

Pelanggaran Etika Pariwara dalam Iklan Judi Online di Situs Live Streaming dan Poster Sepak Bola

Muhammad Fauzan¹, Aliya Putri², Adena Sashi³, Fajar Junaedi^{4*}

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: fauzan.putra.fai22@mail.umy.ac.id

Diterima : 03 Juli 2025

Disetujui : 19 Agustus 2025

Diterbitkan : 19 September 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pelanggaran etika periklanan dalam iklan judi online di situs live streaming dan poster sepakbola. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan dokumentasi pada situs live streaming dan poster sepakbola. Data yang terkumpul dianalisis dengan berbagai teori etika dan regulasi yang berelasi dengan periklanan. Penelitian ini menemukan bahwa iklan judi online yang tersebar melalui situs live streaming dan poster pertandingan sepak bola secara jelas melanggar prinsip-prinsip etika pariwara dan regulasi hukum di Indonesia. Iklan-iklan tersebut memanfaatkan kelemahan psikologis audiens dengan strategi komunikasi persuasif yang menyesatkan, seperti janji keuntungan besar, penggunaan simbol-simbol popularitas, dan promosi dengan biaya awal rendah. Iklan juga ditempatkan di media yang mudah diakses oleh kelompok rentan seperti anak-anak dan remaja, tanpa ada pembatasan usia atau peringatan risiko, yang bertentangan dengan nilai tanggung jawab sosial dalam etika komunikasi.

Kata Kunci: etika, iklan, judi online, live streaming, sepakbola

Abstract

This study seeks to examine ethical breaches in advertising inside online gambling promotions on live streaming platforms and football posters. This study employs a qualitative descriptive research method. The data collecting involved the documentation of live streaming platforms and football match advertisements. The gathered data was examined through the lens of diverse ethical theories and advertising restrictions. This study determined that online gambling advertisements sent via live streaming platforms and football match posters distinctly contravene advertising ethical standards and regulatory rules in Indonesia. These advertising manipulate the audience's psychological vulnerabilities by deceptive persuasive techniques, including promises of substantial profits, the employment of popular symbols, and promotions including little starting prices. Advertisements are disseminated in media readily accessible to vulnerable populations, including children and adolescents, devoid of age limitations or risk warnings, so undermining the principle of social responsibility in communication ethics.

Keywords: ethics, advertising, online gambling, live streaming, football

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi cara manusia mengakses hiburan, termasuk dalam menikmati tayangan olahraga seperti sepak bola (Gabriela, 2023). Platform *live streaming* menjadi pilihan utama bagi banyak penonton karena kemudahan akses, fleksibilitas waktu, dan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan media konvensional (Taufiq Ramadhan et al., 2024). Namun, bersamaan dengan perkembangan yang positif tersebut, muncul pula berbagai tantangan etis, salah satunya adalah maraknya iklan judi online yang muncul di situs-situs *live streaming* sepak bola (Jhon et al., 2024). Fenomena ini menjadi perhatian serius karena iklan judi online sering kali ditampilkan secara eksplisit maupun terselubung kepada penonton dari berbagai usia dan latar belakang yang berbeda (Hidayat et al., n.d.). Bahkan, banyak dari situs tersebut tidak memiliki kontrol atau batasan usia pengguna, sehingga remaja dan anak-anak sangat rentan terhadap paparan promosi perjudian (Rohmah & Khodijah, 2024). Lebih jauh lagi, iklan tersebut kerap dikemas dengan cara yang menarik dan menyesatkan, menggunakan simbol kemenangan, gaya hidup mewah, dan endorsement dari tokoh populer, sehingga menimbulkan persepsi positif terhadap aktivitas berjudi (Gabriella, dkk, 2024). Di Indonesia, Etika Pariwara Indonesia (EPI) menjadi pedoman utama dalam penegakan etika periklanan.

