
Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) di Situs Judi Online Bandar55

Silvanus Alvin

Universitas Multimedia Nusantara

E-mail: silvanus.alvin@umn.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i2.14389>

ABSTRAK

Praktik judi online termasuk ilegal di Indonesia. Undang-Undang yang melarang judi telah berisi sanksi tegas, mulai dari hukuman pidana dan denda dalam nominal besar. Meski demikian, judi online tidak pernah kehabisan pemain. Berangkat dari fenomena tersebut, peneliti berusaha mengetahui strategi komunikasi seperti apa yang dilakukan bandar judi online dalam menjaring penjudi baru dan mempertahankan para penjudinya. Objek dari penelitian ini adalah situs judi online, Bandar55 yang server pusatnya berada di Kamboja dan memiliki mayoritas pekerja yang berasal dari Indonesia. Penelitian ini termasuk kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data penelitian ini didapat dari dua informan kunci yang merupakan mantan *customer service* (CS) di Bandar55 yang bertugas mencari penjudi baru. Data diperoleh menggunakan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan Bandar55 telah membentuk skema taktis dan menerapkan *Intergated Marketing Communication* (IMC) sebagai fondasinya, seperti *direct marketing*, *sales promotion*, *personal selling*, *interactive marketing*, *advertising*, dan *word of mouth*. Temuan lainnya yang tidak kalah menarik adalah IMC yang dilakukan Bandar55 berlandaskan informasi palsu dan manipulatif, dengan tujuan utama mengelabuh individu untuk berjudi dan tidak bisa lepas dari praktik ilegal ini.

Kata Kunci: Judi online; Integrated marketing communication; Word of mouth; Direct marketing

ABSTRACT

The practice of online gambling is illegal in Indonesia. The law prohibiting gambling contains strict sanctions, ranging from criminal penalties to hefty fines. However, online gambling never runs out of players. Drawing from this phenomenon, this study explores how online gambling sites use communication strategies to attract and retain new gamblers. The object of this research is an online gambling site, Bandar55, whose central server is in Cambodia but most of its workers are from Indonesia. This research is qualitative with a case study approach. The data of this study were obtained from two key informants, former customer service (CS) in Bandar55, who were tasked with finding new gamblers. Data were obtained using in-depth interviews. The results of this study conclude that Bandar55 has formed a tactical scheme and implemented Integrated Marketing Communication (IMC) as its primary communication strategy, such as direct marketing, sales promotion, personal selling, interactive marketing, advertising, and word of mouth. The most surprising finding is that the IMC conducted by Bandar55 was based on false and manipulative information, with the main aim of tricking individuals into gambling and to keep them never to stop gambling

Keywords: Online gambling; Integrated marketing communication; Word of Mout; Direct marketing

Cite this as :

Alvin Silvanus, (2022). Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) di Situs Judi Online Bandar 55. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 148-160. doi: <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i2.14389>

Article History :

Received April, 22th 2022,
Accepted Juni, 2th 2022

PENDAHULUAN

Perjudian termasuk dalam perbuatan ilegal di Indonesia. Setidaknya terdapat dua landasan hukum bahwa perjudian dilarang, yakni Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 303 dan Pasal 303 bis, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1974 tentang Penertiban Perjudian. Hasil analisis Bloomberg, WNI tidak melakukan judi di Indonesia melainkan praktik tersebut dilakukan di luar negeri di mana judi dianggap legal. Singapura menjadi destinasi untuk menikmati praktik legal judi (Triatmodjo, 2014).

Ada beberapa alasan yang membuat seseorang memutuskan untuk berjudi. Hutasoit dan Swardhana (2019) menjelaskan seorang individu bisa menjadi penjudi karena disebabkan faktor internal dan faktor eksternal. Secara internal, individu memiliki niatan berjudi, sifat untuk bertaruh demi keuntungan, bakat untuk memprediksi hasil perjudian, maupun ketidakmampuan untuk mengendalikan diri. Sementara, secara eksternal, individu dipengaruhi dari kemudahan untuk mengakses judi online, faktor ketidakmampuan ekonomi, dan lingkungan pertemanan yang tidak sehat. Beberapa penelitian seputar judi online di Indonesia juga memberikan konfirmasi bahwa salah satu unsur yang melatarbelakangi seseorang untuk berjudi adalah *word of mouth* dari sesama teman (Adli, 2015; Hasanah, 2015).

Lebih lanjut, ada pula faktor eksternal lain yang menyebabkan individu memutuskan untuk berjudi. Faktor tersebut adalah budaya. Geertz (1973) menulis praktik perjudian sabung ayam yang dilakukan para pria Bali ini beririsan dengan kehidupan sosial budaya. Ayam menjadi representasi dari tuannya, sehingga ayam yang keluar sebagai pemenang dapat meningkatkan harga diri, status, dan kekuasaan.

Di era saat ini, perjudian merambah ke dunia digital. Hal ini lebih dikenal dengan

istilah judi online. Menurut Manzin dan Biloslavo (2008), judi online bila dilihat dari perspektif ekonomi dapat dijelaskan sebagai tindakan untuk mempertaruhkan uang atau materi berharga lainnya tanpa ada kepastian untuk mendapatkan kemenangan yang dapat menambahkan uang atau barang berharga, yang dimungkinkan melalui internet. Tiap individu di manapun dan kapanpun dapat dengan mudah melakukan praktik perjudian dengan modal ponsel pintar serta internet.

