



Pengalaman Komunikasi *Influencer* Sebagai *Endorsement* pada Praktik Judi Online di Kota Palu

Dewa Putu Arkajuana¹, Sitti Murni Kaddi², Andi Febri Herawati³

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Program Magister, Universitas Tadulako Palu, Indonesia, dewa.arka@gmail.com

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Program Magister, Universitas Tadulako Palu, Indonesia, stmurnikaddi@gmail.com

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Program Magister, Universitas Tadulako Palu, Indonesia, herawati.febi18@gmail.com

Corresponding Author: dewa.arka@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to analyze influencers' communication experiences as endorsers in online gambling practices in Palu City and to identify the inhibiting factors they face. This research employs a qualitative approach with a descriptive method, using purposive sampling to select informants. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, and were analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. This study applies Alfred Schutz's phenomenological theory as the main analytical framework to understand informants' actions based on their life experiences, educational background, and socio-economic conditions. From this perspective, individual actions are interpreted through the concept of stock of knowledge and are influenced by motives, which stem from past experiences and economic conditions, as well as in order to motives, which reflect the goal-oriented intention to gain profit. The findings show that influencers involved as endorsers in online gambling practices carry out their activities through closed and structured communication patterns, such as Instagram Direct Messages (DM) and WhatsApp, with Instagram Stories serving as the primary promotional medium. Although the informants shared similar working mechanisms, they differed in terms of activity intensity, level of profit, and legal awareness. Inhibiting factors included external factors such as power outages and low audience responses, as well as internal factors such as health conditions. In conclusion, this practice reflects a form of digital labor that tends to be exploitative and lacks adequate protection.*

Keywords: *Communication Experience, Endorsement, Online Gambling*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman komunikasi *influencer* sebagai *endorsement* pada praktik judi *online* di Kota Palu serta mengidentifikasi faktor-faktor penghambat yang dihadapi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik purposive sampling dalam penentuan informan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz sebagai pisau analisis utama untuk memahami tindakan informan berdasarkan pengalaman hidup, pendidikan, serta latar belakang sosial dan ekonomi. Dalam perspektif ini, tindakan individu dipahami melalui konsep *stock of knowledge*, serta dipengaruhi oleh *because motive* sebagai dasar pengalaman masa lalu dan kondisi ekonomi, serta *in order to motives* sebagai orientasi tujuan memperoleh keuntungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *influencer* sebagai *endorsement* pada praktik judi *online* menjalankan aktivitas melalui pola komunikasi tertutup dan terstruktur, seperti *Direct Message (DM) Instagram* dan *WhatsApp*, dengan *Instagram Story* sebagai media utama. Informan memiliki kesamaan dalam mekanisme kerja, namun berbeda dalam intensitas aktivitas, tingkat keuntungan, dan kesadaran hukum. Faktor penghambat meliputi faktor eksternal seperti pemadaman listrik dan rendahnya respons audiens, serta faktor internal seperti kondisi kesehatan. Kesimpulannya, praktik ini mencerminkan kondisi kerja digital yang cenderung eksploitatif dan minim perlindungan.

Kata Kunci: Pengalaman Komunikasi, Endorsement, Judi Online

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi digital yang semakin maju membuat semua orang lebih mudah mengakses informasi melalui berbagai perangkat elektronik. Kemajuan ini selain memberi dampak positif juga membawa dampak negatif bagi kehidupan manusia. Salah satu dampak negatifnya adalah meningkatnya tindak pidana yang terjadi diruang siber (*cyberspace*) yang berkembang seiring kemajuan teknologi.

Fenomena ini semakin terlihat ketika banyak remaja terdorong untuk mencari keuntungan atau mengikuti tren di media sosial tanpa memikirkan risiko hukum maupun kerugian yang mungkin timbul. Salah satu contohnya yaitu promosi judi *online* atau yang dikenal sebagai *endorsement* oleh para *Influencer* yang kini banyak ditemukan misalnya pada *Platform* media sosial *instagram*, *facebook*, *TikTok*, *youtube* dan media sosial lainnya, meskipun sebenarnya aktivitas tersebut dilarang tegas oleh pemerintah melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pengawasan dalam penggunaan media sosial sangat penting, khususnya dalam komunikasi dilingkungan keluarga, tempat kerja, maupun masyarakat sekitar, agar penggunaannya tetap bijak dan bermanfaat. Aktivitas *endorsement* judi *online* oleh *Influencer* juga termasuk ke dalam bentuk kejahatan siber yang semakin marak. Fenomena ini bahkan menjadi tren yang terkesan sulit diberantas, bahkan iklan judi *online* pernah muncul di situs resmi milik pemerintah.

Berdasarkan data kuartal satu, dari PPATK tahun 2025 menunjukkan jumlah deposit yang dilakukan oleh pemain berusia 10-16 Tahun lebih dari Rp 2,2 miliar. Usia 17-19 tahun mencapai Rp 47,9 miliar dan deposit yang tertinggi usia antara 31-40 Tahun mencapai Rp 2,5 triliun. Sekitar 71,6% masyarakat yang melakukan judi *online* berpenghasilan dibawah Rp 5 juta dan memiliki pinjaman diluar pinjaman perbankan, koperasi dan kartu kredit. Pada tahun 2023 dari total 3,7 juta pemain terdapat 2,4 juta memiliki pinjaman, angka ini naik pada tahun 2024 menjadi 8,8 juta pemain terdapat 3,8 juta yang memiliki pinjaman. Menurut, Kepala PPATK angka-angka yang ada ini bukan sekedar angka, namun dampak sosial dari persoalan besar kecanduan judi *online* ini adalah konflik rumah tangga, prostitusi, pinjaman *online* dan lain-lain. (Kongah, 2025)

