

**PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA TERHADAP
PELAKU PROMOSI JUDI ONLINE YANG DILAKUKAN
MELALUI MEDIA SOSIAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF
HUKUM PIDANA**

SKRIPSI



Oleh:

SARI DESRIWATY

170710070

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

**PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA TERHADAP
PELAKU PROMOSI JUDI ONLINE YANG DILAKUKAN
MELALUI MEDIA SOSIAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF
HUKUM PIDANA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

SARI DESRIWATY

170710070

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Sari Desriwaty
NPM : 170710070
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Hukum

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul:

PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA TERHADAP PELAKU PROMOSI JUDI ONLINE YANG DILAKUKAN MELALUI MEDIA SOSIAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM PIDANA

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 02 Maret 2023



SARI DESRIWATY
170710070

**PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA TERHADAP
PELAKU PROMOSI JUDI ONLINE YANG DILAKUKAN
MELALUI MEDIA SOSIAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF
HUKUM PIDANA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

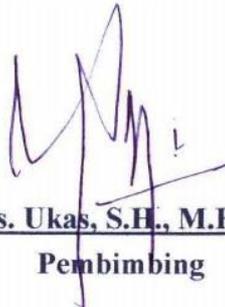
Oleh:

SARI DESRIWATY

170710070

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 02 Maret 2023



Drs. Ukas, S.H., M.Hum.

Pembimbing



ABSTRAK

Perkembangan judi *online* sekarang ini semakin sering terjadi dan banyak akun-akun judi *online* yang mempromosikan produknya dengan bekerja sama dengan *youtuber* secara langsung dan tidak langsung dengan memberikan donasi. Penelitian ini membahas mengenai pengaturan terhadap tindak pidana promosi judi *online* yang dilakukan oleh *youtuber* dan menganalisa tentang bentuk donasi yang diberikan. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif yang menganalisa peraturan perundang-undangan yang berlaku dan data sekunder lainnya yang dikumpulkan dengan teknik studi kepustakaan dan dianalisa dengan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian adalah promosi judi *online* merupakan tindak pidana yang melanggar Pasal 27 dan Pasal 45 Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, dan Pasal 9 ayat (2) Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sehingga *youtuber* yang melakukan tindak pidana ini wajib bertanggung jawab dan dipidana sesuai aturan tersebut. Dan, pemberian donasi merupakan perbuatan promosi judi *online* yang dilakukan oleh akun-akun judi *online*, tetapi *youtuber* yang menyediakan kesempatan sarana donasi harus berhati-hati terhadap batasan-batasan agar tindakan tersebut tidak termasuk turut serta dalam tindak pidana promosi judi *online*.

Kata Kunci: Promosi, Judi *Online*, Donasi, *Youtuber*.

ABSTRACT

The development of online gambling is now happening more frequently and many online gambling accounts are promoting their products by working with YouTubers directly and indirectly by making donations. This study discusses the regulation of online gambling promotion crimes committed by YouTubers and analyzes the forms of donations given. This research is a normative juridical research that analyzes the applicable laws and regulations and other secondary data collected by the technique of literature study and analyzed by descriptive qualitative. The result of the research is that the promotion of online gambling is a criminal act that violates Article 27 and Article 45 of Law no. 19 of 2016 concerning Amendments to Law no. 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions, and Article 9 paragraph (2) of Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection so that YouTubers who commit this crime must be held responsible and punished according to these rules. And, making donations is an act of promoting online gambling carried out by online gambling accounts, but YouTubers who provide opportunities for donations must be careful about the limitations so that this action does not include participating in the criminal act of promoting online gambling

Keywords: Promoting, Online Gambling, Donation, Youtuber.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat serta Hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan lancar dan tepat pada waktunya. Dalam penelitian ini penulis mengangkat tema tentang eksploitasi ABK wni dengan judul skripsi penelitian yaitu **“PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA TERHADAP PELAKU PROMOSI JUDI ONLINE YANG DILAKUKAN MELALUI MEDIA SOSIAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM PIDANA”**. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat untuk mencapai kelulusan dan meraih gelar sarjana (S-1) pada Program Studi Ilmu Hukum Universitas Putera Batam.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai sempurna dikarenakan keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti, oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari semua kalangan sangat diharapkan oleh peneliti agar skripsi ini bisa sempurna.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan baik dari kalangan akademis maupun non akademis, dan semoga skripsi ini dapat menambah ilmu dan wawasan baru bagi kita semua. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam; Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T.,M.I.Kom.
3. Ketua Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T.,M.I.Kom.
4. Bapak Drs. Ukas, S.H., M.Hum. selaku Pembimbing Skripsi penulis pada Program Studi Ilmu Hukum Universitas Putera Batam.
5. Bapak Padrisan Jamba, S.H.,M.H. selaku Pembimbing Akademik.
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di Universitas Putera Batam.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Sarifudin dan Ibu Ernawati, untuk beliau berdualah skripsi ini penulis persembahkan. Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini.
8. Saudara-saudara penulis, Sisil Aprilya, Feby Salsa Aulia dan Syeila Ernasari. Selalu percaya dan turut ikut dalam memberikan motivasi kepada penulis.
9. Teman-teman Angkatan Universitas Putera Batam Prodi Ilmu Hukum 2017.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 02 Maret 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sari Desriwaty', written in a cursive style.

Sari Desriwaty



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Manfaat teoritis	6
1.6.2 Manfaat praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Kerangka Teori.....	9
2.1.1. Tinjauan Umum Pelaku Tindak Pidana (<i>Dader</i>).....	9
2.1.2. Tinjauan Umum tentang Pemasaran.....	19
2.2. Kerangka Yuridis.....	33
2.2.1. Tinjauan Yuridis Judi <i>Online</i>	33
2.3. Penelitian Terdahulu	34
2.4. Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Peneltian	41

3.2	Sifat Penelitian	41
3.3	Sumber dan Jenis Data.....	41
3.4	Metode Pengumpulan Data	42
3.5	Metode Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1	Pengaturan Hukum Pidana Terhadap Tindakan Promosi Judi <i>Online</i> Yang Dilakukan Oleh <i>Youtuber</i>	45
4.1.2	Hubungan Tindakan Donasi Yang Dilakukan Oleh Akun-Akun Judi <i>Online</i> Ke <i>Youtuber</i> Dengan Promosi Judi <i>Online</i>	50
4.2	Pembahasan.....	54
4.2.1	<i>Youtuber</i> Dapat Dikenakan Sanksi Pidana Terhadap Perbuatan Promosi Judi <i>Online</i>	54
4.2.2	Tindakan Donasi Yang Dilakukan Oleh Akun-Akun Judi <i>Online</i> Ke <i>Youtuber</i> Merupakan Tindakan Promosi Judi <i>Online</i>	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		64
5.1.	Simpulan	64
5.2.	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....		67
LAMPIRAN		71
Lampiran 1: Daftar Riwayat Hidup		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran	39
---------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi sekarang ini berdampak pada banyak hal termasuk pada perkembangan sistem judi. Judi sendiri adalah tindakan yang merugikan diri sendiri dan melanggar hukum. Tetapi semakin berkembangnya sistem perjudian ke ranah *online* mengakibatkan semakin menarik minat masyarakat untuk turut andil dalam perkembangan ini baik selaku pemain judi *online*, maupun sebagai penyedia jasa promosi situs-situs judi *online*.

Promosi judi *online* telah dilarang seturut dengan adanya Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik tepatnya pada Pasal 27 yang melarang tindakan atau perbuatan yang dilakukan dengan sengaja dan tanpa izin untuk mendistribusikan dan/atau membuat data elektronik dapat diakses untuk kepentingan perjudian (Bella et al., 2022). Perbuatan pelanggaran pasal tersebut juga diancam dengan pidana penjara 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah) yang diatur pada Pasal 45.

Melihat semakin meluas dan terbukanya laman-laman judi *online* mengindikasikan semakin besarnya minat masyarakat untuk menjadi pemain judi *online* yang tersedia. Situs-situs judi *online* tersebut memberikan pilihan judi

dengan berbagai jenis permainan seperti permainan klasik dengan menggunakan *keyboard* pada *gadget* hingga permainan canggih yang mengharuskan pemainnya berfikir, dan memperhitungkan kemungkinan menang yang dimiliki. Perjudian *online* adalah bentuk perjudian memanfaatkan teknologi elektronik untuk pengaksesannya (Harahap, 2018). Pengaksesan perjudian *online* dilakukan dengan menggunakan teknologi elektronik seperti laptop, *smartphone*, dan berbagai *gadget* yang telah umum dimiliki oleh masyarakat. Menurut (Sepatia et al., 2022), mekanisme kerja judi *online* adalah pada saat seorang ingin bergabung dan melakukan aktifitas judi *online* di salah satu laman judi *online*, orang tersebut harus memasukan dengan cara mentransfer sejumlah uang ke admin website, lalu admin akan memasukan uang tersebut ke akun penjudi tersebut. Bahkan untuk mendapatkan pembayaran dari kemenangan perjudian *online* juga dilakukan secara *online* yaitu ditransfer dengan *M-Banking*. Sehingga seluruh perbuatan judi *online* dilakukan dengan menggunakan media elektronik.

