



JURNAL ABDI INSANI

Volume 13, Nomor 7, Juli 2026

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



PENINGKATAN KESADARAN PARIWISATA BERKELANJUTAN MELALUI EDUKASI BRANDING BERBASIS KEARIFAN LOKAL: PROGRAM PENGABDIAN KEPADA SISWA SMA DI KOTA DENPASAR

*Enhancing Sustainable Tourism Awareness Through Local Wisdom-Based Branding
Education: A Community Engagement Program for High School Students In Denpasar*

**Gita Apsari Dewi*, Dewa Gde Yoga Permana, Komang Tri Werthi, A.A. Gde Agung
Nanda Perwira, I Made Luhur Adi Putra**

Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Bali Internasional

Jalan Seroja Gang Jeruk No. 9A, Denpasar Timur, Bali

*Alamat korespondensi: gitaapsari@unbi.ac.id

(Tanggal Submission: 8 Mei 2026, Tanggal Accepted : 28 Juli 2026)



Kata Kunci :

*Pariwisata
Berkelanjutan,
Tri Hita Karana,
Literasi Digital,
Branding
Destinasi*

Abstrak :

Pariwisata Bali berkembang pesat dengan menjadikan budaya lokal sebagai identitas utama destinasi, namun pemahaman generasi muda mengenai peran nilai budaya dalam mendukung pariwisata berkelanjutan masih perlu diperkuat, khususnya terkait implementasi nilai Tri Hita Karana dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi destinasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kesadaran siswa SMA di Kota Denpasar mengenai pentingnya nilai Tri Hita Karana sebagai dasar pengembangan pariwisata berkelanjutan serta meningkatkan pemahaman mereka tentang peran media sosial dalam membangun citra positif destinasi wisata berbasis budaya lokal. Metode yang digunakan adalah pendekatan edukatif partisipatif melalui penyampaian materi interaktif dan sesi tanya jawab kepada 101 siswa kelas X dan XI SMA Negeri 8 Denpasar. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai keterkaitan budaya lokal dengan pariwisata berkelanjutan serta meningkatnya kesadaran tentang pentingnya penggunaan media sosial secara bijak sebagai sarana destination branding berbasis nilai budaya. Respons aktif siswa selama kegiatan juga menunjukkan meningkatnya literasi budaya dan literasi digital sebagai bekal komunikasi pariwisata di era digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kesadaran siswa mengenai pentingnya budaya lokal sebagai identitas pariwisata sekaligus memperkuat pemahaman mereka tentang peran media sosial dalam mendukung promosi pariwisata berkelanjutan di Kota Denpasar.



Key word :	Abstract :
<i>Sustainable Tourism, Tri Hita Karana, Digital Literacy, Destination Branding</i>	Tourism development in Bali strongly relies on local culture as the core identity of the destination; however, students' understanding of the role of cultural values in supporting sustainable tourism remains limited, particularly regarding the implementation of Tri Hita Karana principles and the responsible use of social media as a destination communication platform. This community engagement program aimed to increase high school students' awareness in Denpasar regarding the importance of Tri Hita Karana as the foundation of sustainable tourism development and to enhance their understanding of the role of social media in building a positive cultural-based destination image. The program applied a participatory educational approach through interactive material delivery and question-answer sessions involving 101 tenth-grade and eleventh-grade students of SMA Negeri 8 Denpasar. The results indicated improved students' understanding of the relationship between local cultural values and sustainable tourism, as well as increased awareness of the responsible use of social media as a destination branding tool. Students' active participation during the sessions also reflected enhanced cultural literacy and digital literacy relevant to tourism communication in the digital era. Therefore, the program successfully strengthened students' awareness of the importance of local culture as a tourism identity and improved their understanding of social media's strategic role in promoting sustainable tourism in Denpasar.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Dewi, G. A., Permana, D. G. Y., Werthi, K. T., Perwira, A. A. G. A. N., & Putra, I. M. L. A. (2026). Peningkatan Kesadaran Pariwisata Berkelanjutan melalui Edukasi Branding Berbasis Kearifan Lokal: Program Pengabdian kepada Siswa SMA di Kota Denpasar. *Jurnal Abdi Insani*, 13(7), 229-237. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i7.4016>

