuk mendukung dan mempromosikan produk atau jasa tertentu (Shimp, 2010; Wibowo, 2016). Ini menciptakan kerjasama saling menguntungkan, di mana selebriti atau influencer dapat memanfaatkan popularitas dan pengaruh mereka, sementara merek dapat mengakses audiens yang lebih luas dan memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi. Seiring dengan perkembangan teknologi dan konektivitas yang meningkat, praktik endorsement semakin terintegrasi dalam konteks media sosial, menciptakan landasan bagi penyebaran pesan pemasaran melalui berbagai platform digital.

Di sisi lain, influencer, individu dengan jumlah pengikut yang besar di media sosial, memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perilaku dan keputusan konsumen (Aini, 2018; Hariyanti & Wirapraja, 2018). Keberhasilan seorang influencer tidak hanya bersumber dari tingkat popularitas semata, melainkan juga dari kemampuannya membangun keterhubungan dan kepercayaan dengan pengikutnya. Dengan daya tarik personal dan kredibilitas yang mereka miliki, influencer mampu menjadi katalisator efektif dalam membentuk opini dan preferensi konsumen. Tren pemasaran masa kini semakin memperlihatkan bahwa kombinasi antara strategi endorsement dan peran influencer telah menjadi sebuah fenomena signifikan, terutama di dunia pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok (Dahono, 2021). Dinamika interaksi antara merek dan konsumen mengalami perubahan yang substansial, di mana pesan pemasaran tidak hanya difokuskan pada penyampaian informasi, melainkan juga memanfaatkan daya tarik personal dan jaringan sosial influencer untuk mencapai tujuan pemasaran yang lebih efektif.

Sebagai kontras, peran generasi milenial dan Z dalam dinamika media sosial dan praktik pemasaran menjadi semakin menonjol (Piranda et al., 2022). Generasi milenial, yang tumbuh pada masa perkembangan teknologi dan komunikasi online yang pesat antara tahun 1980 dan 2000, menunjukkan keterbukaan terhadap inovasi dan harapan tinggi terhadap produk dan pekerjaan (Syarifudin, 2019). Dalam era transformasi digital, generasi ini menjadi konsumen yang cerdas dan terhubung dengan dunia di sekitarnya melalui media sosial. Sementara itu, Generasi Z, yang lahir setelah tahun 2000, tumbuh dalam era media sosial dan teknologi yang lebih maju. Karakteristik mereka mencakup pandangan global yang lebih luas, keterbukaan terhadap berbagai perspektif, dan metode berpikir yang beragam (Ula, 2021). Dengan keterlibatan aktif dalam menciptakan konten, berbagi pandangan, dan terlibat dalam percakapan online, Generasi Z menjadi konsumen yang memiliki dampak signifikan dalam dinamika interaksi dengan media sosial.

Dalam domain media sosial dan pemasaran, Generasi Milenial dan Generasi Z menampilkan karakteristik yang memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumen, khususnya

terkait dengan praktik endorsement dan pengaruh influencer. Milenial, yang tumbuh dalam periode percepatan teknologi, menjadi pengguna pionir pada platform media sosial seperti Facebook dan Twitter. Mereka menunjukkan kecenderungan memiliki harapan tinggi terhadap pekerjaan dan produk, dengan preferensi terhadap merek yang mencerminkan nilai etika dan sosial. Sementara itu, Generasi Z, yang menguasai multitasking digital, terlahir dalam era media sosial dan menunjukkan pandangan yang lebih global. Mereka aktif dalam mendukung isu-isu sosial dan lingkungan, terlibat dalam gerakan seperti #FridaysForFuture. Strategi pemasaran yang berhasil untuk kedua generasi ini melibatkan penggunaan konten visual dan video yang menarik, menekankan keaslian, dan mendorong keterlibatan aktif melalui tantangan atau kompetisi di platform media sosial. Pemahaman mendalam terhadap karakteristik ini memberikan landasan bagi para pemasar untuk merancang kampanye yang sesuai dengan preferensi dan perilaku unik masing-masing generasi.

Penelitian ini mengeksplorasi secara mendalam dampak penggunaan endorsement di media sosial, khususnya terkait dengan judi online, pada Generasi Milenial dan Generasi Z. Untuk memperkaya pemahaman konteks ini, beberapa studi kasus dan contoh konkret telah diintegrasikan. Sebagai contoh, sejumlah influencer terkemuka di platform media sosial, seperti Instagram dan TikTok, terlibat aktif dalam kampanye endorsement untuk situs judi online. Mereka, dengan jumlah pengikut yang signifikan, memberikan testimoni positif mengenai pengalaman mereka dalam berjudi online, menciptakan kesan bahwa aktivitas ini terkait erat dengan gaya hidup yang diidamkan oleh Generasi Milenial dan Z. Studi kasus lain menggambarkan peningkatan partisipasi dalam judi online setelah adanya endorsement dari tokoh-tokoh idola generasi ini. Sebagai ilustrasi, penelitian khusus oleh Hutagaol (2019) menyajikan temuan bahwa ketika influencer atau artis yang diidolakan oleh Generasi Milenial dan Z mendukung atau mengiklankan platform judi online, terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah pemain, terutama di kalangan muda. Sementara itu, perlu ditekankan bahwa beberapa negara telah menerapkan regulasi yang lebih ketat untuk mengendalikan dampak negatif endorsement terkait judi online, dan implikasi dari tindakan regulatif ini juga menjadi fokus penelitian ini. Dengan menyelaraskan temuan-temuan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang pengaruh endorsement di media sosial terhadap perilaku pengguna, khususnya terkait dengan penggunaan judi online pada Generasi Milenial dan Z.

Dalam konteks fenomena endorse influencer/artis terhadap judi online pada Generasi Milenial dan Generasi Z, aplikasi teori jarum hipodermik dapat memberikan wawasan yang mendalam. Teori ini, diperkenalkan oleh Lasswell (2015), menyoroti peran kuat media massa dalam memengaruhi khalayak secara langsung. Dalam konteks endorse influencer/artis, teori jarum hipodermik mencerminkan konsep bahwa influencer bertindak sebagai "jarum hipodermik" yang menyuntikkan pesan endorse secara langsung ke dalam pikiran dan perilaku khalayak, khususnya Generasi Milenial dan Z. Studi yang dilakukan oleh Afandi et al. (2021) menggarisbawahi bahwa, walaupun eksposur terhadap endorse influencer telah dilakukan melalui platform media sosial seperti Instagram, Generasi Z tetap melibatkan pertimbangan kritis dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam kerangka teori jarum hipodermik, hal ini menunjukkan bahwa pesan endorse tidak diterima begitu saja, melainkan melalui proses penilaian yang kritis, termasuk evaluasi terhadap kepercayaan pada sumber (influencer), citra merek yang disampaikan, dan pengaruh potensial dalam konteks keputusan pembelian.