Pelanggaran terhadap etika periklanan dalam konteks ini menjadi sangat nyata. Dalam prinsip dasar etika periklanan, terutama yang diatur dalam kode etik pariwara seperti yang disusun oleh Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I) dan Asosiasi Komunikasi Pemasaran, iklan seharusnya tidak memanipulasi khalayak, tidak menyesatkan, tidak mengeksploitasi kelemahan psikologis atau emosional audiens, terutama anak-anak dan remaja. Sayangnya banyak iklan judi online yang mengabaikan prinsip-prinsip tersebut (Azka, 2023). Selain melanggar etika, iklan judi online juga sering kali berada di dalam wilayah abu-abu legalitas. Di Indonesia, praktik perjudian baik secara langsung maupun online telah dilarang oleh hukum. Namun, penegakan regulasi terhadap konten digital lintas negara sangat sulit dilakukan. Situs *live streaming* yang berbasis di luar negeri atau yang menggunakan server virtual privat (VPN) membuat proses pengawasan dan penindakan hukum menjadi kompleks. Hal ini membuka celah besar bagi para pengiklan judi online untuk mengeksploitasi kekosongan regulasi dalam ruang digital (Satrio et al., 2023).

Kondisi ini tidak hanya membahayakan masyarakat dari sisi moral dan psikologis, tetapi juga dapat menyebabkan kerugian sosial dan ekonomi yang signifikan. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa paparan terhadap iklan judi dapat meningkatkan risiko perilaku berjudi secara kompulsif, khususnya di kalangan generasi muda yang masih dalam tahap perkembangan kognitif dan emosional. Pelanggaran etika ini semakin meresahkan karena terjadi di ruang publik virtual yang banyak diakses anak-anak dan remaja. Iklan judi online kerap dibungkus dengan desain yang menarik dan bahasa promosi yang menggoda, sehingga mampu menipu persepsi audiens tentang risiko dan legalitasnya (Ahmad Farhan Fanani, 2023). Dalam konteks ini, etika komunikasi massa dan tanggung jawab sosial menjadi hal yang sangat penting untuk dibahas. Etika pariwara menuntut adanya kejujuran, transparansi, dan perlindungan terhadap kelompok rentan, namun prinsip-prinsip ini tampak diabaikan dalam praktik periklanan di situs-situs *streaming* tersebut (Santoso & Larasati, 2019).

Menteri Koordinasi Bidang Politik dan Keamanan (Menko Polkam) Budi Gunawan mengatakan ada 8,8 juta warga yang tercatat bermain judi online di tahun 2024. Mayoritas dari jutaan pemain judi online itu adalah masyarakat bawah dan anak muda (CNN Indonesia, 2024). Data temuan di atas ternyata berbanding terbalik dengan pandangan hukum yang diantut Negara Indonesia terkait dengan perjudian online. Pemerintah Indonesia melarang perjudian, baik tradisional maupun online, bertujuan untuk kepentingan khalayak berdasarkan pertimbangan moral, agama, keamanan, dan ketertiban umum yang berlaku dalam masyarakat Indonesia (Mahkamah Konstitusi, 2010). Di Indonesia, perjudian online telah dilarang dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Pasal 27 ayat 2 juncto Pasal 45 ayat 2. Ayat tersebut berbunyi "pihak yang secara sengaja mendistribusikan atau membuat dapat diaksesnya judi online dapat diancam dengan pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak 1 miliar rupiah" (Indonesia, 2024). Selain itu, Pasal 303 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) menyebutkan bahwa pemain judi dikenakan pidana penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda paling banyak 10 juta rupiah (Hidayat dkk, 2024).

