

PERANCANGAN KAMPANYE DALAM UPAYA PENCEGAHAN JUDI ONLINE DI INDONESIA

Oleh: Tommi, S.Ds, M.Ds.¹

Desain Komunikasi Visual
Universitas Pembangunan Jaya
Email: tommi.siswono@upj.ac.id¹

Abstrak

Persoalan judi online di Indonesia kini telah bertransformasi menjadi krisis perilaku yang bersifat sistemik, di mana pendekatan teknis seperti pemblokiran situs sering kali gagal menghentikan siklus adiksi di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan merancang kampanye komunikasi visual sebagai bentuk *wake-up call* yang menasar aspek kognitif audiens melalui pesan utama "Jangan Jatuh ke Jurang yang Sama." Dengan menerapkan metodologi AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share), studi ini mengeksplorasi penggunaan media luar ruang dan digital untuk menciptakan interupsi mental bagi civitas akademika. Fokus utama desain terletak pada penggunaan metafora visual yang menggambarkan kerentanan mahasiswa terhadap manipulasi algoritma perjudian. Temuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam membangun ketahanan digital dan memutus pola pikir berulang yang menjebak individu dalam kerugian finansial maupun sosial secara permanen.

Kata kunci: Judi Online, Kampanye Sosial, Literasi Digital, Perubahan Perilaku, AISAS.

PENDAHULUAN

Fenomena judi daring di lingkungan pendidikan tinggi memerlukan pendekatan komunikasi yang melampaui sekadar penyampaian informasi normatif. Sebagai bagian dari ekosistem digital yang dinamis, mahasiswa sering kali terpapar narasi kemenangan instan yang dirancang secara manipulatif oleh platform perjudian, sehingga menciptakan pola perilaku yang adiktif dan berulang. Bab ini menguraikan urgensi perancangan sebuah kampanye sosial yang berfungsi sebagai "interupsi kognitif" bagi mahasiswa. Melalui integrasi antara teori komunikasi visual dan analisis perilaku, pendahuluan ini memetakan bagaimana sebuah narasi visual yang kuat dapat membongkar ilusi kemenangan dan menghentikan kecenderungan individu untuk kembali terperosok ke dalam masalah yang sama. Fokus pembahasan diarahkan pada identifikasi celah literasi digital serta pentingnya membangun benteng mental kolektif di lingkungan universitas.

LATAR BELAKANG

Akselerasi teknologi digital di Indonesia telah menciptakan ruang bagi praktik ilegal yang sangat merusak, terutama melalui platform judi daring. Berdasarkan data strategis dari Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan perputaran uang dalam aktivitas perjudian daring menunjukkan peningkatan masif hingga mencapai angka ratusan triliun rupiah, dengan segmen usia produktif sebagai kelompok yang paling rentan. Kerugian yang ditimbulkan tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga mencakup degradasi moral, gangguan kesehatan mental, hingga penurunan produktivitas akademik di kalangan mahasiswa.

Masyarakat digital seharusnya memanfaatkan teknologi untuk kebaikan, bukan menjadi korban judi online (Yanti, 2020). Lingkungan digital yang bertanggung jawab mendukung pertumbuhan sosial-ekonomi, dimana setiap orang memahami risiko penyalahgunaan teknologi. Masyarakat harus sadar akan bahaya judi online dan mampu menghindarinya.

Meskipun ada upaya pemblokiran situs judi online, masalah ini masih menjadi perhatian karena pemahaman publik yang belum memadai tentang bahayanya. Dibutuhkan strategi pencegahan yang komprehensif, tidak hanya intervensi teknis,

melainkan juga meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat. Penyuluhan hukum berperan penting dalam memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kesadaran akan perlindungan data pribadi di era digital, mengingat risiko transaksi online yang semakin tinggi.

Dalam konteks ini, desain kampanye menjadi intervensi relevan dan strategis. Disiplin Desain Komunikasi Visual memainkan peran krusial dalam merancang pesan yang persuasif, mampu memengaruhi perubahan perilaku positif. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kampanye visual yang efektif dapat membentuk persepsi publik dan menginspirasi tindakan. Oleh karena itu, desain strategis kampanye pencegahan judi online, didukung prinsip-prinsip DKV yang kuat, diharapkan memberikan kontribusi preventif substansial dengan meningkatkan ketahanan masyarakat dan memitigasi dampak buruk ancaman digital.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana cara merancang pesan visual yang mampu bertindak sebagai *wake-up call* agar mahasiswa sadar dan berhenti judi online?
2. Bagaimana penerapan AISAS dapat mengubah rasa penasaran mahasiswa menjadi tindakan nyata untuk menjauhi judi online?

