



Judul Tugas Akhir Skripsi:

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

Tugas akhir skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Kartika Yuni Adelina

NIM: 2010411246



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Kartika Yuni Adelina

NIM : 2010411246

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 14 Desember 2024

Yang menyatakan,



Kartika Yuni Adelina

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kartika Yuni Adelina
NIM : 2010411246
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan
sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 24 Desember 2024

Yang menyatakan,



Kartika Yuni Adelina

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Kartika Yuni Adelina
NIM : 2010411246
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Isi Pesan dan Visualisasi Kampanye
#StopJudiOnline Terhadap Sikap Pengikut Instagram
@kemenkominfo

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Ratu Nadya W., S.Ikom., MM

Penguji 1



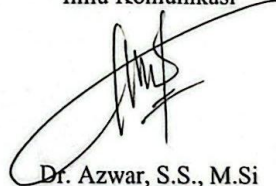
Dr. Drina Intyaswati, M.Si

Penguji 2



Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, S.S., M.Si

Ditetapkan di: Jakarta,
Tanggal Ujian: 08 JANUARI 2025

**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.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya peneliti telah berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Isi Pesan dan Visualisasi Kampanye #StopJudiOnline Terhadap Sikap Pengikut Instagram @kemenkominfo”. Penyusunan skripsi ini tidak luput dari bantuan, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Ka Ratu Nadya W., S.I.Kom, MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, dan kritik yang bermanfaat kepada peneliti. Peneliti juga berterima kasih kepada Bu Dr. Drina Intyaswati, M.Si. dan Ka Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si. selaku dosen penguji yang sangat kritis selama proses penelitian sehingga peneliti mampu menerapkan pola berpikir yang lebih logis dan terstruktur. Selanjutnya, peneliti mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua peneliti, Bapak Bostang Tigor Maruhum Gultom, yang berpulang ke hadapan-Nya ketika penelitian berlangsung, dan Ibu Eva Donna Sitompul yang telah memberikan motivasi, doa, dan dukungan kepada peneliti. Ucapan terima kasih juga peneliti berikan kepada teman-teman yang turut serta memberikan bantuan dan motivasi bagi peneliti selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini yaitu Rahel Tesalonika, Jennifer Hesky, Natasya Esa, Saskia Simorangkir, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Selain itu, peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh karyawan BAT Indonesia yang telah memberikan kesempatan magang dan memberikan banyak pelajaran selama penelitian ini berlangsung. Peneliti juga ingin berterima kasih kepada Coki, kucing peneliti yang selalu ada dan memberikan hiburan bagi peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini. Terakhir, tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri karena telah berjuang selama masa perkuliahan hingga berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

Bekasi, 24 Desember 2024



Kartika Yuni Adelina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Akademis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Teori Penelitian	14
2.3 Konsep Penelitian.....	16
2.3.1 Kampanye Digital	16
2.3.2 Pesan Kampanye.....	17
2.3.3 Visualisasi.....	17
2.3.5 Sikap	19

2.4. Alur Penelitian.....	21
2.5. Perumusan Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Objek Penelitian	23
3.2. Jenis Penelitian	24
3.3. Definisi Operasional Variabel	25
3.4. Populasi dan Sampel	27
3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Sampel	28
3.5. Teknik Pengumpulan Data	30
3.6. Sumber Data	31
3.6.1. Data Primer	31
3.6.2. Data Sekunder.....	31
3.7. Metode Analisis.....	32
3.7.1. Uji Validitas	32
3.7.2. Uji Reliabilitas	36
3.7.3. Uji Statistik	38
3.8. Pengujian Hipotesis.....	41
3.9. Jadwal Penelitian	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Karakteristik Responden.....	43
4.1.2 Deskripsi Hasil Pernyataan Isi Pesan (Variabel X1)	45
4.1.3 Deskripsi Hasil Pernyataan Visualisasi (Variabel X2)	51
4.1.4 Deskripsi Hasil Pernyataan Sikap (Variabel Y)	58
4.1.5 Hasil Analisis Data	62
4.2 Pembahasan	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran.....	71

