

## **Mobile Legend Bang Bang (MLBB) Youtube Video Streaming Sebagai Media Periklanan Dalam Judi Online**

Putri Ramadaniar, Munadhil Abdul Muqsith, Fitria Ayuningtyas  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta  
Jalan RS. Fatmawati, Cilandak, Jakarta Selatan,  
munadhil@upnvj.ac.id

*English Title: Mobile Legend Bang Bang Youtube Video Streaming as Advertising Medium for  
Online Gambling*

Received: 04-03-2024, Revised: 30-04-2024, Acceptance: 14-05-2024

### **Abstract**

*In the digital era, YouTube video streaming is now one of the channels used to do digital-based advertising. This foundation encourages online gambling advertisements to use Mobile Legends streaming videos: Bang Bang (MLBB) to promote its products. Through content analysis from Hsieh & Shannon and Kenneth Burke's message theory, it aims to see how online gambling advertising messages on MLBB streaming videos. Researchers also use a social determinism perspective to see the role of structures to facilitate online gambling advertising messages. The result of this research is that there are online gambling messages conveyed textually on MLBB streaming videos.*

**Keywords:** *Content Analysis; Social Determinism; Message Theory; Online Gambling Advertisement; MLBB Streaming Video*

### **Abstrak**

Di era digital, youtube *video streaming* kini menjadi salah satu saluran yang digunakan untuk melakukan periklanan berbasis digital. Landasan tersebut yang mendorong iklan judi *online* menggunakan *video streaming* Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) untuk mempromosikan produknya. Melalui konten analisis dari Hsieh & Shannon dan teori pesan milik Kenneth Burke bertujuan untuk melihat bagaimana pesan iklan judi *online* pada *video streaming* MLBB. Peneliti juga menggunakan perspektif determinisme sosial untuk melihat adanya peranan struktur untuk memfasilitasi pesan iklan judi *online*. Hasil penelitian ini yaitu terdapat pesan-pesan judi *online* yang disampaikan secara tekstual pada *video streaming* MLBB.

**Kata Kunci:** *Analisis Konten; Determinisme Sosial; Teori Pesan; Iklan Judi Online; Video Streaming MLBB*

## PENDAHULUAN

Pada era digital, aktivitas judi konvensional sudah mulai tergantikan dengan judi *online*. Menurut Suhendra (2018) judi *online* adalah permainan yang dilakukan menggunakan uang sebagai taruhan dengan ketentuan permainan serta jumlah taruhan yang ditentukan oleh pelaku perjudian *online* serta menggunakan media elektronik dengan akses internet sebagai perantara.

Keberadaan internet sebagai perantara mendorong pengusaha judi *online* untuk terus mengembangkan permainan judi *online*. Kemasan produk judi *online* memasukan proses gamifikasi agar dapat bertransformasi menjadi sebuah permainan yang menyenangkan. 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 lainnya.

Dilihat berdasarkan Katadata, jumlah transaksinya sejak tahun 2017-2022 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 jumlah transaksi sebesar 250.726, hingga pada tahun 2022 meningkat sebesar 104.791.427 jumlah transaksi. Total sekitar 157 juta transaksi judi *online* di Indonesia dengan nilai total perputaran uang mencapai Rp190 triliun.

Jumlah dan Nilai Transaksi Judi Online di Indonesia per Tahun (2017-2022) databoks



No.	Nama Data	Jumlah Transaksi (Kali)	Nilai Transaksi (Rp)
1	2017	250.726	2.009.676.571.607
2	2018	666.104	3.975.512.890.359
3	2019	1.845.832	6.183.134.907.079
4	2020	5.634.499	15.768.525.166.418
5	2021	43.597.112	57.910.725.296.081
6	2022	104.791.427	104.417.674.955.287

**Gambar 1.**  
**Data Survei Mobile Game**

<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/04/06/mobile-legends-game-seluler-paling-disukai-di-indonesia>

Jumlah transaksi yang pesat setiap tahun menunjukkan adanya atensi besar bagi masyarakat pada judi *online*. Hal tersebut juga didukung kemudahan akses judian *online* yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana perjudian modern, sehingga lebih menguntungkan bagi para pelaku judi *online* tersebut karena tidak mengharuskan mereka untuk bertemu secara langsung. Permainan judi *online* di Indonesia semakin meningkat seiring dengan peningkatan kemudahan faktor pendukung untuk mengakses internet melalui berbagai macam media komunikasi seperti gadget (Asriadi, 2020).

Bagi pengusaha judi *online*, media komunikasi digunakan untuk mempromosikan iklan-iklan judi *online* agar semakin dekat dan dikenal oleh konsumennya. Adanya adaptasi dengan tekonologi digital inilah yang

mendorong tindakan promosi iklan judi *online* semakin mudah dan luas. Kini, pergerakan iklan judi *online* sangat masif dan bisa ditemukan melalui teknologi media baru, salah satunya Youtube (Nono et al., 2021).

Menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna Youtube di Indonesia mencapai 139 juta per Oktober 2023. Data ini menempatkan Indonesia menjadi negara keempat dengan pengguna Youtube terbanyak di dunia. Hal tersebut juga didukung dengan tersedianya banyak fitur menarik yang dapat digunakan bagi pengguna. Fitur *live streaming* dan *chat* yang dikembangkan oleh Youtube menjadi daya tarik unik bagi pengguna untuk bisa berkomunikasi langsung secara *online* (Egi Chaerizky, 2018).