TUJUAN PENELITIAN

1. Merumuskan strategi pesan visual yang berfungsi sebagai *wake-up call* efektif guna memutus siklus perilaku berulang mahasiswa dalam jeratan judi online.
2. Merancang strategi kampanye yang mendorong mahasiswa untuk tidak hanya menjaga diri sendiri, tetapi juga aktif mengingatkan rekan sejawat agar tidak jatuh ke lubang yang sama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada studi kasus perancangan kampanye. Pengumpulan data dilakukan melalui analisis dokumen terkait fenomena judi online, studi literatur tentang efektivitas kampanye sosial dan desain komunikasi visual, serta observasi awal terhadap perilaku mahasiswa di lingkungan kampus. Proses perancangan kampanye melibatkan tahapan identifikasi masalah, analisis audiens, penentuan strategi pesan, pengembangan konsep visual, hingga produksi prototipe media kampanye. Evaluasi formatif akan dilakukan selama proses perancangan untuk memastikan kesesuaian dan potensi efektivitas pesan visual yang dikembangkan dalam mencapai tujuan.

ANALISA DATA

Analisis dilakukan terhadap perilaku digital mahasiswa yang cenderung reaktif terhadap konten visual yang bersifat instan dan provokatif. Pemetaan ini krusial untuk memastikan bahwa pesan kampanye tidak hanya terlihat, tetapi juga meresap ke dalam alam bawah sadar audiens.

Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan

Usia : Mahasiswa aktif berusia 18-24 tahun

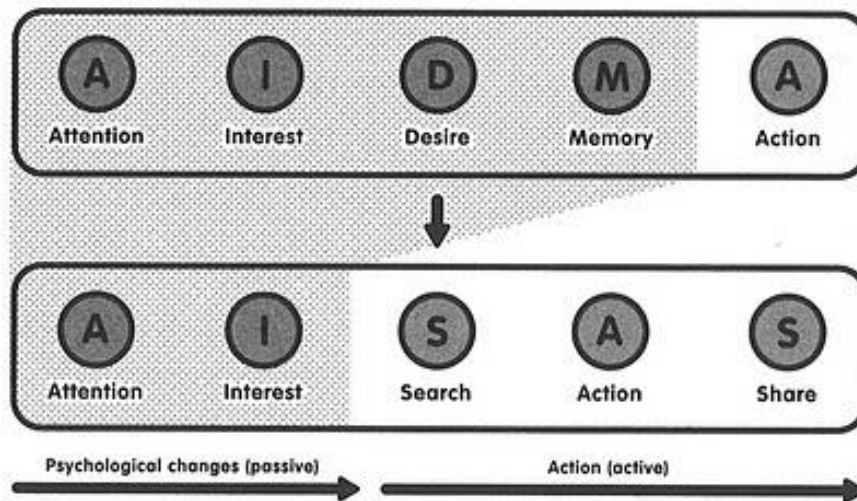
Pendidikan : Kuliah

Tingkat ekonomi : B atau menengah ke bawah

Pemilihan profil audiens pada tingkat ekonomi menengah (B) didasarkan pada kecenderungan kelompok ini yang memiliki akses dana cadangan namun juga memiliki

ambisi besar untuk meningkatkan status sosial secara cepat. Pada rentang usia mahasiswa (18-24 tahun), tekanan akademik sering kali mendorong mereka mencari pelarian melalui hiburan digital yang berisiko tinggi. Kombinasi antara ketergantungan pada teknologi finansial dan paparan gaya hidup mewah di media sosial menjadikan kelompok ini target yang sangat rentan terhadap manipulasi psikologis platform judi. Oleh karena itu, kampanye ini berfokus pada pemberian "kejutan realitas" agar mahasiswa menyadari bahwa stabilitas ekonomi mereka saat ini berada di ambang kehancuran akibat siklus perjudian yang berulang.

METODE PERANCANGAN



Gambar 1. AISAS by Dentsu

Analisis dilakukan terhadap perilaku digital mahasiswa yang cenderung reaktif terhadap konten visual yang bersifat instan dan provokatif. Pemetaan ini krusial untuk memastikan bahwa pesan kampanye tidak hanya terlihat, tetapi juga meresap ke dalam alam bawah sadar audiens.

Tahap	Media	Deskripsi
Attention	Ambient media	Stiker lantai di lift gedung UPJ yang menggambarkan "Jurang Judi" dengan efek kedalaman yang realistis.
Interest	Ilustrasi & copywriting	Layar TV kampus dengan narasi "Jangan Jatuh ke Jurang yang Sama"
Search	Landing Page	QR Code pada poster yang mengarah ke landing page interaktif berisi data manipulasi sistem judi daring.
Action	Ikrar Digital	Fitur "Ikrar Digital" untuk memutus rantai judi serta akses langsung ke layanan konseling universitas.
Share	Asset Digital	Penggunaan tagar #GakUsahIkutan dan aset digital yang dapat dibagikan untuk mengedukasi lingkaran pertemanan mahasiswa.