Akibat yang ditimbulkan dari iklan judi tersebut adalah bertambahnya orang yang bermain dan terlibat perjudian secara *online* yang dapat berdampak pada kerugian korban secara materil, selain itu juga dapat menimbulkan dampak sosial atau imateril yang sangat merugikan bagi masyarakat, seperti: kecanduan, merusak hubungan sosial, dan meningkatkan tindak pidana lainnya seperti pencurian, penipuan, penggelapan, penganiayaan, narkoba,

TPPU, pembunuhan, dan bahkan ada yang melakukan aksi bunuh diri karena terlilit hutang judi *online*, dan masih banyak dampak lainnya.

Maraknya praktik *Influencer* yang terlibat dalam *endorsement* judi *online* di media sosial mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengalaman Komunikasi *Influencer* sebagai *Endorsement* pada Praktik Judi *Online* di Kota Palu”. Adapun tujuan dalam penelitian ini pertama untuk menganalisis pengalaman komunikasi *Influencer* sebagai *endorsement* pada praktik judi *online* di Kota Palu. Kedua, untuk menganalisis faktor penghambat *Influencer* pada saat melakukan *endorsement* judi *online* di Kota Palu.

METODE

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian bertempat di Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah yang akan dilakukan selama periode akhir September hingga Desember 2025. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi menurut Schutz, yakni berupa pengalaman mengenai fenomena atau penampakan sebagaimana adanya, lazim disebut arus kesadaran. Dalam hal ini Schutz menjelaskan bahwa untuk menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman yang terjadi sehari-hari. Adapun kegiatan dan pengalaman sehari-hari merupakan sumber dan akar dari pengetahuan ilmiah. (Rofiah, 2023:31).

Objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah pengalaman komunikasi *Influencer* pada saat menjadi *endorser* judi *online*. Subjek penelitian yang dimaksud yaitu individu atau kelompok yang memiliki pengalaman langsung dengan fenomena yang diteliti.

Observasi awal peneliti menemukan 6 (enam) orang *Influencer*, akan tetapi memilih 3 (tiga) orang sebagai informan dengan menggunakan teknik *Purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan dalam penelitian ini yaitu: Observasi, Wawancara Mendalam dan Dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Ada tiga tahapan analisis data yaitu: (1) Reduksi Data (*Data Reduction*), (2) Penyajian Data (*Data Display*) dan (3) Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terciptanya pengalaman komunikasi karena adanya interaksi komunikasi antara komunikator dan komunikan. Karena komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan sosial terutama dalam membentuk suatu hubungan terhadap orang lain. Interpretasi setiap orang mengenai pengalaman tersebut tidaklah sama, akan tetapi pengalaman seseorang mungkin mirip dengan pengalaman komunikasi orang lain. Pengalaman komunikasi yang dimaksud dalam hal ini yaitu pengalaman komunikasi *Influencer* sebagai *endorsement* pada praktik judi *online* di Kota Palu.

Dari hasil observasi atau pengamatan secara langsung terhadap akun *Instagram* masing-masing informan, yaitu Informan A (IH) menggunakan akun *instagram* dengan tautan profil: https://www.instagram.com/irennnchuu_?igsh=aHFzYWwyaW1rbHRh Informan B (SRL) menggunakan akun *instagram* dengan tautan profil: <https://www.instagram.com/remetta?igsh=NWNsMThbjxcTFI>, dan Informan C (AS) menggunakan akun *instagram* dengan tautan profil: https://www.instagram.com/afnisyaa_?igsh=M2o2eXNlaXE3NWs0 dari hasil observasi diperoleh hasil bahwa ketiga informan sering mengunggah konten kegiatan sehari-hari mereka melalui *instagram story* dan juga mengunggah konten pribadi, dan promosi produk serta promosi judi *online*.

Melalui hasil wawancara mendalam terhadap Informan A, B, dan C, peneliti berupaya menggali bagaimana aktivitas keseharian mereka sebagai *Influencer* dimaknai dan dijalani dalam praktik bermedia sosial terkhusus dalam hal promosi judi *online*. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk menelaah pengalaman sadar (*lived experience*) para informan

dalam berinteraksi dengan *platform* media sosial *Instagram*. Maka dari ketiga informan menunjukkan adanya aktivitas yang relatif serupa dalam menggunakan media sosial. Informan A menyatakan bahwa selama menjadi *Influencer*, aktivitas utamanya adalah membuat *Instagram Story* dan postingan di *Instagram*, di samping menggunakan *Facebook* serta menonton konten di *TikTok*. Hal ini menunjukkan bahwa *Instagram* menjadi *platform* utama dalam aktivitas komunikasi digitalnya. Informan B mengungkapkan bahwa ia sering membagikan kegiatan sehari-hari melalui postingan media sosial, termasuk aktivitas liburan. Selain *Instagram*, aktif membuka *Facebook* untuk membuat status dan *Instagram Story*, menggunakan *WhatsApp*, serta menonton berbagai konten. Pernyataan ini menunjukkan adanya variasi dalam menggunakan *platform* media sosial pada kehidupan sehari-hari. Informan C menjelaskan bahwa pekerjaannya sebagai *Influencer* terutama berupa membuat postingan di akun media sosial pribadinya, lebih sering menggunakan *Instagram*, *Instagram* adalah *platform* yang paling sering digunakan oleh masyarakat, meskipun ia masih menggunakan *Facebook* dan *TikTok*.

