

**PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA INFLUENCER ATAS ENDORSE
JUDI ONLINE: KAJIAN KEJAHATAN SIBER DI INDONESIA**
*CRIMINAL LIABILITY OF INFLUENCERS FOR ENDORSING ONLINE
GAMBLING: A STUDY OF CYBERCRIME IN INDONESIA*

**Muhammad Ramadhan Ridwanyah, Fatihatun Naja, Siti Aisah dan David
Nugraha Saputra**

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Korespondensi Penulis : ramaridwan30@gmail.com

Citation Structure Recommendation :

Ridwanyah, Muhammad Ramadhan dkk.. *Pertanggungjawaban Pidana Influencer atas Endorse Judi Online: Kajian Kejahatan Siber di Indonesia*. Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.6. No.7 (2025).

ABSTRAK

Kemajuan media sosial mendorong munculnya influencer sebagai agen promosi digital yang berpengaruh. Namun, keterlibatan mereka dalam mempromosikan judi online menimbulkan persoalan hukum yang kompleks. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif untuk mengkaji pertanggungjawaban pidana influencer berdasarkan KUHP dan UU ITE. Temuan menunjukkan bahwa walau regulasi telah mengatur larangan perjudian daring, tantangan penegakan hukum masih besar, terutama dalam aspek pembuktian. Diperlukan penguatan regulasi, literasi digital, dan kolaborasi lintas sektor guna mencegah penyebaran konten ilegal serta memperkuat kepastian hukum di ruang digital.

Kata Kunci: Hukum Digital, Hukum Pidana, Influencer, Judi Online, Media Sosial

ABSTRACT

The rise of social media has established influencers as powerful agents in digital promotion. However, their involvement in promoting online gambling presents complex legal challenges. This study employs a normative juridical approach to analyze the criminal liability of influencers based on the Indonesian Criminal Code (KUHP) and the Electronic Information and Transactions Law (UU ITE). Findings reveal that although regulations prohibit online gambling, law enforcement faces significant challenges, particularly in proving intent. Strengthening regulations, enhancing digital literacy, and fostering cross-sector collaboration are essential to prevent illegal content dissemination and reinforce legal certainty in the digital realm.

Keywords: Criminal Law, Digital Law, Influencer, Online Gambling, Social Media

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah melahirkan fenomena baru berupa influencer digital, yaitu individu yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Para influencer ini sering kali dimanfaatkan untuk mempromosikan berbagai produk dan jasa, termasuk aktivitas ilegal seperti judi online. Promosi tersebut dilakukan secara terang-terangan maupun terselubung, seringkali dalam bentuk konten berbayar atau endorsement yang menarik perhatian ribuan bahkan jutaan pengikut mereka.

Padahal, secara normatif, promosi dan penyebaran konten perjudian dilarang keras dalam hukum pidana Indonesia, sebagaimana diatur dalam Pasal 303 KUHP, serta Pasal 27 ayat (2) jo. Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) sebagaimana diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016. Meski begitu, pelaku usaha judi online masih memanfaatkan jasa influencer sebagai media promosi yang efektif, karena tingginya eksposur dan tingkat kepercayaan publik terhadap mereka.

Sejumlah penelitian telah menyoroti permasalahan ini dari berbagai sisi. Refalia dan Prasetyo (2024) menyoroti pentingnya analisis forensik digital untuk membuktikan keterlibatan akun selebgram dalam promosi judi online melalui akun palsu, dengan pendekatan teknis terhadap jejak digital dan pola komunikasi mencurigakan.¹ Nono et al. (2021) membahas aspek penegakan hukum terhadap selebgram yang mempromosikan situs judi online, dengan menekankan bahwa sanksi pidana terhadap selebgram dapat dijatuhkan melalui pasal-pasal dalam KUHP dan UU ITE.²

Selanjutnya, Ebu, Handayati, dan Soekorini (2024) mengkaji pertanggungjawaban influencer dalam perspektif UU ITE, dan menyimpulkan bahwa promosi oleh selebgram terhadap akun judi online seperti @slot138.official dapat dikenakan sanksi pidana berdasarkan Pasal 27 ayat (2)

¹ Boedi Prasetyo Refalia, Salsa, *Pembuktian Akun Palsu Terhadap Selebgram yang Diduga Melakukan Promosi Judi Online*, Jurnal Hukum Lex Generalis, Vol.5, No.7 (2024).

