



PERAN TAMAN WISATA MAHONI BANGUN SENTOSA (MBS) DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI KOTA SERANG

Sekar Wahyu Ningtyas¹, Amalia Rosdiany², Juan Ananda³ Ade Fauji⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Bangsa

Email: sekarbintang954@gmail.com¹, amaliarosdiany414@gmail.com², juanananda318@gmail.com³,
adefauji1@gmail.com⁴

Abstract

Mahoni Bangun Sentosa (MBS) Tourism Park is a natural tourism destination located in Serang City, Banten Province. The existence of this tourist park has a strategic role in driving the local economy of the surrounding community. However, the lack of promotion is the main obstacle in maximizing the tourism potential of MBS. This community service research aims to examine the role of MBS Tourism Park in improving the community's economy, identify promotion problems, and carry out promotional activities through TikTok social media. The method used is descriptive qualitative through field observation, in-depth interviews with managers, traders, and visitors, as well as documentation. The results showed that MBS Tourism Park has a significant economic impact in the form of job creation, increased income of local traders, and encouraging the growth of MSMEs around the tourist area. All informants stated that the existence of MBS greatly helps the economy of the surrounding community. Promotional activities through TikTok with the account @amaliaarr were carried out as a real solution to the problem of minimal promotion, with the hope of increasing the number of visits and expanding the economic impact for the people of Serang City.

Keywords: MBS Tourism Park; Community Economy; Digital Promotion; TikTok, Serang City

Abstrak

Taman Wisata Mahoni Bangun Sentosa (MBS) merupakan destinasi wisata alam yang terletak di Kota Serang, Provinsi Banten. Keberadaan taman wisata ini memiliki peran strategis dalam menggerakkan perekonomian lokal masyarakat sekitarnya. Namun, kurangnya promosi menjadi kendala utama dalam memaksimalkan potensi wisata MBS. Penelitian pengabdian ini bertujuan untuk mengkaji peran Taman Wisata MBS dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, mengidentifikasi permasalahan promosi, serta melaksanakan kegiatan promosi melalui media sosial TikTok. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui observasi lapangan, wawancara mendalam kepada pengelola, pedagang, dan pengunjung, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Taman Wisata MBS memberikan dampak ekonomi yang signifikan berupa pembukaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan pedagang lokal, dan mendorong pertumbuhan UMKM di sekitar kawasan wisata. Seluruh narasumber menyatakan bahwa keberadaan MBS sangat membantu perekonomian masyarakat sekitar. Kegiatan promosi melalui TikTok dengan akun @amaliaarr dilaksanakan sebagai solusi nyata atas permasalahan minimnya promosi, dengan harapan dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan memperluas dampak ekonomi bagi masyarakat Kota Serang.

Kata kunci: Taman Wisata MBS; Perekonomian Masyarakat; Promosi Digital; TikTok, Kota Serang

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi daerah. Pengembangan pariwisata tidak hanya meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi, tetapi juga menciptakan efek berganda (multiplier effect) yang menggerakkan berbagai sektor ekonomi masyarakat, termasuk perdagangan, jasa, dan penyerapan tenaga kerja lokal. Menurut Cohen, dampak pariwisata terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat lokal mencakup delapan aspek, di antaranya pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, distribusi manfaat, dan pembangunan daerah. Sejalan dengan itu, berkembangnya objek wisata terbukti berdampak pada perekonomian masyarakat sekitar kawasan wisata, menciptakan peluang usaha, lapangan kerja, serta meningkatkan pendapatan komunitas lokal. AreaiNurscienceinstitut.

Kota Serang sebagai ibu kota Provinsi Banten memiliki potensi wisata yang layak dikembangkan, salah satunya Taman Wisata Mahoni Bangun Sentosa (MBS) yang berlokasi

di Jl. Cikasir, Kelurahan Kemanisan, Kecamatan Curug. Taman wisata ini menawarkan suasana alam dengan pohon mahoni yang rindang, berbagai wahana hiburan, area bermain anak, kolam renang, villa, aula, dan spot foto bernuansa Eropa. Harga tiket masuk yang sangat terjangkau, yakni Rp25.000 per orang, menjadikan MBS destinasi favorit berbagai kalangan masyarakat. Secara ekonomi, kawasan MBS telah menyerap tenaga kerja lokal sebagai petugas parkir, kebersihan, keamanan, dan karyawan wahana, sekaligus menopang penghasilan puluhan pedagang makanan, minuman, dan jajanan tradisional yang berjualan di kawasan tersebut, terutama pada akhir pekan dan hari libur nasional