Temuan dari penelitian Amalia & Sagita (2019) juga menambah dimensi pada pemahaman ini, menunjukkan bahwa influencer media sosial dapat memengaruhi keputusan Generasi Z, meskipun tingkat keraguan tinggi. Dalam paradigma teori jarum hipodermik, keraguan ini mencerminkan resistensi atau pertahanan yang mungkin muncul di antara khalayak terhadap pesan endorse yang diterima. Generasi Z, terlepas dari paparan endorse, menunjukkan kritisisme dan skeptisisme terhadap pesan tersebut. Dengan demikian, penerapan teori jarum hipodermik pada fenomena endorse influencer/artis terhadap judi online pada Generasi Milenial dan Z menyiratkan bahwa pengaruh endorse tidaklah bersifat otomatis atau tanpa tantangan.

Sebaliknya, generasi ini aktif dalam melakukan evaluasi dan pemikiran kritis terhadap pesan endorse, menunjukkan kompleksitas dan ketidaksempurnaan dalam proses komunikasi massa, terutama di era media sosial.

Dengan merujuk pada konteks penelitian, penelitian ini didorong oleh tujuan yang lebih tegas untuk memberikan kontribusi yang substansial dalam pemahaman mengenai pengaruh fenomena endorsement oleh influencer/artis terhadap penggunaan judi online pada Generasi Milenial dan Generasi Z di media social. Sebagai suatu penambahan, penelitian ini juga memandang fenomena ini melalui lensa teori komunikasi media sosial, yang menekankan interaksi dinamis antara pesan media dan khalayak dalam konteks platform berbagi konten digital (Syaiful, 2009). Pada tingkat yang lebih luas, penelitian ini diarahkan untuk menyediakan temuan yang tidak hanya berwawasan mendalam tetapi juga dapat diaplikasikan secara praktis dalam domain pemasaran, perilaku konsumen, dan regulasi media sosial. Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya literatur yang ada dan memberikan pandangan baru terhadap strategi pemasaran efektif serta perumusan kebijakan yang lebih adaptif terhadap dinamika endorsement di era media sosial.

Sejalan dengan perumusan tujuan penelitian, kesimpulan penelitian ini akan secara langsung merefleksikan temuan yang diantisipasi. Dengan menyatukan hasil data empiris dan analisis, kesimpulan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang mendalam terkait dampak endorsement influencer/artis terhadap perilaku konsumen, terutama dalam konteks penggunaan judi online oleh Generasi Milenial dan Z di platform media social. Kesimpulan akan merinci proses penilaian dan pengambilan keputusan konsumen dalam konteks endorse, serta menyajikan implikasi praktis yang dapat diterapkan. Oleh karena itu, kesimpulan penelitian ini diarahkan untuk memberikan gambaran yang konkret mengenai kontribusi temuan ini dalam merespons dan memahami perkembangan pesat tren media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami dan menganalisis dampak endorse dari influencer dan artis terhadap perilaku penggunaan judi online di kalangan generasi millennial dan Z melalui platform media sosial. Dengan memfokuskan perhatian pada aspek ini, penelitian ini bermaksud untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana influencer dan artis, sebagai tokoh publik yang memiliki daya tarik besar di kalangan target ini, dapat memengaruhi keputusan dan perilaku terkait judi online. Dengan mengidentifikasi pola-pola perilaku, preferensi, dan motivasi di balik partisipasi dalam judi online yang dipengaruhi oleh endorsemennya, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika ini. Melalui analisis mendalam ini, diharapkan dapat ditemukan wawasan yang berharga yang dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi intervensi atau regulasi yang lebih efektif dalam mengatasi potensi dampak negatif endorse influencer/artis terhadap perilaku judi online di kalangan generasi millennial dan Z.

Subjek dalam penelitian ini adalah generasi Z atau millennial yang aktif menggunakan media sosial dan pernah melakukan minimal satu kali judi online. Digolongkan berdasarkan generasinya total narasumber dari generasi milenial dan generasi z yaitu berjumlah 6 orang. Berikut beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk pemilihan subjek penelitian mengenai perilaku judi online di antara generasi millennial dan Z:

1. Usia dan Generasi:
 - Generasi Millennial (Kelahiran sekitar 1981-1996): Usia antara 25-40 tahun pada saat penelitian.
 - Generasi Z (Kelahiran sekitar 1997-2012): Usia antara 13-24 tahun pada saat penelitian.
2. Pengalaman Judi Online:
 - Subjek penelitian harus memiliki pengalaman minimal satu kali judi online. Ini dapat diidentifikasi melalui wawancara atau kuesioner awal.
3. Faktor Kepribadian dan Sifat Berisiko:



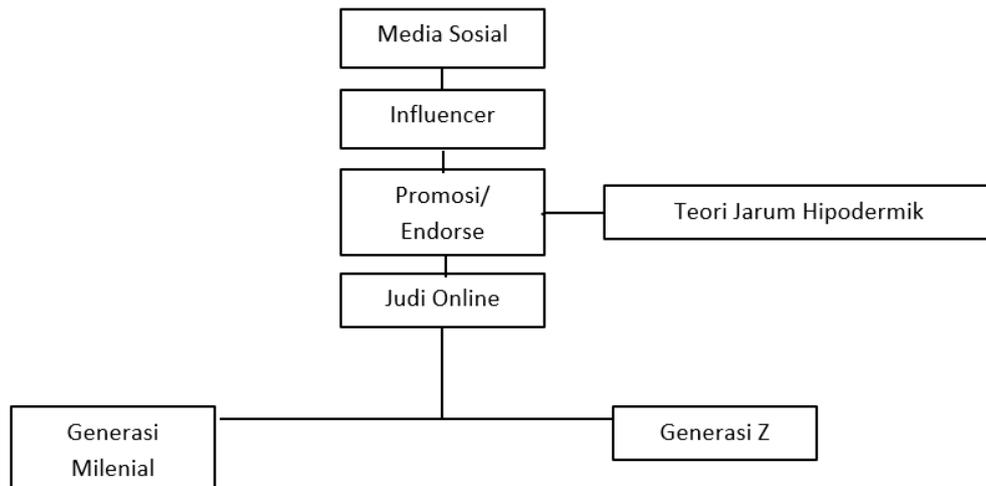
- Subjek penelitian dapat dipilih berdasarkan sifat-sifat tertentu yang dianggap memiliki korelasi dengan perilaku judi, seperti tingkat keberanian atau tingkat impulsivitas.
4. Frekuensi dan Jenis Judi Online:
- Memilih subjek yang telah berpartisipasi dalam berbagai jenis perjudian online (misalnya, taruhan olahraga, poker online, permainan kasino) dan memiliki tingkat frekuensi tertentu.

