Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (2) 2026, Page: 27992-27996

Revitalisasi Promosi Ulos Melalui Pemberdayaan Perempuan Di Era Digital : Studi Kasus Galeri Dame Ulos Di Saitnihuta Kecamatan Tarutung Kabupaten Tapanuli Utara Tahun 2026

Mila Wati Pasaribu, Apriliana Lase, Maringan Sinambela, Bambang T J Hutagalung, Sudirman Lase
Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Tarutung
Email : milawatipasaribu00@gmail.com, aprilianalase@iakntarutung.ac.id, maringansinambela78@gmail.com, bambangtjh@gmail.com, Sudirmanlase15@gmail.com

Published: May , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses revitalisasi promosi ulos melalui pemberdayaan perempuan penenun di era digital serta mengidentifikasi strategi Galeri Dame Ulos dalam menyeimbangkan keaslian tradisi dengan tuntutan pasar modern dan pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi pariwisata budaya Batak Toba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus di Galeri Dame Ulos, Saitnihuta, Kecamatan Tarutung, Kabupaten Tapanuli Utara, melalui metode wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi, serta dianalisis secara deskriptif-interpretatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dame Ulos menjalankan revitalisasi melalui tiga strategi utama, yaitu pelestarian teknik tenun tradisional gedokan dan pewarna alam berbasis motif asli Tarutung yang hampir punah, pemberdayaan perempuan dengan menempatkan perempuan sebagai artisan dan sebagaai narator wisata budaya melalui sistem kemitraan yang setara dan pelatihan bersama, serta pemanfaatan media digital dan platform *e-commerce* sebagai sarana promosi pariwisata budaya dan edukasi nilai filosofis ulos kepada audiens yang lebih luas. Dame Ulos berhasil menempatkan perempuan penenun sebagai narator budaya dan ujung tombak pengembangan *cultural heritage tourism* di Tapanuli Utara tanpa mengorbankan keaslian nilai tradisi, sebagaimana dibuktikan dengan penghargaan internasional kategori *ecofashion* di New York pada tahun 2022.

Kata Kunci: Revitalisasi Ulos, Pemberdayaan Perempuan, Era Digital, Warisan Budaya Tak Benda, Pariwisata Budaya, Batak Toba.

ABSTRACT

This study aims to understand the process of revitalizing ulos promotion through the empowerment of female weavers in the digital era and to identify the strategies of Dame Ulos Gallery in balancing traditional authenticity with modern market demands and the use of digital technology as a means of promoting Toba Batak cultural tourism. This research employs a qualitative approach using a case study method at Dame Ulos Gallery, Saitnihuta, Tarutung District, North Tapanuli Regency, through in-depth interviews, observation, and documentation studies, analyzed descriptively and interpretively. The findings reveal that Dame Ulos implements revitalization through three main strategies: the preservation of traditional gedokan weaving techniques and natural dyes based on nearly extinct original Tarutung motifs, women's empowerment through an equitable partnership system and training programs in collaboration with Dekranasda of North Tapanuli Regency, and the use of digital media and e-commerce platforms for cultural tourism promotion and education on the philosophical values of ulos to a wider audience. Dame Ulos has successfully positioned female weavers as cultural narrators and frontrunners in developing cultural heritage tourism in North Tapanuli without sacrificing the authenticity of traditional values, as evidenced by the international ecofashion award received in New York in 2022.

Keywords: Ulos Revitalization, Women's Empowerment, Digital Era, Intangible Cultural Heritage, Cultural Tourism, Toba Batak.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan warisan budaya tak benda yang melimpah, salah satunya adalah Ulos, kain tenun tradisional masyarakat Batak Toba. Ulos bukan sekadar kain; ia merupakan simbol identitas, kehangatan kasih sayang (*pangihot ni holong*), perlindungan, dan berkat yang diwariskan secara turun-temurun (Siagian, 2024; Sitohang et al., 2024). Pemerintah Indonesia telah menetapkan Ulos sebagai Warisan Budaya Tak Benda Indonesia pada 17 Oktober 2014. Namun, eksistensi Ulos tradisional menghadapi ancaman serius akibat modernisasi, urbanisasi generasi muda, dan maraknya produk Ulos

mesin yang lebih murah (Firdaus, 2016; Lumbantobing et al., 2025). Akibatnya, jumlah penenun tradisional semakin menurun dan posisi perempuan penenun terdegradasi.