Pengalaman para *Influencer* terkait penerimaan *endorsement* produk dan jasa selama mereka menjalankan perannya di media sosial. Dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini berupaya memahami bagaimana pengalaman tersebut dimaknai oleh para *Influencer* sebagai bagian dari praktik komunikasi digital mereka. ketiga informan mengakui pernah menerima berbagai bentuk *endorsement*. Informan A menyatakan pernah menerima *endorsement* untuk produk kopi Arabika serta *endorsement* slot judi *online*. Hal ini menunjukkan bahwa *endorsement* yang diterima mencakup produk konsumsi umum dan praktik judi *online*. Informan B mengungkapkan bahwa selama menjadi *Influencer*, ia pernah menerima *endorsement* pakaian atau brand baju, produk *Skincare*, *Bodycare*, serta *endorsement* judi *online*. Pernyataan ini menunjukkan variasi *endorsement* yang lebih beragam dengan keterlibatan langsung pada promosi judi *online*. Sementara itu, Informan C menyampaikan bahwa ia pernah menerima *endorsement* slot judi *online*, dan hanya satu kali menerima *endorsement* lain seperti *Skincare* dan makanan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada keterlibatan dalam promosi produk legal, *endorsement* judi *online* tetap menjadi pengalaman dalam aktivitasnya sebagai *Influencer*.

Dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, tindakan menerima *endorsement* dipahami sebagai tindakan sosial yang dilandasi oleh makna subjektif. Melalui konsep *because motives* (motif karena) dan *in order to motives* (motif untuk), penerimaan *endorsement* judi *online* dapat dipahami sebagai tindakan yang didorong oleh pengalaman sebelumnya (karena adanya tawaran, kebiasaan, dan normalisasi di lingkungan digital) serta tujuan pragmatis, seperti memperoleh keuntungan ekonomi atau meningkatkan eksistensi sebagai *Influencer*. Selain itu, *stock of knowledge* para informan yang terbentuk dari interaksi berulang di media sosial membentuk kesadaran bahwa *endorsement* judi *online* adalah praktik yang lazim dan banyak dilakukan oleh *Influencer* lain. Kesadaran ini menciptakan legitimasi subjektif atas tindakan tersebut, meskipun secara normatif dan hukum praktik judi *online* dilarang. Fenomena ini juga menunjukkan adanya *intersubjectivity*, di mana makna *endorsement* judi *online* dibangun secara kolektif dalam komunitas digital *Influencer*. *Endorsement* dipandang sebagai aktivitas biasa, sehingga batas antara promosi produk legal dan ilegal menjadi kabur dalam pengalaman sadar para informan. Dengan demikian menunjukkan bahwa penerimaan *endorsement* judi *online* bukan hanya persoalan ekonomi, tetapi merupakan konstruksi makna sosial dalam ruang digital.

Influencer yang dijadikan sebagai informan semuanya berdasarkan jenis *Influencer* yang dilihat dari segi jumlah pengikutnya atau *followers*. Fenomena ini menunjukkan bahwa dalam *stock of knowledge* mereka, *typification* seorang *Influencer* yang “layak dipilih” ditentukan oleh angka, bukan kualitas konten.

Hasil wawancara mendalam Informan A akun *Instagram* miliknya bernama @irennnchuu_ jumlah pengikut sebanyak 3.360 orang. Informan B akun *Instagram* bernama

@remetta__ dengan jumlah pengikut sebanyak 7.216 orang. Informan C akun *Instagram* @afnisyaa_ miliknya memiliki jumlah pengikut sebanyak 23.600 orang. Dengan demikian dari ketiga informan tersebut menurut Ellora dari empat jenis-jenis *Influencer*, mereka termasuk jenis *Influencer* yaitu “*Micro Influencer*” yang mana jumlah pengikutnya antara 1.000 hingga 100.000.

Untuk mengetahui informasi *endorse* judi *online* serta alasan yang mendorong para informan menerima tawaran tersebut. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami makna pengalaman tersebut dari sudut pandang kesadaran dan pengalaman hidup (*lived experience*) para informan. Hasil wawancara mendalam, ketiga informan mengetahui adanya *endorse* judi *online* melalui pesan langsung (*Direct Message*) di akun *Instagram* masing-masing. Informan A memandang pekerjaan ini sebagai aktivitas yang santai, tidak membutuhkan banyak waktu, dan memberikan penghasilan. Informan B juga banyak melihat praktik *endorse* judi *online* dilakukan oleh teman-temannya di media sosial, sehingga meningkatkan ketertarikannya untuk ikut terlibat. Informan C tertarik menerima tawaran tersebut karena adanya imbalan uang, terlebih dalam kondisi membutuhkan penghasilan.

