



MANAGING DIGITAL CAMPAIGNS ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA

@rumah.aman REGARDING NEGATIVE STIGMA AGAINST INDIGENOUS PEOPLES

PENGELOLAAN KAMPANYE DIGITAL PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

@rumah.aman MENGENAI STIGMA NEGATIF TERHADAP MASYARAKAT ADAT

Shinta Aprillia Kusuma Wardhani¹, Wina Puspita Sari², Muria Putriana³, Asep Soegiarto⁴, Anggun Nadia Fatimah⁵

D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta

E-mail: sshintaapril19@gmail.com¹, winapuspitasari@unj.ac.id², muriaputriana@gmail.com³, asep-sugiarto@unj.ac.id⁴, anggun.nadia@unj.ac.id⁵

ARTICLE INFO

Correspondent

Shinta Aprillia Kusuma Wardhani

sshintaapril19@gmail.com

Key words:

management, social media, stigma, AMAN

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 394 – 401

ABSTRACT

This study analyzes how the Instagram account @rumah.aman manages negative stigma against Indigenous Peoples using George R Terry's POAC (Planning Organizing Actuating Controlling) theory. The method used in this study is descriptive qualitative. The results show that @rumah.aman successfully implemented planning by developing weekly content plans. In terms of organizing, AMAN successfully divided the team based on their respective skill sets. In executing the actuating phase, AMAN produced content according to the established plan. AMAN also collaborated with other NGOs to strengthen the campaign's reach. Finally, in terms of controlling, AMAN conducted evaluations using monitoring reports containing matrices to measure the campaign's success. However, AMAN often faced limitations in human resources management, leading to inactive accounts.

Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden Shinta Aprillia Kusuma Wardhani <i>sshintaapril19@gmail.com</i> Kata kunci: pengelolaan, media sosial, stigma, AMAN Website: <i>https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER</i> Hal: 394 – 401	Penelitian ini menganalisis bagaimana pengelolaan media sosial Instagram @rumah.aman mengenai stigma negatif Masyarakat Adat dengan menggunakan teori POAC (<i>Planning Organizing Actuating Controlling</i>) oleh George R Terry. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @rumah.aman berhasil menjalankan planning dengan melakukan penyusunan rencana konten mingguan. Dalam hal organizing, AMAN berhasil melakukan pembagian tim dengan jobdesk kemampuan timnya. Dalam menjalankan <i>actuating</i>, AMAN melakukan produksi konten dengan rencana yang telah disusun. AMAN juga melakukan kolaborasi dengan NGO lain untuk memperkuat jangkauan kampanye. Terakhir, dalam menjalankan <i>controlling</i> melakukan evaluasi dengan laporan monitoring yang berisi matriks untuk mengukur keberhasilan kampanyenya. Namun, AMAN sering kali mengalami keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaannya sehingga menyebabkan inaktif akun. <i>Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.</i>

PENDAHULUAN

Masyarakat Adat merupakan kelompok yang memiliki kekayaan akan budaya, tradisional dan kearifan lokal yang berkembang selama berabad-abad. Mereka hidup dengan memiliki sistem dan pengetahuan yang sangat erat hubungannya dengan alam. Mereka hidup untuk menjaga hutan, sungai dan tanah adat sebagian peran dari kehidupannya. Namun, seiring berkembangnya modernisasi. Masyarakat Adat menghadapi tantangan dalam mempertahankan hak-hak mereka. Perkembangan modernisasi juga membawa perubahan besar yang mengancam keberlangsungan hidup dan identitas Masyarakat Adat.

Modernisasi merupakan proses perubahan masyarakat dan kebudayaan dengan seluruh aspeknya dari yang tradisional ke modern (Matondang, 2019). Perubahan tersebut melibatkan masyarakat tradisional menuju masyarakat modern. Modernisasi juga ditandai dengan kemajuan teknologi, industrial yang membawa dampak positif seperti peningkatan akses dalam infrastruktur, pendidikan dan kesehatan. Namun, modernisasi menjadi sebuah tantangan yang dianggap serius bagi kehidupan Masyarakat Adat.

Hutan adat menjadi tempat pelaksanaan ritual adat yang telah diwariskan secara turun menurun. Seperti upacara penghormatan kepada leluhur, perayaan panen sebagai bentuk bersyukur kepada tuhan akan rezeki yang diberikan atau ritual penyembahan alam. Hutan adat adalah salah satu penggolongan perhutanan sosial yang terletak dikawasan kehidupan masyarakat adat sekitar dan biasanya dapat ditemui dalam kawasan pedalaman (Obed Edotalino Sudiro & Suharto, 2024). Ritual ritual yang dilakukan memiliki makna secara religius dan juga sebagai bentuk dalam berterima kasih kepada alam untuk bentuk menjaga keseimbangan alam dan manusia.

