

ANALYSIS OF THE IMPACT OF THE PUBLIC ISSUE "CONSORTIUM 303" ON PUBLIC INTEREST IN ONLINE GAMBLING IN INDONESIA

Dyama Khazim Setyadi

Program Studi Periklanan, Jurusan Penerbitan, Politeknik Negeri Media Kreatif
Korespondensi: Kampus Polimedia, Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, DKI Jakarta
Surel: dyama@polimedia.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 27/12/2022

Direvisi: 14/01/2023

Publikasi: 31/01/2023

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Judi Online;
Isu Publik;
Komunikasi Pemasaran;
Media Digital.

Keywords:

Online Gambling;
Public Issues;
Marketing
Communications;
Digital Media.

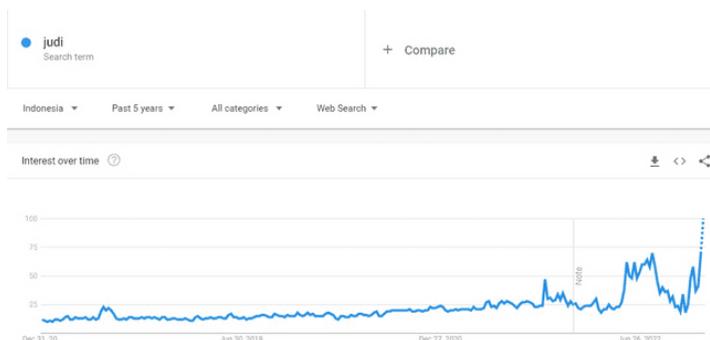
ABSTRAK Analisis Dampak Isu Publik "Konsorsium 303" terhadap Ketertarikan Masyarakat terhadap Judi Online di Indonesia. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis dampak isu judi 303 terhadap ketertarikan masyarakat terhadap judi online. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan sumber data berupa wawancara mendalam dengan pengguna situs judi online, tren judi online di berbagai platform media, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa isu judi 303 memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap ketertarikan masyarakat terhadap judi online. Di satu sisi, isu tersebut dapat meningkatkan minat pengguna karena merasa ingin mencoba sesuatu yang terlarang. Namun, di sisi lain isu judi 303 juga dapat mengurangi minat pengguna karena takut terlibat dalam kegiatan yang tidak legal.

ABSTRACT Analysis of the Impact of Public Issues "Consortium 303" on Public Interest in Online Gambling in Indonesia. This article aims to analyze the impact of the 303 gambling issue on public interest in online gambling. This research was conducted using qualitative methods with data sources in the form of in-depth interviews with online gambling site users, online gambling trends on various media platforms, and documentation. The results showed that the issue of 303 gambling had a considerable influence on public interest in online gambling. On the one hand, the issue can increase user interest because they feel like trying something forbidden. However, on the other hand, the issue of 303 gambling can also reduce user interest for fear of engaging in illegal activities.

PENDAHULUAN

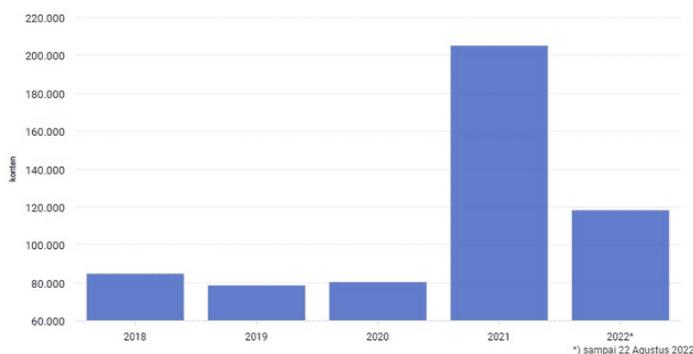
Isu publik terkait konsorsium judi 303 menjadi perbincangan publik seiring dengan pemberitaan kasus pembunuhan Brigadir Joshua yang terjadi pada tahun 2022 di Indonesia. Terlepas dari kasus pembunuhan sebagai kasus utamanya, isu perjudian online bertajuk “Konsorsium 303” menjadi pemberitaan utama di berbagai media nasional, bahkan juga beberapa kali menempati *trending topic* di beberapa media sosial, termasuk twitter sebagai salah satu platform media sosial populer di Indonesia. Melihat dari korelasi antara pemberitaan media dengan pembicaraan publik tersebut sejalan dengan gambaran mengenai *the amplification theory* yang menggambarkan media dapat memperkuat atau menguatkan isu publik yang dibahasnya. Teori ini menekankan bahwa media dapat menggunakan strategi-strategi, seperti menyoroti suatu isu secara berulang-ulang atau menyajikan isu tersebut dalam bentuk yang menarik, untuk memperkuat isu publik yang dibahas (Shoemaker & Reese, 2014).