Kehadiran fitur *live streaming* ini dimanfaatkan oleh pengguna Youtube untuk menjadi *streamer* atau orang yang melakukan *live streaming* (Romadlon, 2022). Berdasarkan data dari Streams Chart Analytics, di Indonesia *streamer* didominasi oleh konten *game mobile* yaitu Mobile Legends: Bang Bang (MLBB). Pada periode 01-31 Januari 2024, *streamer* Windah Basura, Top Global Miya dan Tazz menempatkan tiga teratas dengan posisi *streamer* berbasis *gaming* yang paling sering ditonton di Indonesia. Top Global Miya menjadi channel youtube yang menyiarkan konten jenis permainan MLBB dengan penonton terbesar.



**Gambar 2.**  
**Data Penonton Streamer Terbanyak di Indonesia**

Sumber : <https://streamscharts.com/news/january-2024-top-streamers-regional>

Tingginya penonton pada *video streaming* MLBB di Youtube mengisyaratkan adanya posisi penonton yang dapat dijadikan sebagai nilai komoditas baru bagi *streamer* untuk dijual kepada pengiklan. Selayaknya dengan perspektif sebuah program televisi yaitu demi memaksimalkan jumlah penonton yang menjadi target bagi pemasang iklan dan rating perusahaan (Putra et al., 2019). Hal inilah yang bisa menjadi landasan daya tarik bagi industri bisnis judi *online* untuk dapat memasang iklan-iklannya melalui *video streaming* Youtube kepada para *streamer*.

Selarasan dengan karakteristik produk yang ditawarkan oleh pengusaha judi *online* yang kini didesain kedalam bentuk permainan yaitu memiliki

kesamaan karakteristik penonton *video streaming* yang merupakan *gamer* dari MLBB. Dukungan lainnya juga diperkuat dengan maraknya *streamer* yang melakukan promosi judi *online* secara terang-terangan saat *live streaming*. Temuan lainnya juga adanya promosi judi *online* di sosial media saat ini marak dilakukan, berbagai macam kalangan influencer, selebgram, bahkan terdapat beberapa artis ikut serta melakukan promosi judi online di platform media sosial (Nono et al., 2021).

Peneliti juga menemukan beberapa rujukan yang dapat digunakan untuk memperkuat proses penelitian yaitu dalam studi kuantitatif tentang Motivasi Transisi dari Permainan Kasino Sosial ke Judi Online yang diterbitkan oleh *Asian Journal of Gambling Issue and Public Health* pada tahun 2017. Hasil temuannya menunjukkan bahwa Asia Tenggara, merupakan salah satu pasar judi *online* terbesar (Kim, 2017). Hal tersebut membuktikan Indonesia sebagai bagian dari wilayah Asia Tenggara turut menjadi bagian dari pangsa pasar judi *online*.

Rujukan penelitian lainnya yaitu studi fenomenologi yang dilakukan oleh putri (2023) untuk melihat makna dan pola komunikasi berjudi *online*, dengan hasilnya temuannya yaitu pejudi online memaknai pengalaman berjudi sebagai hobi dan kesenangan mengisi waktu luang. Adapun penelitian kualitatif dari (Alvin, 2022) dengan menggunakan teori *Intergrated Marketing Communication* untuk melihat strategi komunikasi yang dilakukan oleh judi *online* Bandar55. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa judi *online* menggunakan *direct marketing, sales promotion, personal selling, interactive marketing, advertising*, dan *word of mouth* sebagai bagian dari strategi pemasaran.

Penelitian lainnya juga didominasi berfokus pada aspek perilaku pemain judi *online*, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Rifansa, 2023) tentang perilaku komunikasi interpersonal pengguna *game slot* (judi *online*) dengan hasil penelitian bahwa dorongan memiliki kesenangan yang sama pada judi *online* membangun keintiman dalam komunikasi. Berdasarkan beberapa rujukan penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa eksplorasi penelitian dalam bidang komunikasi pada isu judi *online* masih bersifat minimalis. Peneliti belum menemukan penelitian yang membahas tentang pesan-pesan iklan judi *online* di media. Hal tersebut yang dijadikan sebagai bagian dari *state of the art* bagi peneliti.

Tidak dipungkiri bahwa penelitian pada pesan-pesan iklan judi *online* bisa menjadi temuan menarik dalam penelitian ini, melalui penggunaan analisis konten milik Hsiu-Fang Hsieh dan Sarah E. Shannon yang berfokus pada konten analisis konvensional. Dalam analisis konten konvensional kategori pengkodean diturunkan langsung dari data teks (Hsieh & Shannon, 2005), sehingga peneliti bisa menemukan bagian-bagian penting yang mengandung iklan judi *online* dalam *video streaming* MLBB di youtube.

Pada penelitian ini juga menggunakan teori pesan milik Kenneth Burke yaitu teori identifikasi. Dalam memaknai pesan komunikasi, menurut Burke perlu adanya identifikasi pada teks-teks yang muncul pada pesan yang ditampilkan. Adapun penjelasan gagasan identifikasi dapat dipahami melalui identifikasi material (*material identification*), idealisme (*idealistic identification*), dan formal (*formal identification*).

