

Pengaruh Terpaan Bermain Boardgame Waroong Wars dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Beli Kuliner Tradisional

Oleh Ahda Hanif Fauzi, Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Jalan Profesor Haji Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email: fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Boardgame saat ini terus berkembang di Indonesia dilihat dari banyak bermunculan boardgame lokal dan komunitas pemain itu sendiri. Hal ini merupakan potensi yang dapat digunakan baik oleh pemerintah maupun pengusaha dalam hal mempromosikan produk mereka. Dan di sisi lain pendapatan perkapita Indonesia terus meningkat tiap tahunnya dan masyarakatnya setidaknya sekali dalam sehari makan di luar rumah, masih kalah jika dibandingkan dengan negara tetangga, padahal dengan semakin banyaknya masyarakat bersantap di luar dapat mendorong pertumbuhan perekonomian melalui bidang kuliner. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan board game Waroong Wars dan tingkat pendapatan terhadap minat beli kuliner tradisional. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Pembelajaran Sosial dan Teori Konsumsi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tipe explanatori. Penelitian ini menggunakan teknik non random dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang berusia 15 tahun keatas yang pernah bermain boardgame Waroong Wars.

Hasil dari analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa terpaan bermain boardgame Waroong Wars tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli kuliner tradisional, ditunjukkan dengan nilai signifikansinya 0,101 yang lebih besar dari 0,05, dan tingkat pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli kuliner tradisional hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian didapatkan nilai signifikansinya 0,394 yang lebih besar dari 0,05. dari hasil yang diperoleh terpaan bermain boardgame Waroong Wars dan tingkat pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli kuliner tradisional, maka disarankan bagi para pengusaha kuliner untuk mencari alternatif media lain untuk meningkatkan ketertarikan konsumen pada kuliner tradisional seperti media sosial ataupun *reviewer* makanan baik di media televisi maupun internet. Sedangkan untuk pemerintah disarankan untuk mendorong minat beli kuliner tradisional melalui media televisi dan internet serta menambah penyelenggaraan festival kuliner tradisional dari berbagai daerah di Indonesia.

Kata Kunci: Terpaan Boardgame, Tingkat Pendapatan, Minat Beli, Kuliner, Waroong Wars

ABSTRACT

Boardgame currently continues to grow in Indonesia, as seen from the many local boardgame popping up and the player community itself. This is a potential that can be used by both governments and entrepreneurs in terms of promoting their products. And on the other hand Indonesia's per capita income continues to increase every year and its people eat at least once a day outside the home, still inferior when compared to neighboring countries, even though the increasing number of people dining outside can encourage economic growth through the culinary field. Thus this study aims to determine the effect of exposure to Waroong Wars board games and the level of income on buying interest in traditional culinary. Theories used in this research are Social Learning Theory and Information Consumption Theory. This research is a quantitative research with explanatory type. This study uses a non random technique with a total sample of 50 people aged 15 years and over who have played the Waroong Wars board game..

The results of a simple linear regression analysis show that exposure to playing Waroong Wars boardgame has no influence on traditional culinary buying intentions, indicated by a significance value of 0.101 which is greater than 0.05, and the level of income has no influence on traditional culinary buying interest. This can be seen from the test results obtained a significance value of 0.394 which is greater than 0.05. from the results obtained by exposure to playing the Waroong Wars board game and the level of income does not have an influence on buying interest in traditional culinary, it is recommended for culinary entrepreneurs to look for other alternative media to increase consumer interest in traditional culinary such as social media or food reviewers both in television media and Internet. As for the government, it is suggested to encourage the interest of buying traditional culinary through television and internet media as well as increasing the holding of traditional culinary festivals from various regions in Indonesia.

Keywords: Boardgame Exposure, Income Levels, Buying Interest, Culinary, Waroong Wars

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini dimana teknologi informasi yang begitu berkembang dengan pesatnya memberikan dampak yang menyeluruh bagi segala lini kehidupan di dunia, terlebih lagi dalam hal kemudahan dalam memperoleh berbagai jenis informasi. Hal ini pula yang mendorong perkembangan media massa di dunia untuk mengikuti tuntutan zaman dimana saat ini semua serba cepat dan mudah bagi khalayak untuk mengakses informasi tersebut.