Pengalaman para *Influencer* terkait jenis *platform* dan waktu awal menerima *endorse* judi *online*. Fokus analisis diarahkan pada pola temporal (kapan) dan pola media (melalui *platform* apa) dalam praktik *endorsement* judi *online*. Hasil wawancara mendalam menyatakan Informan A bahwa ia mulai melakukan *endorse* judi *online* sejak 30 Juli 2024, dengan menggunakan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi. Konten promosi diunggah melalui fitur *Instagram Story*. Informan B mengungkapkan bahwa ia pertama kali menerima *endorse* judi *online* pada bulan Oktober 2023, saat berada di rumah. Promosi dilakukan melalui *Instagram*, sesuai arahan dari admin, dengan mengunggah iklan judi *online* ke *Instagram Story*. Sementara itu, Informan C menyampaikan bahwa ia menerima tawaran *endorse* judi *online* sekitar bulan Maret 2024 dan menggunakan *Instagram* sebagai media promosi. Informan C juga diarahkan oleh admin untuk mengunggah konten promosi melalui *Instagram Story*.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam bahwa dapat diidentifikasi beberapa temuan utama, yaitu terdapat variasi waktu awal penerimaan *endorse* judi *online*, mulai dari Oktober 2023 hingga Juli 2024. Hal ini menunjukkan bahwa praktik *endorsement* judi *online* telah berlangsung secara berkelanjutan dalam rentang waktu yang cukup lama. Seluruh informan menggunakan media sosial *Instagram* sebagai *platform* utama dalam mempromosikan judi *online*. Secara khusus, fitur *Instagram Story* menjadi sarana yang paling sering digunakan, menunjukkan adanya pola promosi yang terstruktur dan seragam. Adanya arahan langsung dari admin untuk mengunggah konten melalui *Instagram Story* menunjukkan bahwa praktik *endorsement* judi *online* tidak dilakukan secara spontan, melainkan mengikuti skema dan instruksi tertentu dari pihak pengelola judi *online*.

Dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, dimensi waktu (temporalitas) dan ruang digital memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman para informan. Waktu awal menerima *endorse* judi *online* menjadi bagian dari *biographical situation* masing-masing informan, yang memengaruhi cara mereka memaknai praktik tersebut. Penggunaan *Instagram Story* sebagai media promosi dapat dipahami sebagai tindakan sosial yang memiliki makna subjektif. *Instagram Story* bersifat sementara (24 jam) dan tidak permanen di profil, sehingga menurut penafsiran *Influencer*, fitur ini dimaknai sebagai media yang relatif aman dan minim risiko. Pemaknaan ini menjadi bagian dari *stock of knowledge* yang berkembang di kalangan *Influencer*.

Adapun hasil tangkapan layar atau *screenshot* sebagai data dokumentasi dari kegiatan *endorsement* judi *online* oleh ketiga informan sebagai berikut:

Gambar: Tampilan *Instagram Story* Informan A (IH)



Gambar: Tampilan *Instagram Story* Informan B (SRL)



Gambar: Tampilan *Instagram Story* Informan C (AS)



Mengenai pengalaman komunikasi sebagai *endorsement* dalam mempromosikan judi *online* hasil wawancara mendalam yaitu 1). Pola komunikasi dalam praktik *endorse* judi *online* bersifat tertutup dan berlapis, dimulai dari *DM Instagram*, berlanjut ke *WhatsApp*, dan kemudian terstruktur dalam grup *WhatsApp*. Pola ini menunjukkan adanya upaya sistematis untuk menjaga kerahasiaan dan menghindari pengawasan publik. 2). Grup *WhatsApp* berfungsi sebagai pusat koordinasi dan distribusi materi promosi. Admin berperan dominan dalam mengatur konten, jadwal unggahan, serta teknis promosi, sementara *Influencer* berada pada posisi sebagai pelaksana instruksi. 3). Adanya kewajiban unggahan secara rutin, seperti dua kali *Instagram Story* dalam sehari, menunjukkan bahwa praktik *endorse* judi *online* dijalankan secara terorganisasi dan menyerupai sistem kerja. *Influencer* tidak memiliki kebebasan penuh dalam menentukan konten, melainkan mengikuti standar yang telah ditetapkan oleh admin. 4). Banyaknya nama situs judi *online* yang dipromosikan menunjukkan bahwa *Influencer* menjadi bagian dari jaringan promosi yang luas dan dinamis, dengan pergantian atau variasi situs yang cukup sering.

Dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, praktik komunikasi tertutup dan terstruktur ini merupakan tindakan sosial yang dimaknai secara subjektif oleh para *Influencer* sebagai “pekerjaan”. Melalui *because motives*, para informan terdorong oleh pengalaman sebelumnya, kebutuhan ekonomi, serta normalisasi praktik *endorse* judi *online* di lingkungan digital mereka. Sementara itu, *in-order-to motives* tercermin dalam kepatuhan terhadap instruksi admin dengan tujuan memperoleh imbalan finansial. *Influencer* memaknai peran mereka sebagai pelaksana teknis, bukan sebagai pihak yang bertanggung jawab penuh atas substansi konten yang dipromosikan. Konsep *stock of knowledge* tampak dalam pemahaman kolektif bahwa komunikasi melalui *DM*, *WhatsApp*, dan grup tertutup merupakan praktik yang lazim dan “aman” dalam *endorse* judi *online*. Pengetahuan ini membentuk kesadaran para informan untuk menerima dan menjalani mekanisme tersebut tanpa banyak mempertanyakan implikasi hukum maupun etis.

Penggunaan *endorser* dianggap efektif jika *endorser* mudah diketahui, menarik dan memiliki kekuatan untuk memengaruhi audiens dan memiliki banyak pengikut atau penggemar. *Endorsement* ini paling sering dilakukan secara *online* melalui media sosial seperti *Instagram*. (Ivone et al., 2022).