Ritual ritual yang dilakukan oleh Masyarakat Adat tidak hanya menjaga keseimbangan ekosistem yang ada, tetapi juga memastikan bahwa hubungan spiritual dan budaya mereka dengan alam tetap terjaga dari generasi ke generasi. Hal ini menunjukkan bahwa ritual-ritual tersebut adalah bentuk dari etika lingkungan yang telah dipraktikkan oleh Masyarakat Adat jauh sebelum konsep keberlanjutan kehidupan modern muncul.

Dengan masuknya konsep modernisasi pada perusahaan-perusahaan besar, baik dari sektor kehutanan, pertambangan, maupun perkebunan. Sumber daya alam mereka terus dieksploitasi secara besar-besaran tanpa mempertimbangkan hak dan keberlanjutan kehidupan Masyarakat Adat. Hilangnya sumber daya alam ini tidak hanya mengancam keberlangsungan hidup secara ekonomi, tetapi juga mengikis identitas budaya dan kearifan lokal Masyarakat Adat yang sangat bergantung pada alam. Pembangunan berkelanjutan adalah strategi pembangunan di mana pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya manusia, potensi investasi, perkembangan IT dan transformasi kelembagaan dilakukan secara simultan dan seimbang, dimana harus mencermati potensi periode sekarang dan ketersediaan di masa mendatang untuk memenuhi hajat dan kepentingan masyarakat (Fitriandari & Winata, 2021).

Hal ini perlu mempertimbangkan potensi yang ada sekarang dan ketersediaan di masa mendatang untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Teori Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Theory*) menekankan pentingnya keseimbangan antara pembangunan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan keadilan sosial. Dalam konteks ini, pembangunan yang tidak memperhatikan hak-hak Masyarakat Adat dan kelestarian lingkungan justru menciptakan ketidakadilan dan ketimpangan sosial. Oleh karena itu, upaya untuk melindungi hak-hak Masyarakat Adat dan memastikan keberlanjutan sumber daya alam menjadi hal yang krusial.

Oleh karena itu, hadirilah Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) yang merupakan organisasi yang berperan penting untuk mendukung hak hak Masyarakat Adat. Aliansi Masyarakat Adat Nusantara mengimpun berbagai komunitas adat yang terdapat di Indonesia. Anggota Aliansi Masyarakat Adat tersebar diseluruh diwilayah Indonesia, mulai dari region Sumatera, Jawa, Sulawesi, Kalimantan, Bali Nusra, Maluku hingga Papua.

Di era digital seperti sekarang, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi, membangun kesadaran, dan menggalang dukungan. Media yang berbasis internet telah berkembang pesat dan menjadi media massa yang menghadirkan platform digital dengan berbagai fitur menarik (Hibatullah & Nanda, 2025). Media sosial menjadi platform bagi audiens untuk mengakses sebuah konten berbentuk foto atau video untuk membantu mempromosikan dan mendorong audience. Pada pelaksanaan kampanye, terdapat berbagai pilihan media yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang sudah dirancang seperti leaflet, poster, x-banner, brosur, dan sebagainya (Imsah et al., 2023). Media sosial sebagai bentuk media yang baru dan berkembang. AMAN menyadari potensi besar ini dan mulai memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube untuk menjalankan kampanye-kampanye mereka. Instagram menjadi platform utama yang digunakan karena kemudahan akses dan memiliki kemampuan dalam penyajian visual yang menarik.

Instagram juga memiliki berbagai tools analitik yang *user-friendly* seperti fitur *stories* dengan polling atau IG Live yang memungkinkan dapat interaksi langsung dan membangun keterlibatan audiens secara langsung. Melalui kampanye digital, AMAN

menyebarkan pesan-pesan tentang pentingnya melindungi Masyarakat Adat, mengadvokasi kebijakan yang mendukung Masyarakat Adat, serta menggalang solidaritas dari berbagai kalangan, baik di dalam maupun luar negeri.

Ditengah perjuangan Masyarakat Adat dalam mempertahankan hak haknya, sering kali muncul pemberitaan negatif yang mengkriminalisasi mereka. Eksistensi dan hak hak Masyarakat Adat terhadap pengelolaan sumber daya alam belum mendapatkan pengakuan secara resmi dan hal tersebut masih menjadi permasalahan utama yang dihadapi oleh Masyarakat Adat hingga saat ini (Tampubolon, 2010). Hal ini terjadi karena sebutan sebutan yang negatif dilontarkan terhadap mereka.