Internet sebagai pondasi dalam perkembangan dalam distribusi informasi semakin lama semakin terus bertambah para penggunanya. Namun sebagai mana dari survei yang dilakukan oleh AC Nielsen pada tahun 2017 menunjukkan bahwa masyarakat indonesia masih bergantung terhadap media televisi sebagai sumber informasi sebanyak 96%, disusul oleh Media Luar Ruang (53%), Internet (44%), Radio (37%), Surat Kabar (7%), Tabloid (3%), dan Majalah (3%) (Nielsen, 2017).

Perkembangan ini juga mempengaruhi perkembangan permainan dunia, yang menunjukkan adanya peralihan game game digital yang semakin menjamur di berbagai

platform seperti konsol, komputer, dan smartphone.

Namun ada permainan lain yang mungkin tidak sepopuler game yang ada, yaitu boardgame atau dalam bahasa Indonesia disebut permainan papan.

Perkembangan board game di dunia berkembang dengan pesat di buktikan dari banyaknya jenis board game dari berbagai negara. Mulai dari board game yang simple sampai dengan yang kompleks. Hal ini menjadikan banyaknya pilihan permainan untuk dimainkan diluar dari board game – board game klasik seperti catur, monopoly, ular tangga dan lainnya.

Di Indonesia sendiri juga banyak bermunculan board game lokal yang membawa unsur Indonesia. Salah satunya adalah Board game “Waroong Wars”. Waroong Wars sendiri adalah juara 1 Board Game Challenge 2015 yang diadakan oleh Harian Kompas. Board game ini merupakan permainan papan berjenis Card game yang mengangkat tema makanan khas Surabaya.

Perkembangan boardgame di Indonesia sendiri semakin baik dilihat dari semakin banyaknya game yang dikeluarkan para developer boardgame local dan juga setidaknya ada 36 komunitas boardgame hingga 2019 yang tersebar di kota-kota di Indonesia.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat produk domestik bruto (PDB) per kapita Indonesia meningkat menjadi US\$ 3.927 atau sekitar Rp 56 juta per kapita per tahun di 2018. Angka tersebut naik dibandingkan tahun 2017 Rp 51,9 juta dan 2016 Rp 47,9 juta. Pertumbuhan ekonomi Indonesia di

2018 tercatat sebesar 5,17%. Sektor konsumsi masih menjadi motor utama penggerak ekonomi Indonesia dengan persentase 56,01%.

Biasanya semakin besar pendapatan seseorang maka semakin meningkat pula konsumsi mereka terhadap kebutuhan hidup, tapi apakah peningkatan konsumsi tersebut juga berdampak pada peningkatan minat beli kuliner tradisional di Indonesia yang notabene makanan adalah kebutuhan pokok manusia.

Berdasarkan riset AC Nielsen, Indonesia menduduki posisi kelima di mana masyarakatnya sering bersantap atau jajan di luar rumah setidaknya satu kali dalam sehari. Posisi pertama ditempati Malaysia (23 persen), posisi kedua ditempati Thailand (22 persen), Singapura (19 persen) berada di urutan ketiga dan Vietnam (16 persen) di urutan keempat. Dengan presentase sebesar 11% tersebut masyarakat Indonesia menyantap makanan diluar setidaknya sekali dalam sehari dan kebiasaan masyarakat yang sering jajan diluar ini memiliki potensi untuk terus meningkat dibandingkan dengan negara lain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan survey yang dilakukan Nielsen yang menunjukkan bahwa Indonesia berada pada posisi kelima di Asia Tenggara dimana masyarakatnya setidaknya sekali dalam sehari makan atau jajan di luar rumah dalam sehari, masih kalah jika dibandingkan dengan negara tetangga, padahal dengan semakin banyaknya masyarakat bersantap di luar akan membantu pengusaha kuliner berkembang dan hal tersebut dapat mendorong

pertumbuhan perekonomian melalui kontribusi di bidang kuliner.