Penelitian menggunakan metode kualitatif didasarkan pada kompleksitas fenomena yang dihadapi. Perilaku ini dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan budaya, yang memerlukan pendekatan yang dapat merinci dan memahami nuansa yang mungkin terlewatkan dalam analisis kuantitatif. Dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti dapat menangkap ekspresi subjektivitas dan pengalaman pribadi responden, memungkinkan pemahaman mendalam tentang alasan di balik perilaku perjudian online, dampak finansial, dan dinamika hubungan antara influencer dan generasi millennial atau Z di media sosial. Lebih dari itu, metode ini memfasilitasi eksplorasi yang mendalam terkait konteks budaya dan sosial yang memengaruhi fenomena tersebut. Fleksibilitas terhadap perubahan dinamis dalam lingkungan online dan media sosial juga menjadi keuntungan, memungkinkan peneliti untuk mengadaptasi fokus penelitian seiring dengan perkembangan tren dan perubahan dalam perilaku pengguna. Dengan demikian, pendekatan kualitatif dianggap relevan untuk mencapai validitas, kepercayaan, dan pemahaman yang lebih holistik terkait perilaku kompleks ini.

Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi untuk memahami perilaku dan persepsi generasi milenial dan Z terkait penggunaan aplikasi judi online dan game slot. Wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber dari kedua generasi tersebut untuk mendapatkan insight yang mendalam. Pertanyaan dalam wawancara difokuskan pada pengalaman penggunaan aplikasi judi online, motivasi, dampak, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka yang terdiri dari:

1. Apa yang membuatnya tertarik awalnya dan bagaimana pandangannya setelah mengalami kerugian?
2. Bagaimana proses awalnya dari penasaran hingga menggunakan pinjol untuk *top up*?
3. Bagaimana pandangan generasi Z terhadap judi online?
4. Apa yang mencegah mereka untuk terjerumus ke dalamnya?
5. Mengapa generasi Z lebih cenderung menggunakan Game Slot daripada judi online?
6. Bagaimana pengaruh influencer dan iklan terhadap keputusan mereka dalam menggunakan Game Slot?
7. Apakah adanya rekomendasi dari artis membuat narasumber merasa lebih percaya dan aman?
8. Apakah narasumber memiliki saran atau peringatan untuk orang lain yang mungkin tergoda untuk mencoba judi online atau Game Slot berdasarkan pengalaman mereka sendiri?

Dalam penelitian ini, teknik triangulasi digunakan sebagai suatu pendekatan untuk meningkatkan keabsahan data. Triangulasi dapat diibaratkan sebagai suatu strategi pemeriksaan keabsahan yang melibatkan penggunaan beberapa metode atau sumber data untuk memperoleh gambaran yang lebih lengkap dan akurat terkait dengan objek penelitian. Secara khusus, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi dengan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Dengan cara ini, peneliti dapat mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan dalam informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara dengan partisipan, observasi lapangan, atau analisis dokumen terkait. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengonfirmasi atau memperkuat temuan dengan menggunakan sudut pandang yang berbeda, sehingga meningkatkan keandalan dan validitas interpretasi hasil penelitian. Melalui triangulasi, penelitian ini berusaha meminimalkan potensi bias dan memastikan bahwa data yang diperoleh mencerminkan realitas yang sebenarnya dari objek penelitian.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Data didapatkan melalui kuesioner secara online dan melalui observasi dan wawancara yang dilakukan melalui media sosial Instagram dan tiktok serta bertemu langsung dengan narasumber. Dalam kuesioner, kami memberikan pertanyaan seputar jenis kelamin, usia, dan status pekerjaan untuk mengetahui profil dari narasumber. Berikut ini merupakan tabel narasumber yang berhasil di wawancara:

Tabel 1. Data Narasumber

No	Nama/Inisial	Jenis Kelamin	Kategori Generasi	Keterangan
1	Narasumber 1	Laki-Laki	Milenial	Pernah Melakukan Judi Online
2	Narasumber 2	Laki-Laki	Milenial	Pernah Melakukan Judi Online
3	Narasumber 3	Perempuan	Milenial	Pernah Melakukan Judi Online
4	Narasumber 4	Perempuan	Milenial	Pernah Melakukan Judi Online
5	Narasumber 5	Laki - Laki	Gen z	Hampir Melakukan Judi Online
6	Narasumber 6	Perempuan	Gen Z	Hampir Melakukan Judi Online

Sumber : data diolah, 2023

Hasil penelitian ini memberikan gambaran yang cukup jelas tentang sejauh mana judi online telah menjadi platform yang dikenal di kalangan generasi Z dan milenial. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang mencatat pemblokiran 566.332 konten judi online sejak 2018 menunjukkan prevalensi masalah ini (Mariyam, 2022). Pemblokiran konten judi online oleh Kominfo dari tahun ke tahun, khususnya peningkatan yang signifikan pada tahun 2021 dengan mencapai 204.917 konten, tidak hanya mencerminkan eskalasi permasalahan judi online di Indonesia tetapi juga mengindikasikan tingginya minat dan partisipasi dari generasi Z dan milenial dalam aktivitas ini. Kondisi ini menjadi perhatian serius, mengingat dampak negatif yang dapat ditimbulkan oleh judi online terhadap kesehatan mental dan finansial masyarakat, khususnya kalangan muda.