Perancangan kampanye ini menggunakan kerangka kerja AISAS untuk memastikan pesan tidak hanya berhenti sebagai tontonan, tetapi menjadi pemicu perubahan perilaku (Sugiyama & Andree, 2011). Tahap pertama, Attention, difokuskan pada penggunaan

Ambient Media berupa stiker lantai 3D di area lift gedung universitas. Pemilihan media ini bertujuan menciptakan interupsi fisik; mahasiswa yang sedang berjalan atau menunggu lift akan dikejutkan oleh visual "jurang" yang tampak nyata di bawah kaki mereka. Efek kejut ini krusial untuk menarik fokus audiens di tengah kebisingan informasi digital yang biasa mereka konsumsi (Sari et al., 2025).

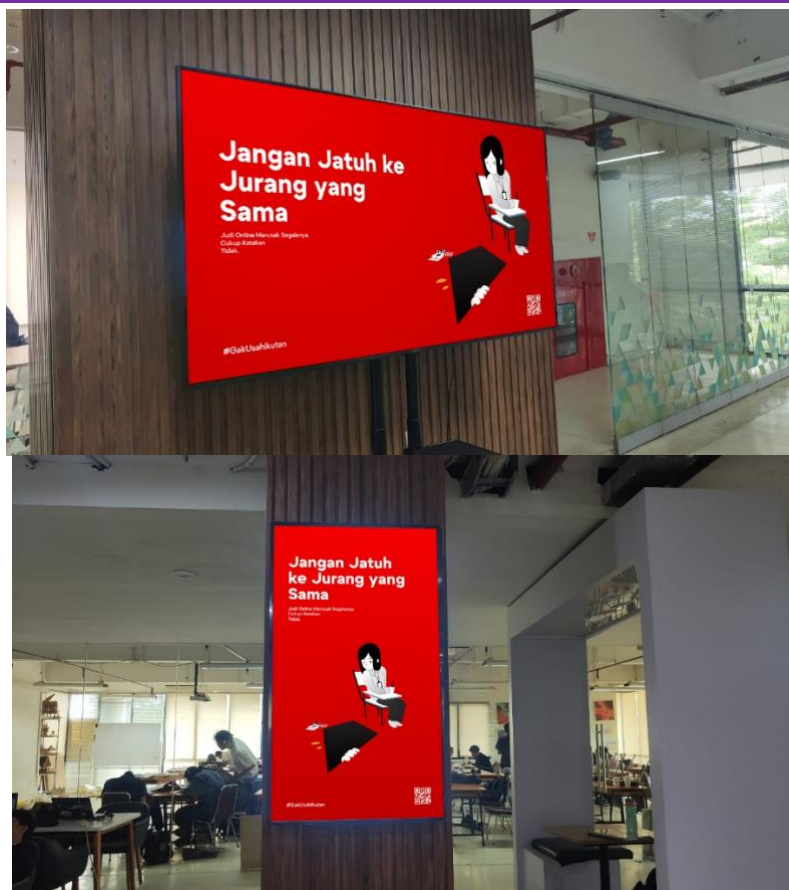
Setelah atensi berhasil direbut, tahap Interest dibangun melalui penguatan narasi pada media pendukung seperti layar TV kampus dan poster strategis. Visual mahasiswa yang mengintip ke lubang disertai teks peringatan berfungsi untuk membangkitkan empati dan rasa takut akan kehilangan masa depan. Narasi ini dirancang untuk menyentuh sisi emosional, menyadarkan audiens bahwa perilaku judi bukan sekadar masalah uang, melainkan jebakan sistemik yang akan terus menarik mereka kembali ke titik kegagalan yang sama jika tidak segera diputus (Yanti, 2020).

Tahap selanjutnya adalah Search dan Action, yang dihubungkan melalui portal digital. Setiap materi visual fisik dilengkapi dengan QR Code yang mengarahkan mahasiswa ke sebuah landing page interaktif. Di sini, audiens dapat mencari fakta mengenai manipulasi algoritma judi yang selama ini disembunyikan oleh para bandar. Setelah mendapatkan pemahaman yang lebih baik, audiens didorong untuk melakukan aksi nyata melalui fitur "Ikrar Digital"—sebuah komitmen publik untuk menjauhi judi—serta penyediaan akses cepat ke layanan konseling universitas bagi mereka yang membutuhkan bantuan profesional (Alfian K, 2024).