² Ignasius Yosanda Nono, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi dan I Putu Gede Seputra, *Penegakan Hukum terhadap Selebgram yang Mempromosikan Situs Judi Online*, Jurnal Analogi Hukum, Vol.3, No.2 (2021).

dan Pasal 45 ayat (2) UU ITE.³ Penelitian lainnya oleh Amalia et al. (2024) menekankan bahwa hukum Indonesia belum secara komprehensif mengatur peran influencer dalam ranah kejahatan siber, sehingga perlu perumusan norma khusus terkait endorsement terhadap aktivitas ilegal.⁴

Namun, keempat penelitian tersebut masih memiliki keterbatasan: sebagian besar hanya fokus pada aspek normatif dan teknis pembuktian, tanpa mengkaji secara mendalam konstruksi pertanggungjawaban pidana dari sisi unsur *actus reus* dan *mens rea*. Selain itu, masih belum tersedia model analitis yang menggabungkan unsur hukum, kriminologi digital, dan kebijakan publik secara komprehensif.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengangkat permasalahan mengenai pertanggungjawaban pidana influencer atas endorsement judi online. Penelitian ini akan mengkaji dari sisi hukum pidana, pendekatan kriminologis, dan praktik digital forensik, guna menyusun model pertanggungjawaban hukum yang adil, adaptif, dan dapat diterapkan di era disrupsi digital.

Tulisan ini mengangkat judul “Pertanggungjawaban Pidana Influencer atas Endorse Judi Online: Kajian Kejahatan Siber di Indonesia” yang bertujuan untuk mengkaji aspek normatif, empiris, dan kriminologis dari keterlibatan *influencer* dalam kejahatan siber tersebut. Rumusan masalah dalam tulisan ini mencakup:

1. Bagaimana bentuk keterlibatan *influencer* dalam praktik *endorsement* judi online di Indonesia?
2. Bagaimana ketentuan hukum pidana Indonesia dalam menjerat *influencer* atas perbuatannya tersebut?
3. Apa saja kendala penegakan hukum dalam membuktikan pertanggungjawaban pidana terhadap *influencer* dalam konteks kejahatan siber?
4. Apa solusi atau rekomendasi kebijakan untuk mengatasi fenomena *endorsement* judi online oleh *influencer*?

³ Cyrilus Paulinus Ebu, Nur Handayati dan Noenik Soekorini, *The Responsibility Of Online Gaming Sites By Influencer On The Instagram Platform In Terms Of The Ite Law*, Innovative: Journal Of Social Science Research, Vol.4, No.2 (2024).

⁴ Dinda Amalia, Aris Toteles dan Karlinae D. .Bangas, *A Criminal Law Review of Social Media Advertisements Leading to Gambling and Illegal Activities in Indonesia*, Journal of Law, Politic and Humanities, Vol.5, No.4 (2025).

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menawarkan kajian hukum normatif, tetapi juga menyumbang analisis interdisipliner untuk penguatan penegakan hukum terhadap kejahatan siber yang melibatkan aktor publik digital.