Wawancara dengan responden milenial memberikan wawasan lebih lanjut terkait perilaku mereka terhadap judi online. Meskipun hanya sebagian kecil yang mengaku pernah mencoba judi online, alasan mereka yang cenderung kurang pemahaman awal terhadap aplikasi dan platform tersebut mencerminkan tantangan yang dihadapi dalam mengendalikan fenomena ini. Beberapa responden menyatakan bahwa ketidakpahaman awal mereka terhadap platform tersebut membuat mereka kurang waspada terhadap risiko yang terlibat. Selain itu, persepsi bahwa platform tersebut memiliki fitur kode referral, di mana mengajak orang lain untuk mendownload

dapat menghasilkan uang, menunjukkan betapa endorsement dan pengaruh dari sesama pengguna dapat menjadi faktor kunci dalam menggiring generasi millennial ke dalam aktivitas judi online.

Dalam merangkai konteks ini, teori penerimaan teknologi dan teori sosial dapat memperkuat pemahaman kita tentang bagaimana pengaruh endorsement influencer memainkan peran penting. Teori penerimaan teknologi membantu menjelaskan bagaimana faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap platform judi online dapat dipengaruhi oleh endorsement influencer. Di sisi lain, teori sosial memungkinkan kita untuk memahami bagaimana interaksi sosial, termasuk endorsement, dapat memengaruhi norma dan perilaku individu dalam konteks judi online. Analisis yang lebih mendalam mengenai bagaimana endorsement dan pengaruh influencer secara spesifik memanipulasi faktor-faktor kunci dalam teori ini akan membantu mengidentifikasi strategi efektif untuk mengurangi dampak negatif judi online di kalangan generasi millennial dan Z. Keseluruhan, perlu upaya bersama antara pemerintah, industri, dan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman dan mengatasi tantangan terkait judi online, khususnya di kalangan generasi muda.

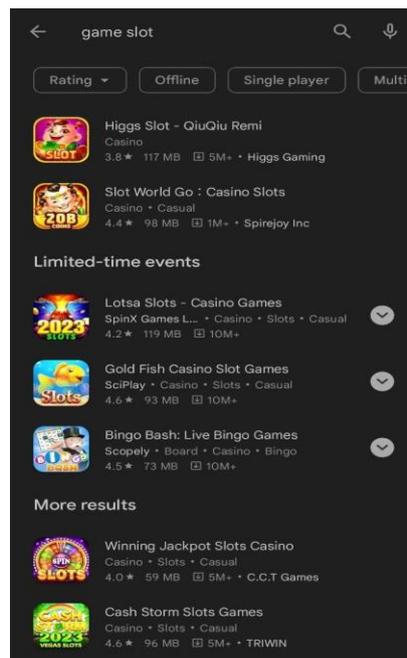
Wawancara dengan responden memperdalam pemahaman terhadap dinamika perilaku generasi milenial terkait judi online. Beberapa pertanyaan strategis diajukan untuk mengeksplorasi lebih lanjut pengalaman dan pandangan mereka, yang dapat memperkaya analisis hasil penelitian:

- a. Bagaimana pengalaman narasumber 1 dalam menggunakan aplikasi judi online? Apa yang membuatnya tertarik awalnya dan bagaimana pandangannya setelah mengalami kerugian?
- b. Narasumber 3 menyebut bahwa iklan mempengaruhi keputusannya untuk mencoba judi online. Bagaimana proses awalnya dari penasaran hingga menggunakan pinjol untuk top up? Apa yang membuatnya menyesal setelahnya?
- c. Bagaimana pandangan generasi Z, seperti yang diungkapkan oleh narasumber 6, terhadap judi online? Apa yang mencegah mereka untuk terjermum ke dalamnya?
- d. Mengapa generasi Z lebih cenderung menggunakan Game Slot daripada judi online? Bagaimana pengaruh influencer dan iklan terhadap keputusan mereka dalam menggunakan Game Slot?
- e. Narasumber 2 dan 4 menyebutkan bahwa mereka terpengaruh oleh artis yang mempromosikan judi online. Bagaimana pengaruh artis tersebut pada keputusan mereka? Bagaimana pandangan mereka setelah mengalami kerugian?
- f. Bagaimana dampak dari rekomendasi artis seperti Denny Cagur, Ari Lasso, Boy William, Gilang Dirga, Jessica Iskandar, dan Sule terhadap pengguna judi online? Apakah adanya rekomendasi dari artis membuat narasumber merasa lebih percaya dan aman?
- g. Bagaimana judi online menjadi topik hangat di Twitter dan bagaimana pengalaman narasumber mencerminkan kisah-kisah di media sosial? Apakah mereka merasa ada tekanan sosial atau penyesalan setelah berbagi pengalaman tersebut?
- h. Bagaimana tanggapan narasumber terhadap kasus influencer yang tertangkap karena mempromosikan judi online, terutama dua selebgram asal Bukittinggi yang merupakan mahasiswa? Bagaimana hal ini memengaruhi persepsi mereka terhadap judi online?
- i. Apakah narasumber memiliki saran atau peringatan untuk orang lain yang mungkin tergoda untuk mencoba judi online atau Game Slot berdasarkan pengalaman mereka sendiri?
- j. Bagaimana narasumber melihat peran media sosial dalam penyebaran informasi seputar judi online, baik positif maupun negatif? Apakah mereka merasa ada tanggung jawab dari pihak media sosial dalam mengatasi permasalahan ini?

Berikut adalah hasil jawaban dari narasumber yang diperoleh melalui implementasi pertanyaan-pertanyaan di atas yang dirancang secara khusus untuk merinci dan memahami secara mendalam dinamika perilaku generasi milenial dalam konteks judi online:

- a. “Saya suka pakai aplikasi ini, saya sudah rugi hampir ratusan juta rupiah hingga merugikan orang tua, secara sadar saya tau bahwa ini adalah hal yang tidak baik untuk di contoh namun saya sudah lakukan, ada yg saya pikirkan saya menyesal tapi sudah terlambat” (Narasumber 1)
- b. “Saya pernah pakai tapi sekarang sudah engga. Menang satu kali kalah berkali-kali, ini karna iklan juga si waktu itu. Awam tapi penasaran dulu sampai pakai pinjol untuk top up sekarang sampai nyesal tapi sudah di cicil, jangan deh kalo bisa pake itu” (Narasumber 3)
- c. “Saya berfikir mau coba tapi kek takut diomelin orang tua. Toh kalau bisa minta jajan orang tua mending minta lebih dari pada judi online. Tapi sering si kek penasaran” (Narasumber 6)
- d. “duhhh gakk lagi lagi deh itu setan banget. Saya sempet tergiur tapi gasampe pake” (Narasumber 5)
- e. “Saya pake karna emng iseng trus ngeliat yang promosi artis yang udah terpercaya, keknya ini aplikasi adil gabakal nipu, eh ketipu juga, saya gapake lagi, dah banyak hutang. Jangan ditiru ya” (Narasumber 2)
- f. “Iya Pakee karna diajak suamiii tapi lihat iklan juga jadi tergiur, padahal suami udah rugi tapi kata suami siapa tau saya hoki, jadi ikutan main. Tapi saya ga kecanduan ya. Nyoba. Duh stress kalo difikir2 kemakan iklan” (Narasumber 4)