Walaupun menjadi aktivitas yang ilegal berdasarkan hukum di Indonesia, judi, termasuk judi online menjadi salah satu topik dengan volume pencarian yang cenderung stabil selama lima tahun terakhir, bahkan mengalami kenaikan signifikan pada tahun 2022. Hal ini dapat menggambarkan bahwa tingkat ketertarikan audiens di Indonesia terhadap aktivitas judi masih ada, bahkan mengalami kenaikan. Menurut Habermas (2022) dalam Teori *Public Sphere*, media memiliki peran dalam membentuk ruang publik, yaitu tempat di mana individu dapat bertemu dan berdiskusi tentang isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Teori ini menekankan bahwa media memiliki peran penting dalam membentuk opini masyarakat dan dalam menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat.



Gambar 1 Tren Pencarian Kata Kunci “Judi” di Indonesia

Di sisi lain, pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika pun secara proaktif melakukan aktivitas pencegahan, di mana secara masif mereka melakukan pemblokiran terhadap konten yang relevan dengan perjudian di Indonesia. Setidaknya, menurut data yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), terdapat 566.332 konten judi online yang diblokir sejak 2018 hingga Kuartal ketiga 2022.



Gambar 2 Jumlah Konten Judi Online yang Diblokir Kementerian Kominfo

Munculnya isu “Konsorsium Judi 303” di Indonesia, serta naiknya tren ketertarikan audiens terhadap aktivitas perjudian di Indonesia secara online di waktu yang bersamaan menjadi fenomena menarik untuk dianalisis lebih mendalam, terutama terkait isu publik yang berkembang dan menjadi pemberitaan oleh media

mainstream. Riset dapat menjadi gambaran untuk menganalisis dampak isu Konsorsium Judi 303 terhadap ketertarikan masyarakat terhadap judi online di Indonesia, serta untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi ketertarikan tersebut.

Hasil dari riset ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, seperti pemerintah dan lembaga pengawas, dalam mengelola dan menangani isu judi di Indonesia, termasuk isu judi 303 dan judi online. Selain itu, hasil dari riset ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan penelitian terkait judi di Indonesia, serta dapat menjadi acuan bagi riset-riset sejenis di masa yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

Shoemaker & Reese (2014) menyampaikan bahwa media dapat memperkuat atau menguatkan isu publik yang dibahasnya melalui berbagai strategi, seperti menyoroti suatu isu secara berulang-ulang atau menyajikan isu tersebut dalam bentuk yang menarik. Dalam hal ini, ditekankan bahwa media dapat mempengaruhi opini masyarakat tentang suatu isu publik melalui cara-cara tersebut. Literasi ini juga menyatakan bahwa media dapat memainkan peran penting dalam membentuk opini masyarakat tentang suatu isu publik. Media dapat memperkuat atau menguatkan isu publik dengan menyoroti isu tersebut secara berulang-ulang, sehingga masyarakat mulai memperhatikan dan mempercayai isu tersebut. Selain itu, media juga dapat menyajikan isu publik dalam bentuk yang menarik, sehingga masyarakat lebih terpengaruh oleh isu tersebut.

Morley (1980) melalui model *reception analysis* menggambarkan bagaimana beberapa kelompok audiens yang berbeda menginterpretasikan pesan media. Menurut Morley, audiens berasal dari banyak budaya yang berbeda dan dengan demikian ada banyak kemungkinan bacaan yang 'dinegosiasikan'. Setidaknya, terdapat tiga jenis interpretasi audiens yang digambarkan oleh Morley. Yang pertama adalah interpretasi dominan, dimana audiens menginterpretasikan pesan yang sama

dengan pembuat konten media. Kedua adalah interpretasi oposisi, dimana audiens memiliki pandangan yang berbeda dengan konten media. Ketiga adalah interpretasi negosiasi, dimana audiens menafsirkan konten media agar sesuai dengan kehidupan mereka sendiri. Dia lebih lanjut berpendapat bahwa individu memiliki banyak aspek identitas mereka, dan mereka menafsirkan konten media dalam berbagai cara, seringkali memotong dan mengubah interpretasi mereka dari waktu ke waktu.

