

**WORD OF MOUTH JUDI ONLINE DIKALANGAN REMAJA**

**Ratih Hasanah**

*Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University*

*Email: [kumaharatih@gmail.com](mailto:kumaharatih@gmail.com)*

**ABSTRAK**

*Word of mouth (WOM) adalah sebuah usaha komunikasi yang memicu komunikasi untuk menjadi komunikator yang meneruskan pembicaraan, mempromosikan, dan merekomendasikan segala informasi kepada komunikasi lain. WOM tersebut dianggap lebih dapat dipercaya dan berefek secara langsung kepada para remaja yang mencari tempat bermain judi online. Kepercayaan dan keefektifan WOM tidak terlepas dari komunikasi antar pribadi yang dilakukan bandar dengan para pemilik akun atau pejudi, hal tersebut bisa membuat informasi judi online tersebar di kalangan remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi WOM judi online di kalangan remaja adalah sebagai berikut: melihat teman bermain, kesaksian teman-teman yang sudah menang, kepercayaan, promosi yang dilakukan bandar melalui media sosial, BBM serta besarnya situs judi online tersebut.*

**Kata Kunci:** *word of mouth, judi online, remaja*

## Latar Belakang

Judi merupakan permainan mengadu keberuntungan yang sudah dipraktikkan sejak zaman dahulu. Berbagai wilayah dan negara memiliki cara bermain judi yang berbeda-beda, mulai dari permainan kartu, dadu, alat putar, hingga bertaruh mengenai pemenang dalam sebuah pertandingan, seperti balapan, adu binatang, perkelahian dalam ring maupun perkelahian jalanan. Taruhan ini dijadikan ajang permainan mengadu keberuntungan dengan menaruh sejumlah uang pada pilihan yang dijagokan. Uang yang dipertaruhkan bervariasi dari nilai kecil hingga nilai yang fantastis.

Dalam era serba *online* saat ini, perjudian menjadi semakin marak. Teknologi internet memiliki kemampuan lebih dalam mencakup target yang *segmented* sehingga pesan dapat lebih personal dan khusus dengan ekspos yang luas dan kecepatan yang tinggi dalam penyebaran informasi. Dalam konteks perjudian *online* itu sendiri, banyak macam dan ragam permainan yang dapat dipilih oleh para penjudi, mulai dari permainan poker menggunakan *chip*, monopoli tanpa uang, hingga judi semua jenis olahraga. Jenis judi *online* sepakbola adalah yang paling ramai dimainkan karena hampir setiap akhir pekan selalu ada pertandingan. Dalam judi *online* sepakbola itu sendiri banyak yang bisa dijadikan taruhan mulai dari skor kemenangan, *vur-vur-an*, tendangan sudut, siapa pencetak skor hingga pada babak berapa gol awal terjadi.

M. Yamin dari Yayasan Nawala Nusantara dalam seminar *Menyikapi Perjudian Online* di Auditorium RRI, Jakarta, pada tanggal 10 Juli 2012, memaparkan perbedaan situs judi luar negeri dengan situs judi dalam negeri. Menurutnya, situs judi luar negeri merupakan perusahaan resmi. Bahkan, ada perusahaan judi *online* yang sudah *go public*, seperti William Hill di Inggris. Adapun situs dan agen judi *online* terbesar saat ini berdasarkan data DSN (*domain system name*) Nawala adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Daftar Situs Judi *Online* Lokal dan Internasional**

No.	Situs Lokal	Situs Internasional
1.	Dewapoker.com	Bwin (2009): pemasukan lebih € 400 juta
2.	Bookie7.com	PartyGaming (2008): US\$ 473 juta
3.	Betme88.com	Betfair (2008): £ 303 juta
4.	Fairbet88.com	Bet365 (2009): £ 3.4 miliar (turnover)
5.	Agenjudibola.net	William Hill (2009): lebih £ 200 juta
6.	Promosi365.com	Ladbrokes (2009): lebih dari £ 100 juta
7.	Agencasinoinonesia.com	Mangas Gaming (2009): € 200 juta
8.	Indosbobet.com	Paddy Power (2008): € 992 juta (turnover)
9.	Winning365.com	Unibet (2009): lebih dari £ 130 juta
10.	Arenabetting.com	Sportingbet (2009): £ 1,2 miliar (turnover)

(sumber: <http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/334384-inilah-10-situs-judi-online-terbesar-di-ri>)

Selain dua puluh nama situs diatas masih banyak lagi situs judi *online* lain yang cukup digemari, diantaranya adalah; SBOBET, SBOBET CASINO, RGOPOKER, dan TANGKASCOM. Promosi dari masing-masing situs dan agen-agen judi *online* sangat gencar mulai dari iklan *banner*, *pop up*, iklan video, *buzz marketing*, *web*, blog, situs, hingga media sosial facebook. Dengan pesan promosi yang menarik, kalimat yang persuasif, hingga gambar yang atraktif, situs-situs dan para agen mencoba untuk mempengaruhi pengguna internet agar bermain judi secara *online*.