Dalam penelitian Naufal Azzuhdi et al., 2025 situs web pusat film 21 bersifat on demand, tidak real time, namun memiliki eksposur tinggi karena waktu tayang yang tidak terbatas. Berbeda dengan media live streaming sepak bola yang bersifat real time, menampilkan tayangan langsung yang memancing keterlibatan emosional tinggi serta memiliki daya tarik tersendiri dalam menciptakan atmosfer adiktif. Naufal menekankan target audiens di dalam penelitiannya, yaitu remaja yang ingin menonton film gratis, sehingga lebih rentan terhadap eksposur iklan karena keterlibatan finansial, sedangkan di dalam penelitian ini adalah audiens rentan karena tidak adanya batasan usia dalam mengakses situs live streaming sepak bola. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan mendesak untuk mengkaji bagaimana pelanggaran etika dalam iklan judi online dapat berdampak terhadap audiens, khususnya dalam membentuk persepsi yang keliru terhadap perjudian. Selain itu, penelitian ini sebagai upaya akademik untuk menyoroti lemahnya pengawasan terhadap konten digital dan kurangnya literasi media di kalangan masyarakat (Sintya Sari, 2025). Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan pola komunikasi persuasif yang digunakan dalam iklan-iklan tersebut, serta sejauh mana masyarakat menyadari bahwa mereka sedang menjadi sasaran iklan yang melanggar etika. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam memberikan solusi melalui pendekatan literasi media dan advokasi kebijakan etika pariwisata di ranah digital. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi regulator media, lembaga penyiaran, dan masyarakat luas dalam mendorong penerapan regulasi yang lebih ketat serta edukasi tentang bahaya iklan judi online (Sipayung, 2024). Selain itu, temuan dari studi ini juga diharapkan bisa mendorong pembentukan sistem pengawasan iklan digital yang lebih proaktif dan etis.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian dari penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Metode penelitian ini digunakan untuk mengkaji isi pesan-pesan di dalam media, yang dalam hal ini iklan judi online berdasarkan nilai-nilai etika dan norma yang berlaku. Metode ini berfokus pada analisis terhadap konten visual, teks, dan narasi iklan di dalam situs live streaming sepak bola untuk menemukan pola, bentuk pelanggaran etika yang terjadi, dan strategi komunikasi persuasif

yang digunakan. Metode ini sangat cocok untuk meneliti isu etika, ideologi, dan nilai-nilai di dalam media seperti iklan, karena mampu mengeksplorasi makna mendalam di balik simbol dan pesan yang tampak. (Krippendorff, K. 2018)

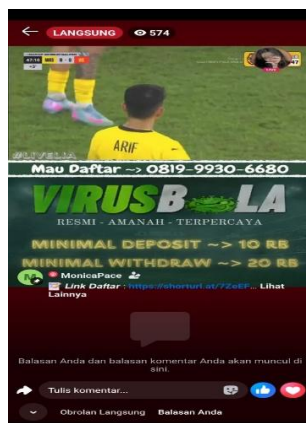
Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif adalah studi dokumen. Studi dokumen adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan analisis berbagai jenis dokumen, termasuk tulisan, gambar, hasil karya, dan dokumen elektronik (Irmayana, 2017). Dalam penelitian ini studi dokumen dilakukan dengan meneliti berbagai dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen bisa berupa teks tertulis, visual, atau digital, baik yang bersifat resmi maupun tidak resmi yang menjadi objek penelitian ini. Untuk mendapatkan data peneliti menggunakan cara dengan mencari data melalui rekaman iklan (visual atau narasi) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 dan 45 untuk menilai aspek pelanggaran hukum. Setelah data terkumpul, data kemudian diolah dengan proses reduksi data dimana data-data yang dipilih adalah data yang dianalisis. Setelah data terpilih dilakukan analisis dengan mencocokkan pola yang ada, kemudian dilanjutkan dengan mengaitkan dengan berbagai teori yang relevan dengan penelitian ini terutama teori yang berkaitan dengan etika. Untuk menjamin validitas data, peneliti melakukan triangulasi data dimana data diusahakan tidak berasal dari satu sumber namun berasal dari berbagai sumber. Dengan demikian akan terjadi kebalidan data yang diambil dalam metode penelitian kualitatif ini. Data dan analisis kemudian disajikan melalui bagian diskusi dan pembahasan pada bagian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perjudian adalah aktivitas bertaruh uang atau barang berharga dengan harapan memenangkan sesuatu, baik melalui media online maupun offline. Perjudian online khususnya, dipaparkan sebagai bentuk taruhan melalui platform elektronik dengan akses internet, yang mengandung risiko finansial dan dampak negatif sosial (Nugroho., dkk 2024). Definisi judi menurut pasal 303 ayat (3) KUHP menjelaskan bahwa yang disebut sebagai permainan judi adalah tiap tiap permainan, dimana pada umumnya kemungkinan mendapat untung bergantung pada peruntungan belaka, juga karena pemainnya lebih terlatih atau lebih mahir. Disitu termasuk segala peraturan tentang keputusan perlombaan atau permainan lain lainnya yang tidak diadakan antara mereka yang turut berlomba atau bermain, demikian juga segala peraturan lainnya. Sedangkan arti dari online adalah hal hal yang berhubungan dengan dunia siber. Sehingga menurut penulis berdasarkan pemaparan diatas dapat dikatakan bahwa definisi judi online ini adalah permainan yang dilakukan menggunakan uang sebagai taruhan dengan ketentuan permainan serta jumlah taruhan yang ditentukan oleh pelaku perjudian online serta menggunakan media elektronik dengan akses internet sebagai perantara, yang dalam artikel ini melalui aplikasi yang tersedia (Ajdin, 2024).