Hovland dalam Effendy (2019) melalui teori Stimulus-*Organism*-Respon (Teori S-O-R) menggambarkan bahwa dalam proses komunikasi, perubahan sikap terfokus pada "bagaimana" pesan disampaikan dan tidak pada "apa" atau "mengapa" pesan tersebut disampaikan. Oleh karena itu, bagaimana cara mengubah sikap orang lain melalui komunikasi menjadi fokus utama. Dalam proses perubahan sikap, dapat dilihat bahwa sikap hanya akan berubah jika stimulus yang diterima benar-benar melebihi sikap sebelumnya. Ketika mengkaji sikap yang baru, terdapat tiga variabel penting yang perlu dipertimbangkan, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan.

Terkait penelitian judi online yang memiliki relevansi dengan subjek komunikasi dan isu publik, Alvin (2022) melalui studi kualitatifnya menyampaikan bahwa terdapat penerapan model *Integrated Marketing Communication (IMC)* yang dilakukan oleh salah satu bandar judi online di Indonesia. Dalam hal ini, model IMC dilakukan dalam beberapa jenis, di antaranya adalah direct marketing, sales promotion, personal selling, interactive marketing, advertising, dan word of mouth. Dalam riset yang sama, ditemukan bahwa informasi sebagai pesan yang disampaikan oleh bandar judi kepada audiens berlandaskan informasi palsu dan manipulatif, dengan tujuan utama mengelabuh individu untuk berjudi dan tidak bisa lepas dari praktik ilegal ini.

METODE

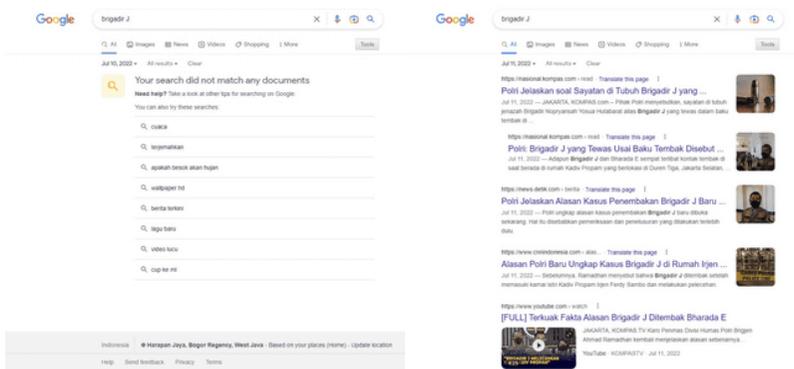
Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode untuk mendapatkan data yang komprehensif, diantaranya adalah observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan terhadap

kegiatan judi online di berbagai platform media. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana isu judi 303 mempengaruhi minat pengguna judi online di berbagai platform media. Sedangkan metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mencatat informasi yang terkait dengan isu judi 303 dan judi online dari sumber-sumber tertulis seperti laporan, artikel, dan dokumen lainnya. Dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan terperinci tentang isu judi 303 dan bagaimana isu tersebut mempengaruhi minat masyarakat terhadap judi online.

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data untuk mengolah dan menganalisis informasi yang didapat dari sumber data tersebut. Analisis data dapat dilakukan dengan cara mengelompokkan informasi sesuai dengan tema yang diangkat, menggunakan teknik coding untuk mengorganisir informasi, dan menarik kesimpulan dari informasi yang didapat. Untuk menjamin keabsahan hasil penelitian, penting untuk memperhatikan validitas dan reliabilitas data yang didapat. Validitas merujuk pada seberapa baik data yang didapat mewakili kenyataan yang sebenarnya, sedangkan reliabilitas merujuk pada seberapa tepat dan konsisten hasil yang didapat jika penelitian diulang kembali dengan kondisi yang sama. Untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas penelitian, diperlukan teknik triangulasi yaitu dengan menggunakan beberapa sumber data yang berbeda untuk memperoleh informasi yang lebih komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

