PERSUASI
Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi

PERSUASI (Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi)
Volume 2 Nomor 2, Halaman 1-8, Agustus 2025

Tersedia secara daring pada:
http://jtam.ulm.ac.id/index.php/persuasi

Iklan Layanan Masyarakat Waspada Pinjaman *Online* Ilegal!

Andaka Bimo Wahyu Saputra[1], Muhammad Tanzilul Furqan[2], Muhammad Alif[3]
[1,2,3]Program Studi lmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat, Kota Banjarmasin
Surel: andakabimo@gmail.com, furqanmuh22@ulm.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan iklan layanan masyarakat (ILM) bertajuk "Waspada Pinjaman Online Ilegal!" yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya pinjaman online ilegal. Fokus utama penelitian mencakup edukasi terkait risiko bunga tinggi, praktik penagihan yang tidak etis, serta ancaman terhadap privasi pengguna. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen *pretest* dan *posttest* yang melibatkan pengikut media sosial Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan pendengar Radio Republik Indonesia (RRI) di Banjarmasin sebagai responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa ILM berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat secara signifikan, ditunjukkan melalui perbedaan skor rata-rata antara *pretest* dan *posttest*. Pendekatan kreatif berbasis teori difusi inovasi terbukti efektif dalam menyampaikan pesan edukatif. Selain itu, penggunaan media lokal seperti RRI dan media sosial OJK mampu menjangkau audiens yang relevan dengan efektif. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam mendukung literasi keuangan masyarakat Indonesia, khususnya dalam mengurangi potensi kerugian akibat praktik pinjaman online ilegal.

Kata Kunci: Iklan Layanan Masyarakat, Pinjaman Online Ilegal, Literasi Keuangan, Teori Difusi Inovasi, Media Lokal.

Cara Sitasi: Saputra, et al. (2025). Iklan Layanan Masyarakat Waspada Pinjaman Online Ilegal!. *JURNAL PERSUASI*, *2*(2), 1-8.

PENDAHULUAN

Pinjaman telah menjadi bagian penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat Indonesia. Ungkapan "gali lobang tutup lobang" mencerminkan kebiasaan masyarakat yang berhutang untuk melunasi utang lainnya. Fenomena ini semakin marak dengan hadirnya pinjaman online (pinjol) yang menawarkan kemudahan akses dan proses yang cepat. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat 18,07 juta peminjam aktif pada Desember 2023, yang setara dengan 5% populasi Indonesia. Namun, peningkatan jumlah peminjam ini juga diiringi oleh maraknya pinjol ilegal, yang kerap menimbulkan masalah seperti bunga tinggi dan metode penagihan yang tidak sesuai aturan.

Laporan dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) menunjukkan bahwa 39,5% pengaduan konsumen tahun 2023 terkait dengan pinjol, khususnya terkait praktik penagihan yang agresif dan intimidatif. Selain itu, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan dan faktor psikologis seperti impulsivitas berkontribusi terhadap

meningkatnya jumlah korban pinjol ilegal. Kelompok usia muda (18–35 tahun) menjadi segmen paling rentan terjerat pinjaman online ilegal karena kurangnya pengalaman dalam mengelola keuangan dan mudahnya terpengaruh oleh promosi yang menggiurkan.

Menyikapi fenomena ini, diperlukan upaya edukasi yang masif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang risiko pinjol ilegal. Salah satu langkah yang diambil adalah melalui kampanye iklan layanan masyarakat (ILM) bertajuk "Waspada Pinjaman Online Ilegal!". Kampanye ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mudah diakses mengenai bahaya pinjol ilegal, sekaligus membangun kesadaran agar masyarakat lebih bijak dalam mengelola keuangan. Iklan ini akan disiarkan melalui media sosial resmi OJK serta Radio Republik Indonesia (RRI) Banjarmasin, yang dianggap mampu menjangkau audiens secara luas.

Iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai risiko pinjaman online ilegal, seperti bunga tinggi, praktik penagihan yang tidak wajar, dan ancaman penipuan. Melalui kampanye ini, masyarakat diharapkan lebih waspada terhadap tawaran pinjol ilegal yang sering menjanjikan kemudahan tanpa mempertimbangkan risiko jangka panjang. Selain itu, ILM ini juga berupaya mengurangi jumlah korban pinjaman online ilegal dengan memberikan informasi yang akurat dan edukatif, sehingga masyarakat dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan keuangan dan terhindar dari kerugian finansial maupun dampak psikologis yang merugikan.

METODE

Penelitian ini melibatkan masyarakat Kota Banjarmasin, khususnya pengikut media sosial OJK dan pendengar RRI Banjarmasin. Mengingat luasnya populasi, metode rule of thumb digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang representatif. Dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya, jumlah sampel yang ditetapkan adalah 45 responden, yang dianggap cukup untuk memperoleh data yang valid mengenai efektivitas iklan layanan masyarakat terkait bahaya pinjaman online ilegal. Sampel dipilih menggunakan teknik random sampling, yang memberi peluang yang sama bagi setiap individu dalam populasi untuk menjadi responden. Metode ini dipilih karena jumlah pengikut media sosial OJK dan pendengar RRI cukup besar dan sulit dijangkau secara keseluruhan.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui *pretest* dan *posttest*. Metode ini bertujuan untuk mengukur pemahaman responden sebelum dan sesudah mereka terpapar iklan layanan masyarakat tentang pinjaman online ilegal. Langkah-langkahnya meliputi *pretest* untuk mengukur pemahaman awal responden melalui kuesioner, intervensi berupa pemaparan iklan layanan masyarakat yang memberikan edukasi terkait pinjaman online ilegal, serta *posttest* untuk menilai perubahan pengetahuan dan sikap responden setelah melihat iklan dengan menggunakan kuesioner yang sama. Melalui metode ini, penelitian dapat mengevaluasi efektivitas kampanye edukasi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya pinjaman online ilegal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Untuk mengukur efektivitas iklan ini, *pre-post tes*t dilakukan kepada responden. Pada tahap *pretest*, mayoritas responden menunjukkan pemahaman yang rendah terhadap karakteristik pinjaman *online* ilegal, dampak negatifnya, dan cara mencegahnya. Setelah pesan iklan disampaikan, hasil *posttest* menunjukkan peningkatan yang signifikan pada kesadaran dan pemahaman responden. Mereka menjadi lebih memahami risiko pinjaman ilegal, langkah pencegahan yang perlu dilakukan, serta pentingnya menggunakan *platform* keuangan yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hasil ini dibuktikan dari hasil Uji-T yang menunjukkan nilai yang signifikan antara perbedaan yang nyata antara *Pretest* dan *Posttest*, dengan rincian sebagai berikut:

Rata-rata selisih skor : $\bar{D} = \frac{2.450}{45} = 54{,}4$

Standar deviasi selisih skor :

$$SD = \sqrt{\frac{(60-54{,}4)^2 + (70-54{,}4)^2 + (30-54{,}4)^2 + 12.841}{45-1}}$$

$$= \sqrt{\frac{13.711}{44}}$$

$$= \sqrt{311{,}6} = 17{,}6$$

Standard Error : $SE = \frac{17{,}6}{\sqrt{45}} = \frac{17{,}6}{6{,}7} = 2{,}6$

Nilai T : $t = \frac{54{,}4}{2{,}623} = 20{,}74$

Nilai t_{krit}

- Tingkat signifikansi (α = 0.05), uji dua arah. α = 0.05 merupakan standar yang digunakan dalam penelitian sosial dan komunikasi. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti siap menerima risiko 5% membuat kesalahan dalam menolak hipotesis nol (H_0).
- Derajat kebebasan ($Df = n - 1 = 44$).
- Dari tabel t-Student atau menggunakan kalkulator statistik: $t_{krit} \approx 2{,}015$

Karena $20{,}74 > 2{,}015$, hasil signifikan, menunjukkan perbedaan yang nyata antara *Pretest* dan *Posttest*.

Pembahasan

Dalam pengerjaan tugas akhir ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI Banjarmasin berperan sebagai mitra utama. Kolaborasi ini bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat melalui iklan layanan masyarakat (ILM) yang membahas risiko dan pencegahan pinjaman online ilegal.