Hasil temuan pada pesan-pesan bermakna iklan judi *online*, juga diperkuat dengan implikasi sudut pandang *grand theory* melalui perspektif determinisme sosial dari Langdon Winner. Menurut gagasan Winner yaitu, *What matters is not the technology itself, but the social or economic system in which it is embedded* (Winner, 2009), dalam pandangannya juga bahwa teknologi diciptakan sebagai hasil dari hubungan kekuasaan dan keputusan elit politik. Melalui pandangan determinisme sosial dapat diaplikasikan untuk melihat bagaimana keterlibatan *streamer* dalam memfasilitasi pesan iklan judi *online* di youtube.

## **METODE**

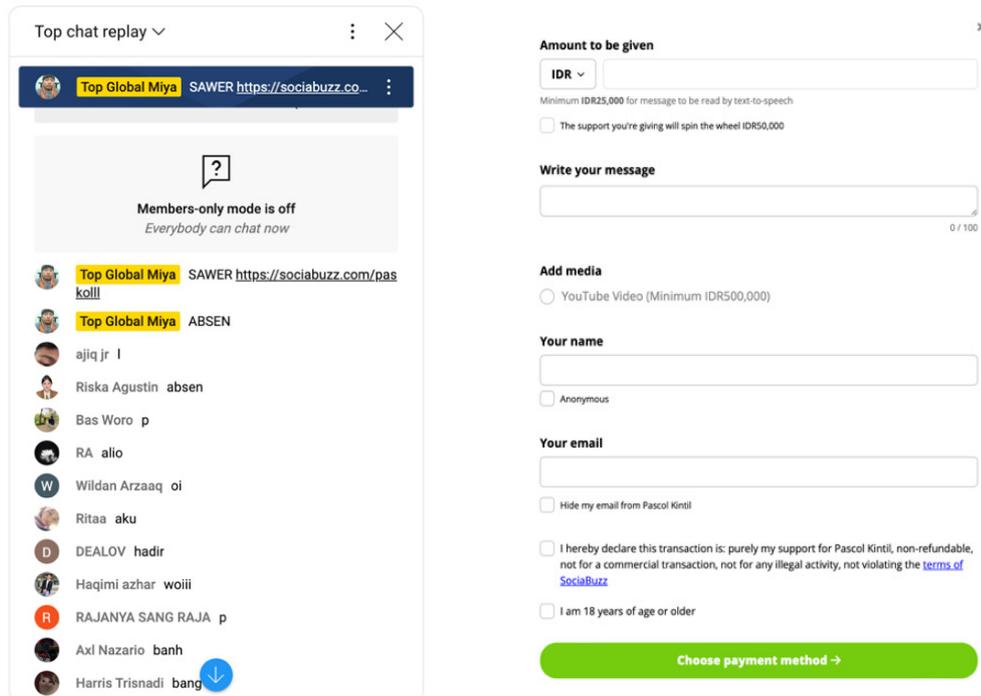
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis isi milik Hsiu-Fang Hsieh dan Sarah E. Shannon. Menurut Hsieh dan E. Shannon (2005) Analisis isi kualitatif merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menganalisis data teks. Data-data tersebut dapat dianalisis melalui tiga cara yaitu metode konvensional (induktif), terarah (deduktif) dan sumatif (Hsieh dan E. Shannon, 2014). Adapun pada penelitian ini, peneliti memilih metode konvensional (induktif) untuk menjelaskan aspek pesan judi online yang terkandung dalam video streaming tersebut. Pemilihan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa konten video youtube *streaming* milik *streamer* MLBB yaitu Top Global Miya. Peneliti juga menggunakan paradigma interpretif untuk melihat makna-makna yang muncul pada video tersebut. Interpretif melihat sebuah fakta sebagai sesuatu yang unik dan mempunyai konteks, dan makna khusus sebagai esensi dalam memahami makna sosial (Muslim, 2015).

## **DISKUSI**

Pesan Iklan Judi *Online* dalam *Video Streaming Youtube MLBB*

Berdasarkan hasil temuan peneliti, para *streamers* akan bermain MLBB bersama teman-teman digital lainnya ataupun berkolaborasi dengan para *streamers* lainnya. Dalam hal ini ada juga *streamer* yang mengajak penontonya untuk bermain bersama. Seperti yang telah ditemukan dalam channel akun Top Global Miya dengan *subscriber* 2,77 Juta. Dalam *video streaming* dengan judul "MABAR 50K" versi unggahan pada 18 November 2023 dengan 150.189 ribu penonton, peneliti menemukan adanya pesan iklan judi *online*.

Konten tersebut menyajikan interaksi komunikasi antara penonton dan Pascol yang terjadi dalam ruang digital melalui youtube saat bermain MLBB. Penonton melakukan komunikasi dengan Pascol menggunakan fitur *live chat* untuk komentar teks ataupun emotikon. Adapun penonton lainnya menggunakan tautan yang disematkan oleh Pascol pada bagian paling atas kolom *live chat* untuk berkomunikasi, namun penonton harus bersedia melakukan transaksi sejumlah uang yang disebut saweran.