PENDAHULUAN

Pariwisata Bali berkembang sebagai sektor utama yang bertumpu pada kekuatan budaya lokal sebagai identitas destinasi wisata sekaligus sebagai fondasi pembangunan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat. Dalam konteks ini, budaya lokal tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik wisata, tetapi juga sebagai sistem nilai yang menjaga keseimbangan sosial, spiritual, dan lingkungan dalam aktivitas pariwisata (Sitohang & Purnomo, 2023). Salah satu konsep kearifan lokal yang menjadi dasar filosofi pembangunan pariwisata Bali adalah *Tri Hita Karana*, yaitu ajaran tentang keseimbangan hubungan manusia dengan Tuhan (*parahyangan*), manusia dengan sesama (*pawongan*), dan manusia dengan lingkungan (*palemahan*). Konsep tersebut terbukti relevan sebagai kerangka pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis budaya karena mampu memperkuat harmoni sosial dan ekologis dalam tata kelola destinasi wisata (Adityanandana & Gerber, 2019). Selain itu, implementasi nilai *Tri Hita Karana* juga berkontribusi terhadap penguatan identitas budaya lokal sebagai diferensiasi destinasi wisata Bali di tingkat global (Rahmawati *et al.*, 2019). Namun demikian, berbagai kajian menunjukkan bahwa pemahaman generasi muda terhadap nilai budaya lokal sebagai bagian dari komunikasi pariwisata masih perlu diperkuat melalui pendekatan edukatif yang sistematis (Paramita, 2025). Oleh karena itu, penguatan literasi budaya sejak jenjang pendidikan menengah menjadi langkah strategis dalam mendukung keberlanjutan citra pariwisata Bali di masa depan.

Perkembangan teknologi digital turut mengubah cara promosi destinasi wisata dilakukan, khususnya melalui penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi visual dan naratif yang efektif dalam membangun citra destinasi wisata. Media sosial dalam konteks pariwisata berfungsi sebagai



platform penyebaran informasi destinasi sekaligus sebagai sarana pembentukan identitas destinasi melalui proses *destination branding* yang berbasis pengalaman dan representasi budaya lokal (Tran & Rudolf, 2022). Studi terbaru menunjukkan bahwa komunikasi destinasi melalui media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi wisatawan terhadap kualitas destinasi serta meningkatkan minat kunjungan wisatawan (Huerta-Álvarez *et al.*, 2020). Selain itu, keterlibatan generasi muda dalam komunikasi digital pariwisata juga berpotensi memperkuat promosi wisata berbasis komunitas apabila didukung oleh literasi digital yang memadai (Zvanut & Baruca, 2025). Namun demikian, penelitian terbaru menunjukkan bahwa kemampuan evaluasi informasi digital siswa SMA masih memerlukan penguatan agar penggunaan media sosial dapat memberikan dampak positif terhadap komunikasi publik berbasis budaya lokal (Nurdiyanti *et al.*, 2025). Oleh karena itu, diperlukan kegiatan edukasi yang mengintegrasikan literasi budaya dengan literasi komunikasi digital sebagai strategi penguatan kesadaran pariwisata berkelanjutan di kalangan generasi muda.

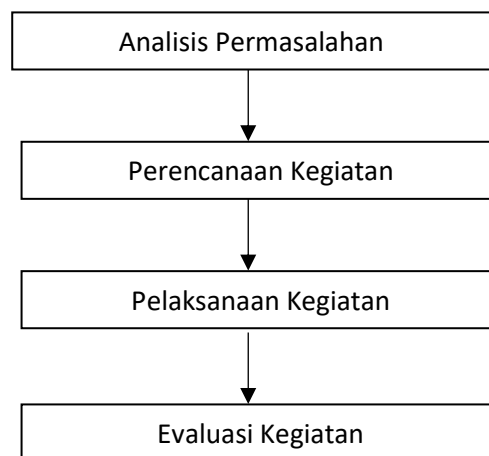
Berbagai kegiatan pengabdian dan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa integrasi nilai kearifan lokal dalam pendidikan mampu meningkatkan kesadaran budaya peserta didik secara signifikan. Implementasi nilai *Tri Hita Karana* dalam konteks pendidikan terbukti efektif dalam membentuk karakter siswa serta meningkatkan kesadaran sosial dan ekologis peserta didik (Pramerta, 2023). Selain itu, penelitian mengenai pengembangan wisata budaya berbasis kearifan lokal menunjukkan bahwa nilai budaya masyarakat Bali dapat diterjemahkan menjadi strategi komunikasi destinasi yang berkelanjutan dan berbasis identitas lokal (Prihadi *et al.*, 2024). Di sisi lain, kegiatan pelatihan komunikasi branding destinasi wisata kepada siswa juga terbukti mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam menyusun pesan promosi wisata yang kontekstual dan berbasis nilai budaya lokal (Gusfa *et al.*, 2023). Pendekatan integratif antara literasi budaya dan literasi digital tersebut menjadi strategi penting dalam meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap praktik komunikasi pariwisata berkelanjutan (Amelia & Prasetyo, 2023). Namun demikian, masih terbatas kegiatan pengabdian yang secara khusus mengintegrasikan edukasi *Tri Hita Karana* dengan literasi branding digital pada siswa SMA di Kota Denpasar sebagai wilayah pusat aktivitas pariwisata Bali.