Di tengah tantangan tersebut, era digital membuka peluang baru sekaligus tantangan. Di satu sisi, algoritma media sosial cenderung menyederhanakan budaya. Di sisi lain, platform digital memungkinkan promosi lintas batas dan edukasi budaya yang lebih luas (Fitriani & Sulistyowati, 2020; Erlangga et al., 2025). Penelitian ini berfokus pada Galeri Dame Ulos, sebuah inisiatif lokal di Tarutung yang secara konsisten merevitalisasi teknik tenun gedokan, memberdayakan perempuan penenun, dan memanfaatkan media digital sebagai medium promosi pariwisata budaya. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) memahami proses revitalisasi promosi Ulos melalui pemberdayaan perempuan penenun di era digital, dan (2) mengidentifikasi strategi Galeri Dame Ulos dalam menyeimbangkan keaslian tradisi dengan tuntutan pasar modern dan pemanfaatan teknologi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus (Yin, 2018; Creswell, 2014). Lokasi penelitian adalah Galeri Dame Ulos di Saitnihuta, Kecamatan Tarutung, Kabupaten Tapanuli Utara. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif karena galeri ini merupakan representasi nyata integrasi antara revitalisasi budaya, pemberdayaan perempuan, dan digitalisasi. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik: (1) wawancara mendalam semi-terstruktur dengan 8 informan yang terdiri dari pendiri galeri, pengelola media sosial, penenun mitra, dan konsumen; (2) observasi partisipatif terhadap proses produksi, interaksi di galeri, dan aktivitas digital; serta (3) dokumentasi, termasuk analisis konten media sosial (Instagram, TikTok, Facebook, YouTube) dan website resmi periode Januari 2024-Maret 2026. Analisis data mengikuti model interaktif Miles dan Huberman yang mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan *member check*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Revitalisasi sebagai Fondasi Destinasi Pariwisata Budaya

Penelitian menemukan bahwa Galeri Dame Ulos menjalankan revitalisasi tidak sebagai upaya membekukan tradisi, melainkan sebagai proses menghidupkan kembali tradisi agar relevan dengan konteks pariwisata modern. Revitalisasi dilakukan melalui tiga dimensi yang berjalan simultan: pelestarian, adaptasi, dan inovasi.

Pelestarian Teknik Gedokan dan Pewarna Alam: Dame Ulos secara konsisten mempertahankan alat tenun gedokan (non-mesin) dan pewarna alami (lumpur sawah untuk hitam, kemiri untuk kuning, kayu secang untuk merah) sejak 2015. Founder Dame Ulos menegaskan, *"Bicara ulos itu bukan soal bentuknya, tapi tradisi dan prosesnya. Kalau diganti dengan mesin, apakah itu masih bisa disebut ulos?"* Keputusan ini menciptakan keunikan dan autentisitas yang menjadi daya tarik utama wisatawan. Wisatawan tidak hanya membeli produk, tetapi menyaksikan langsung proses panjang yang memakan waktu berminggu-minggu hingga berbulan-bulan. Hal ini selaras dengan konsep *authenticity* dalam pariwisata budaya, di mana proses tradisional justru menjadi nilai jual utama yang tidak dapat ditiru oleh produksi massal.

Revitalisasi Motif Hampir Punah: Dame Ulos menelusuri dan menghidupkan kembali motif-motif asli Tarutung yang hampir punah, seperti Sadum, Suri-suri Ganjang, Ulu Torus, dan Jugia, melalui kajian buku *Legacy in Cloth* karya Sandra Niessen dan penelusuran ke para tetua penenun. Seorang penenun senior (D. Tobing, 53 tahun) menjelaskan makna motif Sadum yang direvitalisasi: *"Motif ini menunjukkan kekayaan alam... hewan, tumbuh-tumbuhan, bunga... sehingga ketika saya bertenun muncul rasa bahagia dalam mengekspresikan apa yang menjadi motif tersebut."* Narasi seperti ini mengubah kunjungan wisata dari sekadar belanja menjadi perjalanan penemuan kembali warisan budaya.

3.2 Pemberdayaan Perempuan sebagai Pilar Pariwisata Berbasis Komunitas

Temuan paling signifikan adalah transformasi peran perempuan penenun dari sekadar produsen menjadi narator budaya dan pemandu wisata. Dame Ulos menerapkan sistem kemitraan setara yang berbeda dari pola pengepul konvensional. Pendiri Dame Ulos menjelaskan, *"Kami tidak ada pinjam-pinjam karena harganya sudah layak."* Salah satu penenun mitra (B. Manullang, 55 tahun) melaporkan peningkatan pendapatan yang signifikan, bahkan mampu membiayai pendidikan anak hingga perguruan tinggi.