Modus dari perjudian konvensional dan *online* adalah memberikan banyak keuntungan bagi pemainnya. Sehingga semakin membuat masyarakat menjadi semakin tertarik. Tetapi, keamanan menjadi faktor yang menarik untuk dibahas dalam membahas perjudian *online*. Judi *online* yang merupakan perbuatan yang dilarang, membuat pemain judi *online* harus mempertimbangkan keamanan diri untuk tidak terdeteksi pihak berwenang. Menurut (Novianti, 2022), pengawasan terhadap laman judi *online* sekarang ini sangat sulit dilakukan dikarenakan adanya beberapa kendala seperti situs-situs judi *online* dapat diproduksi ulang walau telah dilakukan blokir dari Kemkominfo, peraturan

hukum tentang judi di setiap Negara berbeda-beda menyebabkan penegakan hukum Indonesia berbenturan juridiksi asal situs judi *online*, hingga promosi judi *online* yang dilakukan secara personal.

Untuk semakin memperluas, memperkenalkan, dan menarik minat masyarakat untuk berjudi *online*, perusahaan-perusahaan judi *online* mulai mempromosikan situs judi *online* dengan bekerja sama dengan anggota masyarakat yang memiliki profesi yang membuatnya berpengaruh di tengah-tengah masyarakat. Semakin berkembangnya teknologis sekarang ini membuat profesi pekerjaan masyarakat semakin berkembang dan beragam. Salah satu profesi yang sangat menarik dan diminati oleh masyarakat sekarang ini adalah *youtuber*. Menurut (Ulya, 2019), *youtuber* adalah konten kreator yang aktif memposting video di laman adalah konten kreator yang aktif memposting video di laman *youtube*. Semakin berkembangnya akun seorang *youtuber* maka mendapatkan keuntungan-keuntungan, yang salah satunya menjadi seorang *public figure*.

Menurut (Rahmawati, 2021), banyak perusahaan yang menggunakan jasa *public figure* untuk mempromosikan produk dan/atau jasa yang ditawarkan perusahaan ke masyarakat. Dengan berkembangnya lama *youtube* sekarang ini memperbesar peluang *youtuber* terkenal menjadi *influencer* produk-produk perusahaan. Peluang ini tentunya menjadi peluang dan menarik bagi perusahaan-perusahaan judi *online* untuk menggunakan jasa *youtuber* untuk mempromosikan laman judi *online* agar diketahui dan menarik minat masyarakat.

Menurut (Novianti, 2022), Pasal 27 jo. Pasal 45 Undang-Undang No. 19 Tahun 2006 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik umumnya merupakan dasar hukum yang melarang untuk permainan judi *online*. Tetapi, dasar hukum tersebut lebih tepat dikenakan pada tindakan promosi judi *online*. Sehingga walaupun sudah terdapat larangan promosi judi *online*, tetapi pada prakteknya masih terdapat *youtuber-youtuber* yang membuat video promosi judi *online* di akun mereka. Telah terdapat beberapa penegakan hukum terhadap fenomena ini, salah satunya penangkapan Polda Sumatera Selatan yang dilakukan terhadap Adi (29) dan Dedi (26) warga Sumatera Selatan (Arief, 2022). Berdasarkan kejadian ini, peneliti tertarik untuk membahas bagaimana pengaturan hukum pidana terhadap tindakan promosi judi *online* yang dilakukan oleh *youtuber*.

Fenomena lain yang ditemukan di *youtube* adalah adanya pemberian donasi atau *Fan Funding*. *Fan Funding* atau dana dari penggemar adalah cara baru untuk melakukan pembayaran sukarela. Penonton bisa melakukan pembayaran sukarela untuk mendukung *youtuber* berdasarkan kesukaan mereka. Caranya adalah *youtuber* sebelumnya harus mengaktifkan fitur dana dari penggemar tersebut. Sedang penonton nantinya akan melihat ikon "*Fan Funding icon*" atau "dukung" di pojok video mereka. Klik ikon itu untuk membuka jendela lain di mana pengguna dapat melanjutkan untuk memutuskan berapa banyak mereka akan menyumbang donasi ke *youtuber*.

Pada prakteknya, banyak donasi yang disumbangkan oleh akun-akun judi *online* ke *youtuber* pada saat melakukan *livestreaming*. Dikutip dari akun *youtube*

MLBB Indonesia dengan judul video “RRQ XIN DI DONATE 100 JUTA SAAT LIVE STREAMING!”, RRQ XIN mendapatkan donasi mencapai 100 juta dari IMBASLOT yang merupakan salah satu laman judi *online*. Tindakan donasi tersebut terpampang dan ditunjukkan dengan jelas yang dapat dilihat oleh penonton *youtuber*. Menjadi menarik untuk dibahas apakah tindakan donasi yang dilakukan oleh akun-akun judi *online* ke *youtuber* merupakan promosi judi *online*.

Untuk menganalisis dan menemukan jawaban atas fenomena yang dijelaskan, maka dibuatlah penelitian hukum normatif yang dituangkan dalam skripsi dengan judul “**Pertanggungjawaban Pidana Terhadap Pelaku Promosi Judi Online Yang Dilakukan Melalui Media Sosial Ditinjau Dari Perspektif Hukum Pidana**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Ditemukan permasalahan yang teridentifikasi, yaitu.

1. Terdapat beberapa *youtuber* yang melakukan promosi judi *online*.
2. Beberapa akun-akun judi *online* memberikan donasi kepada *youtuber* untuk menunjukan dan memperkenalkan akun judi *onlinenya* kepada penonoton.

1.3 Batasan Masalah

Peneliti membatasi masalah yang dibahas pada beberapa bagian yaitu.

1. Peneliti membahas perbuatan hukum yaitu promosi judi *online* yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung oleh beberapa *youtuber*.

2. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif yang akan membahas peraturan perundang-undangan yang berlaku dan terkait masalah yang dibahas.

1.4 Rumusan Masalah

Demikian merupakan permasalahan yang dianalisis yaitu.

1. Bagaimana pengaturan hukum pidana terhadap tindakan promosi judi *online* yang dilakukan oleh *youtuber*?
2. Apakah tindakan donasi yang dilakukan oleh akun-akun judi *online* ke *youtuber* merupakan promosi judi *online*?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan jawaban atas masalah yang diteliti yaitu.

1. Mengetahui pengaturan hukum pidana terhadap tindakan promosi judi *online* yang dilakukan oleh *youtuber*.
2. Memahami apakah tindakan donasi yang dilakukan oleh akun-akun judi *online* ke *youtuber* merupakan promosi judi *online*.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini secara teoritis dan .

1.6.1 Manfaat teoritis

- a. Penelitian ini merupakan bentuk perkembangan penelitian hukum terhadap perkembangan dan inovasi tindak pidana judi *online*

- b. Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian hukum selanjutnya yang membahas tentang promosi judi *online*.
- c. Untuk aparat penegak hukum dan Pemerintah yaitu sebagai bahan penambah pengetahuan tentang promosi judi *online* yang dilakukan oleh *youtuber*.

1.6.2 Manfaat praktis

- a. Untuk pihak pengelola *Youtube* dan *Youtuber* agar mengetahui akibat hukum promosi judi *online*.
- b. Untuk masyarakat sebagai bahan penambahan pengetahuan tentang promosi judi *online*.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

2.1.1. Tinjauan Umum Pelaku Tindak Pidana (*Dader*)

2.1.1.1. Tinjauan Pelaku Tindak Pidana (*Dader*)

Menurut (Moningka et al., 2018), pelaku tindak pidana (*dader*) merupakan setiap orang yang berhubungan dengan pelanggaran terhadap tindak pidana yang diatur dalam KUHP, yaitu meliputi:

1. Orang yang melakukan, memberi perintah melakukan, dan orang yang ikut serta melakukan perbuatan;
2. Orang yang memberi atau menjanjikan suatu hal yang terkait penyalahgunaan kekuasaan dan martabat, atau memberi ancaman kekerasan, atau penyesatan, atau dengan memberi peluang, baik sarana atau informasi, atau sengaja menyarankan orang lain untuk melakukan perbuatan.