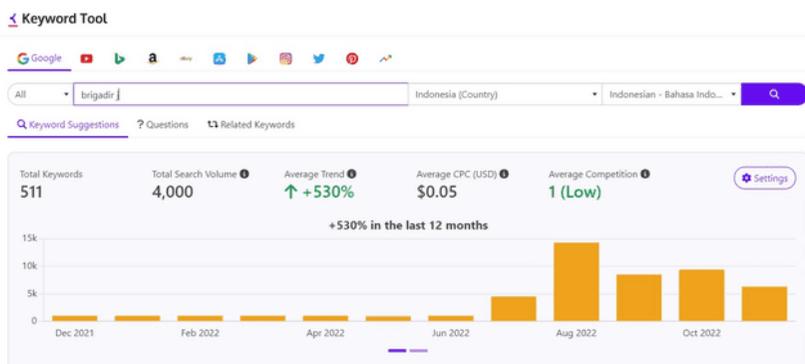
Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, isu konsorsium judi 303 tidak bisa terlepas dari perkembangan pemberitaan utama yang berkaitan dengan beberapa kata kunci utama, diantaranya adalah "Brigadir J", "Ferdy Sambo", dan "Polri". Berdasarkan data yang diolah, pemberitaan terkait beberapa kata kunci utama muncul di situs pencarian pada 11 Juli 2022. Dalam perkembangannya, isu tersebut diberitakan secara berulang-ulang, dan menjadi stimulus dalam membangun ketertarikan publik untuk mengikuti perkembangan kasus yang berjalan.



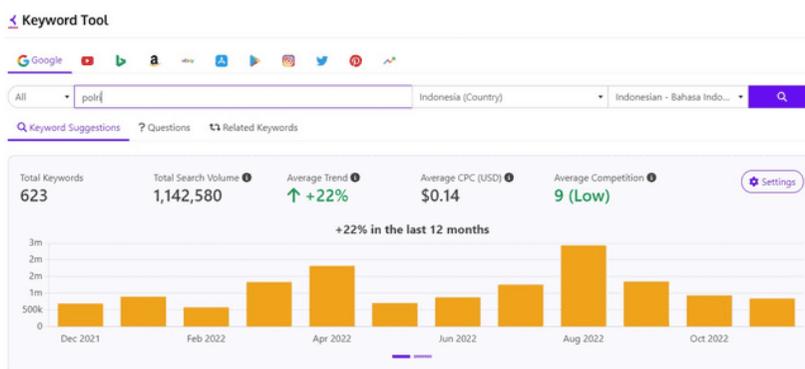
Gambar 3 Perbedaan Tampilan Pencarian Kata Kunci “Brigadir J”
pada 10 Juli dan 11 Juli

Jika merujuk pada model Stimulus-Organism-Respon yang digambarkan oleh Hovland dalam Effendy (2019), pemberitaan terkait kata kunci utama, yaitu “Brigadir J”, “Ferdy Sambo”, dan “Polri” dapat menjadi stimulus bagi publik untuk merespon informasi yang disampaikan oleh media. Jika merujuk pada model *reception analysis* yang disampaikan oleh Morley (1980), terdapat tiga kemungkinan respon yang muncul dari pemberitaan terkait kata kunci utama, mulai dari intepretasi dominan, intepretasi oposisi, maupun intepretasi negosiasi. Salah satu bentuk intepretasi yang tergambar dalam kemunculan pemberitaan tersebut adalah keingintahuan audiens terkait perkembangan isu yang digambarkan melalui kenaikan pencarian kata kunci yang relevan dengan kata kunci utama.

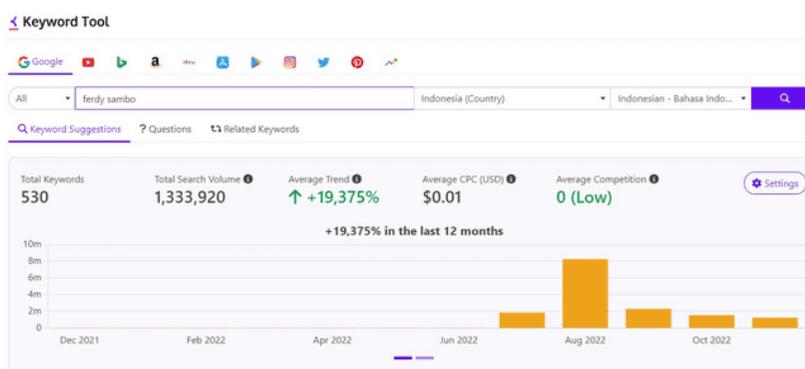
Menurut data yang diolah melalui <https://keywordtool.io/>, tren pencarian kata kunci yang relevan dengan kata kunci utama yang menjadi stimulus munculnya isu konsorsium judi 303. Dari data tren pencarian kata kunci utama yang didapatkan, terdapat kesamaan tren pada periode paska pemberitaan yang memuat tiga kata kunci utama di media mainstream. Berdasarkan data, digambarkan bahwa terdapat tren kenaikan pencarian kata kunci terkait “Brigadir J”, “Polri”, dan “Ferdy Sambo” di rentan waktu yang sama.