Iklan iklan judi online ini memanfaatkan kelemahan psikologis konsumen, seperti janji keuntungan yang besar dan tawaran yang menarik dan berisiko menggoda individu untuk berpartisipasi dalam perjudian (Naufal., dk 2025). Selain itu, perjudian berpotensi menimbulkan kerugian besar secara finansial dan moral. Alqur'an secara implisit mengingatkan bahwa perjudian merupakan dosa dan dapat menyebabkan hilangnya harta. Judi online juga menimbulkan dampak negatif di antaranya adalah pemborosan, kecanduan, peminjaman uang yang dilakukan terus menerus, dan juga dampak Kesehatan mental seperti

stress (Ageng & Rochmat, 2024). Berdasarkan laporan dari World Health Organization (WHO) pada tahun 2022, judi online telah menjadi faktor/penyebab masalah keuangan bagi individu dan juga keluarga (Sumadi., dkk 2024).



Gambar 1. Iklan Promosi Judi Online di Live Streaming Sepak Bola

Gambar di atas merupakan tangkapan layar dari sebuah tayangan live streaming pertandingan sepak bola dalam ajang AFC U-23 Asian Cup 2024 Qualifiers antara Malaysia dan Vietnam. Dalam tayangan live streaming sepak bola ini, ditemukan secara eksplisit penempatan iklan judi online dengan nama platform “VirusBola” yang memuat nomor kontak pendaftaran, ajakan untuk bergabung, serta informasi terkait minimal deposit dan penarikan dana.



Gambar 2. Iklan Judi Online di Live Streaming Sepak Bola

Gambar di atas merupakan tangkapan layar dari siaran langsung pertandingan sepak bola antara Manchester City vs Wydad FC pada pertandingan piala dunia antar klub tahun 2025 yang disisipi dengan iklan judi online. Iklan tersebut menampilkan berbagai penawaran promosi perjudian, seperti cashback, bonus deposit, dan hadiah harian dalam bentuk uang

tunai. Bahkan, terdapat ajakan eksplisit dengan mencantumkan nomor Whatsapp aktif yang digunakan untuk mengarahkan penonton/viewers agar bergabung dengan platform perjudian “LigaKlik”. Secara virtual dan strategis, iklan ini sengaja dirancang untuk memanfaatkan momentum pertandingan sepak bola sebagai daya tarik utama. Di iklan judi *online* ini juga terdapat frasa “Rekomendasi Situs Aman & Terpercaya” yang seolah memperkuat klaim legalitas dan kredibilitas penyedia judi online tersebut.

Pelanggaran Hukum dan Etika

Berdasarkan Pasal 303 KUHP dan Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 ayat 2, perjudian termasuk promosi atau penyebaran konten yang mendukung aktivitas judi online merupakan hal yang dilarang di Indonesia. Penggunaan media digital untuk menyebarkan iklan semacam ini tidak hanya merupakan pelanggaran etika, tetapi juga pelanggaran hukum yang dapat dikenakan sanksi pidana. Gambar iklan judi online di dalam live streaming sepak bola ini merepresentasikan bentuk pelanggaran etika pariwisata atau periklanan secara menyeluruh, baik dari segi konten, konteks penyebaran, target audiens/penonton, maupun dampaknya terhadap masyarakat. Iklan judi *online* tidak hanya melanggar norma etika komunikasi, tetapi juga bertentangan dengan peraturan hukum positif di Indonesia.