B. PEMBAHASAN

1. Bentuk Keterlibatan Influencer dalam Praktik Endorsement Judi Online di Indonesia

Keterlibatan influencer dalam promosi judi online di Indonesia biasanya diwujudkan melalui strategi endorsement yang terstruktur dan terencana. Para pelaku usaha judi online memanfaatkan kepopuleran influencer, terutama mereka yang memiliki jutaan pengikut di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, untuk menyampaikan pesan promosi secara terselubung atau terbuka kepada publik. Bentuk endorsement ini seringkali dikemas secara menarik, baik melalui konten video pendek, siaran langsung, maupun unggahan bersponsor yang menyertakan tautan (*link referral*) menuju situs judi daring tertentu.⁵

Umumnya, influencer akan menyampaikan narasi yang menggambarkan pengalaman pribadi atau testimoni fiktif mengenai “keuntungan besar” yang didapatkan setelah bermain di platform tertentu. Tidak jarang pula mereka menyebutkan bahwa situs yang dipromosikan adalah “resmi”, “terpercaya”, atau “100% aman”, meskipun dalam kenyataannya situs tersebut tidak memiliki legalitas di Indonesia karena praktik perjudian secara umum dilarang oleh hukum nasional. Dalam beberapa kasus, promosi dilakukan dengan menyamarkan situs tersebut sebagai game biasa atau aplikasi hiburan, padahal di dalamnya terdapat fitur taruhan dengan uang sungguhan yang melanggar ketentuan pidana dan siber.⁶

Bentuk keterlibatan influencer juga dapat bersifat pasif-aktif, seperti menyematkan kode promosi dalam kolom deskripsi video, memberikan hadiah kepada pengikut yang mendaftar menggunakan kode referral, atau mengadakan kuis atau undian berhadiah untuk menarik minat lebih banyak pengguna.

⁵ Nono, Dewi dan Seputra, *Op.Cit.*.

⁶ Nur Kholis Majid dan Ali Maskur, *Tinjauan Terhadap Legalitas dan Tanggung Jawab Hukum Selebgram dalam Promosi Judi Online*, LEX et ORDO Jurnal Hukum Dan Kebijakan, Vol.1, No.1 (2023).

Tindakan ini secara langsung memenuhi unsur memberikan kesempatan berjudi sebagaimana tercantum dalam Pasal 303 KUHP karena secara faktual influencer turut menyediakan akses dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam aktivitas perjudian daring.⁷

Di sisi lain, relasi kontraktual antara influencer dan penyedia layanan judi online juga memperjelas keterlibatan hukum mereka. Beberapa laporan investigatif menunjukkan adanya kesepakatan bisnis berbentuk kerja sama iklan berbayar, di mana influencer menerima imbalan berupa uang, barang mewah, atau fasilitas lain sebagai bentuk kompensasi atas promosi yang mereka lakukan.⁸ Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan influencer tidaklah bersifat pasif atau tanpa sengaja, melainkan merupakan hasil dari hubungan kerja yang memiliki unsur kesengajaan (*mens rea*) serta perbuatan nyata (*actus reus*) dalam mendukung praktik yang dilarang secara hukum.

Bentuk-bentuk keterlibatan ini menjadikan influencer sebagai bagian dari mata rantai distribusi konten ilegal di ruang digital, sekaligus memperbesar jangkauan promosi judi online hingga menjangkau kelompok usia muda yang rentan. Tanpa adanya pengawasan yang tegas serta sanksi hukum yang konkret, praktik ini akan terus berkembang dan menciptakan ruang abu-abu hukum yang dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

2. Ketentuan Hukum Pidana Indonesia dalam Menjerat Influencer atas Promosi Judi Online

Dalam sistem hukum pidana Indonesia, tindakan influencer yang mempromosikan judi online merupakan perbuatan yang dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana. Ketentuan paling mendasar terkait hal ini tertuang dalam Pasal 303 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), yang menyebutkan bahwa setiap orang yang dengan sengaja memberi kesempatan atau turut serta di dalam kegiatan perjudian dapat dikenakan pidana penjara paling lama sepuluh tahun atau denda paling banyak dua puluh lima juta rupiah.⁹

⁷ Muhammad Abdillah Novaliando dan Zeehan Fuad Attamimi, *Accountability of Influencers Creating Online Gambling Promotional Content on Instagram*, Journal Equitable, Vol.9, No.1 (2024).