Sementara itu, anak SMA merupakan remaja awal yang sedang berada di dalam krisis identitas dan cenderung mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi. Karakteristiknya adalah selalu ingin mencoba hal-hal baru, mudah terpengaruh dengan teman-teman sebayanya (*peer groups*), mulai memperluas hubungan antar pribadi dan berkomunikasi secara lebih dewasa dengan teman sebaya, baik laki-laki maupun perempuan (Sarwono, 2004: 24).

Dalam konteks dunia maya, pengenalan dan pencarian informasi di internet yang dilakukan oleh remaja tidak semata-mata murni inisiatif dari individu itu sendiri. Kadangkala informasi mengenai berita ataupun informasi sebuah situs di internet yang didapat oleh individu adalah hasil dari pengaruh media massa dan lingkungan sekitarnya. Penghambusan informasi ini biasanya dari kalangan terdekat atau orang yang dipercaya yang bisa juga disebut dengan *word of mouth* (WOM). Satu pesan yang didapatkan dari teman atau keluarga biasanya lebih dapat dipercaya dan lebih berkesan dibanding dengan pesan tersebut disampaikan oleh

berbagai media massa. Karena sifatnya yang lebih terpercaya dan mampu memberikan kesan itulah, sebuah pesan melalui WOM akan lebih tahan lama dalam benak penerima pesan.

Fenomena WOM saat ini sangat fenomenal. Karena bukan saja WOM menjadi alat pemasaran semata, tetapi WOM dapat membicarakan apa saja tren-tren di seputar anak remaja saat ini. Seorang remaja akan merekomendasikan tentang situs-situs tertentu kepada temannya atau saudaranya, untuk kemudian disebarakan lagi kepada orang lain hingga akhirnya situs tersebut dikenal dan dikunjungi. Komunikasi ini juga disebut komunikasi dari mulut ke mulut yang cenderung persuasif, karena si pengirim pesan tidak mempunyai kepentingan sama sekali atas tindakan si penerima setelah itu. (Rangkuti, 2009; 78)

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggali informasi kekuatan WOM mengenai judi *online* yang terjadi di kalangan remaja. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran secara deskriptif perilaku remaja bermain judi *online* serta sejauh mana WOM digunakan dalam menginformasikan aktifitas kegiatan judi *online*.

### **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, informan yang digunakan adalah anak remaja. Remaja sendiri, dalam penelitian yang dilakukan oleh Ruth Strong, dibagi menjadi tiga fase. Fase pertama yaitu pubertas (10-15 tahun), fase kedua yaitu *early adolesen* (15-18 tahun) dan fase ketiga yaitu *later adolesen* (18- 21 tahun). Penelitian ini menggunakan informan anak yang duduk di bangku SMA, atau kisaran *early adolesen* dan *later adolesen*.

Riset yang dilakukan oleh Paul Felix Lazarsfed pada tahun 1940 menunjukkan bahwa pengaruh langsung dari media massa terhadap pembaca atau penonton sangatlah kecil. Para pembaca atau penonton justru terpengaruh oleh *opinion leader* (penggerak opini), bukan oleh media massa secara langsung. Hasil riset itu menunjukkan bahwa konsumen mengumpulkan informasi dari beberapa media promosi termasuk iklan dan tenaga penjual, kemudian menceritakan kepada teman-temannya. *Opinion leader* dalam kasus judi penelitian ini adalah penjaga warnet dan remaja yang bermain judi *online* dan pernah menang

Interaksi personal yang dapat menimbulkan kepercayaan dan tindakan akan sebuah informasi yang didapat dipengaruhi faktor-faktor situasional dari komunikatornya antara lain: daya tarik fisik, ganjaran (*reward*), familiarity, kedekatan (*proximity*), kemampuan (*competence*). Faktor-faktor personal yang mempengaruhi atraksi interpersonal dalam melakukan WOM yang pertama adalah kesamaan karakteristik, nilai-nilai, sikap, keyakinan, tingkat sosial ekonomis, agama, ideologi, dan cenderung saling menyukai. (Rahmat, 2011; 111)

### Hasil Penelitian

Judi *online* dikenal dan banyak dimainkan oleh remaja laki-laki ketimbang perempuan, alasan dari salah satu informan adalah banyaknya variabel dalam judi *online* yang berhubungan dengan kegiatan olah raga yang disukai laki-laki, seperti sepak bola, golf, tinju, tenis, basket, balapan mobil, balapan motor hingga balapan hewan. Pembicaraan remaja laki-laki ketika berkumpul adalah seputar pertandingan atau permainan *game* yang seru, baik *online* maupun *offline*.