Berdasarkan Etika Pariwisata Indonesia, sebuah iklan harus menjunjung nilai kejujuran, tanggung jawab sosial, dan tidak mengeksploitasi kerentanan audiens/penonton. Iklan judi *online* ini melanggar beberapa prinsip tersebut, diantaranya adalah: eksploitasi emosional dan minat dari penonton, yaitu penggunaan momen pertandingan sepak bola yang banyak ditonton oleh publik luas (termasuk anak-anak dan remaja) menjadi bentuk eksploitasi minat olahraga untuk mempromosikan aktivitas yang bersifat adiktif dan ilegal di banyak yurisdiksi (King, dkk 2020). Kemudian adalah janji berlebihan dan menyesatkan. Kalimat seperti “cashback 100% lose 1 modal kembali” dan “WD 100% dibayarkan” mengandung unsur penyesatan yang bisa membangun ekspektasi palsu terhadap keuntungan berjudi. Dan yang terakhir adalah minimnya peringatan risiko. Tidak ada satu pun bagian dari iklan yang mencantumkan risiko terhadap finansial, psikologis bagi yang melakukan judi online, atau hukum dari aktivitas judi. Ini tentu melanggar prinsip transparansi informasi dalam etika periklanan.

Berdasarkan perspektif komunikasi persuasif, iklan ini memanfaatkan teknik *bandwagon* dan *reward based persuasion*, misalnya: “bonus deposit 25% dan “memang parlay dapat hadiah”. Teknik ini ditujukan untuk membentuk norma sosial yang palsu, bahwa berjudi adalah perilaku yang diterima dan menguntungkan secara umum. Padahal, penelitian oleh Hing, dkk (2018) menunjukkan bahwa strategi seperti ini meningkatkan impulsivitas dan persepsi keliru terhadap probabilitas untuk menang. Frasa seperti “situs terpercaya”, “modal kembali” dan “event harian” menanamkan asumsi bahwa aktivitas ini merupakan sesuatu yang biasa dilakukan banyak orang, dan oleh karena itu wajar untuk dicoba. Ini menyesatkan secara psikologis karena membentuk ilusi konsensus sosial yang tidak akurat.

Siaran pertandingan sepak bola tentu saja bisa diakses oleh anak-anak dan remaja. Iklan seperti ini, tanpa penyaringan usia, menyalahi prinsip perlindungan terhadap kelompok rentan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Anak No. 35 Tahun 2014 dan Etika Pariwara Indonesia. Judi online memiliki dampak serius terhadap perkembangan kognitif dan emosional anak muda. Sebagaimana ditemukan dalam studi oleh Gainsbury., dkk (2016) yang menunjukkan bahwa keterpaparan terhadap iklan judi dapat meningkatkan risiko berjudi secara kompulsif.

Iklan judi menggunakan pendekatan persuasif visual yang dirancang untuk menarik perhatian pemirsa dengan elemen-elemen berikut yaitu kontras warna mencolok, seperti warna hijau neon pada teks terhadap latar belakang gelap) untuk memastikan keterbacaan maksimal. Penggunaan kata-kata afirmatif seperti “Resmi, Amanah, dan Terpercaya” yang bertujuan untuk membangun kredibilitas, meskipun kegiatan ini termasuk ilegal menurut hukum di banyak yurisdiksi termasuk Indonesia (Ramli, 2024). Terdapat juga pendekatan komunikasi taktis, yaitu dengan menampilkan informasi mengenai “minimal deposit” sebesar 20 ribu rupiah, yang menyasar kalangan ekonomi bawah hingga menengah. Ini merupakan teknik manipulatif yang disebut *low threshold marketing* (Thomas, 2017), dimana pelaku judi cenderung tertarik karena biaya awal yang tampak rendah dan tidak berisik, padahal secara jangka panjang dapat menimbulkan kerugian yang cukup besar. Iklan judi online ini juga disisipkan di antara tayangan olahraga yang populer di kalangan muda, sebagai bentuk strategi komunikasi yang menyasar kelompok usia rentan terhadap perjudian yang dilakukan secara daring/online (King & Delfabbro, 2018).