⁸ Hengki Irawan dkk., *Regulasi Hukum Bisnis dalam Praktik Endorsement Judi Online di Media Sosial oleh Influencer Indonesia: A Review*, Islamic Law Journal (ILJ), Vol.2, No.2 (2024):.

⁹ Pasal 303 Ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.

Muhammad Ramadhan Ridwanyah dkk.
*Pertanggungjawaban Pidana Influencer atas Endorse Judi Online: Kajian
Kejahatan Siber di Indonesia*

Adapun frasa “memberi kesempatan” memiliki cakupan yang luas dan dalam konteks digital, hal ini dapat diartikan sebagai tindakan mempromosikan situs judi secara langsung maupun tidak langsung melalui media sosial.

Lebih lanjut, hukum pidana Indonesia juga menempatkan influencer sebagai pihak yang bisa dipidana apabila ia turut serta dalam struktur promosi perjudian. Jika terdapat hubungan kerja sama yang jelas antara influencer dan penyedia layanan judi online—misalnya dalam bentuk kontrak atau pembayaran iklan—maka hal ini memenuhi unsur penyertaan dalam tindak pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 55 KUHP.

Di samping KUHP, instrumen hukum lain yang relevan adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang diperbarui dengan UU No.1 Tahun 2024. Dalam Pasal 27 ayat (2) UU ITE dinyatakan bahwa setiap orang dilarang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik yang bermuatan perjudian. Tindakan influencer yang membuat konten promosi atau menyebarkan tautan menuju situs judi online merupakan bentuk distribusi informasi elektronik yang melanggar ketentuan tersebut. Sanksinya diatur dalam Pasal 45 ayat (3), yakni ancaman pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan/atau denda paling banyak sepuluh miliar rupiah.

Perspektif lain juga dapat ditinjau dari prinsip pertanggungjawaban pidana yang tidak semata-mata menitikberatkan pada pelaku utama, melainkan juga pada pihak yang secara sadar ikut andil dalam proses terjadinya kejahatan. Dalam hal ini, peran influencer tidak bisa dianggap pasif, sebab mereka menjadi perantara strategis dalam menjangkau publik luas, terutama generasi muda yang rentan terhadap godaan perjudian.

Apalagi jika melihat dari praktik di lapangan, sebagian influencer menggunakan narasi manipulatif yang menyamakan judi online sebagai “game penghasil uang” atau “investasi cepat” yang legal, sehingga semakin membingungkan masyarakat dan memperbesar dampak negatifnya terhadap tatanan sosial.¹⁰ Maka, dalam kerangka penegakan hukum, adanya bukti digital

¹⁰ Dewa Ayu Mita Anjani, Made Sugi Hartono dan I Nengah Suastika, *Kajian Kriminologis Influencer Sebagai Pelaku Penyebar Konten Judi Online Di Kabupaten Buleleng*, Jurnal Komunitas Yustisia, Vol.6, No.3 (April 2025).

seperti unggahan promosi, tautan afiliasi, hingga transaksi pembayaran menjadi elemen penting dalam membuktikan keterlibatan pidana.¹¹

Dengan demikian, peraturan perundang-undangan Indonesia telah cukup memadai untuk menjerat influencer yang terlibat dalam promosi judi online. Yang menjadi tantangan saat ini adalah optimalisasi penegakan hukum berbasis digital forensik serta sinergi lintas sektor antara aparat penegak hukum, Kominfo, dan platform media sosial.