Keberadaan judi online saat ini begitu banyak dan sulit untuk ditakar. Hal ini disebabkan kemudahan membuat situs. Bahkan, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengaku kewalahan untuk memblokir situs judi online (CNN Indonesia, 2020). Situs yang sudah diblokir pun dapat dengan mudah diakses melalui *virtual private network* (VPN).

Salah satu situs judi online adalah Bandar55 (<http://66.212.22.60/bandar55/>; diakses pada 20 April 2022). Tidak diketahui sejak kapan situs ini berdiri. Dari keterangan yang tertera di halaman utama, dituliskan secara gambling bahwa situs Bandar55 merupakan tempat untuk melakukan judi online. Selain itu, dituliskan pula bahwa keamanan dari pengguna terjamin. Meski sudah ada larangan, praktik dari judi online seakan tidak pernah kehabisan pemain (penjudi). Secara umum, judi online menjalankan model bisnis yang mendasar yaitu mendapatkan penjudi baru (*acquired new customers*) dan mempertahankan penjudi tetapnya (*retain old customers and make engagements*). Dengan demikian, ada tindakan pro-aktif dari pihak pengelola judi online dalam mencari penjudi baru. Dalam konteks ini, praktik judi online bisa diibaratkan serupa seperti perusahaan yang sedang melakukan komunikasi pemasaran. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan individu baru masuk dunia judi online (penjudi baru) dan mempertahankan individu agar terus berjudi (penjudi tetap).

Berangkat dari pemaparan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk

menjawab sebuah pertanyaan besar yaitu, bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh judi online Bandar55 dalam mencari penjudi baru dan mempertahankan penjudi tetap?

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini bukanlah untuk mendukung legalitas pelaksanaan judi online, melainkan untuk memberikan dasar akademis bagi publik atas praktik judi online. Dari penelitian ini, diharapkan dapat berdampak pada peningkatan literasi dan pemahaman publik terhadap judi online.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif deskriptif. Judi online sebagai salah satu fenomena sosial yang terjadi di masyarakat, sehingga sulit untuk mengkuantifikasi pola maupun strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan (Haryono, 2020). Pendekatan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Yin (2018) menjelaskan studi kasus menjadi pilihan tepat dalam mengetahui pertanyaan penelitian yang didasari pada *how*. Lebih lanjut, data-data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode wawancara mendalam secara semi terstruktur. Informan yang diwawancarai untuk penelitian ini adalah dua individu (A1 dan A2) yang sudah bekerja selama satu tahun sebagai agen di situs judi online Bandar55. Kedua informan merupakan WNI yang diberangkatkan ke Kamboja untuk bekerja di salah satu lokasi milik Bandar55. Detail mengenai informan tidak dibuka di penelitian ini karena dikhawatirkan dapat menjadi ancaman bagi mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Judi Online

Judi online dapat didefinisikan dengan mudah sebagai praktik perjudian yang dilakukan secara daring. The Business

Research Company (2021) menjelaskan judi online dapat dikategorikan sebagai penjualan kegiatan perjudian di internet oleh entitas (organisasi, pedagang tunggal atau kemitraan) yang mengoperasikan fasilitas perjudian online seperti kasino online, bingo online, lotere online, poker online, dan video game online dan taruhan olahraga, dan lainnya. Judi online juga memungkinkan individu untuk bertaruh uang secara *real-time* saat bermain dari lokasi mana pun di dunia.

Masih mengacu pada The Business Research Company (2021), judi online secara global mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan karena adanya pandemi Covid-19. Keterbatasan untuk beraktivitas di luar rumah membuat individu menghabiskan waktu di dunia maya. Salah satu kegiatan di dunia maya ini adalah aktivitas judi online. Pada 2019, pendapatan global judi online tercatat menyentuh angka 58 miliar USD dan angka tersebut diprediksi mencapai 92 miliar USD pada 2023.

Manzin dan Biloslavo (2008, hlm. 100-101) menegaskan ada perbedaan besar antara judi online dan judi tradisional. Beberapa perbedaan antara lain adalah uang yang digunakan di judi online menggunakan uang nyata di mana dalam konteks judi tradisional uang untuk bertaruh ditukar dengan kepingan koin lebih dulu, jenis permainan di judi online lebih banyak dan beragam dibanding judi tradisional, tidak ada aturan berpakaian di judi online berbeda dengan judi tradisional yang menuntut para penjudi hadir dengan pakaian rapi, dan judi online bisa diakses kapan saja sementara judi tradisional masih memiliki batasan waktu operasional.

Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (Integrated Marketing Communication)

Konsep mengenai komunikasi pemasaran memiliki tujuan utama sebagai

strategi untuk memenuhi ekspektasi dan kebutuhan konsumen demi mendulang sejumlah keuntungan, seperti peningkatan pembelian produk atau jasa (Sukoco, 2018). Perwujudan strategi komunikasi pemasaran dapat berupa penyebaran informasi, memperkenalkan dan atau mengingatkan produk atau jasa, hingga membujuk calon konsumen.

Kini komunikasi pemasaran berkembang dan lebih dikenal dalam konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC) yakni proses untuk menciptakan dan merawat hubungan dengan pembeli produk atau jasa dengan mengontrol komunikasi serta mengarahkan narasi tertentu kepada para pembeli (Firmansyah, 2020).