Hasil wawancara ini memiliki relevansi signifikan dengan pertanyaan penelitian dan analisis yang dilakukan, terutama dalam menggambarkan faktor-faktor pendorong dan dampak perilaku generasi milenial terkait judi online.



Gambar 2. Game Slot/ Judi Online di Playstore

Sumber: <https://twitter.com/convomfs/status/1723221640606368167>

Gambar 2 menunjukkan bahwa game slot atau judi online di platform Playstore pada generasi millennial atau Z melibatkan kompleksitas interaksi antara teknologi, hiburan, dan perilaku sosial. Permainan judi online yang mudah diakses melalui aplikasi Playstore membuka peluang bagi generasi millennial dan Z untuk terlibat dalam aktivitas perjudian secara lebih praktis.

Potensi bahwa game slot atau judi online di Playstore dapat menjadi pintu masuk bagi pengguna muda ke dalam dunia perjudian. Faktor keterjangkauan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh aplikasi Playstore dapat meningkatkan eksposur generasi muda terhadap perjudian online. Hal ini dapat menciptakan kecenderungan untuk mencoba pengalaman perjudian tanpa adanya hambatan fisik atau kontrol yang ketat.

Pentingnya media sosial sebagai saluran komunikasi dan interaksi bagi generasi millennial dan Z juga turut memperkuat pengaruh game slot atau judi online di Playstore. Potret kemenangan atau kekalahan dalam permainan judi online dapat dengan cepat tersebar melalui media sosial, menciptakan efek domino dan memengaruhi orang lain untuk ikut serta. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menjadi tempat untuk berbagi pengalaman, tetapi juga dapat berperan sebagai katalisator dalam penyebaran perilaku perjudian.

Pengembangan game slot atau judi online yang memanfaatkan mekanisme hadiah dan dorongan psikologis dapat memperkuat daya tariknya terhadap generasi muda. Fitur-fitur seperti bonus, turnamen, dan promosi yang ditawarkan oleh aplikasi Playstore dapat meningkatkan keinginan untuk terus berpartisipasi dalam perjudian online. Hal ini membentuk lingkaran di mana pemain merasa terus-menerus tertarik dan terlibat dalam aktivitas perjudian.

Fenomena ini menyoroti kompleksitas hubungan antara teknologi, hiburan, dan perilaku sosial, di mana pengaruh game slot atau judi online di Playstore dapat menjadi faktor penting dalam membentuk pola perilaku perjudian generasi millennial dan Z pada media sosial. Pentingnya pemahaman mendalam terhadap dinamika ini dapat membantu dalam pengembangan strategi preventif dan intervensi untuk mengurangi potensi dampak negatif yang dapat timbul dari peningkatan penggunaan judi online pada generasi muda.

Namun dijelaskan juga oleh narasumber, gen Z saat ini tidak menggunakan aplikasi judi online namun banyak sekali yang menggunakan Game Slot sebagai pengganti judi online. Game slot sendiri adalah Game yang dilakukan dengan melakukan putaran spin dimana nantinya akan muncul kombinasi simbol atau angka yang nantinya pemain bisa memperoleh kemenangan ketika terjadi pecahan yang sama.

Game tersebut dapat di temukan di HP masing-masing orang dengan mengunduh melalui Appstore atau Playstore. Tergiernya gen Z dan milenial tak lepas dari pengaruh Influencer ataupun iklan yang ditayangkan oleh layanan judi online melalui platform instagram ataupun tiktok. Karena milenial dan gen Z adalah pengguna aktif media sosial. banyak sekali yang menjadikan influencer atau artis sebagai promotor dari aplikasi atau platform judi online tersebut.



Gambar 3. Artis yang pernah mempromosikan Judi Online
Sumber: (Noviandi, 2023)

Fenomena endorse influencer atau artis terhadap penggunaan judi online pada generasi millennial atau Z, terutama melalui media sosial, menunjukkan dampak besar dalam memengaruhi perilaku dan persepsi masyarakat terhadap judi online. Saat ini, Twitter menjadi wadah bagi

berbagai cerita dan pengalaman terkait judi online, baik yang menggambarkan kesuksesan maupun kisah tragis kegagalan. Gambaran ini menciptakan ruang diskusi publik yang intens terkait risiko dan konsekuensi dari keterlibatan dalam aktivitas perjudian online.

Dalam konteks ini, penyebaran informasi mengenai artis atau influencer ternama seperti Denny Cagur, Ari Lasso, Boy William, Gilang Dirga, Jessica Iskandar, dan Sule yang menerima endorse dari agen judi online menjadi sorotan tajam. Endorsement tersebut dapat dianggap sebagai langkah kontroversial, mengingat dampak negatif yang terlihat dalam beberapa cerita di Twitter yang mencatat kerugian ekonomi akibat judi online. Relevansi gambar endorse tersebut mencerminkan kesenjangan antara citra positif yang dibangun oleh artis atau influencer dan realitas pahit yang dihadapi oleh sebagian masyarakat yang terjerat dalam perjudian online.

Dengan demikian, gambar 3 tersebut menciptakan dinamika kompleks antara popularitas selebriti, dampak sosial judi online, dan tanggung jawab moral dalam mempromosikan aktivitas yang memiliki risiko tinggi. Fenomena ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana pengaruh media sosial dan dukungan dari tokoh terkenal dapat membentuk persepsi dan perilaku pengguna, terutama generasi millennial dan Z, terhadap judi online.