Narasi yang berkembang sering kali menggambarkan Masyarakat Adat sebagai “penghambat bangunan” atau “masyarakat terbelakang”. Narasi negatif yang diberitakan menghasilkan stigma negatif terhadap Masyarakat Adat yang buruk. Stigma ini tidak hanya merugikan secara sosial di mata publik namun merugikan posisi Masyarakat Adat secara hukum. Akibatnya upaya yang dibangun Masyarakat Adat dapat menghambat mereka dalam pengakuan hak hak mereka dan memperuruk konflik konflik yang sering kali terjadi.

Dalam hal tersebut, Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) berperan sebagai organisasi yang memperjuangkan hak mereka. Tidak hanya mengadvokasi tetapi AMAN harus memanfaatkan media sosial secara strategis untuk melakukan kampanye digital untuk mengubah narasi publik. Instagram sebagai platform utama karena memiliki kemampuan dalam menyampaikan pesan secara visual dan interaktif.

Komunikasi strategis menjadi kerangka penting dalam kampanye digital yang dilakukan oleh AMAN. komunikasi strategis bertujuan untuk membantu organisasi memperoleh keunggulan di ruang publik . Media sosial berfungsi sebagai wadah strategis bagi AMAN untuk melakukan advokasi dan membentuk narasi baru. Narasi yang konsisten dapat memperkuat pesan utama kampanye (Fuadi et al., 2024).

Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul “Pengelolaan Kampanye Digital pada Media Sosial Instagram @rumah.aman Mengenai Stigma Negatif Terhadap Masyarakat Adat” yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengelolaan konten, pola interaksi dan sejauh mana kampanye digital yang dilakukan AMAN dalam mencapai tujuan tujuannya dalam mengadvokasi dan meningkatkan kesadaran publik akan pentingnya keberadaan Masyarakat Adat dan mengikis akan stigma negatif mereka. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) dan menjadi referensi terhadap gerakan sosial lainnya dalam merancang kampanye digital yang berdampak.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln (1994) dalam (Nurfadhillah et al., 2021) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah dengan menafsirkan fenomena yang terjadi dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Pendekatannya menggunakan metode deskriptif.

Menurut I Made Winartha dalam (Faizal Mulia Z, 2022) metode deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan berbagai kondisi dan situasi dari data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara dan pengamatan secara langsung mengenai masalah yang terjadi lapangan. Model analisis deskriptif kualitatif dengan mendeskriptifkan kegiatan dalam pengelolaan kampanye digital yang dilakukan Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) dalam media sosial. Dalam upaya

menyuarakan isu-isu penting seperti melawan stigma negatif Masyarakat Adat dan pengakuan identitas budaya, AMAN memanfaatkan media sosial sebagai alat kampanye digital yang efektif.

Subjek penelitian merupakan sumber data yang dapat memberikan informasi terkait dengan permasalahan penelitian yang diteliti (Adhimah, 2020). Subjek penelitian juga dapat diartikan sebagai sekelompok individu yang menjadi pusat penelitian, yang mana subjek penelitian ini dipilih dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Penulis dapat memilih sampel dengan syarat syarat tertentu mengenai pengelolaan kampanye media sosial @rumah.aman mengenai stigma negatif Masyarakat Adat.

Menurut Moleong dalam (Sitoyo & Sodik, 2015), proses analisis data kualitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dicatat dilaporkan, dokumen pribadi, dan sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pengelolaan kampanye digital pada media sosial Instagram @rumah.aman digunakan konten AMAN memanfaatkan Instagram sebagai media melawan stigma negatif terhadap Masyarakat Adat melalui strategi konten yang edukatif, naratif dan update yang dikemas dalam bentuk narasi dari sisi Masyarakat Adat. AMAN menggunakan berbagai bentuk konten seperti infografis, foto maupun video. Dengan memanfaatkan hastag dan kolaborasi dengan NGO lain, AMAN dapat memperluas jangkauan pesan yang ingin disampaikan berdasarkan teori yang digunakan yakni POAC oleh George R Terry dalam terdapat 4 fungsi pengelolaan yang dikenal dengan POAC yaitu: *Planning Organizing Actuating Controlling*.