Gambar 4 Tren Volume Pencarian Kata Kunci “Brigadir J”



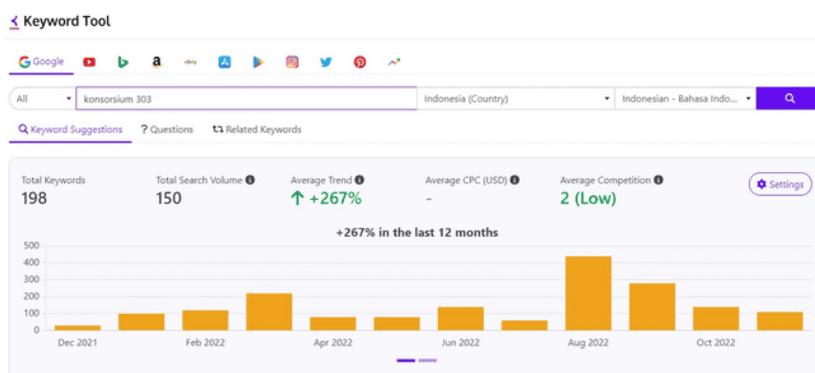
Gambar 5 Tren Volume Pencarian Kata Kunci “Polri”



Gambar 6 Tren Volume Pencarian Kata Kunci “Ferdy Sambo”

Pola kenaikan tren muncul pada periode minggu kedua Juli 2022, sementara puncak volume kenaikan didapatkan pada periode Agustus 2022. Dari ketiga kata kunci utama, volume kenaikan kata kunci “Ferdy Sambo” mengalami kenaikan volume yang paling signifikan selama 1 tahun terakhir dibandingkan dengan kenaikan volume pencarian kata kunci “Brigadir J” dan “Polri”, yaitu mencapai lebih dari 1,3 juta pencarian dan meningkat selama lebih dari 19 ribu persen dalam waktu satu tahun. Tidak hanya itu, ada hal menarik, dimana Polri sebagai kata kunci yang menggambarkan institusi mendapatkan volume pencarian yang lebih sedikit dibandingkan Ferdy Sambo selama rentan 1 tahun terakhir. Dalam hal ini, dapat tergambar bahwa respon publik terhadap stimulus pemberitaan yang melibatkan kata kunci “Ferdy Sambo” memiliki dampak yang cukup signifikan.

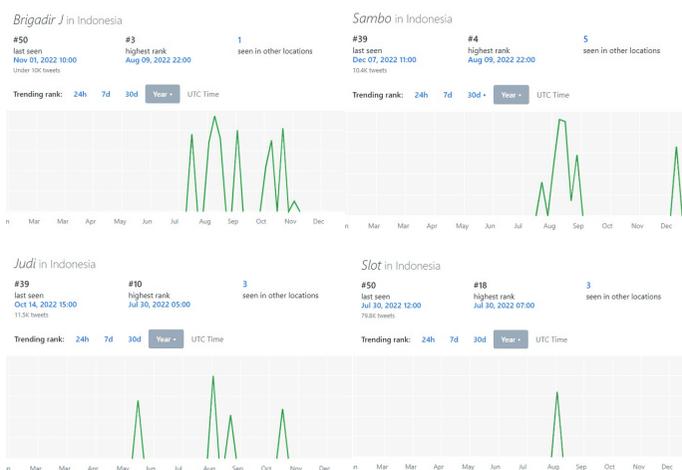
Dalam perkembangannya selama periode Agustus 2022, di mana ketertarikan publik terhadap isu yang berkaitan dengan kata kunci “Brigadir J”, “Ferdy Sambo”, dan “Polri”, terdapat pemberitaan media yang berkaitan dengan kata kunci “Konsorsium 303” pada bulan Agustus. Berdasarkan data, tren pencarian terkait kata kunci “Konsorsium 303” mengalami kenaikan signifikan pada bulan Agustus 2022 dan memiliki relevansi yang kuat dengan kata kunci utama. Kenaikan kata kunci yang relevan dengan “Konsorsium 303” mencapai lebih dari 267%, di mana publik yang sebelumnya belum memahami istilah konsorsium 303 merespon untuk mencari tahu tentang apa yang dimaksud dengan konsorsium 303.