**Gambar 3**  
**Tampilan Tautan Pada Kolom Live Chat &**  
**Situs Sociobuzz Top Global Miya**

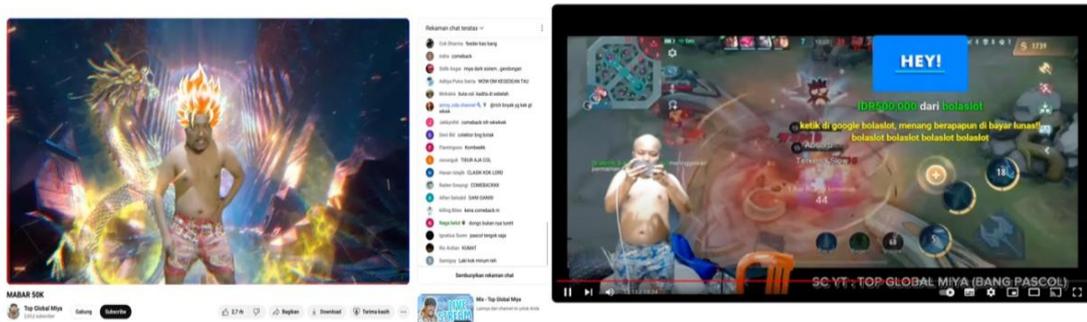
Sumber : <https://sociabuzz.com/paskolll>

Aktivitas saweran dapat dilakukan dengan mengunjungi tautan tersebut dan terhubung dengan *platform* digital bernama sociobuzz. Sociabuzz menyediakan jasa-jasa seperti jasa *influencer*, *talent* dan jasa kreatif untuk berbagai kebutuhan pribadi atau bisnis (Desca, 2022). Pada konteks ini, Pascol menggunakan layanan yang tersedia di sociobuzz sebagai media transaksi tujuannya untuk terus mendukung konten *streaming*-nya agar dapat terus memproduksi konten MLBB.

Masing-masing *streamer* memiliki *rate card* atau biaya yang perlu dikeluarkan oleh penonton berbeda-beda. Setiap penonton yang ingin melakukan saweran pada konten *live streaming* tidak memiliki aturan baku atau pembatasan maupun larangan. Penonton cukup dengan transaksi sesuai dengan minimum biaya telah tertera dibuat oleh *streamer* MLBB. Seperti pada *video streaming* MLBB Pascol memasang biaya yang variatif mulai dari Rp 25.000 untuk dapat menyampaikan pesan atau komentar yang dapat diubah menjadi pesan suara sebagai bagian dari komunikasi.

Pesan-pesan yang disampaikan oleh penonton Pascol tidak memiliki batasan, penonton bebas menyampaikan pesan apa saja. Sebaliknya juga berlaku untuk *streamer*, tidak ada aturan yang mengontrol pemilihan kata untuk berkomunikasi. Komunikasi menggunakan kata-kata yang mengandung unsur *trash-talking* pada *video streaming* MLBB sering terjadi. *Trash talk* merupakan sebuah bentuk dari komunikasi verbal yang sadar atau disengaja oleh individu untuk alasan pribadi yang positif dan negatif. Respon-respon yang diberikan untuk melakukan *trash-talking* juga bervariasi mulai dari diam, tertawa, ikut

membalasnya dengan *trash-talking* (Sugiono, 2019). Pembagian dalam konsep *trash-talking* terbagi menjadi sikap ketidaksopanan, komunikasi agresif, dan penghinaan kasar (Wibowo, 2020). Pada video Top Global Miya, selama *video streaming* berlangsung *trash-talking* ini sering digunakan sebagai bahan olok-olok dan *gimmick marketing* untuk dapat menarik perhatian khalayak massa luas.



**Gambar 4**  
**Video live streaming youtube Top Global Miya**  
Sumber : Youtube channel Top Global Miya

Setelah penonton melakukan transaksi pembayaran untuk saweran, hasil komunikasi dalam format pesan teks dan suara yang muncul berupa *pop up* pada layar *video streaming*. Adanya teknologi inilah yang bisa dimanfaatkan oleh bisnis judi *online* agar dapat pengiklankan produk judi *online*. Seperti pada gambar 3. Pesan judi *online* berupa *pop up* teks betuliskan "IDR500.000 dari *bolaslot*. Ketik di *google bolaslot*, menang berapaun dibayar lunas!! *Bolaslot bolaslot bolaslot*".

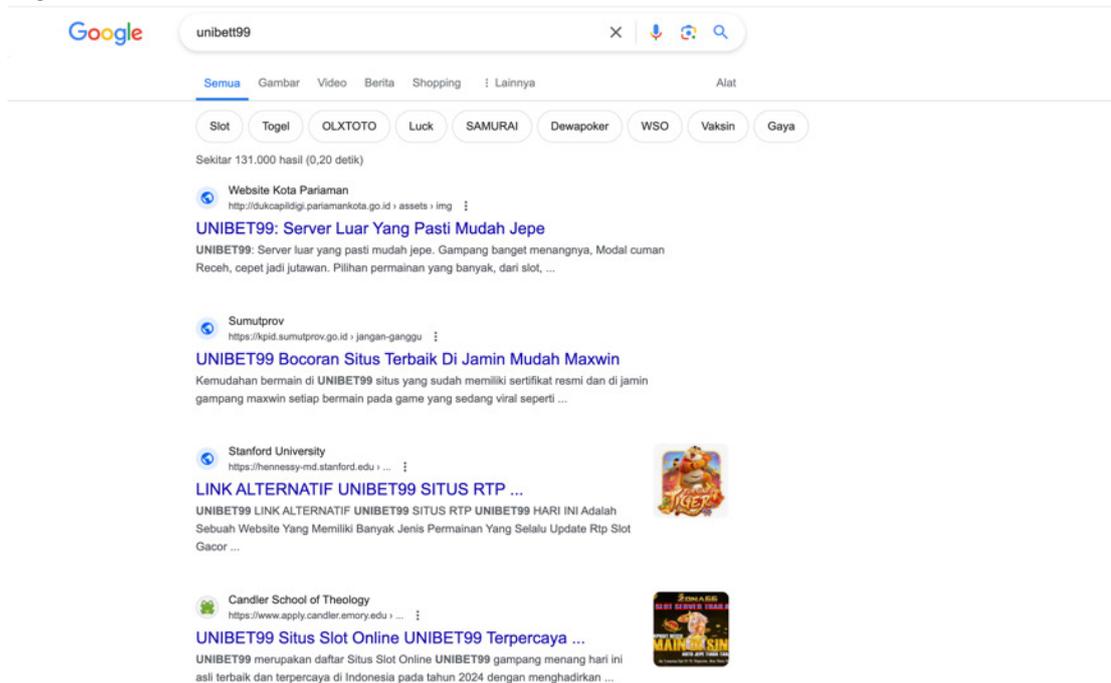
Pada konten tersebut, muncul pesan iklan yang sama lebih dari 1 kali. Respon Pascol dalam video tersebut ketakutan, dirinya mengucapkan kalimat-kalimat mengandung *trash talk* yang bertujuan untuk memohon agar bisnis judi *online* tidak menyawernya. Peneliti melihat Kondisi ini tidak mempengaruhi Pascol untuk menghentikan konten *video streaming* MLBB, melainkan digunakan sebagai bagian dari *gimmick* didalam konten.