Sehingga, pelaku adalah setiap orang yang melakukan pelanggaran KUHP atau tindak pidana, baik itu secara sengaja atau tidak sengaja telah mengakibatkan suatu hal, baik terpenuhinya syarat objektif dan subjektif, tanpa memandang apakah perbuatan tersebut merupakan kehendaknya sendiri atau adanya pengaruh atau perintah dari pihak lainnya. Dari pemahaman tersebut, pelaku tindak pidana (*dader*) dibedakan menjadi 3 kelompok yaitu (Astuti et al., 2020):

1. Pelaku yang bertindak (*dader*) yaitu pelaku yang berbuat pelanggaran aturan tindak pidana yang diatur dalam Undang-Undang atas kesadarannya sendiri,
2. Pelaku yang memberikan perintah (*doen pleger*) yaitu pelaku yang memberikan perintah tetapi tidak merupakan pelaku utama dalam tindak pidana, disebabkan adanya bantuan orang lain sebagai pelaku utama tindak pidana,
3. Pelaku yang turut melakukan (*mede pleger*) yaitu pelaku yang ikut serta melakukan perbuatan dan/atau turut serta menjadi pelaku utama tindak pidana.

2.1.1.2. Tinjauan Umum Hukum Pidana

Menurut (Sofyan & Azisa, 2016, 96), istilah tindak pidana dalam Bahasa Indonesia berasal dari bahasa Belanda yaitu "*strafbaar feit*". Pembentuk undang-undang menggunakan kata "*strafbaar feit*" untuk menyebut apa yang dikenal sebagai "tindak pidana" tetapi dalam Undang-Undang Hukum Pidana tidak memberikan suatu penjelasan mengenai apa sebenarnya yang dimaksud dengan perkataan "*strafbaar feit*".

Menurut Lamintang dikutip dari (Sofyan & Azisa, 2016, 97), Perkataan "*feit*" itu sendiri dalam bahasa Belanda berarti "sebagian dari suatu kenyataan" atau "*een gedeelte van de werkelijkheid*", sedang "*strafbaar*" berarti "dapat dihukum" hingga secara harfiah perkataan "*strafbaar feit*" itu dapat diterjemahkan sebagai "sebagian dari suatu kenyataan yang dapat dihukum", yang sudah barang tentu tidak tepat, oleh karena kelak akan kita ketahui bahwa

yang dapat dihukum itu sebenarnya adalah manusia sebagai pribadi dan bukan kenyataan, perbuatan maupun tindakan. Selain istilah “*strafbaar feit*” dalam bahasa Belanda juga dipakai istilah lain yaitu “*delictum*” atau “*delict*” yang berasal dari bahasa Latin dan dalam bahasa Indonesia dipakai istilah “delik”. Dalam bahasa Indonesia dikenal juga dengan istilah lain yang ditemukan dalam beberapa buku dan undangundang hukum pidana yaitu peristiwa pidana, perbuatan pidana, perbuatan yang boleh dihukum, perbuatan yang dapat dihukum, dan pelanggaran pidana.

2.1.1.3. Teori Pertanggung Jawaban Pidana

Pertanggungjawaban pidana (*responsibility* atau *criminal liability*) tidak dapat diartikan sempit atau hanya berpandangan pada hukum saja, tetapi harus dilihat secara luas seperti adanya nilai moral atau kesusilaan umum yang terlanggar sehingga diperlukan pertanggungjawaban agar tercipta keadilan (Hanafi, 2015). Oleh karenanya, membahas pertanggungjawaban pidana harus diartikan sebagai pemberian atau tidak diberikannya sebuah hukuman pidana kepada seseorang terhadap adanya pelanggaran tindak pidana.

Memberikan seseorang pertanggungjawaban pidana merupakan akibat objektif pelanggaran hukum tetapi seberapa besar hukuman diberikan terdapat bersifat subjektif yaitu seberapa jauh tindakan hukum yang diperbuatnya. Artinya seseorang dihukum berdasarkan kesalahan yang ada, tidak hanya atas terpenuhinya tindak pidana (Fadlian, 2020). Van Hamel dalam (Fadlian, 2020) menerangkan bahwa menerapkan seseorang untuk bertanggungjawab pidana dalam keadaan normal dan adanya kematangan psikis memberikan fungsi agar:

1. Memberikan pemahaman arti dan akibat dari tindak pidana yang terjadi,
2. Memberikan pemahaman bahwa tindak pidana tersebut merupakan larangan hukum dan masyarakat, dan
3. Memberikan pemahaman terhadap semua perbuatan hukum yang dilakukan.

Tindak pidana adalah suatu perbuatan yang mempunyai dua unsur dan dua sifat yang berkaitan, unsur-unsur yang ada pada dasarnya dapat dibagi dua macam, yaitu unsur-unsur subyektif dan unsur-unsur objektif. Menurut (Prasetyo, 2013) yang dimaksud dengan unsur-unsur Subyektif itu adalah unsur yang terdapat atau melekat pada diri sipelaku, atau yang dihubungkan dengan diri si pelaku dan termasuk didalamnya segala sesuatu yang terkandung didalam hatinya. Unsur ini terdiri dari:

1. Kesengajaan atau ketidak sengajaan (*dolus* atau *culpa*).
2. Maksud pada suatu percobaan,.
3. Macam-macam maksud seperti terdapat dalam kejahatan-kejahatan pencurian, penipuan, pemerasan, dan sebagainya.
4. Merencanakan terlebih dahulu, seperti pembunuhan yang direncanakan terlebih dahulu.
5. Perasaan takut.

Sedang yang dimaksud dengan unsur-unsur Obyektif itu adalah unsur yang terdapat di luar sipelaku. Unsur-unsur yang ada hubungannya dengan keadaan, yaitu dalam keadaan-keadaan dimana tindakan-tindakan si pelaku itu dilakukan. Terdiri dari:

1. Sifat melanggar hukum.
2. Kualitas dari pelaku.
3. Kausalitas.

Dilihat dari unsur-unsur pidana tersebut, maka kalau ada suatu perbuatan yang dilakukan oleh seseorang harus memenuhi persyaratan supaya dapat dikatakan sebagai peristiwa pidana. dan syarat-syarat yang harus dipenuhi sebagai suatu peristiwa pidana ialah: (Prasetyo, 2013)

1. Harus ada suatu perbuatan.
2. Perbuatan itu harus sesuai dengan apa yang ditentukan dalam ketentuan hukum.
3. Harus terbukti adanya kesalahan yang dapat dipertanggung jawabkan.
4. Harus berlawanan dengan hukum.
5. Harus terdapat ancaman hukumannya.

Menurut D. Simons yang dikutip (Prasetyo, 2013), dalam tindak pidana terdapat unsur obyektif dan unsur subyektif. Unsur obyektif adalah perbuatan orang, akibat yang kelihatan dari perbuatan itu, mungkin ada keadaan tertentu yang menyertai perbuatan itu. Sedang unsur subyektif adalah orang yang mampu bertanggung jawab, adanya kesalahan (*dolus* dan *culpa*). Kesalahan ini dapat berhubungan dengan akibat dari perbuatan atau keadaan mana perbuatan itu dilakukan.

2.1.1.4. Tinjauan Umum tentang Judi *Online*

Judi atau perjudian merupakan salah satu bentuk permasalahan sosial di Indonesia yang belum dapat dihilangkan. Menurut (Sagala, 2019), masalah

pemberantasan perjudian dalam sejarah dan perkembangannya sulit diberantas sehingga diperlukan penanganan dan penegakan hukum secara serius oleh aparat penegak hukum. Judi merupakan perbuatan yang melanggar norma dan aturan yang berlaku, dan berpotensi terjadinya perbuatan pelanggaran aturan lainnya.

(Kartini, 2013) memberikan pengertian judi sebagai perbuatan secara sengaja mempertaruhkan sejumlah nilai tertentu dengan harapan mendapatkan penambahan nilai dari adanya peristiwa permainan, perlombaan, atau kejadian lainnya yang belum pasti hasilnya. Judi mengandung elemen resiko kekalahan yaitu kehilangan nilai yang telah diberikan, dan mengandung elemen kemenangan yaitu mendapatkan penambahan nilai. Menurut (Sagala, 2019), terdapat beberapa unsur yang terkandung dalam judi, yaitu:

1. Adanya peristiwa perlombaan

Judi terjadi dikarenakan adanya peristiwa perlombaan yang dilakukan hanya untuk bersenang-senang dan mengisi waktu luang sehingga bersifat rekreatif dan pejudi ikut turut aktif dalam perlombaan tersebut.