Normalisasi Perjudian di Ruang Digital dan Pelanggaran Etika serta Regulasi Media

Fenomena iklan judi merupakan bagian dari tren normalisasi perjudian di ruang digital, khususnya dalam konteks hiburan seperti olahraga. Penelitian yang dilakukan oleh Gainsbury., dkk (2016) menunjukkan bahwa paparan iklan judi secara berulang di platform streaming olahraga dapat meningkatkan persepsi bahwa berjudi adalah aktivitas yang umum dan diterima sosial serta memicu partisipasi perjudian di kalangan pemirsa, terutama kelompok usia muda yang belum sepenuhnya matang secara kognitif untuk menilai risiko. Penayangan iklan semacam ini tidak hanya menyalahi etika komunikasi publik, namun juga berpotensi melanggar regulasi penyiaran digital, berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Indonesia segala bentuk promosi perjudian di media elektronik merupakan tindak pidana. Iklan ini juga tidak menyertakan peringatan usia atau *disclaimer* terkait bahaya adiktif perjudian, yang secara etika seharusnya ada. Lemahnya pengawasan terhadap konten digital dan rendahnya literasi media masyarakat Indonesia menjadi faktor yang memperburuk penyebaran iklan judi *online*.

Iklan ini memperlihatkan bagaimana platform perjudian daring/online memanfaatkan celah teknologi untuk menjangka pengguna. Banyak pengguna media sosial yang penasaran dan ingin mencoba untuk ikut judi online ini, yang berpotensi meningkatkan masalah finansial, gangguan psikologis, dan konflik keluarga (Taufik., dkk 2024). WHO (World Health Organization) menyebutkan bahwa perjudian daring/online termasuk dalam aktivitas yang

berisiko tinggi terhadap gangguan kesehatan mental dan keuangan, terutama di kalangan muda. Dari sisi etika komunikasi media, penayangan iklan judi online seperti ini dalam ruang publik virtual yang bebas diakses, termasuk oleh anak-anak dan remaja dan ini merupakan bentuk kelalaian etis yang menormalisasi perilaku destruktif (Nasaruddin et al., 2024). Perjudian online juga disebut memiliki daya adiksi yang tinggi karena bersifat anonim, cepat, dan dapat diakses kapan pun tanpa batas geografis. Hal ini menjadikannya sangat berbahaya dibandingkan bentuk perjudian konvensional. Secara sosiologis, juga dapat mengaburkan nilai-nilai norma sosial dan agama yang berlaku dalam masyarakat Indonesia yang mayoritas.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa iklan judi online yang tersebar melalui situs live streaming dan poster pertandingan sepak bola secara jelas melanggar prinsip-prinsip etika pariwisata dan regulasi hukum di Indonesia. Iklan-iklan tersebut memanfaatkan kelemahan psikologis audiens dengan strategi komunikasi persuasif yang menyesatkan, seperti janji keuntungan besar, penggunaan simbol-simbol popularitas, dan promosi dengan biaya awal rendah. Iklan juga ditempatkan di media yang mudah diakses oleh kelompok rentan seperti anak-anak dan remaja, tanpa ada pembatasan usia atau peringatan risiko, yang bertentangan dengan nilai tanggung jawab sosial dalam etika komunikasi.

Dari sisi hukum, praktik ini melanggar Etika Pariwisata Indonesia, Undang-Undang ITE dan KUHP yang secara tegas melarang penyebaran konten terkait perjudian, serta bertentangan dengan Undang-undang Perlindungan Anak. Selain mencederai nilai-nilai moral dan sosial, penyebaran iklan judi online di ruang digital juga memperburuk literasi media masyarakat dan membuka celah eksploitasi akibat lemahnya pengawasan konten digital. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan multidisipliner yang melibatkan penguatan literasi media, regulasi yang lebih ketat terhadap platform digital, serta kampanye sosial untuk mencegah normalisasi perjudian di kalangan masyarakat, khususnya pada generasi muda. Penelitian ini menegaskan pentingnya tanggung jawab sosial dalam penyiaran digital serta urgensi revisi dan penegakan kebijakan etika pariwisata di era digital.