Pemberdayaan dilakukan melalui beberapa tahap:

1. **Penguatan identitas budaya:** Forum diskusi mingguan untuk menggali pengetahuan penenun tentang motif, makna adat, dan filosofi Ulos.
2. **Pemandu wisata langsung:** Penenun yang sedang bekerja secara aktif berinteraksi dengan wisatawan, menjelaskan proses dan makna Ulos.
3. **Narator digital:** Penenun dilibatkan dalam pembuatan konten media sosial dan sesi *live streaming* setelah mendapatkan *briefing* dan pelatihan komunikasi.

Seorang penenun menggambarkan perubahan identitasnya: *"Dame Ulos sangat memberdayakan perempuan dan menghargainya sebagai agen edukasi budaya... Bukan hanya sebagai pekerja saja, namun ikut dalam promosi ulos melalui edukasi budaya di media sosial."* Keterlibatan ini meningkatkan kepercayaan diri penenun dan menciptakan pengalaman wisata yang lebih personal dan bermakna, sejalan dengan prinsip *community-based tourism* (CBT) di mana masyarakat lokal yang berdaya adalah inti dari daya tarik destinasi.

3.3 Digitalisasi sebagai Jembatan Tradisi dan Wisatawan Modern

Dame Ulos memanfaatkan lima platform digital (Instagram: 51k pengikut, TikTok, Facebook: 37k pengikut, YouTube, dan website dameulos.com) dengan strategi konten yang terstruktur. Penelitian mengidentifikasi empat kategori konten utama:

1. **"Poda ni Ompung" (Nasihat Orang Tua):** Konten nostalgia budaya yang menampilkan nasihat hidup dari penenun berumur, menyasar wisatawan diaspora Batak.
2. **"Story of Partonun" (Kisah Penenun):** Dokumentasi personal dan jujur tentang keseharian penenun, membangun koneksi emosional dengan audiens.
3. **Edukasi Filosofi Ulos:** Konten paling strategis yang menjelaskan makna motif, proses pewarnaan alam, dan konteks adat. Pengelola media sosial menyatakan, *"Konten Dame Ulos itu tidak melulu soal produk... Kami berfokus ke edukasi filosofinya."*
4. **Promosi Produk & Live Streaming:** *Live streaming* menjadi kanal penjualan terbesar, tetapi pendekatannya unik: narator selalu mendahulukan cerita budaya (nama ulos, penenun, pewarna, fungsi adat) sebelum menyebut harga.

Efektivitas strategi ini terbukti dari perubahan profil pengunjung dan jangkauan geografis. Pengelola media sosial mengonfirmasi, *"Dulu yang datang ke galeri kebanyakan orang yang sudah lebih tua... sekarang banyak banget anak muda yang datang, bahkan dari luar kota dan luar pulau, yang bilang ketemu Dame Ulos pertama kali dari TikTok atau Instagram."* Seorang wisatawan (T. Siahaan) menambahkan, *"Sebagian besar pengetahuan saya tentang filosofi ulos saya dapatkan dari konten-konten Dame Ulos di media sosial... cara saya memandang ulos berubah total."*

Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak mereduksi makna budaya, tetapi justru berfungsi sebagai *pre-visit education* yang membangun pengetahuan dan keterikatan emosional calon wisatawan sebelum kunjungan fisik terjadi. Dame Ulos membuktikan bahwa konten dengan nilai budaya paling kaya justru menjadi yang paling viral dan efektif dalam mendorong kunjungan wisata, serta berhasil menciptakan fenomena *digital tourist* yang mengenal destinasi melalui layar ponsel sebelum mengalaminya secara langsung.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Galeri Dame Ulos telah berhasil mengintegrasikan tiga pilar utama—revitalisasi budaya, pemberdayaan perempuan, dan digitalisasi—dalam satu ekosistem pariwisata budaya yang berkelanjutan. Revitalisasi tidak hanya melestarikan teknik tenun gedokan, pewarna alam, dan motif hampir punah, tetapi juga mengubah praktik budaya tersebut menjadi atraksi wisata yang autentik dan tidak dapat ditiru. Pemberdayaan perempuan penenun mengubah peran mereka dari sekadar pengrajin menjadi narator budaya dan pemandu wisata, yang sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan memperkaya kualitas pengalaman wisata. Digitalisasi, jika dikelola dengan strategi konten yang mengedepankan edukasi budaya dan keterlibatan langsung penenun sebagai pusat cerita, terbukti menjadi jembatan efektif yang menghubungkan tradisi leluhur dengan wisatawan modern dari berbagai generasi dan latar belakang. Model terintegrasi ini menunjukkan bahwa pelestarian budaya, ekonomi kreatif, dan promosi pariwisata dapat berjalan secara sinergis dan saling memperkuat.