Gambar 7. Tren Volume Pencarian Kata Kunci “Konsorsium 303”

Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Shoemaker & Reese (2014), media dapat memperkuat atau menguatkan isu publik yang dibahasnya melalui berbagai strategi, seperti menyoroti suatu isu secara berulang-ulang atau menyajikan isu tersebut dalam bentuk yang menarik. Dengan adanya pemberitaan terkait “Brigadir J”, “Ferdy Sambo”, serta “Polri” melalui media mainstream, publik juga turut menyampaikan opini terkait dengan isu-isu yang relevan. Dalam hal ini, data yang digambarkan dari hasil observasi melalui getdailytrends.com tergambar bahwa publik ramai membicarakan beberapa kata kunci yang relevan pada periode yang sama dengan data tren pencarian kata kunci.

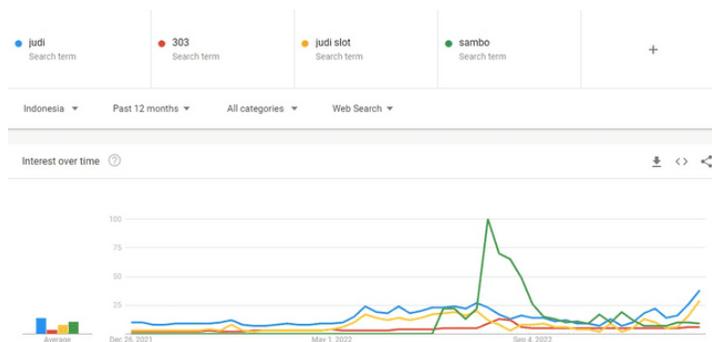
Salah satu gambaran bagaimana publik melakukan respon dan memberikan opini terhadap pemberitaan yang melibatkan berbagai kata kunci dapat dilihat dengan munculnya beberapa *trending topic* di Twitter, di mana *trending topic* Twitter merupakan gambaran opini publik yang sedang ramai dibicarakan pada sebuah wilayah, termasuk di Indonesia. Dalam hal ini, setidaknya ada beberapa kata kunci yang mengalami kenaikan signifikan dalam 1 periode dan menjadi trending topic dan relevan dengan kata kunci yang terkait dengan isu publik. Beberapa kata kunci tersebut adalah Brigadir J, Sambo, Judi, dan Slot di periode bulan yang bersamaan pada rentan waktu 1 tahun terakhir.



Gambar 8. Gambaran Kenaikan Percakapan Publik dengan Topik Brigadir J, Sambo, Judi, dan Slot di Twitter

Dari data, dapat dilihat bahwa ada kesamaan periode munculnya momen trending topic di twitter terkait kata kunci "Brigadir J", "Sambo", "Judi", dan "Slot" yang muncul di periode bulan Agustus 2022. Dalam hal ini, dapat tervalidasi korelasi antara isu publik yang berkembang terkait konsorsium judi 303, di mana isu tersebut berawal dari stimulus yang melibatkan kata kunci "Brigadir J" dan "Ferdly Sambo", lalu mendapat respon oleh audiens, kemudian media melakukan pengembangan informasi dan memberikan stimulus baru berkaitan dengan "Konsorsium Judi 303" yang memiliki relevansi dengan aktivitas judi online.

Lalu, bagaimana isu publik tersebut menstimulus audiens terhadap aktivitas judi online di Indonesia? Dari data yang didapatkan, penulis menemukan tren yang diindikasikan dapat menjadi gambaran bagaimana khalayak memiliki ketertarikan terhadap aktivitas judi online selama perkembangan isu "Konsorsium 303" berjalan. Dalam hal ini, penulis melakukan observasi melalui Google Trends, di mana salah satu gambaran tentang bagaimana khalayak mencoba untuk melakukan aktivitas judi online salah satunya diawali dengan melakukan pencarian terhadap situs-situs judi online yang terindeks di google.