Meski memiliki potensi besar, Taman Wisata MBS menghadapi permasalahan mendasar, yaitu minimnya upaya promosi digital yang menyebabkan keberadaannya belum dikenal secara luas oleh masyarakat. Sebagian besar pengunjung mengetahui MBS hanya melalui informasi dari mulut ke mulut, bukan melalui media sosial. Padahal, di era digital saat ini, promosi melalui media sosial menjadi strategi paling efektif dan efisien untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata. Berdasarkan laporan Statista pada Agustus 2024, pengguna TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta pengguna, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia. Potensi ini menjadikan TikTok sebagai platform yang sangat relevan untuk promosi wisata lokal secara masif dan organik. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa TikTok telah terbukti efektif sebagai media promosi pariwisata, termasuk dalam mendorong minat kunjungan wisatawan ke berbagai destinasi di Indonesia. Rrilci

Berbagai upaya serupa telah dilakukan oleh peneliti lain. Dewa & Safitri (2021) membuktikan bahwa TikTok efektif sebagai media promosi industri kuliner di Yogyakarta, sementara Rojikin & Yuwita (2022) berhasil melakukan pendampingan promosi pariwisata desa melalui media sosial dengan hasil peningkatan kunjungan yang signifikan. Hal ini memperkuat urgensi kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang berfokus pada promosi digital Taman Wisata MBS. Sari-mutiara

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan PKM ini bertujuan untuk: (1) mengkaji dan menganalisis peran Taman Wisata MBS dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Kota Serang; (2) mengidentifikasi permasalahan promosi yang dihadapi pengelola; serta (3) melaksanakan kegiatan promosi Taman Wisata MBS melalui platform TikTok sebagai solusi nyata atas minimnya promosi digital

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Taman Wisata Mahoni Bangun Sentosa (MBS), Jl. Cikasir, Link. Cideheng Kidul, Kel. Kemanisan, Kec. Curug, Kota Serang,

Banten, menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Observasi lapangan, untuk mengamati secara langsung kondisi fisik, fasilitas, dan aktivitas ekonomi di kawasan wisata MBS
2. Wawancara mendalam dengan tiga kelompok narasumber, yaitu pengelola, pedagang, dan pengunjung Taman Wisata MBS, guna memperoleh data mengenai dampak ekonomi dan permasalahan promosi yang dihadapi
3. Dokumentasi berupa foto dan video kegiatan sebagai data pendukung penelitian sekaligus bahan konten promosi digital.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kegiatan promosi dilaksanakan melalui platform

TikTok dengan akun @amaliaarr dengan pembagian tugas yang jelas antar anggota tim

- **Alat Ukur dan Tingkat Ketercapaian Kegiatan**

Keberhasilan kegiatan PKM ini diukur melalui tiga indikator utama yang mencakup aspek sikap, ekonomi, dan sosial masyarakat sasaran:

1. Perubahan sikap, diukur dari respons dan antusiasme pengelola serta pedagang terhadap pentingnya promosi digital, yang digali melalui wawancara sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan promosi
2. Ketercapaian ekonomi, diukur secara deskriptif melalui pernyataan pedagang dan pengelola mengenai dampak keberadaan Taman Wisata MBS terhadap pendapatan mereka, serta harapan peningkatan jumlah pengunjung pasca promosi melalui TikTok.
3. Dampak sosial, diukur dari meningkatnya kesadaran masyarakat sekitar terhadap potensi wisata MBS dan peran promosi digital, yang tercermin dari hasil wawancara dengan pengunjung dan pedagang.

Secara kuantitatif, keberhasilan kegiatan promosi juga dapat dilihat dari jumlah penayangan (views), likes, dan share konten TikTok yang dipublikasikan melalui akun @amaliaarr sebagai indikator jangkauan promosi digital yang telah dilaksanakan.



Gambar 1 Tim Pengabdian Kepada Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Taman Wisata MBS

Taman Wisata Mahoni Bangun Sentosa (MBS) merupakan destinasi wisata alam yang terletak di Jl. Cikasir, Kelurahan Kemanisan, Kecamatan Curug, Kota Serang, Banten. Kawasan ini didominasi oleh pohon mahoni yang rindang, menciptakan suasana teduh dan nyaman bagi pengunjung. Fasilitas yang tersedia meliputi area parkir, toilet, gazebo, area bermain anak, kolam renang anak, villa, aula, spot foto bernuansa Eropa, area perkemahan pramuka, warung makan, dan berbagai wahana hiburan. Harga tiket masuk sebesar Rp25.000 per orang menjadikan MBS destinasi wisata yang terjangkau dan mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.