Terdapat delapan elemen dari IMC yakni sebagai berikut (Firmansyah, 2020, hlm 35-40).

1. Direct Marketing: upaya untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan baik secara *front-end* (pelayanan *customer service*) dan *back-end* (berupaya memenuhi harapan pelanggan)
2. Sales Promotion: memberikan penawaran yang menarik minat beli pelanggan
3. Public Relations: menjaga reputasi perusahaan dengan cara mendistribusikan pesan-pesan positif
4. Personal Selling: upaya dari perusahaan memberikan penjelasan dengan pendekatan yang lebih personal. Misalnya dengan membagikan pengalaman karyawan kepada calon pelanggan atau pelanggan
5. Advertising: promosi atas barang atau jasa yang berbayar dengan tujuan mempengaruhi minat beli pelanggan
6. Word of Mouth Marketing: komunikasi interpersonal yang dilakukan pihak di luar perusahaan untuk mempengaruhi minat beli terhadap produk atau jasa
7. Events and Experience: kegiatan daring ataupun luring yang dilakukan demi melibatkan pelanggan dan meningkatkan ikatan atau *engagement*
8. Interactive Marketing: kegiatan daring yang dapat merespon secara cepat atas masukan ataupun kritik dari pelanggan

Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) di Situs Judi Online Bandar55

Penelitian ini berupaya untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Bandar55 selaku pihak penyelenggara judi online dalam upaya mencari penjudi baru dan mempertahankan penjudi lama. Secara garis besar, Bandar55 menerapkan IMC terhadap para penikmat judi online. Situs judi online tersebut memiliki tim khusus untuk berkomunikasi dengan para penjudi baru maupun penjudi tetapnya. Tim ini awalnya terdiri atas empat divisi yaitu divisi *streamer* (divisi yang kerap menayangkan video siaran langsung secara daring di YouTube tapi divisi ini sudah ditutup karena terlalu sering kena blokir), divisi *customer service* (CS) berjumlah 20 orang yang terbagi dalam dua shift dengan durasi kerja 12 jam per hari, divisi *telemarketing* berjumlah dua orang, dan divisi *search engine optimization* (SEO) berjumlah tiga orang.

Dari empat divisi di atas terlihat jelas bahwa divisi CS paling banyak jumlah orangnya. Hal ini tidak lepas dari tugas CS Bandar55 dalam mencari penjudi baru dan merespon pesan para penjudi tetap. Para CS Bandar55 ini awalnya tidak memiliki kemampuan sebagai seorang *customer service*. Mereka diberikan pelatihan setelah direkrut. Pelatihan dilakukan di Jakarta selama seminggu, dengan lama waktu 12 jam per hari. Terdapat tiga kemampuan yang dilatih yaitu:

1. Kepiawaian dalam menggunakan *mobile banking*: para CS diberi pekerjaan untuk mengurus arus keluar-masuknya uang atau biasa disebut Depo-WD (Deposit-Withdraw). Kebijakan Bandar55 terkait tim CS harus bisa memberikan konfirmasi bagi penjudi yang sudah deposit uang minimal 1-2 menit dan bagi penjudi yang hendak withdraw uang minimal waktu tunggu 3-5 menit.
2. Kemahiran desain konten menggunakan Photoshop
3. Pelatihan mengetik cepat (minimal 60 kata per menit).

Setelah para CS dilatih, barulah mereka diberikan tiket untuk bekerja di Kambodja. Para CS Bandar55 ini diberikan target individu yang harus dipenuhi, yaitu mencari 100 penjudi baru tiap bulannya. Tiap penjudi baru, ada dua hal yang wajib diminta para CS dan dicek kesesuaiannya yaitu nama lengkap dan kesamaan nama tersebut dengan nomor rekening yang didaftarkan. Hal ini untuk menghindari kesalahan transfer.

Selain mencari penjudi baru, mereka juga dipaksa untuk responsif melayani calon penjudi potensial yang menghubungi via *live chat* ataupun nomor ponsel yang jadi layanan konsumen.

Pas di sana kita semua dikasih nomor-nomor baru buat dipakai. Jadi nggak pakai nomor pribadi kita. Nomor ini yang digunain untuk chat-chat, cari member baru (A1, 2022, dalam wawancara).

Dalam sehari kita chat, kirim pesan banyak banget, ratusan karena ada target itu kan. Jadi tebar jala saja terus-terusan, biar cepat dapat (A2, 2022, dalam wawancara).

Pencarian penjudi baru menerapkan strategi khusus. Terdapat empat langkah yang identik dengan konsep IMC yang digunakan para CS dari Bandar55 ini.

Pertama, strategi *direct marketing*. Para CS diminta untuk aktif di media sosial. Terdapat dua media sosial yang menjadi lahan subur dalam mencari penjudi, yakni Facebook dan Instagram. Para CS diinstruksikan untuk membuat beberapa akun dan semua akun tersebut adalah akun bodong. Mereka menyebutnya sebagai akun siluman. Lebih lanjut, mereka juga diinstruksikan untuk membuat akun siluman yang menampilkan perempuan seksi. Instruksi tersebut berangkat dari mayoritas penjudi merupakan laki-laki. Riset Gambling Commissions merilis data bahwa mayoritas penjudi berjenis kelamin laki-laki karena adanya anggapan berjudi sebagai tindakan macho (Hemmings, 2018).