OJK merupakan lembaga independen yang bertugas mengawasi sektor jasa keuangan, termasuk mencegah praktik pinjaman ilegal. Sementara itu, RRI sebagai lembaga penyiaran publik memiliki peran penting dalam menyebarluaskan informasi edukatif kepada masyarakat. Kerja sama antara OJK dan RRI dalam kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya memilih layanan keuangan yang legal dan diawasi.

Strategi iklan dalam program ini terdiri dari dua format utama: iklan audio-visual (video) dan iklan audio (voice over). Iklan video memanfaatkan elemen visual dan suara untuk menciptakan pengalaman interaktif, sementara iklan audio berfokus pada narasi yang jelas dan musik latar yang mendukung. Evaluasi menunjukkan bahwa ILM berbasis video efektif dalam menarik perhatian, meskipun beberapa responden mencatat perlu adanya perbaikan dalam pergerakan kamera dan efek suara. Sementara itu, ILM berbasis audio dinilai unggul dalam kejelasan narasi, meskipun perlu peningkatan dalam pemilihan musik latar agar lebih selaras dengan pesan yang disampaikan.

Dengan hasil yang menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap pinjaman ilegal, kolaborasi antara OJK dan RRI Banjarmasin terbukti efektif dalam menyebarluaskan informasi keuangan yang bermanfaat. Perbaikan dalam aspek teknis produksi dapat lebih meningkatkan daya tarik dan efektivitas kampanye serupa di masa mendatang.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian dan kampanye yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan dapat diambil:

1. Peningkatan Kesadaran Publik
   Kampanye iklan layanan masyarakat "Waspada pinjol Ilegal!" berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang risiko penggunaan pinjaman *online* ilegal, seperti bunga tinggi, pelanggaran privasi, dan metode penagihan yang tidak etis.
2. Efektivitas Media Komunikasi
   Penggunaan *platform* digital dan radio, seperti media sosial OJK dan RRI Banjarmasin, terbukti efektif menjangkau target *audiens*, terutama kelompok usia 18-35 tahun yang rentan terhadap jeratan pinjaman *online* ilegal.
3. Relevansi Konten Kampanye
   Pendekatan berbasis cerita nyata dan visualisasi menarik membantu *audiens* memahami dampak negatif dari pinjol ilegal secara emosional dan rasional, mendorong perubahan perilaku keuangan yang lebih bijak.
4. Kolaborasi yang Optimal
   Kolaborasi antara Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Lembaga Penyiaran Publik (RRI) menghasilkan sinergi yang kuat dalam menyampaikan pesan edukatif kepada masyarakat luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta kasih sayang-Nya sehingga dapat terselesaikannya Tugas Akhir: Iklan Layanan Masyarakat yang berjudul "Waspada Pinjaman Online Ilegal". Peneliti menyadari bahwa penelitian ini dapat terselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada :

1. **Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, yang telah berkenan menerima peneliti sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat;
2. **Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si.** selaku Ketua Program Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah bersedia memberikan layanan secara akademik maupun administratif kepada peneliti sejak awal studi sampai saat ini;
3. **Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si.** selaku Dosen Pembimbing peneliti yang sangat berjasa, penuh kesabaran dan senantiasa menyertai peneliti dalam menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini;
4. **Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat** yang telah berjasa dalam memberikan banyak ilmu pengetahuan baru yang belum peneliti ketahui sebelumnya;
5. **Ayah** kami tercinta, yang senantiasa tiada hentinya selalu melangitkan doa baiknya serta selalu memberikan dukungan baik moral maupun material dalam memperjuangkan masa depan dan kebahagiaan penulis. Kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada Ayah kami;
6. **Ibunda** kami, pahlawan kami yang selalu hadir sebagai sumber kekuatan dan doa tanpa henti. Sejak kecil, beliau memberikan dukungan moral dan semangat, membuat kami merasa mampu menghadapi segala tantangan. Kasih sayangnya mengajarkan kami untuk tidak menyerah, terus berjuang, dan percaya pada diri sendiri. Setiap pencapaian kami adalah hasil dari doa dan perjuangannya yang tulus;
7. **Kakak dan adik** kami tercinta, yang sudah selalu percaya pada kemampuan peneliti dan memberi semangat tiada henti untuk kami;
8. Serta seluruh keluarga besar yang peneliti sayangi dan cintai yang selalu mendoakan setiap langkah, mendukung, memberikan perhatian, dan kepercayaan kepada peneliti untuk menimba ilmu demi menggapai cita-cita agar dapat bermanfaat bagi banyak orang;
9. **Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Prov. Kalimantan Selatan** selaku mitra utama dan **Radio Republik Indonesia (RRI) Prov. Kalimantan Selatan** selaku mitra pendukung yang telah menerima dan mendukung penuh jalannya produksi tugas akhir ini. Terima kasih atas dukungan moril dan materil yang telah diberikan, serta suasana kerja yang nyaman dan suportif yang selalu diciptakan sepanjang proses ini. Dukungan dan kerja sama dari OJK Kalsel dan RRI Kalsel menjadi salah satu kunci utama dalam menyukseskan tugas akhir ini.