2. Peran Ekonomi Taman Wisata MBS

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Taman Wisata MBS terbukti memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat sekitar melalui tiga aspek utama:

a Penyerapan Tenaga Kerja

Taman Wisata MBS menyerap tenaga kerja lokal sebagai petugas parkir, kebersihan, keamanan, karyawan wahana, dan staf pengelola. Hal ini secara langsung berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran di wilayah sekitar kawasan wisata.

b Peningkatan Pendapatan Pedagang

Para pedagang yang berjualan di kawasan MBS mengakui bahwa pendapatan mereka sangat bergantung pada jumlah pengunjung. Usaha berjualan di kawasan wisata menjadi sumber penghasilan utama yang menghidupi keluarga mereka, terutama pada hari libur dan akhir pekan. Salah satu pedagang, Ibu Nana (38 tahun), menyatakan bahwa keberadaan MBS sangat membantu perekonomian keluarganya secara langsung.

c Pertumbuhan UMKM Lokal

Keberadaan Taman Wisata MBS mendorong tumbuh dan berkembangnya UMKM lokal. Berbagai usaha kecil seperti warung bakso dan mie ayam, pedagang mainan, pedagang buah-buahan, dan usaha jasa tumbuh subur memanfaatkan tingginya lalu lintas pengunjung di kawasan wisata.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Wawancara Narasumber

Narasumber	Dampak Ekonomi MBS	Kendala & Harapan
Pengelola (Bapak Weli, 34 th)	MBS berdampak sangat positif bagi perekonomian masyarakat sekitar; menyerap tenaga kerja lokal secara signifikan	Minimnya promosi digital; berharap promosi TikTok meningkatkan jumlah kunjungan
Pedagang (Ibu Nana, 38 th)	Pendapatan meningkat signifikan; MBS menjadi sumber penghasilan utama keluarga terutama hari libur	Berharap pengunjung makin banyak; mendukung penuh kegiatan promosi digital
Pengunjung (Ibu Desi, 40 th)	Suasana alam nyaman dan tiket terjangkau; mendukung pertumbuhan UMKM lokal sekitar kawasan	Mengetahui MBS hanya dari mulut ke mulut; berharap MBS lebih aktif berpromosi di media sosial

3. Hasil Wawancara Narasumber

Pengelola (Bapak Weli, 34 tahun) menyatakan bahwa Taman Wisata MBS memberikan dampak sangat positif bagi perekonomian masyarakat sekitar, namun menghadapi kendala serius di bidang promosi digital. Pedagang menyatakan penghasilan mereka meningkat signifikan berkat keberadaan wisata MBS dan berharap jumlah pengunjung terus bertambah. Pengunjung (Ibu Desi, 40 tahun) mengapresiasi suasana alam dan harga tiket yang terjangkau, namun mengakui mengetahui keberadaan MBS hanya dari informasi mulut ke mulut, bukan dari media sosial. Hal ini mempertegas urgensi promosi digital sebagai solusi utama pengembangan wisata MBS.

4. Kegiatan Promosi melalui TikTok

Tim PKM melaksanakan kegiatan promosi Taman Wisata MBS melalui platform TikTok dengan akun @amaliaarr. Pembagian tugas dalam produksi konten meliputi: (1) talent utama dan pembawa acara bertugas menyampaikan informasi mengenai MBS secara komunikatif di depan kamera; (2) kameramen dan penanggung jawab dokumentasi bertugas mengambil gambar dan video dari berbagai sudut menarik; (3) editor video bertugas menyunting hasil rekaman dengan menambahkan teks, musik latar, transisi, dan efek visual. Konten yang diproduksi mencakup video tour virtual kawasan wisata, video keindahan pohon mahoni, video fasilitas dan wahana, kuliner kawasan, serta testimoni pengunjung. Pemilihan TikTok didasari pertimbangan jangkauan penggunaannya yang luas, algoritma organik yang efektif, serta format video pendek yang sesuai untuk promosi destinasi wisata

5. Nilai Tambah dan Dampak Kegiatan

Kegiatan PKM ini memberikan nilai tambah yang nyata bagi masyarakat dalam dua dimensi waktu. Dalam jangka pendek, kegiatan ini menghasilkan konten promosi digital berkualitas yang langsung dapat digunakan pengelola MBS untuk meningkatkan visibilitas taman wisata di media sosial. Selain itu, kegiatan ini meningkatkan kesadaran (awareness) pengelola dan pedagang akan pentingnya pemanfaatan media digital sebagai alat promosi yang efektif dan berbiaya rendah. Dalam jangka panjang, meningkatnya jumlah pengunjung akibat promosi digital yang efektif diharapkan berdampak langsung pada peningkatan pendapatan pedagang, perluasan lapangan kerja, dan pertumbuhan UMKM lokal di sekitar kawasan MBS.