Kita pakai akun siluman, nama cewe siapa, foto cewe siapa gitu kita ambil saja. Hampir 90 persen player betting online itu pria, ya gw juga komunikasi seakan-akan cewe, coba menarik perhatian, kirim-kirim foto juga salah satu daya tarik. Fotonya sih ambil dari IG orang lain, dari google, dari internet (A1, 2022, dalam wawancara).

Selain itu, para CS juga diminta untuk membuat akun di *mobile instant messaging services* (MIMS) Telegram. Pola yang sama juga diterapkan yakni membuat akun siluman di Telegram dan memasang foto perempuan seksi.

Selanjutnya, untuk di Facebook dan Telegram, para CS bergabung ke seluruh grup-grup yang membicarakan atau mendiskusikan terkait judi. Tidak hanya itu, mereka juga masuk ke dalam grup-grup yang membahas prediksi pertandingan olahraga. Kemudian, mereka langsung mengirim pesan atau *personal message* ke akun-akun yang ada dalam grup. Pesan yang dikirimkan para CS tidak lagi implisit, melainkan secara eksplisit mengajak individu untuk bermain judi online.

Sedikit berbeda dengan Instagram, di sini para CS diwajibkan membuat konten harian yang

berisi materi bukti withdraw atau hasil kemenangan para penjudi. Namun, konten yang dibuat tetap perlu menampilkan perempuan seksi untuk menarik perhatian para pria.



Gambar 1. Tampilan Konten Instagram Akun Siluman Milik Bandar55

Sumber: Instagram (@savira.budiman), diakses pada 21 April 2022

Upaya lain terkait dengan *direct marketing* ini, Bandar55 juga menyiapkan tim telemarketing. Tim ini beranggotakan dua orang, dan keduanya adalah perempuan. Kriteria untuk menjadi telemarketing ini ialah pemahaman dunia judi yang mumpuni, termasuk istilah yang sering digunakan oleh para penjudi online.

Salah satu istilah judi online yang paling populer saat ini adalah *gacor*. Pengertian dari *gacor* dalam konteks judi online merupakan suatu kondisi dalam sebuah permainan yang dapat mendatangkan keuntungan bagi penjudi. Tidak hanya itu saja, telemarketing juga wajib memulai perjalanan karir sebagai CS lebih dulu. Salah satu kriteria khusus untuk menjadi telemarketing di Bandar55 ialah memiliki suara yang menggoda. Mereka juga diwajibkan untuk memanggil penjudi pria dengan sebutan '*bosku*', '*sayang*' atau '*say*'.

Telemarketing tuh lebih kayak manja-manja, merayu (penjudi online) karena cewe. Mereka manggil player cowo itu harus bosku atau panggilan sayang juga bisa. Telemarketing pokoknya manja dan genit.

Tugas mereka cuma ingetin dan ajak main. Biasa ada yang sudah join di kita tapi stop main, mereka ajak-ajakin lagi buat main dan kasih tahu member lainnya banyak wd nih biar mereka terpancing mau main buat menang (A2, 2022, dalam wawancara)

Dalam satu hari, telemarketing Bandar55 menghubungi rata-rata 300 kontak yang ada dalam database mereka. Per 20 April 2022, total player yang ada mencapai 50 ribu penjudi online. Salah satu cara untuk meyakinkan para penjudi untuk terus bermain adalah memberikan informasi rendahnya tarif untuk bertaruh.

Sekarang ini lagi maraknya judi slot online, itu yang laku, 70 persen player main itu. Jadi sekali roll bayar uang, misal 2 ribu sekali roll game slot. Orang tergantung pasang berapa, minimal ratusan perak itu ada, 200 perak minimal. Dari kita (CS) dan telemarketing juga kasih info ini. Dan ini memang menyasar orang mencoba peruntungan, di masa pandemi banyak yang mau dapat duit instan. Di rumah terus orang-orang ini, nggak ada kerjaan, jadi kita ajak main slot judi. Slot judi menang kalau symbol sama semua. Tapi tergantung permainan karena beda-beda aturannya (A2, 2022, dalam wawancara).

Telemarketing di Bandar55 ini menyasar para penjudi tetap, yakni mereka yang sudah jadi anggota tapi karena alasan tertentu memutuskan tidak berjudi lagi. Cara merayu yang dilakukan telemarketing Bandar55 ini bisa dikategorikan taktis. Dimulai dengan pendekatan personal dengan cara menelpon kemudian menanyakan kabar.

Selanjutnya, telemarketing berusaha untuk memberitahukan keberhasilan para penjudi lain yang baru saja menang dan melakukan *withdraw* uang. Polanya tetap sama, meyakinkan penjudi yang vakum ini dengan iming-iming *win rate* manipulatif

tanpa dasar perhitungan apapun dan bukti *withdraw* palsu.

Cara lain yang dilakukan telemarketing adalah memperkenalkan permainan judi baru. Dalam kasus tertentu, penjudi tidak ingin diketahui oleh orang lain atau individu di sekelilingnya bahwa ia sedang berjudi. Di tahap ini, telemarketing memberitahukan judi online yang dikemas seakan permainan umum (game).

Ada itu permainan kayak nembak-nembak ikan, biasa di Timezone, Fun World, dulu sih ada yang mainan begini. Nanti antar penjudi buat main kayak naruh berapa duit, pasang gitu, terus dia tembak-tembak ikannya, yang terakhir bunuh ikannya, menang deh. Nggak kelihatan lagi judi, tapi itu judi online (A1, 2022, dalam wawancara).