REFERENSI

- Ahmad Farhan Fanani, R. P. T. (2023). *khalidManajerJurnal171_185MaraknyaJudiOnlinediKalanganAnakMudadalamPerspektifHukum*.
- Ajidin, Z. A. (2024). Judi Online dalam Kajian Ekonomi Syariah: Studi Literatur. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 137–148. <https://doi.org/10.54082/jupin.279>
- Alsabihat, A., & Yogyakarta Korespondensi, M. (2024). Tinjauan Etika dalam Promosi Judi Slot Online pada Iklan Lk21. *Borobudur Communication Review*, 4(1), 40. <https://doi.org/10.31603/bcrev.10587>
- Ariq Al Arkam. (2025). *Media Baru dan Pengalaman Judi Online di Kalangan Mahasiswa*.

- Gabriela, F., Effendi, I. A., & Dewi, R. (2023). Analisis Pengaruh Endorsement Influencer / Artis terhadap Penggunaan Judi Online pada Generasi Millennial atau Z di Media Sosial. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(2), 773–786. <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i2.1884>
- Ghulam Dzaljad, R., Firmantoro, V., Rahmawati, Y., Pranawati, R., Setiawati, T., Tiara, A., Mustika, S., Prasetya, H., Hariyati, F., Qusnul Khotimah, W., Dwi Fajri, M., Khohar, A., & Dwi Agustini, V. (n.d.). *Etika Komunikasi: Sebuah Paradigma Integratif*. www.gramasurya.com
- Hidayat, W., Setyabudi, D., & Surayya Ulfa, N. (n.d.). *Pengaruh Terpaan Iklan Judi Online Dan Intensitas Komunikasi Dengan Teman Sebaya Terhadap Minat Bermain Judi Online*. <https://fisip.undip.ac.id/>
- Jhon, F., Sipayung, E., & Handoyo, C. A. (2024). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara Dampak Dalam Mempromosikan Iklan Judi Online (Studi Kasus Iklan Judi Online Indonesia) Impact In Promoting Online Gambling Advertising (Case Study Of Indonesian Online Gambling Advertising)*. 1(3). <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Judi Online Implikasinya Terhadap Keharmonisan Rumah Tangga Taufiq Ramadhan, P., Azka Mubarak, T., & Arif Mahendra, B. (2024). Impact of Online Gambling Practices on Family Harmony: A Case Study in South Meruya, Kembangan Sub-District, West Jakarta. *South Meruya, Kembangan Sub-District*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.62870/qanun.v2i1.24769>
- King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2018). Predatory monetization schemes in video games (e.g. ‘loot boxes’) and internet gaming disorder. In *Addiction* (Vol. 113, Issue 11, pp. 1967–1969). Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1111/add.14286>
- Nasaruddin, N., Safrudin, Moh., Fitriah Nurjadin, E., & Gufran, G. (2024). Dampak Judi Online Dikalangan Masyarakat Modern (Tinjauan QS. Al-Ma’idah: 90-91). *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 8(2), 112–126. <https://doi.org/10.52266/tajdid.v8i2.3444>
- Naufal Azzuhdi, A., Listya Kumara, A., Fatihi, & Junaedi, F. (2025). Pelanggaran Etika Pariwara dalam Iklan Judi Online di Situs Web Pusat Film21. *Jurnal Audiens*, 6(1), 72–84. <https://doi.org/10.18196/jas.v6i1.565>
- Rohmah, Y., & Khodijah, K. (2024). Resiko dan dampak sosial judi dan pinjaman online pada remaja. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 13(1), 85–92. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v13i1.66871>
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>
- Sintya Sari, F. A. K. N. R. S. (2025). *ARTIKEL+SOSHUM+FIX+222-2*.