3. Kendala Penegakan Hukum dalam Membuktikan Pertanggungjawaban Pidana Influencer dalam Kejahatan Siber

Penegakan hukum terhadap influencer yang terlibat dalam kejahatan siber, khususnya promosi judi online, menghadapi berbagai kendala yang bersifat teknis, yuridis, dan struktural. Salah satu kendala utama terletak pada kesulitan pembuktian digital (*digital evidence*), karena aktivitas promosi biasanya dilakukan melalui media sosial yang bersifat lintas batas yurisdiksi. Konten yang sudah diunggah dapat segera dihapus atau disembunyikan, sementara akses data pengguna oleh aparat penegak hukum seringkali terkendala oleh kebijakan privasi platform internasional.¹²

Selanjutnya, dari aspek pembuktian hukum, penegak hukum harus membuktikan adanya *mens rea* (niat jahat) dan *actus reus* (perbuatan nyata) secara bersamaan. Dalam kasus promosi judi online, aparat perlu menunjukkan bahwa influencer tersebut secara sadar menerima keuntungan materiil atau menjalin kerja sama dengan penyelenggara situs judi. Bukti ini bisa berupa kontrak kerja sama, aliran dana, atau pesan komunikasi digital. Namun, pengumpulan dan verifikasi data semacam ini sering kali memerlukan bantuan lintas institusi, termasuk penyedia layanan internet (ISP), penyedia platform digital, hingga kerjasama internasional.¹³

¹¹ Tazkia Asshiva Maryam dkk., *Peran Digital Forensik dalam Pengumpulan Bukti pada Kasus Judi Online Kabupaten Demak*, KONSENSUS : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi, Vol.1, No.3 (2024).

¹² Army Handayani dkk., *Penegakan Hukum terhadap Praktik Judi Online di Era Digital: Studi Kasus Cyber Crime di Indonesia*, Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum, Vol.3, No.2 (2025).

¹³ "Indonesia, *Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, UU No.11 Tahun 2008, LN Tahun 2008 No.58, TLN No.4843, sebagaimana Telah Diubah dengan UU No.1 Tahun 2024, Pasal 27 dan Pasal 45.

Selain itu, kelemahan regulasi dan tumpang tindih kewenangan lembaga menjadi tantangan tersendiri. Meskipun sudah ada Undang-Undang ITE dan KUHP, implementasinya di lapangan masih menemui hambatan karena belum semua aparat penegak hukum memahami dimensi teknis kejahatan siber. Beberapa kasus bahkan tidak dilanjutkan ke tahap penyidikan karena dianggap sebagai “konten biasa” yang sulit dibedakan dari konten hiburan.¹⁴ Terlebih lagi, kerja sama antara aparat penegak hukum, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), serta platform media sosial belum sepenuhnya terintegrasi dalam sistem pelaporan dan penindakan.¹⁵

Secara sosiologis, ketenaran dan pengaruh influencer menjadi faktor yang dapat mempersulit proses hukum. Dalam banyak kasus, masyarakat justru memberikan dukungan kepada influencer meskipun sudah jelas terlibat dalam promosi judi daring. Hal ini menciptakan tekanan sosial terhadap aparat penegak hukum, bahkan dapat menimbulkan konflik kepentingan apabila influencer memiliki hubungan dekat dengan figur-figur kekuasaan.

Terakhir, kurangnya standar operasional prosedur (SOP) yang baku dalam menangani kasus cybercrime berbasis konten promosi membuat aparat sering bertindak reaktif alih-alih preventif. Padahal, penindakan terhadap kejahatan siber memerlukan sistem monitoring dan pelacakan yang konsisten serta berbasis teknologi.

Dengan demikian, meskipun aturan hukum yang mengatur promosi perjudian secara daring oleh influencer telah tersedia, kendala-kendala struktural dan teknis di atas memperlihatkan bahwa penegakan hukumnya masih jauh dari optimal. Oleh karena itu, reformulasi kebijakan digital, pelatihan aparat, serta peningkatan kerja sama lintas sektor menjadi langkah mendesak untuk mengatasi persoalan ini.

¹⁴ Sefriani, *Hukum Internasional: Suatu Pengantar*, 6th ed, Penerbit Rajawali Press, Jakarta, 2016.