SARAN

Bagi Galeri Dame Ulos, disarankan untuk terus mengembangkan paket wisata berbasis pengalaman (seperti *workshop* menenun dan tur pewarnaan alam) serta mendokumentasikan model pariwisata terintegrasi ini secara lebih terstruktur sebagai referensi. Bagi pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara, diperlukan regulasi yang melindungi teknik tenun gedokan sebagai warisan budaya tak benda dan fasilitasi promosi destinasi *cultural heritage tourism* melalui pelatihan *digital marketing* bagi pelaku budaya lokal. Bagi peneliti selanjutnya, direkomendasikan untuk mengkaji dampak kuantitatif konten digital terhadap peningkatan kunjungan wisata serta komparasi model pemberdayaan perempuan di destinasi warisan budaya lainnya di Sumatera Utara.

DAFTAR PUSTAKA

Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Edited by 4. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2014.

Dewi, L, and R Pratama. "Implementasi Konvensi UNESCO 2003 Di Indonesia: Tantangan Dan Strategi". *Jurnal Kebijakan Budaya* 14, no. 2 (2023): 201–18.

Di, Kebudayaan, and Desa Sukamaju. "Revitalisasi Seni Tradisi Sebagai Objek Pemajuan Kebudayaan Di Desa Sukamaju, Rancakalong, Sumedang," n.d.

Erlangga, M, and et al. "Digitalisasi Tradisi Budaya Melalui Platform Media Baru." *Interaction Communication Studies Journal* 2, no. 1 (2025): 78–95.

Fatimah, Fatimah, Ahmad Ridwan, Anggaunita Kiranantika, and Mohammad Taufik Murtadho. "The Existence Of Veiled Women In The Digital Era." *Jurnal Analisa Sosiologi* 14, no. 1 (n.d.).

Firdaus, Anthony. "Tradisi Tenun Ulos Batak Hampir Punah," 2016. https://kemenpppa.go.id/berita-pemerintahan/tradisi-tenun-ulos-batak- hampir-punah-#.

Firmando, Harisan Boni. "Kearifan Lokal Tenun Tradisional Ulos Dalam Merajut Harmoni Sosial Di Kawasan Danau Toba," n.d., 1–18.

Fitriani, D, and E Sulistyowati. "Pelestarian Warisan Budaya Dalam Era Digital." *Jurnal Kajian Budaya Indonesia* 15, no. 2 (2020): 120–35.

Fitriani, Lamria Raya, and Dewi Rachmawati. "Komunikasi Partisipatif Pemberdayaan Masyarakat Kampung Ulos Dalam Mengembangkan Ulos Sebagai Upaya Revitalisasi." *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 5, no. 2 (2022): 156–67.

Hasibuan, Rizki Ananda, and Saefur Rochmat. "Ulos as Batak Cultural Wisdom towards World Heritage." *Budapest Int. Res. Critics Linguist. Educ. J* 4, no. 2 (2021). Indonesia, Karya Kreatif. "Dame Ulos – UMKM Profile," n.d. https://www.karyakreatifindonesia.co.id/en/umkm/dame-ulos/56810. Info, Article. "Journal of Art Communication and Culture Global (JACCG) Revitalisasi Seni Tradisional Sebagai Upaya Pelestarian Budaya Lokal Di Era Globalisasi" 1, no. 1 (2025): 22–27.

Kamalia, Adinda Putri, Farida Syah Damanik, and Zainarti Zainarti. "Strategi Pengembangan Sdm Umkm Tenun Ulos Untuk Mendukung Pelestarian Warisan Budaya Batak Di Kota Pematang Siantar." *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 19, no. 6 (2025): 41–50.

Lumbantobing, Joan, Wensdy Sitindaon, Martua Sihaloho, and Feriel Amelia Sembiring. "Strategi Penenun Ulos Dalam Mempertahankan Nilai-Nilai Budaya Pada Masyarakat Batak Toba Di Desa Siraja Hutagalung Kecamatan Siatas Barita " 4, no. Takari 2009 (2025).

Malau, Siska, Jenny Matheosz, and Mahyudin Damis. "Negosiasi Penggunaan Ulos Pada Diaspora Batak Di Kota Manado." *Balale': Jurnal Antropologi* 6, no. 1 (n.d.): 47–59.

Nancy R. Simanjuntak, Tio R. J. Nadeak & Bambang T. J. Hutagalung. "Promosi Ulos Batak Melalui Produk Fashion Dalam Menarik Perhatian Wisatawan Di Kampung Ulos Hutaraja Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir." *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 3, no. 4 (2024): 4243–61.