Hasil penelitian ini juga mencerminkan bahwa dampak sosial dari promosi judi online oleh artis dan selebgram meluas hingga ke media sosial, di mana pengikut-pengikut mereka terpengaruh oleh rekomendasi tersebut. Sebagai respons terhadap pertanyaan mengenai motivasi terlibat dalam judi online, hasil wawancara menunjukkan bahwa pengaruh artis yang terpercaya dan terkenal, seperti Denny Cagur, Ari Lasso, Boy William, Gilang Dirga, Jessica Iskandar, dan Sule, menjadi salah satu faktor pendorong utama. Narasumber menyoroti bahwa rekomendasi dari tokoh-tokoh ini menciptakan persepsi bahwa aplikasi perjudian online yang dipromosikan oleh mereka adalah aman dan bebas dari kecurangan. Faktor ini memberikan dimensi sosial yang kuat terhadap perilaku perjudian online generasi milenial. Lebih lanjut, hasil wawancara juga memperluas pemahaman terhadap dampak negatif judi online melalui kisah narasumber dan pengguna Twitter yang berbagi pengalaman pribadi. Terungkap bahwa beberapa narasumber, termasuk artis dan influencer, menghadapi dampak finansial yang merugikan, bahkan ada yang terbelit hutang. Situasi ini menggambarkan risiko dan konsekuensi yang mungkin timbul dari keterlibatan dalam judi online, dan hal ini berkaitan dengan temuan bahwa banyak pengguna Twitter juga berbagi pengalaman serupa, menunjukkan bahwa dampak ini tidak terbatas pada individu tertentu.

Analisis mendalam terkait dampak endorse dan influencer pada perilaku pengguna judi online melibatkan pemahaman yang cermat terhadap kompleksitas interaksi sosial dan kekuatan pengaruh figur terkenal. Dalam kerangka teori pemasaran sosial, peran artis dan selebgram sebagai endorser judi online dapat diartikan sebagai sumber otoritas yang memberikan legitimasi pada aktivitas perjudian. Teori pemasaran sosial menekankan pada pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku individu (Elwani & Kurniawan, 2020), dan dalam hal ini, endorse oleh artis dan influencer menciptakan persepsi bahwa judi online adalah praktek yang diterima dan populer di kalangan masyarakat.

Teori pengaruh sosial, terutama dalam konteks artis dan influencer, mendukung pemahaman bahwa perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh figur-figur yang dianggap sebagai model atau sumber inspirasi (Tjahyadi et al., 2022). Dalam konteks ini, endorser menciptakan aspirasi dan identifikasi di antara pengikut mereka, yang mungkin mendorong pengguna untuk meniru perilaku yang mereka promosikan, termasuk terlibat dalam judi online. Oleh karena itu, teori ini memberikan dasar konseptual untuk menjelaskan mengapa rekomendasi dari artis terkenal dapat memiliki dampak signifikan terhadap keputusan individu untuk terlibat dalam perjudian online. Namun, kendati teori pemasaran sosial dan pengaruh sosial memberikan landasan yang kuat untuk memahami pengaruh endorse dan influencer, perlu dicatat bahwa terdapat risiko negatif yang terkait dengan promosi perjudian. Teori ini menyoroti bahwa influencer dapat memainkan peran penting dalam membentuk norma sosial terkait perjudian,

yang pada akhirnya dapat meningkatkan risiko keterlibatan individu dalam praktik perjudian yang tidak sehat.

Dengan demikian, analisis ini memperkuat pemahaman terhadap dinamika kompleks yang melibatkan endorse dan influencer dalam konteks judi online, sambil mengaitkannya dengan teori pemasaran sosial dan pengaruh sosial. Meskipun endorse dapat meningkatkan daya tarik perjudian, esensial untuk mempertimbangkan implikasi sosial dan dampak negatif yang mungkin timbul dari praktik endorse yang tidak terkontrol. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memberikan kontribusi berharga terhadap pemahaman kita tentang dinamika perilaku generasi milenial dalam konteks judi online, yang tidak hanya dipengaruhi oleh faktor intrinsik tetapi juga oleh pengaruh eksternal, seperti rekomendasi artis dan pengalaman bersama di media sosial..

Hasil Penelitian Menurut Teori Jarum hipodermik

Teori Jarum Hipodermik, atau sering disebut sebagai teori penyuntikan langsung, merupakan suatu konsep dalam ilmu komunikasi massa yang menyatakan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk "menyuntikkan" pesan atau ideologi tertentu secara langsung ke dalam pikiran masyarakat, tanpa mempertimbangkan perbedaan individual. Dalam konteks ini, kita dapat mengaplikasikan teori Jarum Hipodermik untuk memahami bagaimana pengaruh influencer atau artis dalam mempromosikan judi online melalui media sosial dapat menjadi pemicu atau pendorong utama bagi generasi milenial dan Z untuk tertarik atau mencoba judi online.

Influencer dan artis seringkali memiliki jangkauan yang luas di media sosial, dengan jumlah pengikut yang mencapai jutaan. Mereka mungkin digambarkan sebagai figur otoritatif atau panutan bagi banyak pengikut mereka, dan pesan yang disampaikan oleh mereka dianggap memiliki nilai dan kepercayaan. Ketika influencer atau artis memilih untuk mempromosikan judi online, pesan tersebut dapat diserap oleh para pengikut mereka secara langsung, tanpa adanya filter atau pertimbangan kritis.

Penting untuk memahami bahwa generasi milenial dan Z cenderung aktif di media sosial dan sangat terpapar informasi dari berbagai sumber di platform-platform tersebut. Melalui konten promosi yang menarik dan seringkali glamor, influencer atau artis dapat menciptakan citra positif seputar judi online, membuatnya terlihat sebagai aktivitas yang menyenangkan, menghibur, dan mungkin menguntungkan. Dengan demikian, para pengikut yang terkesan dan terpengaruh oleh citra ini mungkin merasa tertarik untuk mencoba pengalaman judi online, terlepas dari risiko dan konsekuensinya.

Adanya tekanan sosial dan keinginan untuk terlihat keren atau berpartisipasi dalam tren yang diikuti oleh idola mereka juga dapat memperkuat dampak dari promosi judi online oleh influencer atau artis. Para pengikut dapat merasa bahwa berjudi online adalah cara untuk menjadi bagian dari gaya hidup yang dihargai atau dianggap prestisius oleh kelompok mereka.