6. Indikator Ketercapaian Kegiatan

Tabel 3. Indikator Ketercapaian Kegiatan PKM di Taman Wisata MBS

Aspek	Indikator	Hasil
Perubahan Sikap	Respons dan antusiasme pengelola & pedagang terhadap promosi digital	Seluruh narasumber menunjukkan respons positif dan mendukung penuh kegiatan promosi digital
Dampak Ekonomi	Pernyataan pedagang & pengelola tentang dampak MBS terhadap pendapatan dan harapan peningkatan kunjungan	Seluruh pedagang menyatakan pendapatan meningkat dan berharap promosi digital memperluas dampak ekonomi MBS
Dampak Sosial	Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata MBS sebagai aset ekonomi lokal	Pengunjung dan pedagang menyatakan dukungan terhadap pengembangan wisata MBS secara berkelanjutan
Luaran Digital	Jumlah views, likes, dan share konten TikTok @amaliaarr	Konten berhasil dipublikasikan dan menjangkau audiens melalui algoritma organik TikTok

7. Keunggulan, Kelemahan, dan Peluang Pengembangan

Keunggulan utama luaran kegiatan ini adalah konten promosi berbasis TikTok yang bersifat organik dan berbiaya rendah, namun berpotensi menjangkau jutaan pengguna. Konten yang diproduksi juga autentik karena menampilkan kondisi riil kawasan MBS sehingga relevan dengan ekspektasi calon pengunjung. Adapun kelemahan yang dihadapi adalah keterbatasan peralatan produksi konten serta belum adanya strategi konten yang berkelanjutan dari pihak pengelola setelah kegiatan PKM berakhir. Tingkat kesulitan pelaksanaan cukup tinggi, terutama dalam menjaga konsistensi kualitas video di lokasi outdoor dengan pencahayaan yang berubah-ubah. Ke depan, terdapat peluang besar untuk mengembangkan kolaborasi dengan content creator atau influencer lokal, mengintegrasikan promosi ke platform lain seperti Instagram dan YouTube, serta membangun identitas digital MBS yang lebih kuat dan terstruktur.

Tabel dan Gambar

No.	Dokumentasi Foto	Keterangan
1	 <p>Gambar 1. Gerbang Masuk Taman Wisata</p>	Pintu masuk utama Taman Wisata Mahoni Bangun Sentosa (MBS) yang berlokasi di Jl. Cikasir, Kelurahan Kemanisan, Kecamatan Curug, Kota Serang, Banten. Taman wisata ini dapat diakses oleh seluruh kalangan masyarakat dengan harga tiket yang terjangkau.

No.	Dokumentasi Foto	Keterangan
	<i>MBS</i>	
2	 <p data-bbox="272 763 774 792"><i>Gambar 2. Peta Kawasan Taman Wisata MBS</i></p>	<p>Denah resmi kawasan Taman Wisata MBS yang terpasang di area dalam taman. Peta ini menggambarkan tata letak seluruh fasilitas, wahana, dan zona wisata sehingga memudahkan pengunjung untuk berorientasi di kawasan wisata.</p>
3	 <p data-bbox="304 1503 746 1554"><i>Gambar 3. Kegiatan Wawancara dengan Pengelola MBS</i></p>	<p>Tim PKM melakukan wawancara mendalam dengan Bapak Weli (34 tahun) selaku pengelola kawasan Taman Wisata MBS. Wawancara bertujuan untuk menggali informasi mengenai peran ekonomi MBS bagi masyarakat sekitar serta kendala promosi yang dihadapi pengelola.</p>
4	 <p data-bbox="304 1890 746 1942"><i>Gambar 4. Kegiatan Wawancara dengan Pengunjung MBS</i></p>	<p>Tim PKM melakukan wawancara dengan Ibu Desi (40 tahun) selaku pengunjung Taman Wisata MBS. Wawancara bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan, motivasi kunjungan, serta harapan pengunjung terhadap pengembangan taman wisata ke depan.</p>
5		<p>Tim PKM melakukan wawancara dengan</p>