2. Adanya resiko

Unsur resiko didasarkan pada kebetulan atau penilaian spekulatif para pelaku judi. Resiko dalam judi berupa kekalahan yang menyebabkan kerugian dan kemenangan yang menyebabkan terjadi penambahan pendapatan.

3. Adanya nilai pertaruhan

Nilai pertaruhan dalam perjudian berupa pelaku judi memasang nilai taruhan yang akan dimenangkan atau hilang akibat adanya resiko perjudian. Artinya, setiap hasil perjudian menghadirkan pemenang dan si kalah.

Perjudian merupakan salah satu tindak pidana yang sering ditemui dan dilakukan masyarakat. Berikut merupakan faktor yang mempengaruhi masyarakat melakukan perjudian (Sagala, 2019):

1. Perekonomian

Perbedaan perekonomian sering sekali menjadi permasalahan sosial di masyarakat. Masyarakat dengan strata ekonomi yang rendah menempuh dan memilih berjudi dengan harapan mendapatkan kemenangan untuk meningkatkan taraf hidup. Tetapi, masyarakat dengan strata ekonomi yang kaya juga sering melakukan perjudian untuk menghabiskan waktu luang atau mencari hiburan.

2. Religius

Kepercayaan seseorang terhadap sebuah agama memberikan keyakinan dan kepercayaan terhadap Ketuhanan yang dipercaya dan agama yang dipeluk atau dipercayai. Semakin dalam kepercayaan seseorang terhadap agamanya mengharuskan seseorang untuk taat beribadah dan menjauh perbuatan yang dilarang agama. Tetapi, semakin jauh orang dari peribadatan menimbulkan potensi seseorang terjun kepada pelanggaran peraturan agama seperti perjudian.

3. Budaya

Budaya masyarakat Indonesia yang santun dan sopan semakin terkerus dan berkurang diakibatkan adanya pengaruh-pengaruh negatif dari Negara asing. Salah satunya dengan perjudian yang dilegalkan di Negara asing menjadi menarik bagi masyarakat Indonesia dan semakin menguras nilai dan norma yang hidup di Indonesia.

4. Lingkungan

Lingkungan merupakan salah satu faktor yang membentuk kepribadian seseorang. Lingkungan yang marak dengan perjudian dan suka mengekspos pemenang judi memberikan tekanan bagi individu masyarakat untuk mengikuti jejak pelaku judi. Pengeksposasn pemenang judi menggambarkan mudahnya mendapatkan uang tanpa harus bekerja keras dan cukup hanya dengan berjudi saja sudah mampu mengubah taraf hidup seseorang.

5. Belajar

Seseorang yang telah terdidik dan belajar berjudi membuatnya belajar untuk selalu memenangkan perjudian. Faktanya, pemilik judi sering memberikan kesempatan menang pada awal permainan judi yang membuat pejudi tertarik untuk melanjutkan judi dan menghabiskan seluruh keuangannya.

6. Kemampuan diri

Keadaan menang yang telah didapatkan membuat pejudi tertarik untuk melanjutkan permainan walau sudah mendapatkan lebih banyak

kekalahan. Pelaku judi yakin dengan kemampuan diri bahwa dirinya merupakan seseorang yang mahir dalam berjudi.

Judi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan permainan yang mempertaruhkan sejumlah uang atau barang berharga dan tindakan tersebut merupakan awal kejahatan. Sedangkan *online* atau daring diartikan sebagai tindakan menggunakan teknologi dan terkoneksi dengan jaringan internet. Perjudian *online* adalah bentuk perjudian memanfaatkan teknologi elektronik untuk pengaksesannya (Harahap, 2018).

Pengaksesan perjudian *online* dilakukan dengan menggunakan teknologi elektronik seperti laptop, *smartphone*, dan berbagai *gadget* yang telah umum dimiliki oleh masyarakat. Menurut (Sepatia et al., 2022), mekanisme kerja judi *online* adalah pada saat seorang ingin bergabung dan melakukan aktifitas judi *online* di salah satu laman judi *online*, orang tersebut harus memasukan dengan cara mentransfer sejumlah uang ke admin website, lalu admin akan memasukan uang tersebut ke akun penjudi tersebut. Bahkan untuk mendapatkan pembayaran dari kemenangan perjudian *online* juga dilakukan secara *online* yaitu ditransfer dengan *M-Banking*. Sehingga seluruh perbuatan judi *online* dilakukan dengan menggunakan media elektronik.

Modus dari perjudian konvensional dan *online* adalah memberikan banyak keuntungan bagi pemainnya. Sehingga semakin membuat masyarakat menjadi semakin tertarik. Tetapi, keamanan menjadi faktor yang menarik untuk dibahas dalam membahas perjudian *online*. Judi *online* yang merupakan perbuatan yang dilarang, membuat pemain judi *online* harus

mempertimbangkan keamanan diri untuk tidak terdeteksi pihak berwenang. Menurut (Novianti, 2022), pengawasan terhadap laman judi *online* sekarang ini sangat sulit dilakukan dikarenakan adanya beberapa kendala seperti situs-situs judi *online* dapat diproduksi ulang walau telah dilakukan blokir dari Kemkominfo, peraturan hukum tentang judi di setiap Negara berbeda-beda menyebabkan penegakan hukum Indonesia berbenturan yuridiksi asal situs judi *online*, hingga promosi judi *online* yang dilakukan secara personal.

Pemberantasan perjudian konvensional dan *online* sulit dilakukan dikarenakan masyarakat masih banyak yang tertarik dengan tindak pidana tersebut. Adapun faktor yang mempengaruhi dan menghambat pemberantasan judi di Indonesia adalah (Sagala, 2019):

1. Kurangnya kesadaran hukum

Judi konvensional dan *online* merupakan perbuatan tindak pidana yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Tetapi, sikap acuh dan tidak peduli masyarakat terhadap peraturan yang berlaku menjadi penghambat pemberantasan judi. Dalam keadaan telah terjadi penegakan hukum terhadap tindak pidana judi di sebuah tempat bukan memberikan efek jera tetapi para pelaku judi hanya memilih untuk memindahkan lokasi dan sistem perjudian.

2. Adanya oknum yang berpengaruh yang menghalangi pemberantasan

Faktor ini disebabkan adanya oknum yang memiliki pengaruh dan kedudukan di suatu daerah dan memberikan halangan terhadap penegakan hukum pada tindak pidana perjudian. Dukungan tersebut

sampai mempengaruhi siapa saja pelaku, saksi, dan barang bukti tindak pidana perjudian.

3. Kebudayaan judi yang telah menjamur

Melihat besarnya keuntungan yang diberikan sebagai pemilik dan penyedia lokasi judi menjadi daya tarik bagi individu masyarakat. Pola berfikir negatif inilah salah satu faktor yang menghambat pemberantasan tindak pidana judi di Indonesia.

2.1.2. Tinjauan Umum tentang Pemasaran

2.1.2.1. Tinjauan tentang Promosi

Menurut (Kotler & Keller, 2016), promosi merupakan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan agar konsumen mengetahui dan meyakini produk perusahaan sehingga terjadi pembelian. Manfaat dilakukannya promosi adalah memberikan informasi kepada masyarakat yang sifatnya membujuk atau mengingatkan sehingga masyarakat mendapatkan keterangan tentang kelebihan dan manfaat yang didapatkan dari pemakaian produk perusahaan. Tindakan promosi yang dilakukan perusahaan terdiri dari beberapa jenis yaitu: (Kotler & Keller, 2016)

1. Membuat iklan (*advertising*) merupakan kegiatan promosi produk atau *brand* kepada masyarakat yang berguna untuk meningkatkan daya tarik, keterlibatan dan hasil jualan.
2. Meningkatkan kualitas penjualan individu *marketing* perusahaan, dilakukan dengan cara memberikan kesempatan kepada bagian

pemasaran atau *marketing* perusahaan untuk membangun hubungan atau relasi dengan konsumen sebanyak mungkin.

3. Memberikan promosi penjualan (*sales promotion*), yaitu dengan memberikan potongan harga (*discount*) dan lainnya yang sifatnya sementara untuk mendorong penjualan produk.
4. Membangun hubungan masyarakat (*public relation*), yaitu dengan menanamkan *image* positif di pandangan masyarakat seperti menghilangkan gossip tentang perusahaan, atau cerita yang merusak *image* perusahaan.
5. Membuat pemasaran langsung (*direct marketing*), yaitu dengan mengajak masyarakat secara langsung untuk berdiskusi untuk mengumpulkan tanggapan atau penilaian terhadap perusahaan dan produknya.