Baik tim CS dan tim telemarketing, tidak ubahnya seperti influencer mikro yang tiap hari berusaha mencari, merayu, dan mempengaruhi agar individu-individu baru terjerumus untuk bermain judi (Winata dan Alvin, 2022).

Tabel 1. Alur Direct Marketing Bandar55



Sumber: olahan penulis

Strategi kedua, Bandar55 menerapkan *sales promotion*. Menurut Firmansyah (2020), taktik promosi ini digunakan untuk memotivasi publik yang menjadi target incaran dengan memberikan

sejumlah keuntungan, seperti diskon atau hadiah fisik lainnya, dalam jangka waktu terbatas. Masih menurut Firmansyah (2020), *sales promotion* umumnya diberikan pada pelanggan, penyalur, dan agen penjual (*sales force*). Dalam konteks Bandar55, maka terapan dari *sales promotion* ini berlaku bagi pelanggan atau penjudi baru dan para CS selaku *sales forces*.

Bagi penjudi baru, promosi dilakukan melalui pemberian hadiah dengan stok yang terbatas. Hadiah dalam bentuk souvenir diberikan kepada para penjudi baru dengan ketentuan. Ketentuan tersebut adalah melakukan deposito ke nomor rekening milik Bandar55 dengan nominal tertentu. Tiap nominal memiliki perbedaan souvenir. Minimum deposito untuk menjadi penjudi baru di Bandar55 adalah Rp 25 ribu. Terdapat tiga tingkatan untuk mendapatkan promosi yakni:

1. Deposito minimal Rp 100 ribu, mendapatkan kaos bertuliskan Bandar55
2. Deposito minimal Rp 300 ribu, mendapatkan korek api zippo asli
3. Deposito minimal Rp 1 juta, mendapatkan jaket hoodie bertuliskan Bandar55

Namun, tidak jarang ada penjudi baru yang melakukan deposito hingga belasan atau puluhan juta dan tidak meminta hadiah apapun.

Kalau player besar sudah nggak pernah sih minta promo-promo atau hadiah gitu, mereka sudah tujuannya mau main, mau judi, bukan lagi cari merchandise. Ada yang depo Rp 30 juta, ya sudah langsung main (A2, 2022, dalam wawancara).

Di sisi lain, *sales force* yang notabene adalah para CS juga diberi imbalan apabila melebihi target mendapatkan 100 penjudi baru tiap bulannya. Imbalan yang diberikan berupa komisi tahunan, mulai dari

Rp 30 juta dan maksimal mencapai Rp 100 juta. Imbalan tersebut di luar dari gaji bulanan sebesar Rp 4,5 juta maupun fasilitas makan sehari-hari dan akomodasi berupa asrama selama bekerja di Kambodja.

Selain minimum deposit yang murah dan pemberian souvenir, *sales promotion* juga dapat dilakukan dengan cara memberikan uji coba (*test-drive*). Seumpama membeli mobil, calon pelanggan bisa mencoba lebih dahulu. Bila cocok, barulah diputuskan untuk membeli. Pada judi online, para CS selaku *sales force* menginformasikan fitur untuk uji coba dalam tiap permainan. Berbeda dengan judi tradisional, pertaruhan langsung menggunakan uang asli. Sementara, pada judi online, pemain bisa ‘latihan’ lebih dulu. Uji coba di sini dikarenakan permainan judi online yang beraneka rupa.

Dilansir dari situs Bandar55, terdapat enam jenis tipe judi yaitu judi bola, *live casino*, judi slot, *fish hunter*, *lottery*, dan poker. Beberapa permainan tersebut dapat diuji coba, seperti *live casino*, *fish hunter*, dan judi slot.

Jadi di tiap permainan ada tutorial game dan hints, kayak 155 latihan dulu baru main aslinya. Nggak pakai uang asli, tapi credit game gitu, kalau sudah merasa yakin, baru mulai main (A1, 2022, dalam wawancara).

Strategi ketiga yang dipakai ialah *personal selling*. Dalam strategi ini, para CS dituntut untuk bisa meyakinkan para penjudi baru ini untuk bergabung jadi anggota dan bermain. Terdapat tiga langkah untuk menarik perhatian para penjudi baru, di mana semua langkah yang dilakukan merupakan rekayasa yang manipulatif demi memenuhi kepentingan dan tujuan dari Bandar55.

Langkah pertama, para CS menjelaskan bahwa situs Bandar55 memberikan persentase kemenangan (*win rate*) yang tinggi bila dibandingkan dengan situs judi online lainnya. Walau demikian,

persentase kemenangan yang disampaikan kepada calon penjudi baru itu merupakan manipulasi dan tidak berdasarkan fakta. Tidak ada basis perhitungan sama sekali dan memang digunakan untuk merayu para penjudi baru sehingga terjebak dan mau bermain judi online.