Pada pengalaman ini para *Influencer* mempunyai kewajiban terkait jumlah postingan, durasi kontrak *endorsement*, besaran honorarium, serta mekanisme pembayaran dan pelaporan dalam praktik *endorse* judi *online*. Fokus analisis diarahkan pada bagaimana

aktivitas tersebut dijalankan secara rutin dan dimaknai sebagai bentuk kerja digital oleh para informan. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami pengalaman sadar para *Influencer* dalam menjalani praktik tersebut. Hasil wawancara mendalam, ketiga informan mengungkapkan adanya kewajiban dan skema kerja yang relatif seragam dalam praktik *endorse* judi *online*. Informan A menyatakan bahwa ia diwajibkan memposting *Instagram Story* sebanyak dua kali dalam sehari, biasanya pada pagi hari sekitar pukul 09.00 WITA dan malam hari sekitar pukul 19.00 WITA. Aktivitas tersebut dilakukan selama 1–2 minggu untuk satu kali kontrak, dengan honor sebesar Rp250.000. Setelah melakukan posting, Informan A diwajibkan melaporkan hasil unggahan kepada admin sebagai bentuk absensi. Informan B menjelaskan bahwa ia juga diwajibkan membuat *Instagram Story* sebanyak dua kali dalam sehari. Untuk kontrak dengan tempo satu bulan, ia menerima pembayaran sebesar Rp2.000.000, sedangkan untuk kontrak satu minggu menerima Rp350.000. Pembayaran dilakukan melalui aplikasi dompet digital DANA milik informan. Informan C menyampaikan bahwa meskipun tidak mengingat secara pasti jumlah postingan, ia melakukan *endorsement* sejak Maret 2024 hingga Oktober 2024. Honor yang diterima untuk setiap kontrak adalah Rp250.000 dengan durasi kontrak selama satu minggu.

Dari ketiga informan, dapat diidentifikasi beberapa temuan utama yaitu 1). terdapat kewajiban unggahan *Instagram Story* sebanyak dua kali dalam sehari yang menjadi standar kerja dalam praktik *endorse* judi *online*. Pola ini menunjukkan adanya rutinitas dan disiplin kerja yang harus dipatuhi oleh *Influencer*. 2). durasi kontrak bersifat fleksibel, mulai dari satu minggu hingga satu bulan, dengan besaran honor yang bervariasi. Namun, secara umum, nilai honor relatif kecil jika dibandingkan dengan intensitas dan durasi kerja yang dilakukan. 3). adanya mekanisme pelaporan kepada admin dan sistem pembayaran melalui dompet digital menunjukkan bahwa praktik *endorse* judi *online* dijalankan secara terorganisasi dan menyerupai sistem kerja formal, meskipun berlangsung di ruang digital yang informal. 4). praktik pembayaran non-tunai melalui aplikasi DANA memperlihatkan upaya efisiensi dan anonimitas dalam transaksi, yang dapat mempersulit pelacakan secara administratif.

Pengalaman komunikasi terakhir mengenai *influencer* sebagai *endorsement* judi *online* merupakan perbuatan melanggar hukum dan bagaimana perasaan informan hasil wawancara mendalam diketahui bahwa Informan A menyatakan bahwa sejak awal ia sebenarnya mengetahui bahwa konten yang diposting melanggar hukum karena merupakan judi *online*. Namun, pengaruh teman yang lebih dahulu menjadi *endorse* dan merasa aman, serta anggapan bahwa jumlah pengikut yang sedikit tidak akan menarik perhatian aparat penegak hukum, membuat Informan A tetap bersedia melakukan *endorsement*. Setelah ditangkap oleh polisi, Informan A merasakan penyesalan dan rasa malu, khususnya kepada keluarga terdekat. Informan B mengungkapkan bahwa pada awalnya ia tidak mengetahui bahwa konten yang diposting melanggar hukum. Kesadaran tersebut muncul setelah beberapa kali melakukan posting. Setelah ditangkap, Informan B merasakan kesedihan, penyesalan, dan rasa malu atas perbuatannya. Informan C menyatakan bahwa ia sama sekali tidak mengetahui bahwa *endorsement* yang diterimanya melanggar hukum. Fokus utama Informan C adalah pada imbalan uang yang diperoleh. Kesadaran hukum baru muncul setelah penangkapan oleh polisi. Informan C merasakan kesedihan mendalam, terutama karena uang hasil *endorsement* telah diberikan kepada adiknya, serta rasa malu kepada lingkungan pertemanan yang mengetahui peristiwa penangkapan tersebut.

Dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, efek pesan yang dialami para informan merupakan bagian dari proses pemaknaan ulang terhadap pengalaman hidup (*re-interpretation of lived experience*). Sebelum penangkapan, pesan promosi judi *online* dimaknai secara pragmatis sebagai sarana memperoleh uang. Pemaknaan tersebut dibentuk oleh *stock of knowledge* yang terbatas, pengaruh teman sebaya, serta normalisasi praktik *endorse* judi *online* di lingkungan digital.

Melalui *because motives*, para informan terdorong oleh pengalaman orang lain yang dianggap aman, kebutuhan ekonomi, dan minimnya kesadaran hukum. Sementara itu, *in order-to motives* berorientasi pada tujuan memperoleh keuntungan finansial.

Hal tersebut juga dikatakan oleh Schutz, kesadaran ini merupakan bagian dari *stock of knowledge* yang dinamis ia terus berubah sesuai pengalaman baru yang dialami aktor. Saat pertama kali menerima tawaran, *typification* mereka terhadap pekerjaan digital hanya berfokus pada keuntungan ekonomi. Namun setelah mengetahui konsekuensi hukum, terjadi perubahan makna tindakan; pengalaman masa lalu diinterpretasi melalui *because motives* seperti rasa takut dan penyesalan.