**Gambar 5**  
**Video live streaming youtube Top Global Miya**  
 Sumber : Youtube channel Top Global Miya

Adapun video Pascol lainnya yaitu ditemukan melalui channel youtubena juga memunculkan pop judi online yaitu "Unibet99 Bonus member baru 2 juta Cashback 15 persen mingguan. Unibet99 g.a.c.h.o.r". Pada video streaming MLBB tersebut Pascol merespon *pop up* pesan komunikasi dengan respon bahagia dan berterima kasih. Sikap lainnya juga didukung dengan aksi joget dengan menyampaikan kalimat *trash talk* yang dapat dikategorikan sebagai *gimmick*.



**Gambar 6**  
**Hasil Pencarian Kata "unibet99" pada Google**  
 Sumber : Temuan Peneliti

Apapun temuan peneliti saat melakukan pencarian di google kata "Unibett99" merujuk pada akun judi online yang sudah masuk kedalam domain website di Google. Hal tersebut jelas sesuai dengan gambar 5.

Dari hasil temuan-temuan video di channel youtube Top Global Miya, Pascol sering menggunakan kalimat-kalimat *trash talk* yang digunakna sebagai

*gimmick*. Semakin menarik *gimmick marketing* ataupun lelucon melalui *trash-talk* yang ditampilkan seorang *streamer* pada saat *live streaming* dapat digunakan sebagai upaya *streamer* dalam mempertahankan jumlah penonton *live* yang tinggi. Pascol sebagai *streamer* bahkan tidak hanya menggunakan *trash talk* untuk membangun atensi, melainkan kombinasi perilaku lainnya seperti berjoget atau memparodikan hal-hal lucu yang mudah diterima khalayak penonton setianya. Hal ini mendorong terjadinya kerumunan khalayak penonton massa streaming semakin bertambah.

Selama proses *live streaming* berlangsung *streamer* akan membangun interaksi kepada khalayak dengan membacakan atau membalas respon yang telah tersedia di kolom *live chat* YouTube. YouTube memberikan ruang untuk dapat berdiskusi, mereview video ataupun melakukan tanya jawab menggunakan fitur *live chat* atau komentar (Nursobah, 2021). Fitur ini akan memudahkan khalayak penonton untuk memperoleh atensi dari *streamer* yang disukainya selama melakukan *live streaming*.

Metode pemasaran yang dilakukan oleh pengelola judi dengan selalu memaparkan para penjudi yang berhasil meraih kemenangan memberikan kesan kepada calon penjudi bahwa kemenangan dalam judi adalah hal yang lumrah, mudah, judi mudah adalah hal yang lumrah, mudah dan dapat terjadi pada siapa saja (walaupun pada kenyataannya kemungkinan menang sangat kecil). kenyataannya kemungkinan menang sangat kecil).

Tayang video streaming dengan lebih dari ratusan penonton tersebut secara langsung telah masuk dalam kuasa pengiklan, dalam hal ini judi online. Kemunculan pop up pada layar streaming layakan seperti model-model iklan ditelevisi. Contoh iklan televisi seperti iklan bari ataupun clips video berdurasi singkat yang memperkenalkan suatu produk (Santi, 2020).

Saat loyalitas khalayak penonton streaming sudah banyak dan cukup stabil, beberapa iklan mulai bermunculan. Para *streamer* mengkomoditiasi Mobile Legend menjadi kumpulan informasi dalam bentuk produk yang dapat dipasarkan. Lebih dalam lagi, penonton video streaming Mobile Legend juga sedang dalam proses dikomoditiasi bagi calon pengiklan.