Sejalan dengan perkembangan teknologi, promosi juga mengikuti perkembangan dengan melakukan tindakan promosi di media sosial (Wulandari et al., 2022). Bentuk-bentuk promosi yang dilakukan menggunakan media sosial adalah dengan:

1. Membuat iklan (*advertising*) di media sosial baik *Instagram*, *TikTok*, *Whatsapp*, *Youtube*, dan lainnya,
2. Membuat promosi penjualan (*sales promotion*) di media sosial,
3. Menciptakan hubungan masyarakat (*public relation*) dengan cara menciptakan konten bagus dengan model atau *public figure* yang mampu

mendorong keinginan tauan masyarakat menonton dan mencari tau produk yang dipasarkan,

4. Meningkatkan penjualan personal (*personal selling*) yaitu dengan berkomunikasi langsung dan mencari tau keinginan konsumen,
5. Pemasaran langsung (*direct marketing*) dengan menggunakan media sosial untuk menarik minat konsumen.

Menurut (Augustinah & Widayati, 2019), tujuan dilakukannya promosi adalah:

1. Agar masyarakat luas mengetahui dan mendapatkan penyebarakan informasi tentang produk dan/atau jasa,
2. Agar calon konsumen baru terjangkau, dan mendapatkan sifat loyal,
3. Agar tercipta peningkatan pendapatan dan keuntungan dari penjualan yang meningkat,
4. Menjadi pembeda produk dan/atau jasa dari perusahaan dengan perusahaan pesaing lainnya.
5. Mendapatkan citra positif di mata masyarakat luas, khususnya konsumen perusahaan,
6. Agar mempengaruhi perbuatan dari konsumen.

2.1.2.2. Teori Pemasaran

Pemasaran merupakan faktor penting dalam menentukan masa depan perusahaan. Keberhasilan pemasaran memberikan keuntungan berupa meningkatnya ketertarikan masyarakat membeli produk perusahaan. Sebaliknya, kegagalan pemasaran berakibat kurangnya pengetahuan

masyarakat tentang produk perusahaan. Disisi masyarakat, pembelian produk terjadi keberhasilan pemasaran tidak hanya berakhir pada saat pembelian terjadi tetapi berpengaruh pula pada purnapembelian (*post purchase behavior*). Pemasaran menghasilkan pengetahuan atas produk dan menimbulkan harapan atau ekspektasi pada konsumen. Setelah merasakan kepuasan atas pembelian, maka konsumen akan menjadi loyal pada produk perusahaan (Dayat, 2019).

Pemasaran merupakan seluruh proses memasyarakatkan produk agar masyarakat mendapatkan keinginan dan kebutuhan dengan menciptakan, menawarkan, mempertukarkan produk dengan hal yang bernilai (Rusdi, 2019). Pelaksanaan pemasaran yang sukses ditandai adanya strategi pemasaran. Menurut (Dayat, 2019), strategi pemasaran didasarkan pada 4 (empat) konsep strategi yaitu:

1. Segmentasi pasar. Tiap pasar terdiri dari bermacam-macam pembeli yang mempunyai kebutuhan, kebiasaan membeli dan reaksi yang berbeda-beda. Perusahaan tidak mungkin dapat memenuhi kebutuhan semua pembeli. Karena itu perusahaan harus mengelompok-kelompokkan pasar yang bersifat heterogen ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogenya.
2. *Marketing positioning*. Perusahaan tak mungkin dapat menguasai pasar keseluruhan. Maka prinsip strategi pemasaran kedua adalah memilih pola spesifik pemusatan pasar yang akan memberikan kesempatan maksimum kepada perusahaan untuk mendapatkan kedudukan yang kuat. Dengan

kata lain perusahaan harus memilih segmen pasar yang dapat menghasilkan penjualan dan laba yang paling besar.

3. *Targeting*. Strategi memasuki segmen pasar yang dijadikan sasaran penjualan
4. *Marketing mix strategy*. Kumpulan variabel-variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi pembeli adalah variabel-variabel yang berhubungan dengan *product, place, promotion dan price (4P)*.

Pemasaran sekarang dilakukan dengan berbagai cara baik secara konvensional dan *online*. Pemasaran secara *online* dapat dilakukan dengan melakukan pemasaran menggunakan media sosial. Menurut (Herna et al., 2019), pemasaran di media sosial memiliki beberapa tujuan yaitu:

1. Dapat melakukan riset lapangan

Pemasaran dilakukan pada keramaian sehingga mendapatkan perhatian dari publik yang memiliki kuantitas lebih banyak. Penggunaan media sosial yang sekarang berkembang pesat merubah sistem pemasaran. Pemasaran sekarang dilakukan pada media sosial yang memiliki perhatian dan pengikut yang banyak sehingga mendapatkan perhatian publik yang lebih banyak.

2. Terbangunnya hubungan

Tujuan dari pemasaran adalah membangun hubungan secara langsung dan tidak langsung dengan konsumen. Pemasaran dengan menggunakan

media sosial dilakukan untuk membangun hubungan dengan penonton dan pengikut media sosial.

3. Terbangunnya merk

Tujuan lainnya dari pemasaran di media sosial adalah membangun *brand* atau mendapatkan pandangan atau citra positif dari konsumen yang dalam hal ini merupakan pengguna dan pengikut akun media sosial tertentu.

4. Publisitas

Pemasaran dilakukan untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat untuk membeli dan menggunakan produk dan/atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Fungsi dari publisitas adalah membangun perhatian masyarakat terhadap produk dan/atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

5. Promosi

Pemasaran di media sosial dilakukan dengan tujuan memperkenalkan produk dan/atau jasa perusahaan seperti jaminan keamanan, potongan harga, dan keunggulan lainnya.

Peningkatan pengguna media sosial merubah paradigma konsumen terhadap pemasaran yang dilakukan perusahaan. (Herna et al., 2019) menjelaskan model perilaku konsumen secara *online* dirumuskan dengan model AISAS yaitu setelah mendapatkan informasi dari pemasaran dan promosi di media sosial artinya telah terjadi perhatian (*attention*), dan timbullah ketertarikan (*interest*). Rasa penasaran tersebut membuat orang mengumpulkan informasi yang sebanyak-banyaknya atau disebut *search*

terhadap produk dan/jasa yang dipasarkan. Setelah mendapatkan informasi dan timbul keyakinan untuk melakukan pembelian disebut *action*. Pengalaman positif dan rasa puas konsumen selanjutnya membuat konsumen membagi pengalamannya kepada orang lain atau disebut *share*.

2.1.2.3. Tinjauan Umum tentang Media Sosial

Dampak positif dari perkembangan teknologi sekarang ini adalah kita dapat semakin instan untuk berhubungan dengan orang lain, dan mendapatkan fungsi kemudahan lainnya seperti kemudahan mendapatkan informasi. Media sosial tidak dapat didefinisikan secara sempit dikarenakan fungsi dan manfaat yang diberikan oleh media sosial bagi kehidupan bermasyarakat sangatlah besar sehingga sulit untuk dikodifikasikan.

Menurut (Andrew et al., 2020), media sosial telah menjadi media yang paling banyak digunakan sekarang ini dikarenakan memberikan kesempatan untuk berinteraksi sosial dan beraktifitas lainnya secara *online* dengan pengguna lainnya. Media sosial itu sendiri merupakan salah satu jenis dari bagian dari media *online* yang berkembang saat ini. Terdapat 6 (enam) karakteristik media sosial yaitu (Kurnia et al., 2018):

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan merupakan infrastruktur untuk terjadinya hubungan antar pengguna dengan menggunakan berbagai jenis perangkat keras masing-masing. Jaringan atau koneksi merupakan salah satu syarat utama agar perangkat keras (*hardware*) seperti komputer, *handphone* atau telepon

genggam, dan berbagai perangkat *smartphone* lainnya agar dapat saling terhubung satu sama lainnya.

2. Informasi (*Information*)

Adanya penyebaran informasi menjadi entitas penting dalam media sosial. Penyebaran informasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk seperti penyebaran atau pengkreasian identitas diri, terjadi kegiatan produksi konten atau muatan media sosial, dan terjadinya interaksi berkaitan dengan penyebaran informasi.

3. Arsip (*Archive*)

Dalam media sosial, pengguna diharuskan membuat penjelasan mengenai informasi diri dan karakter pengguna sehingga mudah diketahui oleh pengguna lainnya kapanpun.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial tidak hanya berfungsi memperkenalkan diri, tetapi menerapkan terjadinya interaksi antar pengguna.