Terkait dengan rumusan masalah kedua yakni faktor penghambat yang mereka alami selama menjalankan praktik *endorse judi online*. Fokus analisis diarahkan pada hambatan teknis, kondisi personal, serta tekanan sistem kerja yang ditetapkan oleh admin. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami bagaimana kendala tersebut dimaknai oleh para informan dalam pengalaman sadar mereka sebagai *Influencer*.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, ketiga informan mengungkapkan adanya berbagai hambatan yang memengaruhi kelancaran praktik *endorse judi online*. Informan A menyatakan bahwa ia pernah mengalami kendala ketika sakit hingga harus menjalani perawatan di rumah sakit. Kondisi tersebut menyebabkan keterlambatan dalam mengunggah *Instagram Story*. Keterlambatan ini segera ditindaklanjuti oleh admin melalui pesan *WhatsApp*, sehingga Informan A merasa tertekan untuk segera melakukan posting karena khawatir kontraknya diputus. Informan B mengungkapkan bahwa hambatan yang dialaminya bersifat teknis, yaitu mati listrik di rumah pada pagi hari. Kondisi tersebut menghambat akses internet dan perangkat, sehingga posting baru dapat dilakukan pada sore hari setelah listrik kembali menyala. Informan B juga menerima pesan dari admin karena belum melaporkan unggahan. Informan C menjelaskan bahwa ia pernah mengalami pemutusan kontrak karena konten *Instagram Story* yang diunggah tidak menghasilkan klik. Selain itu, Informan C juga mengalami kendala akibat kelalaian pribadi, seperti lupa membuka *WhatsApp*, sehingga terlambat merespons instruksi admin dan baru melakukan posting setelah dihubungi.

Dari ketiga informan, dapat diidentifikasi beberapa faktor penghambat utama, yaitu 1). Kondisi personal, seperti sakit, menjadi hambatan signifikan yang memengaruhi konsistensi posting. Kondisi ini menunjukkan bahwa praktik *endorse judi online* tidak mempertimbangkan aspek kemanusiaan atau kesehatan *Influencer*. 2). Hambatan teknis, seperti mati listrik dan keterbatasan akses internet, menjadi faktor eksternal yang berdampak langsung pada keterlambatan unggahan konten. 3) Tekanan sistem kerja, berupa pemantauan ketat dari admin dan ancaman pemutusan kontrak, menjadi hambatan psikologis bagi *Influencer*. Keterlambatan atau rendahnya performa konten (jumlah klik) berujung pada sanksi langsung berupa pemutusan kerja sama. 4). Faktor kelalaian individu, seperti lupa membuka pesan *WhatsApp*, turut menjadi hambatan yang berimplikasi pada keberlangsungan kontrak *endorsement*.

Dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, faktor penghambat yang dialami para informan merupakan bagian dari pengalaman hidup yang memengaruhi makna tindakan sosial mereka. Melalui *because motives*, hambatan muncul dari kondisi personal, situasi teknis, dan tuntutan sistem kerja yang tidak fleksibel. Sementara itu, *in order to motives* tetap mendorong para informan untuk segera mengatasi hambatan tersebut demi mempertahankan kontrak dan memperoleh penghasilan. Hal ini terlihat dari respons cepat para informan untuk tetap melakukan posting meskipun berada dalam kondisi sakit atau menghadapi keterbatasan teknis. Konsep *stock of knowledge* tercermin dalam pemahaman bahwa keterlambatan posting atau performa konten yang rendah akan berujung pada sanksi dari admin. Pengetahuan ini membentuk kesadaran dan perilaku disiplin yang cenderung bersifat terpaksa.

Selain itu, relasi *intersubjectivity* antara admin dan *Influencer* memperlihatkan ketimpangan posisi. Admin memiliki kuasa penuh dalam menentukan keberlanjutan kontrak,

sementara *Influencer* berada pada posisi rentan dan bergantung. Dalam pengalaman sadar para informan, hambatan bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga menjadi sumber tekanan psikologis dan ketidakpastian kerja. Dengan demikian, faktor penghambat dalam praktik *endorse* judi *online* mencerminkan kondisi kerja digital yang tidak stabil, tidak manusiawi, dan berorientasi pada target semata. Fenomenologi membantu mengungkap bahwa di balik fleksibilitas kerja digital, terdapat realitas tekanan dan kerentanan yang dialami oleh *Influencer*.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan diatas sesuai dengan dua rumusan masalah dapat disimpulkan yaitu permasalahan pertama, mengenai bagaimana pengalaman komunikasi *Influencer* sebagai *endorsement* pada praktik judi online di Kota Palu. Terkait dengan permasalahan tersebut yaitu dengan membuat *Instagram Story*, selain itu memiliki persamaan dalam praktik *endorsement* judi *online*, yaitu direkrut melalui *DM Instagram*, menggunakan *Instagram Story* sebagai media utama, serta hanya mengunggah konten yang disediakan admin. Perbedaan terlihat pada waktu mulai terlibat, intensitas unggahan, besaran keuntungan, serta tingkat pemahaman hukum, di mana tidak semua informan menyadari bahwa aktivitas tersebut merupakan pelanggaran hukum.

Dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, tindakan informan dipengaruhi oleh *stock of knowledge* yang terbentuk dari pendidikan, pengalaman hidup, dan lingkungan sosial. Informan dengan pendidikan lebih rendah cenderung memiliki keterbatasan pemahaman hukum, sedangkan pada tingkat pendidikan lebih tinggi, tekanan ekonomi tetap menjadi faktor dominan dalam pengambilan keputusan.

