

**PENGARUH ISI PESAN DAN VISUALISASI KAMPANYE #STOPJUDIONLINE
TERHADAP SIKAP PENGIKUT INSTAGRAM
@KEMENKOMINFO**

KARTIKA YUNI ADELINA

ABSTRAK

Tingginya angka kasus judi *online* di dunia termasuk Indonesia terjadi karena kurangnya literasi digital dan kesadaran masyarakat akan bahaya judi *online*. Kemenkominfo sebagai lembaga pemerintahan yang mengawasi penggunaan digital di Indonesia berusaha menangani hal tersebut dengan melakukan kampanye #StopJudiOnline di Instagram yang diharapkan dapat membentuk sikap khalayak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh isi pesan (variabel X1) dan visualisasi (variabel X2) kampanye #StopJudiOnline terhadap sikap (variabel Y) pengikut Instagram @kemenkominfo. Pada penelitian ini digunakan teori *Elaboration Likelihood Model* sebagai landasan dasar penelitian. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif eksplanatif. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan populasi penelitiannya merupakan pengikut Instagram @kemenkominfo dan diperoleh sampel berjumlah 100 responden dari hasil perhitungan rumus Taro Yamane lalu dilakukan penelitian berbasis survei. Hasil penelitian menunjukkan kedua variabel isi pesan (variabel X1) dan visualisasi (variabel X2) berpengaruh signifikan terhadap sikap (variabel Y) dengan pengaruh lebih besar dari variabel visualisasi. Uji statistik menunjukkan kedua variabel bebas (isi pesan dan visualisasi) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (sikap) dengan nilai signifikansi sebesar 17.3%, sementara sisanya yaitu sebesar 82,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian ini.

Kata Kunci: Isi pesan, Judi *Online*, Kampanye Digital, Teori *Elaboration Likelihood Model*, Visualisasi.

**THE INFLUENCE OF MESSAGE CONTENT AND VISUALIZATION
#STOPJUDIONLINE CAMPAIGN ON @KEMENKOMINFO INSTAGRAM
FOLLOWERS ATTITUDES**

KARTIKA YUNI ADELINA

ABSTRACT

The high number of online gambling cases worldwide, including in Indonesia, is due to a lack of digital literacy and public awareness regarding the dangers of online gambling. The Ministry of Communication and Information Technology (Kemenkominfo) as a government body overseeing digital activities in Indonesia aims to address this issue through the #StopJudiOnline campaign on Instagram, which is expected to shape public attitudes. This study aims to determine the extent of the influence of message content (variable X1) and visualization (variable X2) in the #StopJudiOnline campaign on attitudes (variable Y) of Instagram followers of @kemenkominfo. The research is based on the Elaboration Likelihood Model theory. The research method used is explanatory quantitative. The sampling technique employed is purposive sampling, with the research population being @kemenkominfo Instagram followers, resulting in a sample of 100 respondents determined using the Taro Yamane formula. The study was conducted through a survey-based approach. The findings indicate that both message content (variable X1) and visualization (variable X2) have a significant influence on attitude (variable Y), with visualization showing a greater impact. Statistical tests reveal that the two independent variables (message content and visualization) significantly affect the dependent variable (attitude) with a significance value of 17.3%, while the remaining 82.7% is influenced by other factors outside the scope of this study.

Keywords: *Message Content, Online Gambling, Digital Campaign, Elaboration Likelihood Model Theory, Visualization.*