Disisi lain, ada media yang saat ini terus menerus berkembang di Indonesia yaitu board game, dilihat dari banyak bermunculan judul-judul boardgame yang dibuat oleh developer lokal dan juga pertumbuhan dari komunitas pemain itu sendiri. Hal ini merupakan sebuah potensi yang dapat digunakan baik oleh pemerintah maupun pengusaha dalam hal mempromosikan produk mereka.

Peningkatan pendapatan perkapita masyarakat yang terus naik dari tahun ketahun membantu pula menggerakkan pertumbuhan perekonomian negara melalui konsumsi masyarakat pada berbagai sektor ekonomi yang ada, salah satunya adalah sektor kuliner.

Kondisi ini memicu penelitian ini untuk mencari tahu; Apakah ada pengaruh terpaan board game Waroong Wars dan tingkat pendapatan terhadap minat beli kuliner tradisional?

1.3 Kerangka Teori

Terpaan Bermain Boardgame Waroong Wars

Terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media atau pun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang pemahaman pesan yang disampaikan melalui media. (Ardianto, 2010: 148)

Board game adalah permainan dengan seperangkat aturan tetap yang membatasi jumlah keping di papan, jumlah posisi untuk keping ini, dan jumlah gerakan yang

mungkin. Keterbatasan dalam aturan ini mungkin kontras dengan permainan ketrampilan yang kemungkinan jumlah posisi yang tidak terbatas. (Gobet, 2004: 2)

Maka dari itu Terpaan Board game dapat diartikan sebagai seberapa pemahaman yang didapatkan ketika bermain boardgame tersebut.

Tingkat Pendapatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). (KBBI)

Sedangkan menurut Kamus Manajemen, pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba (Marbun, 2003:230).

Pendapatan seseorang dapat didefinisikan sebagai seberapa banyak uang yang diperoleh seseorang pada jangka waktu tertentu.

Minat Beli Kuliner Tradisional

Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut (Simamora, 2002:131).

Sedangkan menurut Howard (1994) dalam Durianto dan Liana (2004:44) minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Dari pengertian tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah pikiran seseorang berupa dorongan yang

mampu membuat seseorang memberikan perhatian lebih terhadap suatu barang atau jasa dan memiliki rencana untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

Terpaan bermain board game Waroong Wars dan minat beli kuliner tradisional.

Board game yang merupakan salah satu bentuk dari game yang bisa dimanfaatkan sebagai media promosi. Terpaan bermain board game terdapat beragam tingkatan bergantung pada durasi bermain dan pemahaman seseorang terhadap pesan yang disampaikan dalam board game tersebut yang diterima ketika bermain board game tersebut.

Teori yang dapat menjelaskan efek media adalah teori pembelajaran sosial dari Bandura (Rakhmat, 2011:238). Teori pembelajaran sosial (social learning theory) adalah salah satu teori dari bidang psikologi yang berguna dalam mempelajari dampak media massa yang dicetuskan oleh Albert Bandura (1977-1994). Teori yang menyatakan bahwa terjadi banyak pembelajaran melalui pengamatan pada perilaku orang lain. Teori ini dapat digunakan dalam menganalisis kemungkinan dampak perubahan perilaku yang diterima melalui pengalaman ketika bermain boardgame yang dimana boardgame salah satu bentuk game yang menjadi sebuah media pembelajaran.

Bandura menjelaskan proses belajar sosial dalam empat tahapan proses, yaitu

1. Proses perhatian (attention),

Proses perhatian adalah proses pengamatan atau perhatian yang muncul melalui tindakan atau gambaran pola pemikiran atau abstract modeling yang berupa sikap, nilai atau persepsi realitas yang diamati dari lingkungan sekitar.

2. Proses pengingatan (retention),

Proses pengingatan adalah kemampuan menyimpan hasil pengamatan dan menggunakan kembali untuk bertindak dalam keadaan yang serupa sesuai dengan teladan yang diberikan.

3. Proses reproduksi motoris,

Proses reproduksi motoris adalah dimana individu dapat menghasilkan kembali perilaku atau tindakan yang telah diamati.

4. Proses motivasional.

Proses motivasional adalah daya tarik, untuk menimbulkan ketertarikan dan memunculkan perilaku meniru.