Motivasi informan tidak hanya dipengaruhi oleh *because motive* (latar belakang ekonomi dan pengalaman hidup), tetapi juga *in order to motives* (tujuan memperoleh keuntungan finansial). Praktik *endorsement* ini dijalankan melalui pola komunikasi tertutup dan terstruktur. Kesadaran hukum umumnya baru muncul setelah adanya konsekuensi, yang kemudian memunculkan penyesalan dan refleksi diri.

Hasil penelitian permasalahan kedua menunjukkan bahwa praktik *endorse* judi *online* menghadapi berbagai hambatan atau kendala, seperti kondisi personal (sakit), hambatan teknis (listrik dan internet), serta kelalaian individu. Selain itu, tekanan dari sistem kerja admin seperti kewajiban unggahan tepat waktu, target konten, dan ancaman pemutusan kontrak menjadi faktor penghambat yang bersifat struktural dan psikologis.

Dalam perspektif fenomenologi, kendala tersebut dipahami sebagai bagian dari realitas kerja digital yang tidak stabil. Ketimpangan relasi kuasa membuat *influencer* berada pada posisi rentan, sehingga kendala tidak hanya menghambat aktivitas, tetapi juga menimbulkan tekanan dan ketergantungan ekonomi. Kondisi ini mencerminkan praktik kerja digital yang cenderung eksploitatif dan minim perlindungan

REFERENSI

- Adhadi, T. S. (2025). *Data Kasus Distressiber Polda Sulteng periode tahun 2021 s/d 2025*.
- Adli, M. (2015). ONLINE gambling BEHAVIOR (Among students UNIVERSITY RIAU). *Jom Fisip*, 2(2), 1–15. <http://www.hukumonline.com/klinik>
- Afra, A. (2023). Pengalaman Komunikasi Lintas Budaya Peserta Pertukaran Mahasiswa Indonesia Di Korea Selatan Studi Fenomenologi Mengenai Pengalaman Komunikasi Peserta Pertukaran Mahasiswa Indonesia di Ajou University, Korea Selatan Periode Musim Gugur 2022. *JURNAL PENELITIAN SISTEM INFORMASI (JPSI)*, 1(4), 129–154. <https://doi.org/10.54066/jpsi.v1i4.993>
- Angelia, C. R., & Susilo, D. (2023). *Endorser, Influencer, Instagram : Imaji Konsumsi di Era Digital* (Pertama). Indomedia Pustaka.

- Angow, G. D., Solang, D. J., & Hasmy, Z. A. (2025). Analisis Fenomenologi Tentang Proses Perubahan Perilaku Pecandu Judi Online Pada Mahasiswa Di Universitas Negeri Manado. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(3), 341–352. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v4i3.4322>
- Artanto, A. Y. T., Syatir, & Suriyanto, A. D. (2023). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Ilmu Komunikasi* (G. D. Ayu, Ed.; Pertama). CV. Budi Utama.
- Bando, M. S. (2023). *Media Sosial dan Budaya Baca Kita* (R. Fadhli, Ed.). Indonesia Emas Group.
- Bungin, H. M. B. (2021). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya* (Cetakan ke-10). Kencana.
- Cangara, H. (2023). *Etika Komunikasi: menjadi manusia yang santun berkomunikasi dalam era digital* (Pertama). Kencana.
- Elvera, & Astarina, Y. (2021). *Metodologi Penelitian* (E. S. Mulyanta, Ed.; Cetakan 1). CV. Andi Offset.
- Fadhila, S. A., Sukmayadi, V., & Affandi, A. F. M. (2023). Pengelolaan kesan daring dalam meraup “CUAN” Studi Fenomenologi Pada Influencer Tiktok di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6 (3), 505–517. <https://doi.org/https://doi.org/10.33822/jep.v6i3.6484>
- Fauzia, E., Rostinah, Aguszulkiya, W., Chiani, S. H., & Khadijah, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (Pertama). CV. Amerta Media.
- Fongo, P. (2021). *Celebrity Endorser & Daya Tarik Iklan terhadap minat belanja online kaum milenial* (Cetakan I). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- 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>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (sebuah studi literatur)*. 15(1).
- Hendarto, D. H., & Handayani, R. S. (2024). *Pencegahan Kejahatan Siber Terkait Distribusi Perjudian Online di Indonesia dalam Rangka Mewujudkan Keamanan dan Ketertiban Masyarakat*. 5(5), 1542–1558.
- Hiariej, E. O. S. ., & Santoso, Topo. (2025). *Anotasi KUHP nasional* (Y. S. Hayati, Ed.; Cetakan ke-2). Rajawali Pers.
- Hidayat, D., Gustini, L. K., & Lampe, I. (2025). *Komunikasi Massa dan Media Digital* (Cetakan Pertama). Simbiosis Rekatama Media.
- Ingratubun, Adrian., Suradi., Setyobudi, C., Artinus, F., Miranti, D. Y., Oktavian, R., Latief, R., Safrudiningsih, & Setiawan, T. (2023). *Perspektif komunikasi, media digital dan dinamika budaya* (Suradi, Ed.; Cetakan ke-1). Kencana.
- Ivone, Phanessa, D., Ciamas, E. S., Siahaan, R. F. B., & Cindy. (2022). *Pengaruh Endorsement terhadap minat beli akun Remedy.Eats*.
- Kaddi, S. M. (2018). *Dialektika Komunikasi Suami Istri pada perkawinan beda etnik (Studi Kasus Pada Pasangan Etnik Bugis dan Kaili di Kota Palu Sulawesi Tengah)* [Disertasi]. Universitas Padjadjaran.
- Kongah, M. N. (2025). *Promensisko 2025: Menjawab ancaman judi online dan kejahatan digital lewat aksi*. PPAATK. https://www.ppatk.go.id/siaran_pers/read/1474/promensisko-2025-menjawab-ancaman-judi-online-dan-kejahatan-digital-lewat-aksi-.html
- Kosasih, A., & Setiady, T. (2025). *Akibat Hukum Artis Mempromosikan Situs Slot Judi Online: Dampak Terhadap Masyarakat dan Upaya Penanggulangannya*. 12(1). <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI/article/download/18879/6118>
- Kurnia, N. (2005). *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap teori komunikasi*. 6(2), 291–296.