5.2.1 Saran Akademis	71
5.2.2 Saran Praktis	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 3. Pengukuran Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Isi Pesan (X1)	33
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Visualisasi (X2).....	33
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Sikap (Y)	34
Tabel 7. Hasil Uji <i>Measure of Sampling Adequency</i> Variabel X1	34
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Isi Pesan (X1) Tahap 2	35
Tabel 9. Hasil Uji <i>Measure of Sampling Adequency</i> Variabel X1 Tahap 2	35
Tabel 10. Hasil Uji <i>Measure of Sampling Adequency</i> Variabel X2	36
Tabel 11. Hasil Uji <i>Measure of Sampling Adequency</i> Variabel Y	36
Tabel 12. Nilai <i>Alpha Cronbach's</i>	38
Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Isi Konten (X1).....	38
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Visualisasi (X2).....	38
Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap (Y)	39
Tabel 16. Jadwal Penelitian.....	43
Tabel 17. Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 18. Usia Responden.....	45
Tabel 19. Jenis Pekerjaan Responden	45
Tabel 20. Pernyataan 1	47
Tabel 21. Pernyataan 2	47
Tabel 22. Pernyataan 3	48
Tabel 23. Pernyataan 4	49
Tabel 24. Pernyataan 5	49
Tabel 25. Pernyataan 6	50
Tabel 26. Pernyataan 7	51

Tabel 27. Pernyataan 8	52
Tabel 28. Pernyataan 9	52
Tabel 29. Pernyataan 10	53
Tabel 30. Pernyataan 11	54
Tabel 31. Pernyataan 12	54
Tabel 32. Pernyataan 13	55
Tabel 33. Pernyataan 14	56
Tabel 34. Pernyataan 15	57
Tabel 35. Pernyataan 16	57
Tabel 36. Pernyataan 17	58
Tabel 37. Pernyataan 18	58
Tabel 38. Pernyataan 19	59
Tabel 39. Pernyataan 20	59
Tabel 40. Pernyataan 21	60
Tabel 41. Pernyataan 22	61
Tabel 42. Pernyataan 23	61
Tabel 43. Pernyataan 24	62
Tabel 44. Pernyataan 25	62
Tabel 45. Pernyataan 26	63
Tabel 46. Uji Normalitas	64
Tabel 47. Uji Multikolinieritas	64
Tabel 48. Uji Autokorelasi	65
Tabel 49. Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 50. Uji Regresi Linear Berganda	66
Tabel 51. Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 52. Uji Hipotesis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2024	2
Gambar 2. Nilai Transaksi Judi Online di Indonesia tahun 2023	3
Gambar 3. Media Sosial yang Terpapar Iklan Judi <i>Online</i> Tahun 2023	4
Gambar 4. Poster Kampanye Kemenkominfo #StopJudiOnline	7
Gambar 5. Komentar di <i>Postingan</i> Kampanye #StopJudiOnline	7
Gambar 6. <i>Elaboration Likelihood Model</i>	15
Gambar 7. Akun Instagram Kemenkominfo.....	23
Gambar 8. Pesan Kampanye #StopJudiOnline	24
Gambar 9. Pesan Kampanye #StopJudiOnline	46
Gambar 10. Pesan Kampanye #StopJudiOnline	50
Gambar 11. Visualisasi Pesan Kampanye #StopJudiOnline.....	53
Gambar 12. <i>Sound</i> pada Visualisasi Pesan Kampanye #StopJudiOnline ...	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi.....	79
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	79
Lampiran 3. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	80
Lampiran 4. Lembar Perbaikan Sidang Proposal	80
Lampiran 5. Lembar Hasil Perbaikan Sidang Skripsi.....	81
Lampiran 6. Riwayat Hidup.....	82
Lampiran 7. Hasil Cek Turnitin	82
Lampiran 8. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 9. Tabulasi Data Variabel X1 (Isi Pesan).....	87
Lampiran 10. Tabulasi Data Variabel X2 (Visualisasi).....	88
Lampiran 11. Tabulasi Data Variabel Y (Sikap)	90
Lampiran 12. Hasil Analisis Uji	92