¹⁵ Kantor Berita Radio (KBR), *Kompensasi Bagi Korban Terorisme*, 2017, diakses dari https://kbr.id/berita/nasional/kompensasi_bagi_korban_terorisme, diakses pada 24 Juli 2025, jam 07.57 WIB..

4. Solusi dan Rekomendasi Kebijakan atas Endorsement Judi Online oleh Influencer

Fenomena endorsement judi online oleh influencer menuntut pendekatan kebijakan yang menyeluruh, tidak hanya berbasis hukum pidana tetapi juga melibatkan pendekatan preventif, edukatif, dan teknologi informasi. Solusi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

Pertama, perlu dilakukan penguatan regulasi digital yang secara eksplisit melarang segala bentuk promosi perjudian oleh tokoh publik di ruang siber. Saat ini, ketentuan dalam UU ITE masih bersifat umum dan belum mengatur secara rinci mengenai tanggung jawab pihak ketiga, seperti influencer, dalam aktivitas promosi. Oleh karena itu, pembentukan *Peraturan Pemerintah* atau *Peraturan Menteri Kominfo* yang secara spesifik mengatur larangan promosi judi digital oleh figur publik menjadi kebutuhan mendesak.¹⁶

Kedua, diperlukan kerja sama lebih intensif antara aparat penegak hukum, Kementerian Komunikasi dan Informatika, serta platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Dengan membentuk sistem *real-time monitoring* berbasis Artificial Intelligence (AI), pemerintah dapat dengan cepat mengidentifikasi konten berbahaya dan menindak pelakunya secara administratif maupun pidana. Praktik semacam ini telah diterapkan di beberapa negara, seperti Korea Selatan dan Australia, yang memberikan wewenang kepada lembaga khusus untuk menyaring konten berisiko secara proaktif.¹⁷

Ketiga, pemerintah perlu melibatkan Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) serta Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) dalam menelusuri aliran dana dari platform judi ke rekening influencer. Transparansi transaksi digital ini akan menjadi alat bukti penting dalam proses pembuktian pidana, sekaligus membuka jalur pemblokiran terhadap rekening yang digunakan untuk kejahatan ekonomi berbasis siber.

¹⁶ Indonesia, *Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, UU No.11 Tahun 2008, LN Tahun 2008 No.58, TLN No.4843, sebagaimana telah diubah dengan UU No.1 Tahun 2024, Pasal 27 dan Pasal 45.

¹⁷ N. Kenda, *Implementasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) pada Pemerintah Provinsi Gorontalo*, Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik, Vol.19, No.3 (2015).

Keempat, di samping pendekatan represif, harus dilakukan kampanye edukasi digital yang masif kepada masyarakat, terutama generasi muda. Edukasi ini tidak hanya mengenai bahaya judi online, tetapi juga tentang etika berjejaring dan dampak hukum dari mendistribusikan atau mengonsumsi konten ilegal. Peran sekolah, kampus, dan komunitas digital perlu diaktifkan dalam membangun literasi digital yang sehat.¹⁸

Kelima, dilakukan reformasi kode etik profesi influencer atau content creator yang dapat disusun oleh asosiasi profesi atau regulator. Seperti halnya jurnalis memiliki kode etik pers, influencer pun perlu memiliki pedoman etis dalam membuat konten, termasuk larangan mempromosikan produk atau layanan ilegal.¹⁹ Pemerintah dapat memberikan insentif kepada influencer yang berperan aktif dalam kampanye digital positif, sebagai bentuk penghargaan sekaligus strategi untuk menciptakan *role model* yang baik di dunia maya.

Dengan demikian, solusi untuk menanggulangi endorsement judi online oleh influencer membutuhkan sinergi regulasi, penegakan hukum, teknologi, dan edukasi publik. Langkah-langkah ini penting agar ruang digital tidak menjadi arena bebas bagi kejahatan terselubung yang merusak tatanan moral, sosial, dan ekonomi bangsa.

C. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan influencer dalam promosi judi online di Indonesia umumnya terjadi melalui strategi endorsement yang terencana, baik secara terselubung maupun terang-terangan. Influencer memanfaatkan jangkauan digital dan kedekatan emosional dengan pengikutnya untuk menyebarkan konten bermuatan judi dengan cara menyamarkan aktivitas tersebut sebagai hiburan, permainan, atau investasi yang menguntungkan. Bentuk promosi ini tidak hanya melanggar norma sosial, tetapi juga menyalahi ketentuan hukum pidana yang berlaku.

¹⁸ Ridi Ferdiana dan Silmi Fauziati Mardi Arya Jaya, *Analisis Faktor Keberhasilan Startup Digital di Yogyakarta*, Prosiding SNATIF, 2017.

¹⁹ Sefriani, *Hukum Internasional: Suatu Pengantar*, 6th ed, Penerbit Rajawali Press, Jakarta, 2016.

Dalam perspektif hukum, tindakan influencer yang memfasilitasi, menyebarluaskan, atau memberikan akses terhadap situs judi daring telah memenuhi unsur tindak pidana berdasarkan *Pasal 303 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana* serta *Pasal 27 ayat (2) dan Pasal 45 ayat (3) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik* sebagaimana telah diubah dengan *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024*. Selain itu, apabila keterlibatan tersebut dilakukan berdasarkan kesepakatan bisnis atau kontrak, maka dapat diterapkan prinsip penyertaan pidana sebagaimana diatur dalam *Pasal 55 KUHP*.

Namun demikian, penegakan hukum terhadap influencer yang terlibat dalam promosi judi online masih menemui banyak kendala, baik dari sisi pembuktian digital, keterbatasan akses terhadap data lintas platform, kurangnya pemahaman aparat terhadap kejahatan siber, hingga belum optimalnya sinergi antar lembaga. Faktor sosial dan popularitas influencer juga menjadi tantangan tersendiri dalam proses penindakan hukum yang adil dan objektif.

Oleh karena itu, perlu adanya pembaruan kebijakan yang mencakup penguatan regulasi khusus, kerja sama lintas institusi, peningkatan forensik digital, serta kampanye literasi digital secara masif. Selain pendekatan represif, penguatan nilai etika dan profesionalisme di kalangan influencer melalui pembentukan kode etik serta pemberian insentif positif juga menjadi bagian penting dalam menciptakan ekosistem digital yang sehat dan bebas dari pengaruh promosi perjudian daring yang merusak generasi bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anjani, D. A. M., M. S. Hartono, & I. N. Suastika. 2025. *Kendala Penegakan Hukum Dalam Kasus Influencer Dan Judi Online*. (Denpasar: Fakultas Hukum Universitas Udayana).
- Nono, A., A. A. S. L. Dewi, & I. P. G. Seputra. 2021. *Aspek Hukum dalam Cybercrime di Indonesia*. (Bandung: Refika Aditama).
- Sefriani. 2016. *Hukum Internasional: Suatu Pengantar*. (Jakarta: Rajawali Press).
- Tsabit, M.. 2024. *Dampak Promosi Judi Online oleh Influencer terhadap Perilaku Masyarakat Digital*. (Jakarta: Media Kita).
- Wartalor. 2025. *Kecerdasan Buatan dalam Deteksi Konten Ilegal Digital*. (Jakarta: Pusat Studi Hukum Siber dan Teknologi).