#### Implentasi Teori Identifikasi Kenneth Burke Pada Iklan Judi *Online* dalam video streaming (MLBB)

Menurut Burke, gagasan teori identifikasi dapat dipahami melalui identifikasi material (*material identification*), idealisme (*idealistic identification*), dan formal (*formal identification*). Ketiga elemen tersebut saling berkesinambungan dan dapat dianalisis yaitu berdasarkan hasil temuan pada identifikasi material, dilihat berdasarkan penonton yang memiliki minat atau kebutuhan dalam judi *online* dapat mengidentifikasi diri mereka dengan merek atau layanan judi yang diiklankan dalam *video streaming* MLBB Top Global Miya. Penonton dapat terdorong untuk berpartisipasi dalam perjudian tersebut karena dorongan material seperti harapan untuk memenangkan uang atau mendapatkan hadiah melalui pesan " IDR500.000 dari *bolaslot*. Ketik di *google bolaslot*, menang berapaun dibayar lunas!! *Bolaslot bolaslot bolaslot*".

Cara individu atau kelompok mengidentifikasi diri mereka dengan merek atau layanan judi yang diiklankan berdasarkan kepentingan atau kebutuhan

materi atau fisik. Penonton yang merespons pesan iklan ini melihat perjudian *online* sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan materi. Oleh karena itu, mengidentifikasi diri mereka dengan merek atau layanan tersebut sebagai cara untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, identifikasi material dalam konteks ini lebih menyoroti hubungan antara individu atau kelompok dengan judi *online* berdasarkan kepentingan atau kebutuhan material mereka.

Identifikasi Idealisme, penonton yang membagikan nilai-nilai atau kepercayaan tertentu terkait judi *online*, seperti pandangan bahwa bermain judi *online* adalah cara yang sah untuk mendapatkan uang atau bahkan judi *online* adalah bentuk hiburan yang menyenangkan, mungkin merasa terhubung dengan pesan iklan tersebut. Penonton bisa mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari komunitas yang menerima atau mendukung praktik judi *online* sebagai cara individu atau kelompok mengidentifikasi diri mereka dengan merek atau layanan perjudian *online* berdasarkan pada nilai-nilai, keyakinan, atau ideologi yang mereka bagi. Dalam hal tersebut, penonton yang memiliki pandangan bahwa perjudian *online* adalah bentuk hiburan yang sah atau bahwa perjudian adalah cara yang sah untuk mendapatkan keuntungan mungkin merasa terhubung dengan pesan iklan tersebut. Mereka bisa mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari komunitas yang menerima atau mendukung praktik perjudian *online* karena mereka membagikan nilai-nilai atau keyakinan tersebut.

Penonton yang merespons pesan iklan ini mungkin memandang perjudian *online* sebagai sesuatu yang sesuai dengan nilai-nilai atau keyakinan mereka, misalnya, bahwa itu adalah cara yang sah untuk mencari hiburan atau mencari keuntungan. Dengan demikian, identifikasi idealisme dalam konteks ini lebih menyoroti hubungan antara individu atau kelompok dengan perjudian *online* berdasarkan pada nilai-nilai atau keyakinan yang mereka pegang, dan bagaimana mereka mengaitkan diri mereka dengan merek atau layanan perjudian tersebut karena kesamaan pandangan atau nilai-nilai.

Identifikasi Formal, penonton yang mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari kelompok tertentu dalam masyarakat yang cenderung terlibat dalam perjudian *online*, seperti pemain profesional atau penggemar olahraga yang sering bertaruh, mungkin merasa tertarik dengan pesan iklan tersebut karena mereka merasa terhubung dengan peran atau posisi sosial yang diwakili oleh iklan tersebut.

Dalam semua kasus tersebut, pesan iklan judi *online* dapat memanfaatkan konsep identifikasi untuk menarik perhatian dan mempengaruhi penonton agar terlibat dalam praktik perjudian *online*, baik melalui dorongan material, nilai-nilai yang dibagikan, atau identifikasi dengan kelompok sosial atau peran tertentu.

### Perspektif Determinisme Sosial Pada Iklan Judi *Online* dalam *video streaming* (MLBB)

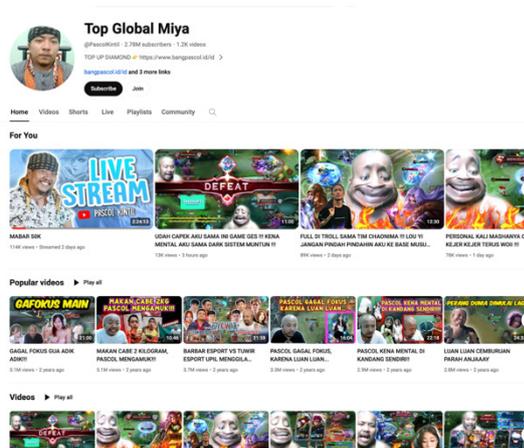
Teknologi itu sendiri tidak baik dan tidak jahat sebaliknya tetap bersifat netral (Heyndels, 2023). Menurut pandangan kaum determinisme sosial bahwa yang paling penting bukanlah teknologinya sendiri, melainkan cara kita menggunakannya. Teknologi bermoral atau tidak bermoral maka bersifat

secara etis netral (Hallstorm, 2020), sedangkan Winner memaknai teknologi seperti artefak bisa memiliki nilai sehingga sifat netral pada teknologi menjadi luntur (Winner, 2009) seperti halnya dalam dengan teknologi *video streaming* youtube.

Iklan judi *online* pada *video streaming* MLBB di youtube penuh peranan penting komunikator dalam mengontrol konten-konten di dalam *video streaming*. Implementasi penggunaan *video streaming* youtube memiliki kendali oleh *streamer*.