Win rate itu kita selalu nawarin bilangannya 80 persen. Ya itu mah cuma bualan saja, nggak ada tuh dasar perhitungannya. Kan logika saja, kalau 100 persen itu nggak mungkin, terus kalau 90 persen juga masih ketinggian, malah orang bakal curiga. Jadi 80 persen itu yang kita tawarin, ayo kakak gabung di kita karena win rate tinggi lho 80 persen, gitu (A1, 2022, dalam wawancara)

Langkah kedua, para CS berusaha untuk memberikan ide-ide manipulatif bahwa para penjudi di Bandar55 selalu identik dengan kemenangan. Kesan yang dibangun adalah berjudi di Bandar55 mampu melipatgandakan uang. Upaya tersebut ditunjukkan dengan menampilkan bukti *withdraw* atau penarikan hasil kemenangan penjudi. Meski demikian, bukti tersebut juga tidak asli, melainkan rekayasa. Berbekal kemampuan menyunting gambar melalui Photoshop, para CS dapat dengan mudah mengubah angka yang ada dalam bukti transaksi asli.

Bukti WD (withdraw) itu ada yang asli tapi banyakan nggak asli, jadi sudah hasil editan. Orang kan tertarik tuh sama kemenangan besar daripada kemenangan yang kecil-kecil. Nah, misalnya menang, terus WD cuma Rp 500 ribu, ya kita edit jadi Rp 5 juta. Kan tinggal nambah angka 0 saja. Cuma kita nggak edit menang Rp 50 juta, itu bisa kelihatan nggak masuk akal (A2, 2022, dalam wawancara)

Langkah ketiga, para CS yang notabene memiliki pengalaman praktis di dunia judi, kerap berjanji untuk memberikan bocoran atau prediksi atas sebuah pertandingan olahraga. Dengan demikian,

para penjudi baru merasa memiliki hubungan dengan pihak ‘orang dalam’, dan tertarik untuk berjudi serta mempertaruhkan uang mereka.

Kenyataannya, prediksi maupun bocoran yang disampaikan oleh tim CS Bandar55 ini juga rekayasa. Walau bagian dari sebuah agen perjudian, para CS tidak memiliki akses untuk mengetahui hasil sebuah pertandingan yang dijadikan bahan pertarungan.

Kita ada juga kasih bocoran atau prediksi pertandingan. misal bola, ada prediksinya, kemungkinan besar menang yang mana. Itu mereka lebih tertarik lagi buat main. Misal. Chelsea vs MU, kita kasih bocoran Chelsea yang bakal menang, tapi itu asal, suka-suka kita saja. Tapi tetap masih ada perhitungannya, kalau lawan tim kecil, kayak MU ketemu Watford, kita biasanya bilang seri, karena nggak bisa kayak yang terlalu fake, harus makes sense juga. Kalau masuk akal kan kemungkinan dia pasang tim kecil juga tinggi (A1, 2022, dalam wawancara).

Strategi keempat yakni *interactive marketing*. Firmansyah (2020) menulis bahwa *interactive marketing* berkaitan erat dengan praktik *customer relationship management*. Menurut dia, manakala pelanggan menghadapi masalah maka penyedia barang atau jasa perlu memberikan solusi. Dalam konteks judi online, pesan-pesan yang dikomunikasikan pada calon penjudi baru merupakan kumpulan rekayasa, sehingga berpotensi besar menimbulkan ekspektasi yang tidak sesuai ataupun kekecewaan. Para penjudi yang marah umumnya menggunakan fitur *live chat* yang berada di situs Bandar55 atau langsung mengirim pesan ke nomor Whatsapp layanan pengguna yang sudah disimpan sebelumnya.

Penjudi yang kecewa dan menuntut penjelasan ini bisa ‘datang’ kapan saja. Bandar55 sudah mengantisipasi hal ini, maka dari itu para CS diberikan jam kerja 12 per

shift di mana dalam 1 hari terdapat dua shift. Dengan demikian, layanan CS siaga 24/7.



Gambar 2. Tampilan Fitur Live Chat di Situs Bandar55 (diakses pada 21 April 2022)

Para CS yang bekerja di situs judi online ini juga sudah dilatih untuk merespon secara profesional terhadap anggota penjudi yang marah-marah. Taktik yang digunakan adalah meminta maaf, kemudian kembali mengajak untuk berjudi.

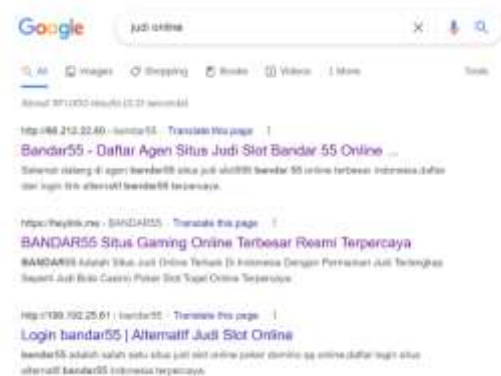
Banyak yang datang ke livechat langsung, marah-marah, bilang bohong segala macam. Tanggapinnya ya kita balas dengan sabar dan kita ajak mereka main. Kemenangan bukan kita yang atur tapi dari server utama. Kita support terus, jangan patah semangat bosku, coba lagi di lain hari. Lebih direkomendasi game lainnya, bisa coba permainan ini karena win rate tinggi dan itu win rate bohongan juga. Prosedur dan rules perusahaannya gitu. Kalau dia tetap marah-marah, tetap respon baik dan semangat. Policy-nya nggak boleh live chat di close, harus tetap di handle karena kita CS kan (A2, 2022, dalam wawancara).