5. Simulasi sosial (*Simulation of society*)

Media sosial memberikan berbagai jenis interaksi sosial dalam dunia maya yang sering tidak ditemui dalam dunia nyata.

6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Pemilik akun media sosial menentukan sendiri konten dalam akunnya sebebaskan-bebasnya dan dimungkinkan untuk dilihat oleh banyak pengguna lainnya.

Menurut (Liedfray et al., 2022), media sosial terbagi menjadi beberapa jenis berdasarkan fungsinya, seperti:

1. Fungsi berbagi video. Aplikasi yang berfungsi untuk memudahkan berbagi video ini sangat bermanfaat bagi kehidupan kita sehari-hari seperti mendapatkan informasi dengan video cara memasak yang benar, video tentang program pemerintah, dan video lainnya. Adapun contoh aplikasi ini adalah *youtube*, *vimeo*, dan lainnya.
2. Fungsi mikroblog. Fungsi ini diberikan dari aplikasi-aplikasi yang mudah digunakan dikarenakan tidak memerlukan penggunaan *gadget* terbaru atau terbaik. Contoh aplikasi ini adalah *facebook*, *twitter* dan lain sebagainya yang mudah di akses, ringan untuk dimainkan, cukup hanya memiliki aplikasinya dan hubungan internet saja.
3. Fungsi berbagi jaringan sosial. Aplikasi yang memiliki fungsi berbagi jaringan sosial seperti *facebook*, *google plus*, *path*, dan lainnya.
4. Fungsi berbagi kemampuan professional. Aplikasi yang memiliki fungsi ini umumnya digunakan oleh para akademi, mahasiswa, pegawai pemerintah, pencari kerja professional. Adapun aplikasi ini seperti *linkedIn*, *Scribd*, *Slideshare* dan lainnya.
5. Fungsi berbagi foto. Aplikasi yang memiliki fungsi ini sangat menarik dan populer di Indonesia, dikarenakan memungkinkan kita membangun hubungan dengan cara yang lebih mudah yaitu cukup membagikan foto, adapun contoh aplikasi ini adalah *instagram*, *pinteres*, dan lainnya.

Salah satu aplikasi media sosial yang meningkat dan digemari masyarakat adalah *youtube*. *Youtube* merupakan situs yang memiliki fungsi untuk berbagi video yang diciptakan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim yaitu mantan karyawan PayPal di tahun 2005 dan berpusat di San Bruno, California. *Youtube* sendiri merupakan aplikasi yang menggabungkan teknologi *Adobe Flash Video*, dan *HTML5* yang berguna untuk penampilan video yang diposting. Dari awal peluncurannya hingga sekarang ini, *youtube* memberikan kesempatan untuk mengakses video dengan gratis baik untuk memposting hingga menonton. Menurut (Mangole et al., 2017), terdapat beberapa fitur yang disediakan *youtube*, seperti:

1. *Youtube Editor*, memberikan peluang untuk kita melakukan pengeditan video sebelum mempostingnya seperti pengurangan durasi hingga pengaturan presisi warna video.
2. *Youtube Cisco*, memberikan kita peluang untuk melihat video dengan berurutan secara otomatis tanpa harus memilih satu persatu.
3. *Youtube Livestreaming*, memberikan kita peluang untuk mendapatkan siaran langsung seperti *youtuber* bermain game dalam kondisi siaran langsung, menonton pertandingan sepakbola dengan siaran langsung sehingga memudahkan kita mengakses siaran langsung tanpa harus memiliki televisi.
4. *Youtube Charts*, memberikan kita kesempatan untuk mengetahui video-video yang paling menarik dan ditonton oleh banyak pengguna *youtube* baik dalam skala nasional hingga internasional.

. Fenomena lain yang ditemukan di *youtube* adalah adanya pemberian donasi atau *Fan Funding*. *Fan Funding* atau dana dari penggemar adalah cara baru untuk melakukan pembayaran sukarela. Penonton bisa melakukan pembayaran sukarela untuk mendukung *youtuber* berdasarkan kesukaan mereka. Caranya adalah *youtuber* sebelumnya harus mengaktifkan fitur dana dari penggemar tersebut. Sedang penonton nantinya akan melihat ikon "*Fan Funding icon*" atau "dukung" di pojok video mereka. Klik ikon itu untuk membuka jendela lain di mana pengguna dapat melanjutkan untuk memutuskan berapa banyak mereka akan menyumbang donasi ke *youtuber*.

2.1.2.4. Tinjauan Umum tentang Promosi di Media Sosial

Menurut (Augustinah & Widayati, 2019), media sosial merupakan media *online* atau daring yang difungsikan sebagai media pergaulan sosial dengan menggunakan dukungan teknologi dan internet. Para pengguna media sosial saling bersosialisasi, berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, bekerja dan kegiatan lainnya dengan pengguna lainnya. Media sosial umumnya dilakukan dengan menggunakan sebuah *platform* yang diolah oleh *developer* menjadi semakin menarik, mudah digunakan, dan memberikan keuntungan bagi para penggunanya agar semakin banyak pengguna yang tertarik bergabung dan melakukan berbagai aktifitas di media sosial tersebut. Beberapa media sosial yang sekarang ini berkembang adalah YouTube, Facebook, Blog, Twitter, dan berbagai media lainnya.

Kesempatan yang diberikan oleh *developer* media sosial untuk berbagai video, foto dan lainnya sekarang ini sering dimanfaatkan untuk berjualan atau

memperkenalkan produk usaha kepada para pengguna lainnya. Menurut (Lathifah & Lubis, 2018), kesempatan untuk berjualan dan mempromosikan produk di media sosial mampu meningkatkan minat beli masyarakat dan memberikan kesejahteraan dan perkembangan bagi pemilik usaha. Media sosial memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang tidak diketahui, dan pemilik usaha yang mempromosikan produk dan/atau jasa yang diperdagangkan memberikan informasi melalui video, foto dan lainnya agar mengundang penasaran masyarakat, dan daya beli masyarakat terhadap promosi yang dilakukan dan pembelian tersebut memberikan kesejahteraan dan peningkatan pendapatan bagi pemilik usaha.

Menurut (Kotler & Keller, 2016), promosi merupakan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan agar konsumen mengetahui dan meyakini produk perusahaan sehingga terjadi pembelian. Strategi pemasaran dianggap efektif dan tepat apabila terjadi peningkatan pembelian setelah strategi dilaksanakan. Strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial perlu memperhatikan komunikasi pemasaran yang digunakan (Augustinah & Widayati, 2019). Memasarkan dan mempromosikan produk dan/atau jasa dari sebuah perusahaan dengan menggunakan media sosial merupakan salah satu aktifitas untuk semakin memperkenalkan *brand* perusahaan ke dalam kehidupan sehari-hari dan pergaulan pengguna media sosial. Menurut (Hauer, 2010) dikutip dari (Augustinah & Widayati, 2019), komunikasi pemasaran menggunakan media sosial dilakukan dengan memperhatikan 4C, yaitu:

1. *Context* (konteks), merupakan cara atau strategi untuk menentukan cerita atau kerangka dalam memperkenalkan diri, seperti penggunaan bahasa yang tepat, alur cerita yang digunakan dan lainnya.
2. *Communication* (komunikasi), merupakan cara atau strategi untuk mendapatkan perhatian dari penonton sehingga penonton mendengarkan, merespon dan memberikan respon positif terhadap cerita atau iklan yang disebarkan.
3. *Collaboration* (kolaborasi), merupakan aktifitas dari perusahaan dengan orang-orang yang memiliki pengaruh dengan media sosial, seperti *developer* media sosial, *public figure* di media sosial contohnya, *youtuber* di *youtube*, *selebgram* di *instagram*, dan lainnya.
4. *Connection* (koneksi/keterhubungan) merupakan kegiatan menjaga hubungan baik yang telah terjalin antara perusahaan, orang-orang yang memiliki pengaruh dengan media sosial, dan para pengguna media sosial lainnya.

Di sisi lain, (Paramartha et al., 2021) menjelaskan bahwa pembuatan iklan secara *online* sekarang ini terjadi dalam berbagai bentuk, seperti:

1. Bentuk iklan langsung yaitu perusahaan berhubungan langsung dengan pemilik media sosial.
2. Iklan layanan mandiri yaitu perusahaan memasang iklannya.
3. Iklan sosial yaitu iklan yang ditujukan untuk media sosial.
4. Iklan yang disajikan dalam bentuk video.
5. Iklan yang diselipkan dalam konten pemilik akun media sosial.