*Streamer* MLBB memposisikan diri sebagai bagian dari kekuatan dalam mendesain dan menyampaikan pesan-pesan komunikasi menarik agar mendapatkan timbal balik dari penontonya. Hal tersebut relevan dengan tujuan pemanfaatan yang ingin disampaikan oleh *streamer* MLBB kepada penonton secara luas, fungsi sebuah teknologi dikelola sesuai ideologi yang digunakan dalam cara pemanfaat teknologi. Ellul menyatakan bahwa baik atau buruknya hasil teknologi bergantung pada cara pemanfaatannya (Firrisa, 2020). Sistem informasi dan TIK secara umum, serta faktor organisasi dan sosial lainnya saling mempengaruhi dan memiliki dampak timbal balik terhadap desain, implementasi, dan penggunaannya (Garcia, 2014). Hal ini menguatkan bahwa telah adanya luaran dari hasil kuasa pada teknologi menciptakan potensi adanya perubahan pada masyarakat.

Bagi Winner, artefak dapat memiliki politik (nilai) dan artefak dapat mengubah kekuasaan di antara orang atau kelompok, dan mereka menciptakan dan diciptakan oleh struktur kekuasaan masyarakat (Winner, 2009). Pada iklan judi *online* di *video streaming* youtube, kehadiran teknologi bagaikan sebuah artefak yang telah menciptakan struktur antara *streamer*, penonton, pengiklan dan peranan teknologi dimasyarakat. *Streamer* MLBB sebagai komunikator melakukan produksi konten-konten MLBB yang menarik untuk bisa menarik penonton yang tinggi. Top Global Miya mendesain youtube channelnya dengan tampilan *cover* youtube yang lucu untuk mendapatkan atensi penonton. Konsistensi dalam memproduksi *video streaming* juga menjadi perhatian seorang *streamer*. Intensitas melakukan posting dan siaran *live* ini berguna untuk menjaga ritme pada algoritma youtube.



**Gambar 7**  
**Tampilan channel youtube Top Global Miya**

Sumber : Youtube channel Top Global Miya

Kemasan dalam menyiarkan *video streaming* juga diperhatikan *streamer* selama siaran berlangsung. Layaknya dengan konsep pemasaran program televisi, perlunya *gimmick marketing* yang dapat menjadi komponen penting untuk menciptakan daya tarik sehingga *trash-talk* menjadi aspek yang paling mudah diimplementasikan dan tidak memerlukan biaya produksi. Sikap anarkisme dan tindakan agresif juga sering muncul dilakukan oleh *streamer*. Respon penonton juga melakukan hal yang sama melalui melalui kata-kata di *live chat* seperti pada gambar 8.



**Gambar 8**

### **Tampilan live chat channel youtube Top Global Miya**

Sumber : Youtube channel Top Global Miya

Artefak sering kali terjadi dalam konteks kekuasaan yang ada, dan dapat mencerminkan prioritas, kepentingan, dan bias dari kelompok atau individu yang memiliki kekuasaan dalam masyarakat (Winner, 2009). Dalam hal ini, *streamer* memiliki kepentingan besar untuk bisa terus menghidupi youtube channelnya, hasil produksi *video streaming* yang menjadi satu kesatuan dari youtube dapat terdistribusi secara masif oleh *streamer* demi memperoleh pendapatan dari youtube. Peranan penonton sebagai pelaku konsumsi media dijadikan bagian dari target pasar yang bisa bernilai ekonomis sehingga kualitas konten yang disampaikan cenderung dikesampingkan oleh *streamer*.

Artefak diintegrasikan ke dalam sistem sosial, didukung oleh tatanan sosial dan diwujudkan dalam nilai-nilai tertentu, yang bertentangan dengan determinisme teknologi (Winner, 2009). Adanya isyarat tersebut menekankan bahwa teknologi tidak beroperasi secara terpisah dari masyarakat atau struktur sosial yang ada. Sebaliknya, teknologi merupakan bagian integrasi dari sistem sosial, yang berarti mereka tidak hanya digunakan dalam masyarakat, contohnya sebuah media membutuhkan peran serta pengiklan agar dapat memutar roda perekonomian perusahaan media (Mulyono, 2021). Media seharusnya tidak didominasi oleh kelompok kepentingan, pada aspek ini justru media sebagai teknologi selalu dikendalikan untuk kepentingan tertentu

(Karman, 2014). Layaknya seperti media massa televisi, video YouTube streaming diakomodir oleh pelaku pemangku kepentingan. Peranan struktur antara pemilik konten video streaming YouTube channel Mobile Legend dan pengiklan judi online memiliki hubungan simbiosis yang menguntungkan.

## KESIMPULAN

Judi telah berhasil bertransformasi menjadi permainan judi *online*. Keberadaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), seperti *platform video streaming* YouTube, tidak lagi bersifat netral karena dipengaruhi oleh penggunaan kuasa pengguna dalam memanfaatkan teknologi. *Video streaming* YouTube yang digunakan oleh para *streamer* Mobile Legends Bang Bang (MLBB) memainkan peran penting dalam mempertahankan loyalitas penonton terhadap *video streaming* MLBB yang diproduksi.

Penciptaan loyalitas penonton oleh *streamer* menjadi aset berharga bagi pengiklan dalam pemasaran bisnis, dengan strategi donasi dan interaksi yang dibentuk oleh para *streamer* di *platform* seperti Sociabuzz menjadi bagian dari model bisnis yang sukses. Penggunaan "*trash-talk*" dan humor di layar menambah atensi dan membuatnya menjadi favorit di antara penonton. Kerjasama antara pelaku usaha judi *online* dan *streamer* MLBB menciptakan hubungan mutualisme di mana *streamer* menyediakan akses kepada khalayak besar, sementara pelaku usaha judi mencari lebih banyak konsumen. Dengan demikian, adopsi TIK, terutama dalam konteks streaming video, telah memberikan landasan yang kuat bagi ekspansi industri judi *online* di Indonesia.