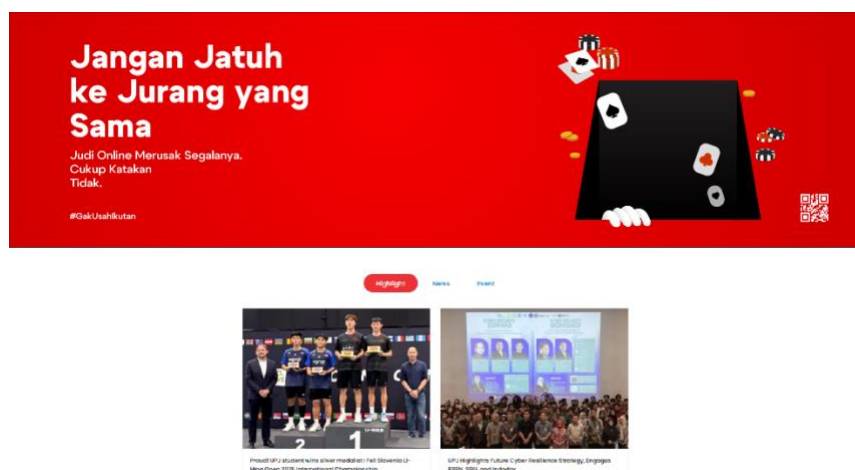
Tahap akhir, Share, bertujuan untuk menciptakan pertahanan kolektif di lingkungan civitas akademika. Kampanye ini menyediakan aset digital yang mudah dibagikan di media sosial dengan tagar resmi #GakUsahlkutan. Dengan mendorong mahasiswa untuk saling mengedukasi rekan sejawatnya, pesan pencegahan ini dapat menyebar secara organik. Strategi ini sangat relevan mengingat pengaruh teman sebaya (peer pressure) memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam mencoba atau berhenti dari aktivitas judi daring di era digital saat ini (Putri et al., 2024).



Gambar 2. *Mockup Ambient Media* pada Lift Universitas Pembangunan Jaya



Gambar 3. *Mockup* Layar TV pada Perpustakaan Universitas Pembangunan Jaya



Gambar 4. *Mockup* Web Banner pada Website Universitas Pembangunan Jaya

KESIMPULAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat di Indonesia memang membawa kemajuan, namun juga memunculkan tantangan serius seperti maraknya judi online. Ini menjadi ancaman besar bagi sosial-ekonomi masyarakat, terutama karena kurangnya literasi digital di kalangan generasi muda. Meskipun berbagai upaya pemblokiran situs telah dilakukan, langkah-langkah tersebut belum cukup efektif mengatasi akar masalah. Oleh karena itu, strategi pencegahan yang lebih mendalam, khususnya melalui perancangan kampanye yang efektif, sangat diperlukan untuk membangun kesadaran dan mendorong perubahan perilaku.

Dalam konteks ini, Desain Komunikasi Visual (DKV) memegang peran krusial dalam menciptakan pesan persuasif yang mampu menarik perhatian, membangkitkan minat, dan pada akhirnya memicu tindakan nyata untuk menghindari judi online. Kampanye yang dirancang secara strategis diharapkan tidak hanya meningkatkan pemahaman masyarakat tentang bahaya judi online, tetapi juga memperkuat ketahanan komunitas, menjadikan setiap individu lebih mampu mengidentifikasi dan menolak jeratan praktik ilegal ini. Dengan demikian, upaya preventif ini akan melengkapi penegakan hukum yang ada, menciptakan lingkungan digital yang lebih aman dan bertanggung jawab bagi seluruh masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian K, S. D. N. (2024). Analisis Pengaruh Iklan Judi Slot Online pada Situs Tokyo99 terhadap Masyarakat Kabupaten Sumbawa. *YASIN*, 4(4), 694–712. <https://doi.org/10.58578/yasin.v4i4.3318>
- Putri, A., Sari, N., Fajrina, P., & Aisyah, S. (2024). Keamanan Online dalam Media Sosial: Pentingnya Perlindungan Data Pribadi di Era Digital (Studi Kasus Desa Pematang Jering). *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 6(1), 38–52. <https://doi.org/10.35870/jpni.v6i1.1097>
- Sintya Sari, Febra Anjar Kusuma, Novi Rahma Sari, Hafifa Ananda Fasya, & Ramadhan Hidayatullah. (2025). Dampak Iklan Judi Online Terhadap Perilaku Sosial Dan Akademik Peserta Didik. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTTP)*, (Vol. 02 No. 03).
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the Worlds Most Innovative Advertising Agency*.
- Yanti, N. (2020). Mewujudkan Keharmonisan Rumah Tangga Dengan Menggunakan Konseling Keluarga. *Al-Ittizaan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 3(1), 8. <https://doi.org/10.24014/0.8710152>