Dengan keberagaman terpaan dari bermain board game “Waroong Wars” yang ada tersebut pada penelitian ini digunakan sebagai indikator dalam mengukur terpaan bermain board game yang digunakan untuk mengukur seberapa tercapainya tujuan dari promosi yang dilakukan melalui board game Waroong Wars tersebut yaitu memunculkan minat dari individu yang sudah menggunakan media tersebut dan belajar dari konten yang ada pada board game tersebut untuk berencana membeli kuliner tradisional.

Tingkat pendapatan dan minat beli kuliner tradisional

Tingkat pendapatan masyarakat yang berbeda beda memberikan karakteristik berbeda pula pada ketertarikan tiap tingkatan pendapatan masyarakat. Seperti yang dijelaskan dalam Teori Konsumsi yang dikemukakan oleh John Maynard Keynes, mengedepankan variabel utama dalam analisisnya yaitu konsumsi dipengaruhi oleh tingkat pendapatan $C = f(Y)$. (Mankiw, 2003:425-426)

Secara garis besar teori konsumsi Keynes menyatakan bahwa, (besar-kecil) konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi oleh besarnya pendapatan. Sedangkan unsur tabungan tidak terlalu berdampak terhadap perubahan jumlah barang dan jasa yang dikonsumsi masyarakat.

Semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin banyak pula keinginan yang ingin dipenuhi baik berupa peningkatan sandang, pangan dan papan serta kebutuhan tersier yang semakin bertambah seiring bertambahnya pendapatan. Pada penelitian ini perbedaan tingkat pendapatan masyarakat digunakan sebagai tolok ukur apakah tingkat pendapatan yang diperoleh setiap individu mempengaruhi terhadap ketertarikan mereka untuk membeli kuliner tradisional.

1.4 Hipotesis

H1: Terdapat pengaruh terpaan bermain board game Waroong Wars terhadap minat beli kuliner tradisional.

H2: Terdapat pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat beli kuliner tradisional.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tipe explanatori. Penelitian ini menggunakan teknik non random dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang dengan usia 15 tahun keatas yang pernah bermain boardgame Waroong Wars. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier.

II. Hasil Penelitian

2.1 Pengaruh Terpaan Bermain Boardgame Waroong Wars Terhadap Minat Beli Kuliner Tradisional

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel ANOVA terpaan boardgame waroong wars

memperoleh nilai signifikansinya 0,101 yang lebih besar dari 0,05 jadi dapat dikemukakan bahwa terpaan bermain boardgame waroong wars tidak mempunyai pengaruh terhadap minat beli kuliner tradisional.

2.2 Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Beli Kuliner Tradisional

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel ANOVA tingkat pendapatan memperoleh nilai dan nilai signifikansinya 0,394 yang lebih besar dari 0,05 jadi dapat dikemukakan bahwa tingkat pendapatan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat beli.

2.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis membuktikan bahwa terpaan boardgame waroong wars memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,101 dan tingkat pendapatan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,394 yang berarti bahwa kedua variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap minat beli kuliner tradisional. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang dikemukakan pada BAB I tidak didukung oleh hasil uji tersebut.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa baik mereka yang mendapatkan terpaan bermain boardgame Waroong Wars yang tinggi maupun rendah, konsumen mayoritas memiliki minat beli yang tinggi terhadap kuliner tradisional begitu pula dengan tinggi rendah tingkat pendapatan mereka. Berdasarkan hal tersebut kemungkinan besar minat beli kuliner tradisional lebih banyak dipengaruhi oleh faktor faktor lain seperti faktor harga, faktor kualitas, faktor brand/merek, faktor ketersediaan, faktor kemasan/ tampilan, serta faktor acuan /rujukan.

Hal ini diperkuat pula dengan temuan beberapa penelitian lain yang meneliti tentang berbagai faktor yang mempengaruhi minat beli, seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Saputra (2017) menemukan bahwa harga dan kualitas produk mempengaruhi minat beli, begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah, Munandar dan Samsyun (2017) menemukan bahwa citra merek dan keamanan produk juga berpengaruh terhadap minat beli.