- Hing, N., Rusell, A., & Rockloff, M. (2018). Gambling advertising and inducements: A consumer protection perspective. *Addiction Research & Theory*, 26(5), 313-324
- Dewan Periklanan Indonesia. (2020). Etika Pariwara Indonesia. www.p3i.or.id
- Gainsbury, S., King, D., Rusell, A., & Delfabbro, P. (2016). Exposure to and engagement with gambling marketing in social media: Reported impacts on perceived accessibility, marketing appeal, and intentions to gamble. *International Gambling Studies*, 16(1), 1-16
- Undang Undang Republik Indonesia No.35 Tahun 2014 tentang Perlindungan Anak
- KUHP Pasal 303 & UU ITE Pasal 27 Ayat 2
- Silalahi, et al. (2024). *Legal Efforts in Tackling the Spread of Online Gambling Promotions on Social Media in Indonesia*. [PDF]
- Romdoni, M. R., & Ramadhani, R. A. (2025). *Online Gambling in the Perspectives of Islamic Law and Criminal Law: A Critical Analysis of Current Cases in Indonesia*. *Fox Justi: Jurnal Ilmu Hukum*, 15(2).
- Husen, T., Suryandari, W. D., & Susilowati, T. (2024). *Legal Aspects in Developing Security Systems to Counter Fraud and Manipulation Threats in Online Gambling. Return: Study of Management, Economic and Business*, 3(8).
- Geusan Akbar, G., et al. (2024). *Policy Brief: Tackling the Social, Economic, and Legal Impacts of Online Gambling in Indonesia*. JHSSB.
- Fathor, K. A., Gani, F. P., & Saleh, M. Z. (2024). Fenomena iklan judi online pada platform digital generasi Z di Indonesia. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(1), 184–189.
- Makarin, A. A., & Astuti, L. (2023). Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Melakukan Perjudian Online. *Indonesian Journal of Criminal Law and Criminology (IJCLC)*, 3(3), 180–189. <https://doi.org/10.18196/ijclc.v3i3.17674>
- Novina Putri Bestari. (2023). Facebook-Instagram Sarang Judi Online; Kominfo Beberkan Data. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231020065912-37-482143/facebook-instagram-sarang-judi-online-kominfo-beberkan-data>
- Bakhtiar, S. H., & Adilah, A. N. (2024). Fenomena judi online: Faktor, dampak, pertanggungjawaban hukum. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(3), 1016–1026. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Saputra, M. Y. V., & Pranoto, E. (2023). Pencegahan Tindak Pidana Perjudian Online. *PLEDOI (Jurnal Hukum dan Keadilan)*, 2(1), 20-30. <https://jurnal.amalinsani.org/index.php/pledoi/article/view/171/191>
- Sitanggang, A. S., Sabta, R., & Hasiolan, F. Y. (2023). PERKEMBANGAN JUDI ONLINE DAN DAMPAKNYA TERHADAP MASYARAKAT: TINJAUAN

- MULTIDISIPLINER. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(5), 50-60. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/248/239>
- Addiyansyah, W., & Rofi'ah. (2023). KECANDUAN JUDI ONLINEDI KALANGAN REMAJA Copyright @ Septu Haudli Bakhtiar, Azizah Nur Adilah DESACILEBUT BARATKECAMATAN SUKARAJAKABUPATENBOGOR. *MANIFESTO:Jurnal Gagasan Komunikasi, Politik, dan Budaya*, 1(1), 13-22. <https://journal.awatarapublisher.com/index.php/manifesto/article/view/27/24>
- Sitanggang, A. S., Sabta, R., & Hasiolan, F. Y. (2023). Perkembangan judi online dan dampaknya terhadap masyarakat: Tinjauan multidisipliner. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(5), 50–60. <https://doi.org/10.6578/tjis.v1i6.248>
- Anonim. (2023). Perkembangan Penanganan Kasus Perjudian Online. Kominfo. Diakses pada https://www.kominfo.go.id/content/detail/51410/siaran-persno-282hmkominfo092023-tentang-perkembangan-penanganan-kasusperjudian-online/0/siaran_pers (06/10/23).
- Zurohman, A., Astuti, T. M. P., & Sanjoto, T. B. (2022). Dampak judi online terhadap kalangan remaja (Studi kasus Tebing Tinggi). *Journal of Educational Social Studies*, 2(1), 156–162. <https://doi.org/10.29313/bcsms.v2i1.390>
- Sahputra, D., Afifa, A., Salwa, A. M., Yudhistira, N., & Lingga, L. A. (2022). Dampak judi online terhadap kalangan remaja (Studi kasus Tebing Tinggi). *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, 6(2), 139–156. <https://doi.org/10.29240/jbk.v6i2.3866>