## REFERENSI

- Amalia, H. (2017). Sistem Informasi Pengolahan Dana Donasi. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 15.
- Anggraini, E. D., & Hadikurniawati, W. (2020). Implementasi Madm Pemilihan Anggota Squad E-Sport Mobile Legend Menggunakan Multi-Stage Ahp. *Jurnal Komputer Terapan*, 6(1).
- Firrisa, D. T. (2020). Astu Technological Determinism Versus Social Determinism: A Critical Discussion. *Ethiopian Journal Of Science And Sustainable Development*, 8(2), 2021. <https://doi.org/10.20372/Ejssdastu:V8.I2.2021.250>
- Gil-Garcia, J. R., Vivanco, L. F., & Luna-Reyes, L. F. (2014). Revisiting The Problem Of Technological And Social Determinism: Reflections For Digital Government Scholars. *Innovation And The Public Sector*, 21, 254-263. <https://doi.org/10.3233/978-1-61499-429-9-254>
- Heyndels, S. (2023). Teknologi Dan Netralitas. *Filsafat Dan Teknologi*.
- Ichsan Nawawi, M., Pathuddin, H., Syukri, N., Poppysari Saputri, S., Ramdani, M., Jun, M., Marsuki, I., & Alauddin Makassar, U. (N.D.). *Pengaruh Game Mobile Legends Terhadap Minat Belajar Mahasiswa/I Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Alauddin Makassar* (Vol. 3, Issue 1).
- Jonas Hallstorm. (2020). Mewujudkan Masa Lalu Merancang Masa Depan : Determinisme Teknologi Dipertimbangkan Kembali Dalam Pendidikan Teknologi. *Jurnal Internasional Teknologi Dan Pendidikan Desain*, 17-31.
- Karman, K. (2014). Monopoli Kepemilikan Media & Lenyapnya Hak Publik.

*Journal Masyarakat Telematika Dan Informasi.*

- Kristen, U., & Wacana, S. (2023). Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia Pengaruh Terpaan Channel Youtube Oura Gaming Terhadap Perilaku Imitasi Bermain Game Mobile Legends Yakobus Prismawan Jati Pamungkas. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*. [Www.Youtube.Com/@Ouragaming](http://www.youtube.com/@ouragaming)
- Linda Apriliya Sugiono. (2019). *Trash-Talking Dalam Game Online Pada User Game Online Di Indonesia(Etnografi Virtual Game Online Mobile Legends Dan Arena Of Valor)*.
- Marta, R. F., Prasetya, A. A., Laurensia, B., Stevani, S., & Syarnubi, K. L. (2020). Imbalance Identity In E-Sports News Intersectionality On Covid-19 Pandemic Situation. *Jurnal Aspikom*, 5(2), 206. [Https://Doi.Org/10.24329/Aspikom.V5i2.769](https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i2.769)
- Mattew, A., & Suwarno, M. A. (2023). Rancang Bangun Aplikasi Donasi Terdesentralisasi Berbasis Blockchain. *Jurnal Ikraith-Informatika*, 7(2).
- Mulyono, D. D. (N.D.). *Volume 4 Nomor 1 Analisis Perubahan Iklan Pada Media Televisi Dalam Acara Liputan6 Ke Media Digital Liputan6.Com*.
- Nursobah, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Youtube Pada Pembelajaran Sejarah Kebudayaan Islam Di Madrasah Ibtidaiyah. *Desember*, 13(2), 76-85. [Http://Journal.Uinmataram.Ac.Id/Index.Php/Pratama](http://journal.uinmataram.ac.id/index.php/pratama)
- Pratama, A., & Anggraeni, R. (2019). Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen. In *Inter Community: Journal Of Communication Empowerment* (Vol. 1, Issue 1).
- Puswita Sari, V., Puji Lestari, T., Anggreini, B., Ilham Maulana, M., Riski Dwi Purnama, F., Pendidikan Ekonomi, P., & Negeri Semarang, U. (2023). Penggunaan Platform Online Sebagai Sistem Pemasaran Live Streaming Oleh Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi. In *Jurnal Implementasi* (Vol. 3, Issue 1). [Http://Jurnalilmiah.Org/Journal/Index.Php/Ji/Index](http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/ji/index)
- Santi, Devita Eka (2023). Peran Online Advertising Pada Pemasaran Axis. *Jurnal Source Ilmu Komunikasi*. April 2020
- Sari, Desriwati (2023). Pertanggungjawaban Pidana Terhadap Pelaku Promosi Judi Online Yang Dilakukan Melalui Media Sosial Ditinjau Dari Perspektif Hukum Pidana. Repository Upb
- Wahdiyati, D. (2022). 358-Article Text-3082-1-10-20220304. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*.
- Wibisono, A., & Naryoso, A. (2019). Hubungan Antara Intensitas Bermain Game Mobile Legend Dan Pengawasan Orang Tua Dengan Perilaku Agresif Verbal Pada Anak Remaja. *Jurnal Interaksi Online*, 7(3).
- Wibow, M. F. (2020). *Trash-Talking Dalam Game Online Pubg Mobile*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.