Dalam menjaga kualitas *customer relationship management* yang baik, Bandar55 menerapkan hukuman berat bagi mereka yang lalai. Terdapat aturan bagi CS untuk membalas pesan dengan cepat, minimal tidak melebihi 15 menit. Bila waktu tunggu minimal dilewati dan ada laporan yang masuk, maka CS tersebut akan diberikan sanksi. Sanksi yang diberikan berupa pemotongan hari libur. Sebagai informasi, para CS bekerja enam hari selama seminggu.

Namanya orang juga penat dihadapi member begini, bisa ada puluhan marah2, bisa kepancing dan keceplosan. Ada yang marahin member karena dikatain dengan kata kasar. Kita sudah sabar tapi kesabaran terbatas juga. Kadang kita terpancing juga balas kasar (A1, 2022, dalam wawancara)

Kalau gua pernah kena pemotongan hari libur. Kita libur kan cuma satu kali seminggu. Waktu itu ada orang marah-marah, WA iya, live-chat juga iya. Di WA sudah dibalas, dan gua kira yang live-chat nggak usah. Masuklah laporan ke pusat, ada screenshot lama waktu balas sampai 30 menit. Ya di situ dipotong dua kali hari libur. Kejadian gini mah sering, jadi banyak juga yang nggak betah dan kabur, merasa tertekan sama kerjaan (A2, 2022, dalam wawancara).

Strategi kelima adalah *advertising*. Bandar55 juga mengiklankan situs judi online mereka. Pelaksanaan iklan ini dilakukan secara digital dan menjadi tanggung jawab SEO. Mereka ditugaskan untuk memunculkan *banner ads* atau spanduk iklan berbentuk persegi yang secara umum muncul di situs penyedia film tak berbayar. Selain itu, bila ada individu yang melakukan pencarian di Google dengan kata kunci berupa judi online, judi aman, slot online, dan sebagainya, maka diupayakan situs Bandar55 berada di halaman pertama untuk meningkatkan probabilitas diklik oleh individu.



Gambar 3. Tampilan Halaman Pencarian Google dengan Kata Kunci: Judi Online (diakses pada 21 April 2004)

Strategi keenam adalah mengakomodasi *word of mouth* (WOM). Firmansyah (2020) mendefinisikan WOM sebagai pendapat dari pengguna di luar perusahaan atas pengalaman menikmati atau menggunakan produk atau jasa, yang mampu menjadi faktor penggerak yang dominan terhadap pengambilan keputusan orang lain.

Sementara, Adli (2015) menjelaskan bahwa seorang individu bisa menjadi penjudi karena berinteraksi dengan penjudi lainnya. Penyebaran informasi atau kesempatan terjun ke dunia judi online tidak hanya didapatkan dari *direct marketing* maupun *promotion* yang dilakukan oleh Bandar55, melainkan juga dari informasi mulut ke mulut. Agen WOM di sini tidak lain adalah para penjudi di Bandar55.

Secara tidak langsung, penjudi online menjelma menjadi agen WOM dalam menyebarkan situs judi online Bandar55. Dapat ditarik benang merah bahwa para CS tidak hanya pro-aktif mencari penjudi baru, melainkan juga dapat bertindak reaktif dalam hal merespon calon penjudi yang ingin jadi anggota.

Kadang sih effort untuk dapat satu orang member baru itu nggak besar, ya karena sudah ada niat dari orangnya. Ada yang tahu kontak kita dari temannya, atau emang langsung DM sambil cari-cari prediksi atau ada yang tanya ke kita kayak, 'jam gacornya kapan saja nih?'. Tugas kita Cuma balasin terus meyakinkan mereka (A2, 2022, dalam wawancara)

Dari pemaparan di atas, terlihat jelas pola komunikasi yang dilakukan, bahwa Bandar55 melakukan penerapan IMC untuk mencari penjudi baru dan mempertahankan penjudi tetapnya.

Tabel 2. Pola Komunikasi Tiap Divisi di Bandar55



Sumber: olahan peneliti

PENUTUP

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan utama untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh organisasi judi online dalam mencari penjudi baru dan mempertahankan mereka yang sudah jadi penjudi agar tetap berjudi. Alasan yang mendasari penelitian ini adalah situs judi online yang tidak kehabisan penjudi.

Dalam beberapa literatur akademis yang ditampilkan dalam penelitian ini, lebih banyak berfokus pada dampak yang ditimbulkan oleh judi online. Selain itu, mayoritas penjudi disebutkan mengetahui praktik ilegal ini dari interaksi lingkungannya (Adli, 2015). Penelitian ini berusaha memberikan jawaban akademis bahwa individu bisa menjadi penjudi karena adanya tindakan pro-aktif dari Bandar55 selaku organisasi judi online.

Secara garis besar, temuan dari penelitian ini adalah Bandar55 menerapkan praktik *Integrated Marketing Communication* (IMC) sebagai strategi komunikasi untuk mencari penjudi baru dan mempertahankan penjudi lamanya. Ujung tombak penerapan IMC di Bandar55 dilakukan oleh *customer service*. Taktik IMC seperti *direct marketing* dilakukan dengan menyebar pesan ke tiga platform utama, yaitu Facebook, Instagram, dan Telegram. Para CS diwajibkan menggunakan akun siluman dengan menitikberatkan pada daya tarik sensualitas perempuan. Bagi penjudi yang sudah tidak aktif bermain, maka akan diingatkan oleh *telemarketer*. Daya pikat perempuan juga kembali dimanfaatkan untuk menarik penjudi yang mayoritas merupakan laki-laki.