***Planning* (Perencanaan)**

Dalam menjalankan fungsi *Planning*, AMAN melakukan penyusunan rencana konten mingguan. Perencanaan ini tidak hanya mencakup jenis konten yang akan diproduksi tetapi waktu publikasi untuk memastikan pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan efektif. Dalam rapat tersebut tim INFOKOM melakukan brainstorming untuk bagaimana cara mengambil angle dalam pembuatan konten seperti Hari Bumi yang dapat dikaitkan dengan kearifan lokal Masyarakat Adat dalam pelestarian alam. Pendekatan ini memperkuat narasi bahwa Masyarakat Adat adalah garda terdepan dalam perlindungan lingkungan, sekaligus mendorong keterlibatan publik untuk mendukung perjuangan mereka

Dalam proses kampanye yang dilakukan perlu dilakukan keseimbangan konten yang dibuat dengan memadukan konten edukasi, advokasi dan konten lainnya. Contohnya goal yang saat ini dilakukan oleh AMAN adalah mengesahkan Undang Undang Masyarakat Adat. Sehingga konten konten yang dibuat mengenai pentingnya pengesahan Undang Undang Masyarakat Adat bagi pengakuan hak hak Masyarakat Adat namun tetap menyisipkan sisi Masyarakat Adat sehingga membangun stigma mereka yang baik.

Upaya tersebut menunjukkan secara aktif bahwa AMAN memanfaatkan platform media sosial Instagram dalam menyebarkan konten konten dalam mengedukasi urgensi pengesahan Undang Undang tersebut. Konten konten yang dibuat tidak hanya menjelaskan secara hukum manfaat dari Undang Undang tersebut tetapi secara strategis dapat mengubah narasi mengenai stigma negatif Masyarakat Adat pada media sosial.

Konten konten edukatif tersebut tidak hanya dirancang untuk meningkatkan pemahaman publik mengenai hak hak Masyarakat Adat sehingga dapat membuka prefektif baru terhadap Masyarakat Adat bagi publik.

Organizing (Pengorganisasian)

Pada tahap *Organizing*, AMAN melakukan pembagian tim dengan jobdesk sesuai dengan kemampuan timnya. Proses pengelolaan kampanye AMAN terdapat tiga tim yang menjalankan kampanye tersebut. Dengan pembagian tim kampanye tersebut, kampanye yang dikelola dapat dikerjakan secara profesional dan memanfaatkan efisiensi. Hal tersebut dengan adanya Direktur sebagai koordinator dapat mengawasi alur kerja yang ada dan dapat memastikan seluruh tim dapat bergerak sesuai dengan tujuan yang sama. Pembagian job desk ini menjadi struktur organisasi yang tertata dan meningkatkan efisiensi dalam produksi konten sehingga AMAN dapat mempertahankan konsistensi dalam kualitas konten yang dibuat.

Dalam kampanye yang dijalankan, dibutuhkan sumber daya dalam mendukung kampanyenya untuk memastikan strategi yang digunakan dapat diimplementasikan dengan efektif. Sumber daya yang dibutuhkan dari manusia hingga pendanaan yang memadai. Namun dalam proses kampanye, AMAN memiliki keterbatasan sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosialnya.

Actuating (Pergerakan)

Pada tahap *Actuating*, AMAN melakukan produksi konten dengan rencana yang telah disusun dan diimplementasikan sesuai konten di *platform* Instagram. AMAN juga melibatkan komunitas adat secara langsung. Setiap konten yang dibuat dapat mempresentasikan hal hal dari perspektif Masyarakat Adat sendiri sehingga menghasilkan konten yang lebih autentik dan orisinal. Pada tahap ini juga melibatkan kreativitas tim kampanye dalam mengolah pesan yang ingin disampaikan dalam format visual dan naratif yang menarik.

Dalam proses kampanye, diperlukan konsistensi dalam memberikan pesan dan konten agar tujuan kampanye tersebut tersampaikan dengan baik. Konten yang dipublikasikan secara teratur dan memiliki keserasian untuk membangun pola komunikasi dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan ke ingatan audiens. Konsistensi pesan yang disampaikan AMAN seperti mencakup permasalahan yang seringkali terjadi pada Masyarakat Adat dengan pesan gaya visual dan pemilihan kata dalam *voice over* yang dapat memperkuat narasi yang dibuat. Dalam hal ini, AMAN secara konsisten dapat melawan stigma negatif yang sudah melekat untuk dapat diubah.

Dalam mengoptimalkan untuk mencapai tujuannya. AMAN melakukan kolaborasi dengan organisasi lain untuk memperkuat dampak jangkauan kampanye dan menciptakan sinergi satu sama lain terhadap Masyarakat Adat dengan kolaborasi dengan *Non Government Organization* (NGO) lain AMAN dapat menciptakan standar konten yang lebih profesional. Dengan pendekatan kolaboratif, AMAN dapat membuat narasi mengenai Masyarakat Adat dari prefektif NGO lain. Variasi konten yang tercipta menjadi lebih beragam dan isu mengenai Masyarakat Adat dapat disampaikan melalui sudut pandang dari prefektif lain. Dengan hal tersebut, memperkuat konsistensi penyampaian pesan kampanye dan membuka peluang untuk memperluas jangkauan advokasi sehingga dampak kampanye AMAN dapat diperkuat dengan jaringan yang luas dan beragam.