Remaja ternyata memiliki keyakinan akan masa depan yang kompetitif sehingga mereka memanfaatkan media internet yang menyediakan berbagai macam informasi sesuai dengan kebutuhan yang dapat mengembangkan potensi dirinya. Mereka mencari hal-hal baru mengenai teknologi, pendidikan, hobi, tips and trik, tutorial membuat sesuatu, hingga masalah seks yang sulit mereka tanyakan kepada orang tua dan guru.

Remaja yang bermain judi *online* biasanya dari pergaulan. Semua informan menyatakan mengenal judi *online* dari teman, bukan dari iklan situs judi *online*. Adapun *pop up* atau *banner* yang sering muncul ketika mereka menggunakan internet malah tidak mereka percaya, karena takut akan *virus*, *spam*, penipuan dan takut pulsa yang digunakan habis bila melihat iklan-iklan yang ada di internet. Ketika mereka penasaran akan situs atau permainan judi tertentu mereka lebih menyukai bertanya dengan teman-temannya. Kadang ketika jawaban tidak ditemukan mereka bertanya kepada petugas warnet, atau melihat referensi di situs Kaskus atau Google.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa WOM yang terjadi di kalangan mahasiswa berawal dari teman dekat yang mereka percaya. WOM yang terjadi bukan karena ajakan teman

tetapi lebih ke *sharing* kemenangan di perjudian yang dilakukan di situs tertentu. Rata-rata informan tergiur dengan uang yang berlipat ganda. Sebagai contoh, salah satu informan tertarik karena mendengar temannya menang besar dari taruhan cuma lima puluh ribu menjadi satu juta dalam satu kesempatan pertandingan.

WOM yang terjadi bukan saja berupa ajakan langsung tetapi juga karena mendengar *testimoni* teman yang menang dalam judi *online*. Kemenangan-kemenangan yang diceritakan menimbulkan rasa penasaran dan harapan untuk dapat memiliki keuntungan sehingga mendapatkan uang jajan lebih. Ditambah lagi, biasanya, teman yang mendapatkan kemenangan besar dalam permainan judi *online* suka mentraktir teman-temannya. Alasannya adalah rasa senang yang berlebihan dan merasa bahwa karena uang tersebut haram (judi dilarang dalam agama), maka tidak boleh dimakan sendiri. Sebaliknya, orang yang kalah biasanya tidak akan banyak membicarakan, karena pasti langsung sedih, uring-uringan, dan kesal terhadap permainan yang sudah berlalu tersebut.

Di dalam teman sekelompok, menurut para informan, tidak pernah saling mempengaruhi untuk bermain judi *online*. Keinginan untuk bermain judi *online* biasanya timbul dari diri sendiri yang mudah untuk dipengaruhi. Seperti yang telah dijelaskan di atas, kecanduan judi *online* lebih karena ingin membuktikan keberuntungan diri (*luck*). Awalnya, bermain judi dibimbing atau diajari oleh teman atau penjaga warnet dengan dibuatkan akun dan diajari cara bermainnya.

WOM lainnya bisa berupa prediksi yang dikirimkan oleh bandar melalui media sosial ataupun BBM. Prediksi yang diberikan mengenai tim yang akan bertanding ini kadangkala memicu semangat untuk melakukan taruhan, apalagi jika prediksi mengenai kemenangan tim kesayangan. WOM dari bandar ini kadang diikuti bila memang informan buta akan pertandingan yang akan berlangsung. Namun pada umumnya, pemasangan taruhan tidak selalu mengikuti prediksi bandar karena pada dasarnya judi adalah untung-untungan dan bersifat spekulatif.

Para remaja yang menjadi informan rata-rata setuju dengan slogan “kalah penasaran menang ketagihan”. Motivasi bermain judi itu sendiri berbeda-beda, mulai dari niat iseng-iseng,

mencari kesenangan, memacu adrenalin, mencari untung, sampai pergaulan yang kebablasan. Berbagai faktor lainnya adalah mulai dari mengisi waktu luang, bingung punya uang jajan berlebih, mencoba menang seperti temannya, sekadar untuk bergaul, dan untuk menambah semangat dalam menyaksikan tim kesayangan bertanding. Semua hal tersebut pada akhirnya membuat ketagihan dan penasaran.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sujanto. 1996. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Media Group
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Jakarta: Medpress
- Muhadji, Norng. 1993, *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS
- Rahmat, Jalaludin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2004. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sumardy. 2010. *The Power of Word Of Mouth Marketing 'Rest In Peace Advertising'*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi,
- Sumarmi, Saptaningsih. 2008, *Fenomena Word Of Mouth Marketing Dalam Mempengaruhi Keputusan Konsumen* (<http://upy.ac.id/site/cetak.php?id=9>)
- Daftar 10 Situs Judi Online Terbesar (<http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/334384-inilah-10-situs-judi-online-terbesar-di-ri>)