Lebih lanjut, pencarian penjudi baru juga menggunakan promosi, yakni

pemberian souvenir dengan minimum deposit uang untuk bertaruh, menginfokan fitur uji coba, dan memberitahukan peluang menang judi dengan persentase palsu.

Taktik berikutnya ialah *personal selling*, di mana CS memberikan tips-tips atau bocoran demi meningkatkan daya tarik individu untuk berjudi. Taktik *interactive marketing* juga diterapkan di mana, layanan komunikasi bagi penjudi dibuka tanpa kenal waktu. Hal ini dilakukan demi mengakomodir kebutuhan penjudi.

Lebih lanjut, Bandar55 juga melakukan mengiklankan praktik ilegalnya melalui *search engine optimization* (SEO). Dengan demikian, individu bisa dengan inisiatif sendiri mencari Bandar55 via pencarian Google, atau masuk ke situs yang memunculkan iklan dari Bandar55. Taktik terakhir adalah *word of mouth* (WOM). Walaupun secara tidak langsung dilakukan oleh Bandar55, WOM menjadi sebuah konsekuensi atas taktik-taktik sebelumnya.

Selain itu, temuan menarik lainnya adalah data dan informasi yang digunakan sebagai materi IMC merupakan data yang manipulatif dan tidak mendasar sama sekali. Mulai dari akun siluman, persentase kemenangan (*win rate*), bukti *withdraw*, hingga prediksi atau bocoran hasil judi, semua dilandasi kebohongan. Hal ini dilakukan dengan tujuan utama mengelabui dan menjebak agar para penjudi tidak berhenti dan terus melakukan praktik ilegal ini.

Penelitian ini bukan tanpa limitasi. Salah satu limitasinya adalah objek penelitian ini hanya satu yakni Bandar55. Data-data pendukung yang dapat menunjang kekayaan dari penelitian ini juga sulit didapatkan,

karena organisasi judi ilegal begitu ketat dalam menjaga kerahasiaan organisasi mereka. Meski demikian, penelitian ini tetap dapat berkontribusi pada dunia akademis dengan memberikan wawasan bahwa praktik IMC tidak hanya dilakukan di perusahaan atau korporasi pada umumnya, melainkan juga diadopsi serta diterapkan oleh organisasi judi online.

Di sisi lain, penelitian ini juga memberi manfaat praktis terutama pada publik atau individu yang dijadikan sasaran oleh organisasi judi online. Publik dapat memahami bahwa rayuan dari judi online didasari data yang manipulatif, sehingga tidak dapat dipercaya sama sekali. Selain memberikan pencerahan, penelitian ini juga diharapkan dapat memutus rantai dan menurunkan jumlah penjudi di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adli, M. (2015) Online Gambling Behaviour Among Students University Riau, *Jom FISIP*, Vol. 2 (2), hlm. 1-15.
- CNN Indonesia (2020) Menkominfo Akui Kewalahan Blokir Situs Judi Online. CNN Indonesia. Diakses dari: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200311180408-185-482593/menkominfo-akui-kewalahan-blokir-situs-judi-online> (diakses pada 20 April 2022).
- Firmansyah, M., A. (2020) *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV Qiara Media.
- Geertz, Clifford. (1973). *Deep Play: Notes on the Balinese Cockfight*. In *The*

- Interpretation of Cultures. New York: Basic Book.
- Haryono, C. (2020) Ragam Metode Penelitian Kualitatif. Jawa Barat: Jejak Publisher.
- Hasanah, R. (2015) Word of Mouth Judi Online di Kalangan Remaja, *Jurnal LISKI*, Vol. 1 (2), hlm. 165-172.
- Hemmings, C. (2018) Why are most problem gamblers men?. BBC. Diakses dari: <https://www.bbc.com/news/uk-43002380> (diakses pada 21 April 2022).
- Hutasoit, H. N. H., dan Swardhana, G. M. (2019) Upaya Penanggulangan Tindak Pidana Judi Online di Wilayah Hukum Polresta Denpasar, *Kertha Wicara: Journal Ilmu Hukum*, Vol. 8 (11), hlm. 1-15.
- Kotler, P. dan Armstrong, G (2008) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Manzin, M., dan Biloslavo, R. (2008) Online Gambling: Today's Possibilities and Tomorrow's Opportunities, *Managing Global Transitions*, Vol. 6, hlm. 95-110.
- Sukoco, S. A. (2018) *Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Pustaka Abadi.
- The Business Research Company (2021) Global Online Gambling Market Report 2021 – Opportunities And Strategies, Market Forecast And Trends. Diakses dari: <https://blog.tbrc.info/2021/09/global-online-gambling-market-report-2021-opportunities-and-strategies-market-forecast-and-trends-2/> (Diakses pada 20 April 2022).
- Triatmodjo, Y. (2014) Orang Indonesia Terbanyak di Kasino Singapura. *Kontan*. Diakses dari: <https://internasional.kontan.co.id/news/orang-indonesia-terbanyak-di-kasino-singapura> (Diakses pada 20 April 2022).
- Winata, J. dan Alvin, S. (2022) Strategi Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi Kasus Instagram Bonvie. id), *Jurnal Kewarganegaraan*, Vol. 6, hlm. 4262-4272.
- Yin, R. (2018) *Case Study Research and Applications: Designs and Methods*. California: Sage Publications