Keefektifan komunikasi berupa memasarkan dan mempromosikan produk dan/atau jasa perusahaan melalui media sosial dinilai berhasil dari munculnya perhatian dan minat penonton. Menurut (Suryanto, 2015) dikutip dari (Amara & Putri, 2020), sikap-sikap yang terpengaruh atau terdampak dari promosi di media sosial adalah:

1. Kognitif, merupakan bagian pengetahuan seseorang terhadap suatu hal. Pemasaran dan promosi menggunakan media sosial merupakan pemberian atau penyampaian informasi kepada penonton tentang produk dan/atau jasa yang dipasarkan oleh perusahaan. Konten yang menarik mampu memberikan informasi yang tepat kepada penonton.
2. Afektif, merupakan sikap yang terbentuk dari pengetahuan yang diketahui. Aspek ini berkaitan dengan perasaan penonton seperti suka atau tidak suka, senang atau tidak senang, tertarik atau tidak tertarik terhadap informasi yang diberikan.
3. Konatif, merupakan tingkah laku seperti seseorang melakukan atau tidak melakukan sebuah perbuatan. Terbentuknya aspek ini merupakan hasil dari keberhasilan terpengaruhnya kedua aspek sebelumnya. Dengan adanya informasi yang diterima dan disenangi atau disukai oleh penonton mempengaruhi tindakan selanjutnya dari penonton, seperti melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian.

2.2. Kerangka Yuridis

2.2.1. Tinjauan Yuridis Judi *Online*

Perjudian adalah fenomena yang lazim ditemukan dalam kehidupan masyarakat. Dengan perkembangan zaman, kini perjudian dapat dilakukan dalam berbagai bentuk dan juga mekanisme. Perjudian secara umum dilihat sebagai salah satu jenis kejahatan. Tindak pidana perjudian atau ikut serta dalam permainan judi telah dilarang didalam ketentuan undang-undang pada Pasal 542 KUHP, yang kini telah diubah menjadi ketentuan pidana yang diatur dalam pasal 303 KUHP. Pegangan dalam bermain judi ialah sebagaimana yang ditetapkan di pasal 303 KUHP yaitu permainan yang hanya mengandalkan dari keberuntungan saja, permainan judi juga menggunakan perjanjian dalam pertaruhan didalam permainannya .

Perkembangan teknologi sekarang ini berdampak pada banyak hal termasuk pada perkembangan sistem judi. Judi sendiri adalah tindakan yang merugikan diri sendiri dan melanggar hukum. Tetapi semakin berkembangnya sistem perjudian ke ranah *online* mengakibatkan semakin menarik minat masyarakat untuk turut andil dalam perkembangan ini baik selaku pemain judi *online*, maupun sebagai penyedia jasa promosi situs-situs judi *online*.

Promosi judi *online* telah dilarang seturut dengan adanya Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik tepatnya pada Pasal 27 yang melarang tindakan atau perbuatan yang dilakukan dengan sengaja dan tanpa izin

untuk mendistribusikan dan/atau membuat data elektronik dapat diakses untuk kepentingan perjudian. Perbuatan pelanggaran pasal tersebut juga diancam dengan pidana penjara 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah) yang diatur pada Pasal 45.

2.3. Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian yang telah dilakukan, memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang dibahas, hingga dijadikan referensi, yaitu.

- 1. Ignasius Yosanda Nono, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi dan I Putu Gede Seputra, 2021. Penegakan Hukum Terhadap Selebgram yang Mempromosikan Situs Judi *Online*, *Jurnal Analogi Hukum*, Vol. 3, No. 2, 2021.**

<https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/analogihukum/article/view/3813>

Penelitian tersebut dilakukan dikarenakan adanya fenomena selebgram sebagai sosok yang terkenal melalui *instagram* yang mempromosikan judi *online* pada akun *instagram* pribadi mereka. Adapun masalah yang dibahas pada penelitian tersebut adalah masalah penegakan hukum dan sanksi yang diatur pada perundang-undangan yang berlaku.

Berbeda dengan penelitian ini yang menganalisis mengenai fenomena *youtuber* yang mempromosikan judi *online* melalui akun *youtube* pribadi mereka. Fenomena lain yang dibahas pada penelitian ini adalah adanya donasi yang ditampilkan dilayar dan diberikan oleh akun-akun judi *online*

sehingga perlu ditelaah apakah tindakan menampilkan donasi tersebut merupakan tindakan promosi judi *online* atau tidak.

2. **Hunafa Nafila, 2022. Kajian Komparasi atas Tindakan *Endorse* (Promosi) Judi *Online* dalam Perspektif Hukum Pidana Positif dan Hukum Pidana Islam. *Bandung Conference Series: Law Studies*, Vol. 2, No. 1, 2022.**

<https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSLS/article/view/633>

Penelitian tersebut dilakukan dikarenakan adanya fenomena artis dan/atau anggota masyarakat menjadi selebgram sebagai sosok yang terkenal melalui *instagram* yang mempromosikan judi *online* pada akun *instagram* pribadi mereka. Adapun masalah yang dibahas pada penelitian tersebut adalah masalah penegakan hukum dan sanksi yang diatur pada perundang-undangan yang berlaku dan peraturan hukum islam.

Berbeda dengan penelitian ini yang menganalisis mengenai fenomena *youtuber* yang mempromosikan judi *online* melalui akun *youtube* pribadi mereka. Fenomena lain yang dibahas pada penelitian ini adalah adanya donasi yang ditampilkan dilayar dan diberikan oleh akun-akun judi *online* sehingga perlu ditelaah apakah tindakan menampilkan donasi tersebut merupakan tindakan promosi judi *online* atau tidak.

3. **Pande Putu Rastika Paramartha, A.A. Sagung Laksmi Dewi, I Putu Gede Seputra, 2021. Sanksi Pidana Terhadap Para Pemasang Dan Promosi Iklan Bermuatan Konten Judi *Online*, *Jurnal Preferensi Hukum*, Vol. 2, No. 1, Februari 2021.**

<https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/juprehum/article/view/3062/2196>

Penelitian tersebut dilakukan dikarenakan adanya fenomena pemilik situs judi online mempromosikan situs judi online di berbagai media sosial termasuk pemilik akun media sosial secara luas dan tidak terfokus pada satu atau dua media sosial. Adapun masalah yang dibahas pada penelitian tersebut adalah masalah penegakan hukum dan sanksi yang diatur pada perundang-undangan yang berlaku.

Berbeda dengan penelitian ini yang menganalisis mengenai fenomena *youtuber* yang mempromosikan judi *online* melalui akun *youtube* pribadi mereka. Fenomena lain yang dibahas pada penelitian ini adalah adanya donasi yang ditampilkan dilayar dan diberikan oleh akun-akun judi *online* sehingga perlu ditelaah apakah tindakan menampilkan donasi tersebut merupakan tindakan promosi judi *online* atau tidak.

4. Laily Indrianingsih, Budiarsih, 2022. Analisis Hukum Konten Negatif Di Platform Youtube Di Indonesia, *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, Vol. 2, No. 3, 2022.

<https://bureaucracy.gapenas-publisher.org/index.php/home/article/view/71>

Penelitian ini dilakukan atas dasar banyaknya konten-konten negative pada platform *youtube*. Masalah yang dibahas pada penelitian tersebut adalah pentingnya perlindungan hukum bagi penonton dan pentingnya pengawasan dari pihak-pihak terkait.

Berbeda dengan penelitian ini yang menganalisis mengenai fenomena *youtuber* yang mempromosikan judi *online* melalui akun *youtube* pribadi mereka. Fenomena lain yang dibahas pada penelitian ini adalah adanya donasi yang ditampilkan dilayar dan diberikan oleh akun-akun judi *online* sehingga perlu ditelaah apakah tindakan menampilkan donasi tersebut merupakan tindakan promosi judi *online* atau tidak.

5. **Daniel Sefrandov, Jandy Edipson Luik, Astri Yogatama, 2022. Penerimaan Citra Windah Basudara oleh Penonton Pada Konten Charity di Youtube, Jurnal E-Komunikasi. Vol. 10 No. 2, 2022.**

<https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/13192/0>

Penelitian tersebut merupakan sebuah penelitian yang membahas ilmu komunikasi dari *youtuber* bernama Windah Basudara kepada penontonnya. Ditemukan fakta bahwa jika *youtuber* tersebut bersikap lebih sopan, maka penonton tidak puas dan terdapat berkurangnya donasi yang diterima. Sebaliknya, jika *youtuber* bersikap lebih vulgar maka penonton puas dan dapat mendulang keuntungan lebih dari donasi pada saat *livestreaming* atau siaran langsung.