- <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/viewFile/1197/751>
- Lamakarate, B. (2003). *Buku Informasi Kota Palu*. Proyek Pengembangan Layanan Informasi dan Penerangan Masyarakat Triwulan III Tahun 2003.
- Lie, S. (2022). Pengaruh Influencer Marketing pada Instagram terhadap Brand Awareness Secondate di Jakarta. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie. Jakarta*. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/id/eprint/4368>
- Manggola, A., & Thadi, R. (2021). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Motif Pemakaian Peci Hitam Polos. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 3(1), 19–25. <https://doi.org/10.31539/joppas.v3i1.3111>
- Marita, L. S., Kaafi, A. Al, Rachmi, H., Suparni, & Sumanto. (2021). *Mudah memahami teknologi informasi dan komunikasi*. Teknosain.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Cetakan ke-38). PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital, Perencanaan, Aktivitas, dan evaluasi* (Cetakan I). Kencana.
- Nazarullail, F. (2022). *Mahir Menulis Proposal Penelitian Kualitatif* (Hanita A, Ed.; Cetakan I). Samudra Biru.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Prenada Media Group.
- Nugroho, F., & Bani, A. U. (2023). *Pemahaman Dasar Metodologi Penelitian* (Pertama). CV. Budi Utama.
- Nuzuli, A. K. (2023). Faktor Penghambat dan Pendukung Komunikasi antara Guru dan Siswa Tuna Rungu di SLBN Kota Sungai Penuh. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 49–58. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.11847>
- Pratiwi, R. (2024). *Influencer, Like, dan Destinasi: Dinamika Ekonomi Digital Dalam Pariwisata*. CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Priyanti, I. T. (2025). *Kebijakan dan Strategi Nasional dalam mencegah Judi Online*.
- Qomar, H. M. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Membekali Kemampuan Membangun Teori Baru*. Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).
- Ramlawati, R., & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement dan Citra Merek terhadap minat beli produk kecantikan wardah pada mahasiswa HPMM Cabang Maiwa di Makassar. *JURNAL MANAJEMEN & ORGANISASI REVIEW (MANOR)*, 2(1), 65–75. <https://doi.org/10.47354/mjo.v2i1.181>
- Rasyid, H. (2025a). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintahan (LAKIP) Kota Palu Tahun 2024*.
- Rasyid, H. (2025b). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Palu Tahun 2025-2029*.
- Republik Indonesia. (2024). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika.
- Rofiah, C. (2023). *Metode Penelitian Fenomenologi: Konsep Dasar, Sejarah, Paradigma, dan Desain Penelitian* (Z. R. Bahar, Ed.; Cetakan I). Litnus.
- Roli A, T. (2024). *Komunikasi Digital* (Cetakan Pertama). Ruang Karya.
- Samsudin, M. (2024). *Komunikasi Edukatif* (Hanita A, Ed.; cetakan pertama). CV. Samudra Biru.
- Santoso, A. (2025). *Kota Palu dalam angka: Palu Municipality in Figure*.
- Soewardikoen, D. W. (2023). *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual* (B. Anangga & F. Maharani, Eds.; 5th ed.). PT. Kanisius (Anggota IKAPI).
- Sucahya, M. D. (2013). *Teknologi Komunikasi dan Media*. 2(1), 6–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/lontar.v2i1.274>

- Sudaryono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method Edisi Kedua*. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulaiman, U. (2020). *Perilaku menyimpang remaja dalam perspektif Sosiologi*. <http://ebooks.uin-alauddin.ac.id/>
- Suryoputro, G., Mulyono, H., & Raufi, B. S. (2022). *Media Sosial : dalam Pembelajaran di Pendidikan Tinggi* (Monalisa & R. Mirsawati, Eds.; Cetakan ke-1). PT. Rajagrafindo Persada.
- Tim Redaksi. (2019). *Himpunan Kitab Undang-Undang Hukum Utama Indonesia; KUHPer, KUHP dan KUHPA (Pertama)*. Laksana.
- Wita, G., & Mursal, I. F. (2022). Fenomenologi dalam Kajian Sosial Sebuah Studi Tentang Konstruksi Makna. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 6(2), 325–338. <https://doi.org/10.22437/titian.v6i2.21211>.
- Yusria, K., Komariah, K., & Kadarisman, A. (2018). *Transformasi Identitas Anggota Gerakan Pemuda Hijrah (Studi Fenomenologi Tentang Perubahan Pola Komunikasi dan Citra Diri Anggota Gerakan Pemuda Hijrah)*. 9(1), 34–52. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom>.