Controlling (Pengawasan)

Selanjutnya, *Controlling* dilakukannya evaluasi melalui metrik Instagram untuk melihat keterlibatan audiensnya. Kontrol yang dilakukan seperti jangkauan, interaksi dengan audiens dll. Data ini menjadi sumber untuk menilai efektivitas konten yang dibuat dan menjadi sumber dalam menyesuaikan strategi yang digunakan kedepannya.

Dalam metode evaluasi AMAN melakukan dengan laporan yang diterima dari tim media sosial berupa laporan monitoring yang berisi matrik statistik pada media sosial Instagram. AMAN memantau keberhasilan kampanyenya melalui *engagement* pada matrik Instagram. Penulis menemukan bahwa tim media sosial AMAN jika beroperasi secara penuh maka performa kampanye pada *engagement* dan *reach* tidak mengalami masalah yang signifikan. Namun hal tersebut sering kali menjadi tantangan karena ketidakkonsistenan produksi konten disebabkan oleh keterbatasan sumber daya menyebabkan inaktif akun terjadi. Ketika tidak ada yang mengelola media sosial secara langsung dampak yang dirasakan adalah menurunnya metrik metrik tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan dan hasil penelitian, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pengelolaan kampanye digital pada akun media sosial Instagram @rumah.aman dalam mengatasi stigma negatif pada Masyarakat Adat menggunakan pendekatan yang inovatif untuk mendorong **publik akan pentingnya peran Masyarakat Adat, sekaligus mengikis stigma yang melekat pada mereka**. AMAN memanfaatkan Instagram sebagai media melawan stigma negatif terhadap Masyarakat Adat melalui strategi konten yang edukatif, naratif dan isu yang sedang *hype* dikemas dalam bentuk narasi dari sisi Masyarakat Adat. AMAN menggunakan berbagai bentuk konten seperti infografis, foto maupun video. Dengan memanfaatkan hastag dan kolaborasi dengan NGO lain, AMAN dapat memperluas jangkauan pesan yang ingin disampaikan. Namun, terdapat kekurangan dalam ketersediaan sumber daya manusia pada pengelolaan media sosial Instagram @rumah.aman. Hal ini menyebabkan inaktif pada akun yang dikelola.

Saran

Adapun saran pada penelitian ini adalah untuk selalu meningkatkan sumber daya manusia pada pengelolaan media sosial dengan memberikan pelatihan atau pemahaman bagaimana konten yang efektif. Dengan peningkatan sumber daya manusia dalam pengelolaan kampanye digital dapat mendukung pencapaian tujuan komunikasi digital yang lebih efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 57-62.
- Faizal Mulia Z. (2022). *Implementation Of Organizational Culture on Village Owned Enterprises (Bumdes) Village Karangpapak Cisolok Subdistrict Sukabumi District*. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 3(1).
- Fitriandari, M., & Winata, H. (2021). Manajemen Pendidikan Untuk Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia. *Journal of Management Studies*, , 15, 3-4.
- Fuadi, M. H., Novita, L., & Aziza, D. K. (2024). Strategi Public Relations Dalam Membangun Narasi Politik Di Pilpres 2024: Analisis Komunikasi Kampanye

- Calon Presiden Anis-Muhaimin Di Media Sosial. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 10.
- Imsah, M. A., Sari, W. P., & Putriana, M. (2023). Efektivitas Media Baru dalam Penyampaian Pesan Kampanye Kesehatan Mental. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.15408/interaksi.v3i1.31837>
- Matondang, A. (2019). Dampak Modernisasi Terhadap Kehidupan Sosial Masyarakat. *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 8, 188–189.
- Obed Edotalino Sudiro, & Suharto, S. (2024). Perlindungan Hukum Kawasan Hutan Adat dan Hak Ulayat. *Jurnal Hukum, Politik Dan Humaniora*, 1(3), 275–276.
- Sitoyo, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian (Ayup, Ed.)*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Tampubolon, M. H. R. (2010). Konsepsi Masyarakat Adat dan Problematika Pengakuan dan Perlindungannya. *Risalah Hukum Fakultas Hukum Unmul*, 6(2), 71–82.