Berbeda dengan penelitian ini yang menganalisis mengenai fenomena *youtuber* yang mempromosikan judi *online* melalui akun *youtube* pribadi mereka. Fenomena lain yang dibahas pada penelitian ini adalah adanya donasi yang ditampilkan dilayar dan diberikan oleh akun-akun judi *online* sehingga perlu ditelaah apakah tindakan menampilkan donasi tersebut

merupakan tindakan promosi judi *online* atau tidak. Penelitian Sefrandov tersebut digunakan menjadi penelitian referensi pada penelitian ini untuk membahas mengenai besarnya keuntungan *youtuber* yang bersikap vulgar dan pengaruhnya terhadap donasi yang diterimanya.

- 6. Ratu Nadya Wahyuningratna, Vinta Sevilla, Mansur Juned, 2022. Edukasi Pengembangan Aktualisasi Diri Yang Positif Bagi Remaja Di Sosial Media. *Jurnal Pasopati*, Vol. 4 No. 2, 2022.**

<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/pasopati/article/view/14252>

Penelitian tersebut merupakan penelitian yang membahas mengenai aktualisasi diri di sosial media baik dari fenomena hingga dampak-dampak yang ditimbulkan. Hasilnya menunjukkan sifat *flexing* atau pamer kekayaan di sosial media berdampak pada meningkatkan perhatian penonton untuk mencari tau kebenaran kekayaan yang dipamerkan.

Dari berbagai hal, penelitian tersebut berbeda dari penelitian yang dilakukan peneliti tetapi, penelitian tersebut akan dijadikan referensi bagi penelitian ini yang khususnya pada permasalahan adanya fenomena situs judi *online* memamerkan kekayaannya dengan teknik memberikan donasi pada *youtuber* yang sedang siaran langsung atau *livestreaming*.

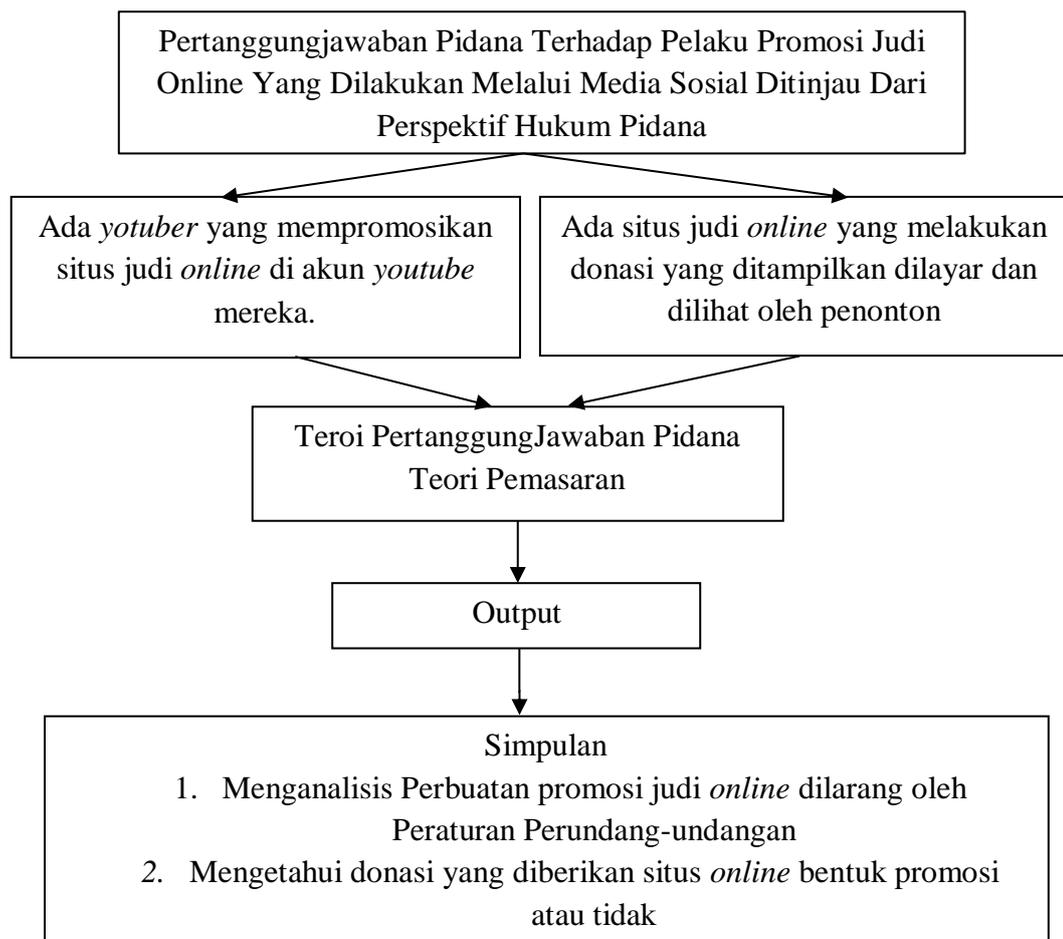
- 7. Herna, Hiswanti, Hidayaturahmi, Amanda Anindya Putri, 2019. Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi Khalayak Pada Situs *Online* kitabisa.com, *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 17, No. 2, 2019.**

<https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/26843>

Penelitian tersebut dilakukan untuk membahas mengenai teknik promosi di media sosial yang bertujuan untuk mengajak masyarakat berdonasi. Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yuridis ini tetapi layak digunakan sebagai penelitian referensi untuk membahas teknik-teknik promosi yang terdapat di media sosial khususnya *youtube*.

2.4. Kerangka Pemikiran

Berikut merupakan cara berfikir peneliti pada penelitian ini untuk menemukan jawaban atas masalah yang dibahas, yaitu.



Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif yaitu penelitian yang menganalisis norma, aturan-aturan, dan pendapat ahli yang sejalan dengan arah penemuan jawaban pada penelitian ini (Anggara & Ukas, 2019). Alasan menggunakan jenis tersebut dikarenakan peneliti menemukan sebuah fenomena sosial yang baru sehingga penting untuk dianalisa peraturan yang berlaku terhadap perbuatan hukum yang terjadi (Muhaimin, 2020).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan peraturan hukum yang sesuai dengan permasalahan mengenai *youtuber* yang melakukan promosi judi *online* di akun *youtube* pribadi mereka. Dengan mengetahui aturan hukum dan menganalisis fenomena yang ada, peneliti menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci sehingga sifat penelitian ini adalah deskriptif. (Muhaimin, 2020) menjelaskan bahwa sifat deskriptif pada penelitian hukum dilakukan dengan menggambarkan fenomena dan aturan-aturan hukum yang terkait dengan jelas dan terperinci.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Menurut (Purwati, 2020), dilihat dari sumbernya, maka data penelitian dibagi menjadi 2 (dua) yaitu data primer dan data sekunder. Peneliti menggunakan data sekunder sebagai sumber data dikarenakan data ini bersumber dari

kepuustakaan bukan dari data lapangan (Muhaimin, 2020). Adapun data sekunder memiliki tingkatan yang digunakan pada penelitian ini secara terperinci adalah sebagai berikut.

1. Bahan hukum primer, berupa Undang-Undang Dasar 1945, Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) dan peraturan perundang-undangan yang berlaku lainnya yang terkait dengan masalah yang diteliti.
2. Bahan hukum sekunder, berupa bahan-bahan yang menjelaskan bahan hukum primer yaitu jurnal, pendapat ahli, buku dan lainnya.
3. Bahan hukum tersier, berupa bahan-bahan yang menjelaskan bahan hukum primer dan sekunder seperti kamus-kamus hukum dan lainnya.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Selly & Ukas, 2021), data sekunder didapatkan dari adanya penelitian kepustakaan (*library research*). Teknik pengumpulan kepustakaan ini dilakukan dengan mencari, menemukan dan mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penyelesaian permasalahan yang dibahas (Bachtiar, 2018). Peneliti melakukan pengumpulan data dari membaca dan menganalisis jurnal, buku, kamus hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), peraturan perundang-undangan, dan internet.

3.5 Metode Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan, kemudian dilakukan penganalisisan dan pencabaran di penelitian ini dengan teknik deskriptif kualitatif. Deskriptif berarti menjelaskan atau menggambarkan secara detail dan jelas sedangkan kualitatif berarti menggunakan penjelasan menggunakan kata demi kata bukan dengan angka-angka (Muhaimin, 2020). Sehingga teknik deskriptif kualitatif yang dilakukan yaitu dengan menggambarkan dan menjelaskan seluruh data dengan menggunakan penjabaran kata demi kata.