Nurjanah, Nunuy, And Rostika Srihilmawati. "Revitalisasi Bahasa, Sastra, Dan Budaya Sunda Melalui Learningsundanese. Com Sebagai Media Digital Pelestarian Kearifan Lokal." *Learning: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran* 5, no. 1 (2025): 83–91.

Papua, Jurnal Antropologi, and Batak Toba. "Perspektif Gen Z Terhadap Perkembangan & Esensi Ulos Batak Toba Di Era Globalisasi" V, no. 1 (2024): 9–14.

Pendidikan, Atmosfer Jurnal, Sosial Humaniora, An Nisa Febrianti, Universitas Muhammadiyah, and Sumatera Utara. "Peran Kearifan Lokal Dalam Melestarikan Kain Ulos Sebagai Warisan Dan Budaya Batak Toba" 3, no. Takari 2015 (2025).

Purnamasari, I, and et al. "Keberagaman Motif Ulos Dan Maknanya Dalam Tradisi Batak." *Jurnal Studi Multidisipliner* 5, no. 1 (2024): 112–28.

Putri, Jemaya, Harisan Boni Firmando, and Rusmauli Simbolon. "Ulos Batak Sebagai Warisan Budaya Dalam Upacara Adat Di Desa Wisata Huta Nagodang Kecamatan Muara Kabupaten Tapanuli Utara." *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2024.

Rahayu, Ni Putu Widhia, Imanuriea Annisa Putri, Haninun Haninun, Selfia Alke Mega, and Aulia Rahmawati. "Pemberdayaan UMKM Wanita Melalui Digitalisasi Dan Literasi Keuangan Di Era Ekonomi Digital." *Jurnal Pengabdian UMKM* 4, no. 2 (2025): 145–51.

Redaksisadamanews. "Dukung Pelaku UMKM, Bupati Taput Kunjungi Booth Dame Ulos Di Pameran INACRAFT 2025," 2025. https://www.sadamanews.com/dukung-pelaku-umkm-bupati-taput-kunjungi- booth-dame-ulos-di-pameran-inacraft-2025/.

Rismayeti, Delfi. "Membaca Ulang Warisan Budaya Tarutung di Selembar Ulos." *Bisnis.com*, 2024. https://sumatra.bisnis.com/read/20240718/533/1783331/membaca-ulang- warisan-budaya-tarutung-di-selembar-ulos.

Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2018): 81–95.

Siagian, Riris Johanna. "The Symbolic Meaning of Traditional Woven Fabric Ulos as a Spiritual Expression in Batak Toba Rituals." *International Journal of Religion* 5, no. 5 (2024): 200–209.

Simanjuntak, Vera Anjeliana, and Adianto Adianto. "Peningkatan SDM Dan Daya Saing Produk Melalui Pemberdayaan Masyarakat Penenun Ulos Di Kabupaten Tapanuli Utara." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 18 (2023): 780–92.

Siregar, Mangihut. "Jurnal Studi Kultural Industri Kreatif Ulos Pada Masyarakat Pulau Samosir" II, no. 1 (2017): 1–5.

Sitohang, O P, J H Hasugian, Asnewastri, and S Chandra. "Makna Filosofi Ulos Batak Toba Sebagai Sumber Belajar Sejarah." *Jurnal Pendidikan Sejarah Humaniora Dan Ilmu Sosial* 2, no. 2 (2024): 20–26.

Sugiyono, P D. "Metode Peneliian." *Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 2010.

Tammu, Rahma Gusmawati, Mey Enggane Limbongan, Stefani Marina Palimbong, Clara Sappode, and Julia Patiung. "Pelestarian Budaya Melalui Pemberdayaan Perempuan Dalam Manajemen Usaha Dan Digitalisasi Pemasaran Kain Tenun Asli Toraja." *I-Com: Indonesian Community Journal* 3, no. 4 (2023): 2019–26.

Ulos, Dame. "Dame Ulos Facebook Page." Facebook, 2026. https://www.facebook.com/DameUlos/.

———. "Dame Ulos Instagram Account." Instagram, 2026. https://www.instagram.com/dameulos/.

———. "Dame Ulos Official Website." Tarutung, Tapanuli Utara: Dame Ulos, 2026. https://dameulos.com/.

———. "Dame Ulos TikTok Account." TikTok, 2026. https://www.tiktok.com/@dame_ulos.

Wahyudianto, Muhammad Fahmi. "Mewujudkan Identitas Nasional Melalui Revitalisasi Tradisi Lokal Di Era Modern : Strategi Pelestarian Budaya Untuk Pembentukan Karakter Bangsa" 3 (2025): 1931–39.

Yin, Robert K. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Edited by 6. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018.