Gambar 9. Perbandingan Tren Ketertarikan Terhadap Judi, 303, Judi Slot, dan Sambo di Indonesia

Dari data tren pencarian kombinasi antara kata kunci "Judi", "Judi Slot", "303", dan "Sambo", ada tren yang bertolak belakang satu sama lain. Dalam hal ini, tren pencarian "Sambo" dan "303" mengalami kenaikan yang sejalan pada periode Agustus 2022. Namun, berbeda pada kata kunci "judi slot" dan "judi", pada periode tersebut justru terdapat penurunan tren pencarian. Dengan kata lain, pada saat momen isu konsorsium judi 303 ramai dibicarakan oleh publik, terdapat response ketakutan dari publik untuk mencoba atau melakukan aktivitas judi online. Namun demikian, tren penurunan tersebut berubah pada saat isu konsorsium 303 sudah menurun, tren ketertarikan khalayak terhadap "judi slot" dan "judi" kembali mengalami kenaikan, bahkan lebih signifikan dibanding periode sebelum isu yang melibatkan "konsorsium judi 303" berlangsung.

Jika dikorelasikan dengan model Hovland dalam Effendy (2019) melalui teori Stimulus-Organism-Respon (Teori S-O-R), kemunculan pemberitaan konsorsium Judi 303 di media, serta ramainya pembicaraan publik terkait perjudian justru menurunkan ketertarikan masyarakat untuk melakukan aktivitas judi online. Namun demikian, stimulus terkait isu yang berkembang cenderung bukan stimulus yang dapat bersifat permanen. Dalam hal ini terlihat dari response khalayak yang cenderung kembali memunculkan ketertarikan terhadap pencarian judi online pascaisu konsorsium judi 303 cenderung mengalami penurunan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah disampaikan sebelumnya, adanya isu publik terkait konsorsium judi 303 memiliki pengaruh terhadap ketertarikan publik dalam aktivitas judi online di Indonesia. Secara spesifik, pengaruh tersebut berkaitan dengan stimulus pemberitaan yang muncul di publik, cenderung memberikan rasa takut publik untuk mencoba melakukan aktivitas judi online selama periode tertentu. Namun demikian, ketika isu konsorsium judi 303 sudah tidak banyak menarik perhatian publik, tren ketertarikan terhadap judi online cenderung kembali mengalami kenaikan. Kemunculan pemberitaan konsorsium Judi 303 di media, serta

ramainya pembicaraan publik terkait perjudian justru menurunkan ketertarikan masyarakat untuk melakukan aktivitas judi online. Tren penurunan ketertarikan khalayak terhadap perjudian online ini perlu dikaji lebih dalam lagi dengan berbagai sudut pandang teoritis dan empiris di periode yang akan datang, terutama apakah perjudian online sudah tidak menarik lagi bagi khalayak, atau justru paska isu konsorsium 303 ini selesai, justru aktivitas perjudian online mengalami kenaikan signifikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Alvin, S. (2022). Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) di Situs Judi Online Bandar55. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 148-160.
- Databoks (2022). "Kementerian Kominfo Blokir 566 Ribu Konten Judi Online Sejak 2018"<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/23/kementerian-kominfo-blokir-566-ribu-konten-judi-online-sejak-2018>
- Effendy, O. U., & Surjaman (2019), *T. Ilmu komunikasi, Teori dan praktek*, Bandung.
- Habermas, J. (2022). Reflections and Hypotheses on a Further Structural Transformation of the Political Public Sphere. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 145–171. <https://doi.org/10.1177/02632764221112341>
- Hennink, Hutter, Bailey. (2011). *Qualitative Research Methods*. London: Sage Publications.
- Kozinets, R. V. (2002). The Field behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39, 61–72. <https://doi.org/10.1509/jmkr.39.1.61.18935>
- Moeljatno. (1983). *KUHP: Kitab Undang-Undang Hukum Pidana*. Jakarta: Bina Aksara
- Morley, D. (1980). *The nationwide audience: Structure and decoding*. Television Monograph No. 11. London: British Film Institute.
- Setyadi, D. K. (2019). Peran Twitter dalam Digital Customer Relation Management di Industri Perbankan. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 9(2), 110-124.
- Shoemaker, P. J., Reese, S. D. (2014). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. United States: Taylor & Francis.
- Zaenab, Z. (2022). Cultural Jamming on Satire Websites as a Form of Digital Democracy. *MEDIASI Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 3(3), 312-322.