Dalam analisis yang lebih luas, fenomena ini menciptakan tantangan serius dalam menghadapi dampak sosial dari promosi judi online oleh influencer. Regulasi yang tepat perlu diterapkan untuk membatasi promosi semacam itu agar melindungi generasi milenial dan Z dari risiko ketergantungan dan masalah judi. Selain itu, pendekatan pendidikan yang lebih aktif dan kritis terhadap literasi media dan finansial perlu diperkenalkan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat tentang risiko yang terlibat dalam judi online.

Berdasarkan hasil wawancara, terlihat bahwa fenomena pengaruh influencer atau artis terhadap perilaku judi online pada milenial dan generasi Z dapat dijelaskan melalui teori Jarum Hipodermik. Teori ini menggambarkan bahwa media massa memiliki potensi untuk secara langsung memengaruhi perilaku penggunanya. Dalam konteks ini, influencer dan artis berperan sebagai "jarum" yang menyuntikkan pesan atau promosi terkait judi online kepada khalayak.

Hasil Analisa terlihat bahwa aplikasi judi online menjadi daya tarik bagi sebagian milenial karena adanya fitur kode referral yang menawarkan penghasilan tambahan jika mereka berhasil mengajak orang lain untuk menggunakan aplikasi tersebut. Hasil wawancara menunjukkan bahwa



influencer atau artis yang terkenal, seperti Denny Cagur, Ari Lasso, Boy William, Gilang Dirga, Jessica Iskandar, dan Sule, memiliki peran besar dalam mempromosikan aplikasi judi online, sehingga dianggap sebagai aplikasi yang aman dan terpercaya

Namun, dampak negatif dari promosi ini terlihat dari pengalaman narasumber yang merugi hingga ratusan juta rupiah dan merugikan orang tua. Beberapa narasumber mengakui bahwa tergiur oleh iklan dan promosi artis membuat mereka mencoba judi online, meskipun akhirnya menyesal atas keputusan tersebut. Faktor ini mencerminkan bagaimana influencer atau artis dapat menjadi agen penggerak dalam membentuk perilaku pengguna.

Para narasumber millennial menunjukkan bahwa mereka terpengaruh oleh promosi judi online yang dilakukan oleh influencer atau artis terkenal. Kode referral yang menjanjikan penghasilan tambahan menjadi daya tarik utama bagi mereka, meskipun akhirnya mengakibatkan kerugian finansial signifikan. Hal ini sejalan dengan teori Jarum Hipodermik, di mana pesan dari media massa secara langsung memengaruhi tindakan individu.

Adanya kesadaran bahwa penggunaan judi online merugikan tidak selalu mencegah pengaruh media massa. Terlihat bahwa meskipun ada penyesalan, beberapa narasumber tetap terjebak dalam kebiasaan judi online. Faktor ini menunjukkan bahwa promosi oleh influencer atau artis menciptakan dampak yang cukup kuat untuk meyakinkan pengguna meskipun mereka menyadari risikonya.

Generasi Z, meskipun juga terpapar oleh promosi judi online, menunjukkan respons yang berbeda. Mereka lebih cenderung mengurungkan niat untuk terlibat dalam judi online karena takut diketahui oleh orang tua. Ini menggambarkan bahwa faktor lingkungan sosial dan kontrol orang tua memainkan peran penting dalam menghadang pengaruh media massa, seperti yang dijelaskan dalam teori Jarum Hipodermik.

Pergeseran dari judi online ke Game Slot pada generasi Z menunjukkan fleksibilitas strategi promosi oleh layanan judi online. Penggunaan media sosial dan promosi oleh influencer atau artis masih terlihat menjadi faktor kunci dalam menarik perhatian dan minat generasi muda terhadap kegiatan perjudian.

Dalam konteks ini, para narasumber menyoroti bahwa kepercayaan terhadap artis atau influencer yang mempromosikan judi online dapat menjadi faktor yang mendorong mereka untuk menganggap aplikasi tersebut aman dan adil. Namun, kesadaran terhadap risiko setelah mengalami kerugian finansial menggambarkan bahwa dampak ini tidak selalu bersifat positif. Adanya tanggapan negatif terhadap artis yang terlibat dalam promosi judi online, serta kasus selebgram yang ditangkap, menunjukkan bahwa tindakan tersebut tidak hanya mendapatkan dukungan tetapi juga menimbulkan kritik dan dampak negatif dalam masyarakat.

Selain dampak individu, fenomena judi online ini juga menciptakan dampak sosial yang lebih luas, terlihat dari percakapan di media sosial, seperti Twitter, di mana orang-orang berbagi pengalaman mereka terkait kemiskinan yang diakibatkan oleh judi online.

Secara keseluruhan, hasil wawancara ini mencerminkan bagaimana influencer dan artis dapat berperan sebagai agen penggerak dalam mengubah perilaku pengguna terkait judi online, sejalan dengan konsep teori Jarum Hipodermik. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh influencer dan artis terhadap pengambilan keputusan generasi milenial dan Z terkait judi online sangat signifikan.

Dalam era digital ini, media sosial menjadi sarana utama bagi mereka untuk mendapatkan informasi dan inspirasi. Para influencer dan artis memanfaatkan daya tarik mereka dalam industri hiburan dan gaya hidup untuk membentuk opini dan perilaku pengikut mereka. Teori Jarum Hipodermik, yang juga dikenal sebagai teori efek langsung, menjelaskan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk secara langsung memengaruhi individu atau kelompok besar, seperti halnya jarum hipodermik yang secara langsung menyuntikkan pesan ke dalam tubuh.

Pada konteks ini, influencer dan artis bertindak sebagai "jarum hipodermik" yang menyuntikkan pesan-pesan positif terkait judi online kepada generasi milenial dan Z melalui platform media sosial. Mereka menciptakan citra glamor dan gaya hidup yang terkait dengan

aktivitas perjudian, memanfaatkan ketertarikan dan keinginan generasi ini untuk menjadi bagian dari tren dan gaya hidup yang sedang berkembang. Dengan menyajikan pengalaman yang menarik dan positif terkait judi online, mereka secara tidak langsung merangsang minat dan keinginan pengikut mereka untuk mencoba pengalaman serupa.

Selain itu, media sosial memperkuat efek Jarum Hipodermik dengan memungkinkan influencer dan artis untuk memiliki akses langsung ke pengikut mereka. Interaksi yang intensif dan personal melalui komentar, pesan langsung, dan platform interaktif lainnya memperkuat ikatan antara pengguna dan idola mereka. Oleh karena itu, ketika influencer atau artis mempromosikan judi online, pengikut mereka cenderung lebih rentan terhadap pengaruh tersebut karena merasa terhubung secara personal dengan sumber pengaruh mereka.