10. **Adzkia Oktaviani, Atira Fazilla Humayra, Adhelia Fadmasari, dan Ghinaa** yang telah bersedia menjadi *talent* dalam video Iklan Layanan Masyarakat ini. Terima kasih atas waktu, tenaga, dan dedikasi yang telah kalian berikan selama proses produksi. Tanpa kontribusi luar biasanya, iklan layanan masyarakat ini mungkin tidak akan terwujud. Kehadiran dan usahanya sangat berarti bagi keberhasilan tugas akhir ini;
11. **Sembilan sahabat terbaik** yang peneliti temui di LPM INTR-O pada tahun 2021. Kalian telah menjadi garda terdepan bagi peneliti, senantiasa hadir di setiap suka dan duka, tanpa pernah meninggalkan peneliti dalam keadaan apa pun. Ketulusan hati, semangat yang tak pernah padam, dan kebahagiaan yang kalian bawa telah menjadi energi yang luar biasa bagi peneliti, terutama di perjalanan panjang dari awal hingga akhir semester ini;
12. **Teman-teman terbaik di HoliyeAAy,** kalian adalah bagian penting dalam perjalanan penelitian ini. Kehadiran kalian yang senantiasa ada di setiap momen, baik dalam suka maupun duka, menjadi hal yang sangat berarti bagi peneliti. Di setiap tantangan yang peneliti hadapi, kalian hadir dengan ketulusan hati, semangat yang tak pernah padam, serta dukungan yang begitu tulus. Kebahagiaan dan energi positif yang kalian bawa selalu mampu memberikan kekuatan luar biasa bagi peneliti untuk melangkah lebih jauh. Dalam perjalanan panjang semester ini, kalian tidak hanya menjadi teman, tetapi juga keluarga yang selalu memastikan peneliti tidak pernah merasa sendiri. Peneliti sangat bersyukur memiliki kalian sebagai bagian dari perjalanan ini. Terima kasih atas semua kebersamaan, pengorbanan, dan momen tak terlupakan yang telah kalian berikan. Semoga hubungan ini tetap terjaga dengan baik, dan kita semua dapat terus saling mendukung dalam perjalanan hidup masing-masing.
13. **Rekan kerja di RRI Banjarmasin** yang telah memberikan dukungan moril selama proses penyelesaian tugas akhir ini. Terima kasih atas pengertian yang luar biasa terhadap kesibukan peneliti di bidang studi, serta atas kerja sama yang baik selama ini. Kehangatan dan dukungan dari rekan-rekan telah menciptakan lingkungan kerja yang begitu suportif;

Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu dalam kesempatan ini yang telah membantu peneliti baik langsung maupun tidak langsung memberikan dukungannya sehingga penyusunan Tugas Akhir: Iklan Layanan Masyarakat ini dapat selesai dengan tepat waktu;

DAFTAR PUSTAKA

Amelia, D., Karina, Simatupang, N., Sinuraya, B. J., & Rahmat. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. Jurnal Manajemen, 7, 1–14.