No.	Dokumentasi Foto	Keterangan
	<p style="text-align: center;"><i>Gambar 5. Kegiatan Wawancara dengan Pedagang MBS</i></p>	<p>Ibu Nana (38 tahun) selaku pedagang di kawasan Taman Wisata MBS. Wawancara bertujuan untuk mengetahui dampak langsung keberadaan MBS terhadap pendapatan dan kesejahteraan para pedagang lokal.</p>
<p style="text-align: center;">6</p>	 <p style="text-align: center;"><i>Gambar 6. Vidio Promosi</i></p>	<p>dan pembuatan konten promosi digital melalui platform TikTok.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Link Vidio Promosi bisa di akses melalui: <ul style="list-style-type: none"> • Akun Tiktok Amel : @amaliaarr • Link : https://vt.tiktok.com/ZSxLkELSb/

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Taman Wisata Mahoni Bangun Sentosa (MBS), Kota Serang, dapat disimpulkan sebagai berikut: Taman Wisata MBS terbukti berperan signifikan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Kota Serang melalui tiga aspek utama, yaitu penyerapan tenaga kerja lokal, peningkatan pendapatan pedagang UMKM, dan mendorong pertumbuhan usaha kecil di sekitar kawasan wisata.

Permasalahan utama yang dihadapi Taman Wisata MBS adalah minimnya promosi digital, yang menyebabkan keberadaan taman wisata ini belum dikenal luas oleh

masyarakat. Sebagian besar pengunjung mengetahui MBS hanya melalui informasi dari mulut ke mulut.

Kegiatan promosi melalui platform TikTok dengan akun @amaliaaa046 berhasil dilaksanakan sebagai solusi nyata atas permasalahan minimnya promosi digital. Konten yang diproduksi mencakup video tour virtual, fasilitas, kuliner, dan testimoni pengunjung.

Seluruh narasumber (pengelola, pedagang, dan pengunjung) merespons positif kegiatan PKM ini dan berharap promosi digital dapat dilanjutkan secara berkelanjutan untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan memperluas dampak ekonomi bagi masyarakat Kota Serang.

Peluang pengembangan ke depan meliputi kolaborasi dengan content creator lokal, perluasan promosi ke platform Instagram dan YouTube, serta pembangunan identitas digital MBS yang lebih kuat dan terstruktur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ade Fauji, SE, MM selaku dosen pengampu mata kuliah yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini. Terima kasih juga kepada pihak pengelola Taman Wisata Mahoni Bangun Sentosa (MBS), para pedagang, dan seluruh pengunjung yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberikan informasi yang sangat berharga bagi penelitian ini, serta kepada seluruh civitas akademika Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Bina Bangsa yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: Approaches, issues, and findings. *Annual Review of Sociology*, 10(1), 373-392.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media promosi industri kuliner Yogyakarta di masa pandemi Covid-19. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Hermawan, H. (2017). Dampak pengembangan desa wisata Nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal. *Jurnal Pariwisata*, 4(2), 105-117.
- Mubarok, Z., & Maulana, I. (2022). Pengaruh promosi melalui media sosial terhadap minat kunjungan wisatawan pada destinasi wisata alam. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 45-56.
- Rojikin, M., & Yuwita, N. (2022). Pendampingan promosi pariwisata desa melalui media sosial di Desa Wisata Pujon Kidul Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 112-119.
- Sari, D. P., & Hidayat, R. (2023). Efektivitas platform TikTok sebagai media promosi destinasi wisata lokal di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 11(1), 22-34.
- Suryani, T., & Fauzi, A. (2020). Peran UMKM pariwisata dalam peningkatan ekonomi masyarakat kawasan wisata. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 28(2), 89-101.
- Wijaya, S., & Kusuma, B. (2021). Analisis dampak ekonomi pariwisata terhadap pendapatan masyarakat lokal di destinasi wisata alam. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 9(1), 33-45.

Buku:

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2019). *Pengantar ilmu pariwisata*. Andi Offset.

Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Pradnya Paramita.

Sumber Internet:

Statista. (2024). Number of TikTok users in Indonesia from 2019 to 2028. Statista Research Department. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/1276054/indonesia-tiktok-users/>

We Are Social & Hootsuite. (2024). Digital 2024: Indonesia. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>