Publikasi

- Amalia, Dinda, Aris Toteles dan Karlinae D. Bangas. *A Criminal Law Review of Social Media Advertisements Leading to Gambling and Illegal Activities in Indonesia*. Journal of Law, Politic and Humanities. Vol.5. No.4 (Mei 2025).
- Anjani, Dewa Ayu Mita, Made Sugi Hartono dan I Nengah Suastika. *Kajian Kriminologis Influencer Sebagai Pelaku Penyebar Konten Judi Online di Kabupaten Buleleng*. Jurnal Komunitas Yustisia. Vol.6. No.3 (April 2025).
- Ebu, Cyrilus Paulinus, Nur Handayati dan Noenik Soekorini. *The Responbility of Online Gaming Sites by Influencer on The Instagram Platform in Terms of The Ite Law*. Innovative: Journal of Social Science Research. Vol.4. No.2 (Juni 2024).
- Ferdiana, Ridi, dan Silmi Fauziati Mardi Arya Jaya. *Analisis Faktor Keberhasilan Startup Digital di Yogyakarta*. Prosiding SNATIF. Vol.4. No.1 (Maret 2017).
- Handayani, Army, dkk.. *Penegakan Hukum terhadap Praktik Judi Online di Era Digital: Studi Kasus Cyber Crime di Indonesia*. Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum. Vol.3. No.2 (Mei 2025).
- Irawan, Hengki, dkk.. *Regulasi Hukum Bisnis dalam Praktik Endorsement Judi Online di Media Sosial oleh Influencer Indonesia: A Review*. Islamic Law Journal (ILJ). Vol.2. No.2 (Juli 2024).
- Kenda, N. *Implementasi Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) pada Pemerintah Provinsi Gorontalo*. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik. Vol.19. No.3 (Januari 2015).
- Majid, Nur Kholis, dan Ali Maskur. *Tinjauan terhadap Legalitas dan Tanggung Jawab Hukum Selebgram dalam Promosi Judi Online*. LEX et ORDO Jurnal Hukum dan Kebijakan. Vol.1. No.1 (September 2023).
- Manaroinsong, F. G., & A. S. Wahongan. *Analisis Yuridis terhadap Promosi Judi Online Berdasarkan UU ITE*. Jurnal Lex Privatum. Vol.12. No.1 (Juli 2024).
- Maryam, Tazkia Asshiva, dkk.. *Peran Digital Forensik dalam Pengumpulan Bukti pada Kasus Judi Online Kabupaten Demak*. KONSENSUS : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi. Vol.1. No.3 (Juni 2024).

Nono, Ignasius Yosanda, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi dan I Putu Gede Seputra. *Penegakan Hukum terhadap Selebgram yang Mempromosikan Situs Judi Online*. Jurnal Analogi Hukum. Vol.3. No.2 (September 2021).

Novaliando, Muhammad Abdillah, dan Zeehan Fuad Attamimi. *Accountability of Influencers Creating Online Gambling Promotional Content on Instagram*. Journal Equitable. Vol.9. No.1 (Februari 2024).

Refalia, Boedi Prasetyo, Salsa. *Pembuktian Akun Palsu terhadap Selebgram yang Diduga Melakukan Promosi Judi Online*. Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.5. No.7 (Juli 2024).

Refalia, S., & D. Prasetyo. *Jejak Digital dan Pembuktian Pidana dalam Kasus Judi Online*. Jurnal Hukum Siber Indonesia. Vol.4. No.2 (2024).

Refalia, S., & D. Prasetyo. *Pembuktian Akun Palsu terhadap Selebgram yang Diduga Melakukan Promosi Judi Online*. Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.5. No.7 (Juli 2024).

Tazkia, A. M., M. A. Maharani, T. A. Fahrezi, & A. A. Nugroho *Peran Digital Forensik dalam Pengumpulan Bukti pada Kasus Judi Online Kabupaten Demak*. KONSENSUS: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi. Vol.1. No.3 (Juni 2024).

Koran/Majalah

P., Widodo. *Reklamasi, Pencemaran, dan Pertahanan*. Tempo, Senin, 30 Oktober 2017.

Website

Misbah, F. *Dampak Sosial Judi Online terhadap Kehidupan Keluarga*, Kompasiana, diakses dari <https://www.kompasiana.com>. diakses pada 12 Mei 2025.

Sumber Hukum

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 1. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6842.