III. Penutup

3.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis, terpaan bermain boardgame Waroong Wars tidak berpengaruh terhadap minat beli kuliner tradisional, sehingga tinggi rendahnya terpaan yang diperoleh dari bermain boardgame tidak mempengaruhi minat beli kuliner tradisional yang dipromosikan didalamnya.

2. Berdasarkan hasil uji hipotesis, tingkat pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat beli kuliner tradisional, sehingga tinggi rendahnya pendapatan tidak mempengaruhi minat beli masyarakat pada kuliner tradisional yang cenderung tinggi pada tingkat pendapatan berapapun.

3.2 Saran

1. Untuk pengusaha kuliner tradisional hendaknya mencari cara pemasaran yang lain untuk meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap kuliner tradisional, seperti melalui media sosial maupun melalui *reviewer* makanan baik televisi maupun internet.

2. Untuk pemerintah yang ingin mendorong konsumsi kuliner tradisional dapat memilih media lain untuk promosi yang mungkin dapat memberikan pengaruh yang lebih dibandingkan dengan media boardgame seperti media televisi dan Internet serta melalui memperbanyak

penyelenggaraan Festival Kuliner Tradisional Nusantara.

3. Untuk penulis yang ingin mengkaji tentang minat beli kuliner tradisional, peneliti menyarankan untuk dapat mengkaji variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, sehingga penelitian di masa mendatang dapat mengakomodir informasi yang tidak didapatkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Elvinaro. Dkk. 2010. *Komunikasi massa : suatu pengantar edisi revisi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Medias
- Gobet, Fernand., de Voogt, Alex., & Retschitzki, Jean. 2004, *Moves in Mind: The Psychology of Board Games*. 10.4324/9780203503638.
- Koentjaraningrat. 2003 . *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana.
- Mankiw, n. Gregory. 2003. *Teori Makroekonomi (edisi kelima)*. Jakarta: Erlangga.
- Marbun, B.N . 2003, *Kamus Manajemen*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Rakhmat, Jalaludin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. 2016. *Research Method for Bussiness : A Skill Building Approach (7th edition)*. United Kingdom: John Wiley & Son Ltd.
- Simamora, Bilson. 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Surabaya: Pustaka Utama.
- Sugiyono.2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,dan R&D*. Jakarta: Alfabet.

Jurnal:

- Muhammad Fakhru Rizky Nasution, Hanifa - Yasin. 2014. *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. Medan: Jurnal Manajemen & Bisnis. Vol.14, No.02
- Dwiki Rachamawati D, Maria Magdalena M, Patricia Dhiana P. 2015. *Pengaruh Word Of Mouth, Tingkat Pendapatan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Semarang: Jurnal of Management. Vol.1, No.1
- Putri, Amelina Fauzan Lestari. 2014. *Konsumsi Konten Media Korea Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Mengonsumsi Produk Korea*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Durianto, D dan C. Liana. 2004. *Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumen Decision Model*, Jurnal Ekonomi Perusahaan, 11 (1):35-55
- Utami, Ruri Putri dan Hendra Saputra. 2017. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan*, Jurnal Niagawan Vol 6 No 2
- Nurhasanah, S, Jono M Munandar dan Muhammad Samsyun. 2017. *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal Pada Konsumen*, Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol.8 No.3

Internet:

- <https://boardgamegeek.com/boardgame/185987/waroong-wars>
- <http://boardgamechallenge.id/apa-itu-board-game/>
- https://web.facebook.com/WaroongWars/?_rdr
- <http://boardgame.id/resensi-waroong-wars-card-game-kuliner-dari-surabaya/>
- <http://www.duniaku.net/2016/05/21/warong-wars-suvenir-kementerian-pariwisata-indonesia/>
- <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4415935/pendapatan-perkapita-ri-naik-jadi-rp-56-juta-per-tahun>
- <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/11/14/24-board-games-diperkenalkan-di-jerman>
- <https://kumparan.com/dewi-rachmat-k/bps-pendapatan-rata-rata-orang-indonesia-rp-4-juta-per-bulan>
- <https://kumparan.com/luthfa-nurridha1487566251351/11-persen-masyarakat-indonesia-doyan-jajan-di-luar-rumah>
- <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia/>
- <https://www.playday.id/c/>