Badri, M. (2022). Komunikasi Inovasi dalam Adaptasi Kebiasaan Baru: Studi Deskriptif pada Pelaku Usaha di Provinsi Riau. Jurnal Komunikasi Pembangunan, 20(01), 1–13. https://doi.org/10.46937/20202238001

Bank Indonesia (BI). (2021a). Studi Dampak Pinjaman Online terhadap Masyarakat. Bank Indonesia (BI). (2021b). Studi Dampak Pinjaman Online terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

D. Miranti Wulandari, Satrio A. Dauhan, Jonathan E. Rayon, Amirah Hadi A., & Indah D. Salsabila. (2024). Indonesia Financial Sector Development Kuartal IV/2023.

Dwiyanti, E., Trisna, N., Ekonomi, H. J., & Akuntansi, D. (2021). Pengaruh Faktor Psikologis Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Melakukan Pinjaman Online Melalui Peer-To-Peer Lending Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2017 Universitas Pendidikan Ganesha). In Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha (Vol. 12, Issue 03).

Fatimah, S., & Syarifuddin, S. (2020). Analisis Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Media Sosial. Jurnal Komunikasi Dan Media, 5(2), 98–112.

Firdaus, Y. (2022). De Cive: Perlindungan Hukum terhadap Pengguna Pinjaman Online Ilegal. https://journal.actual-insight.com/index.php/decive/article/view/1501

Frederica, D., Cristina Susianti Magdalena, F., Gunarso, G., Anatasia, C., Devilina Cici, H., Studi Akuntansi, P., & Kristen Krida Wacana, U. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN FAKTOR LAINNYA TERHADAP NIAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN pinjol. JRB-Jurnal Riset Bisnis, 7(1), 141–155. https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jrb/article/view/5723

Gista Aprilia. (2019). Komunikasi Inovasi Transaksi Elektronik Melalui Program Smart Card di Kota Pekanbaru.

Kohardinata, C., & Widianingsih, L. P. (2023). Pertumbuhan Pinjaman Peer-to-Peer (P2P) Terhadap Pertumbuhan Kredit Modal Kerja, Investasi, dan Konsumsi: Disruptif pada Perbankan di Indonesia. Jurnal E-Bis, 7(1), 1–13. https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i1.1139

Lembaga Bantuan Hukum (LBH). (2020). Laporan Kasus Penipuan dan Eksploitasi dalam Pinjaman Online Ilegal di Indonesia.

Mike Fetesond, & Pandu Adi Cakranegara. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMAMPUAN AKADEMIS, DAN PENGALAMAN BEKERJA TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 9(1), 259–274.

Mishkin, F. S. (n.d.). THE ECONOMICS OF MONEY, BANKING, AND FINANCIAL MARKETS Thirteenth Edition Global Edition.

Morissan. (2012). Metode Penelitian Survei (1st ed., Vol. 5). Prenada Media Group.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2016). POJK tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2020). Laporan Perkembangan Pinjaman Online di Indonesia.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). Survei Penggunaan Pinjaman Online di Indonesia Tahun 2022.

Putong, I., & Andjaswati, N. D. (2010). Pengantar Ekonomi Makro (1st ed., Vol. 1). Mitra Wacana Media.

Rahmawati, D., & Suharto, R. (2022). Masalah Pemahaman dalam Iklan Layanan Masyarakat: Studi Kasus Kampanye Anti-Narkoba. Jurnal Komunikasi, 7(1), 22–35.

Rogers, E. M. (1983). Diffusion of Innovations. Free Press.

RRI Yogyakarta. (2020, April 21). Sejarah RRI. RRI Yogyakarta.

Schiller, B., & Gebhardt, K. (2022). The Macroeconomy Today (16th Edition). McGraw-Hill Education.

Suciati, & Prasetya Irawan. (2001). Teori Belajar dan Motivasi (1st ed., Vol. 1). akarta : PAU-PPAI Universitas Terbuka.

Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi (Cetakan 1). PT Pustaka Barupress.

Wijaya, A., & Kusuma, I. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan Pesan Iklan Layanan Masyarakat. Jurnal Ilmu Komunikasi, 18(3), 253–268.