Secara keseluruhan, pengaruh influencer dan artis terhadap generasi milenial dan Z dalam konteks judi online dapat dijelaskan melalui teori Jarum Hipodermik, di mana media sosial berperan sebagai alat yang efektif dalam menyuntikkan pesan-pesan terkait perjudian ke dalam pikiran dan perilaku pengguna.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor influencer dan artis yang melakukan endorsement terhadap judi online mempengaruhi pengambilan keputusan pada generasi Z dan milenial. Dalam penelitian ini, faktor influencer mencakup Artis atau influencer Tiktok dan Instagram. Penelitian ini membuktikan bahwa keputusan pembelian generasi Z dan milenial dipengaruhi oleh pengalaman dan penampilan influencer. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, di mana generasi Z masih mempertimbangkan faktor kepercayaan, citra merek, dan influencer dalam keputusan pembelian, meskipun endorsement telah dilakukan oleh influencer Instagram. Namun, perlu dicatat bahwa terdapat perbedaan dalam objek yang diteliti. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan kesesuaian dengan teori jarum hipodermik, di mana narasumber yang merasa tergoda cenderung melakukan judi online karena adanya dorongan dari influencer atau artis yang mempromosikan judi tersebut. Namun, untuk lebih memperkuat pengaitan hasil penelitian dengan teori ini, perlu dijelaskan secara lebih langsung dan rinci bagaimana pengaruh influencer tersebut sesuai dengan konsep teori jarum hipodermik. Hal ini akan membuat hubungan antara hasil penelitian dan teori menjadi lebih jelas dan terhubung.

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat menjadi informasi yang berguna bagi masyarakat untuk lebih selektif dalam menyaring konten media sosial. Orang tua atau lingkungan sekitar juga diharapkan untuk terlibat dalam memberikan saran dan panduan kepada generasi Z dalam membuat keputusan pembelian yang tepat dan bijaksana. Selain itu, penting untuk memaksimalkan penggunaan media sosial secara benar dan bijak agar generasi Z dapat lebih terhindar dari dampak negatif endorsement yang tidak sesuai dengan nilai dan prinsip mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademis, tetapi juga memiliki relevansi langsung dengan upaya meningkatkan literasi media sosial dan pengambilan keputusan yang bijak di kalangan generasi Z dan milenial.

Untuk mengatasi dampak negatif endorse judi online oleh influencer terhadap generasi Z, beberapa saran dan langkah-langkah pengembangan dapat diambil. Pertama, perlu diintegrasikan literasi digital dan literasi media ke dalam kurikulum pendidikan, sambil menyelenggarakan seminar dan workshop untuk meningkatkan kesadaran generasi Z tentang risiko judi online. Orang tua juga perlu memainkan peran aktif dalam mengawasi aktivitas online anak-anak mereka dan diberikan panduan untuk mendeteksi tanda-tanda ketertarikan terhadap judi online. Selanjutnya, otoritas pemerintah harus lebih ketat mengawasi endorse judi online dan menetapkan aturan yang jelas terkait iklan judi. Kolaborasi dengan influencer menjadi kunci, di mana mereka dapat diberdayakan untuk peran positif dan edukasi, serta mendorong mereka untuk mendukung nilai-nilai positif daripada mempromosikan judi online.

Adapun kampanye sosial di media sosial dapat menjadi alat efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang risiko judi online. Sementara itu, kolaborasi dengan platform media

sosial diperlukan untuk memperkuat kontrol konten judi online dan memperkenalkan fitur yang membatasi atau memberikan peringatan terhadap konten tersebut. Terakhir, penelitian lanjutan tentang dampak pengaruh influencer terhadap perilaku generasi Z perlu didorong. Dengan mengimplementasikan langkah-langkah ini, diharapkan dapat menciptakan lingkungan yang lebih sehat dan aman bagi generasi Z dalam menghadapi pengaruh endorse judi online oleh influencer.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Samudra, J. P., Sherley, S., Veren, V., & Liang, W. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5(1). <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v5i1.9272>
- Aini, W. N. (2018). Strategi Pemasaran Menggunakan Influencer dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Umamma Scarf Pada Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang. *Bitkom Research*, 63(2).
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2). <https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>
- Dahono, Y. (2021). Data: Ini media sosial paling populer di Indonesia 2020-2021. *Beritasatu. Com*, 1.
- Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 64–80.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (Sebuah studi literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hutagaol, C. N. A. (2019). *Fenomena Endorse di Media Sosial Instagram dalam Masyarakat Konsumen (Studi Deskriptif Anak Remaja pada SMA Negeri 1 Medan)*. Universitas Sumatera Utara.
- Lasswell, H. D. (2015). *Propaganda technique in the world war*. Coachwhip Publications Greenville.
- Mariyam, S. (2022). REGULASI KONTEN ILEGAL PADA MEDIA BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI. *CITA HUKUM INDONESIA*, 1(2).
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*, 2016, 2017.
- Noviandi, F. (2023). *Ari Lasso, Boy William, hingga Sule Diduga Promosikan Judi Online, Warganet: Enggak Ditangkap Juga Pak?* Suara.Com.
- Piranda, D. R., Sinaga, D. Z., & Putri, E. E. (2022). Online Marketing Strategy In Facebook Marketplace As A Digital Marketing Tool. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business (JHSSB)*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i2.123>
- Shimp, T. A. (2010). Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communications, 8e. *Cengage Learning. South-Western*.
- Syaiful, R. (2009). Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- SYARIFUDIN, M. (2019). *Hubungan Antara Persepsi Person Job Fit Dan Motivasi Intrinsik Dengan Work Engagement Pada Karyawan Generasi Millennial Di PT. X*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Tjahyadi, R. A., Magdalena, N., & Vina, L. (2022). Pengaruh Kampanye Pemasaran Sosial pada Niat Perubahan Perilaku Masyarakat: Demografi sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 390–396.
- Ula, M. (2021). *Pengaruh Konten Sex Education Di Instagram Terhadap Perilaku Seks Bebas (Studi Kasus Followers Instagram@ sisilism)*. IAIN Kediri.
- Wibowo, A. T. (2016). *Pengaruh Endorser Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen*. UAJY.