Berdasarkan kondisi tersebut, solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah penyampaian materi edukasi mengenai pentingnya nilai *Tri Hita Karana* sebagai daya tarik wisata budaya Bali serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi destinasi wisata yang bertanggung jawab. Melalui kegiatan ini, siswa diperkenalkan bahwa daya tarik wisata tidak hanya berupa objek fisik atau pertunjukan budaya, tetapi juga nilai harmoni sosial, spiritual, dan lingkungan yang menjadi identitas masyarakat Bali (Sitohang & Purnomo, 2023). Selain itu, siswa juga diberikan pemahaman mengenai konsep *destination branding* sebagai proses membangun citra wisata berbasis identitas budaya lokal melalui komunikasi digital yang tepat dan beretika (Mandagi *et al.*, 2024). Pendekatan edukatif dipilih karena terbukti efektif dalam meningkatkan literasi budaya dan literasi digital peserta didik secara simultan (Udiyana *et al.*, 2022). Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman siswa tentang hubungan antara budaya lokal dan promosi pariwisata berkelanjutan di era digital.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kesadaran siswa SMA di Kota Denpasar mengenai pentingnya nilai *Tri Hita Karana* sebagai dasar pengembangan pariwisata berkelanjutan serta meningkatkan pemahaman mereka tentang peran media sosial dalam membangun citra positif destinasi wisata Bali. Kegiatan ini juga bertujuan menumbuhkan kemampuan siswa dalam memanfaatkan media sosial secara bijak untuk mempromosikan budaya lokal sebagai identitas pariwisata daerah (Tran & Rudolf, 2022). Manfaat kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat literasi budaya dan literasi digital siswa sebagai generasi muda yang berperan dalam komunikasi pariwisata masa depan (Zvanut & Baruca, 2025). Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan memberikan kontribusi bagi sekolah dalam mendukung pembelajaran kontekstual berbasis kearifan lokal serta bagi masyarakat dalam menyiapkan generasi muda yang memiliki kesadaran wisata berkelanjutan (Paramita, 2025).

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di SMA Negeri 8 Denpasar yang berlokasi di Kota Denpasar. Kota Denpasar merupakan wilayah strategis yang memiliki keterkaitan erat dengan perkembangan pariwisata Bali sehingga siswa di wilayah ini memiliki potensi besar sebagai agen promosi budaya dan destinasi wisata berbasis media sosial. Sasaran kegiatan adalah siswa kelas X dan XI sebanyak 101 siswa yang dipilih karena berada pada tahap perkembangan kognitif yang memungkinkan mereka memahami konsep budaya lokal dan komunikasi digital secara lebih kritis. Melalui kegiatan ini diharapkan siswa memiliki kesadaran yang lebih baik tentang pentingnya menjaga identitas budaya Bali serta mampu memanfaatkan media sosial secara bijak dalam mempromosikan pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal Tri Hita Karana. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan edukatif partisipatif dengan metode penyampaian materi dan sesi tanya jawab sebagai strategi utama dalam meningkatkan pemahaman siswa mengenai pentingnya kesadaran pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal Tri Hita Karana serta pemanfaatan media sosial dalam promosi budaya dan wisata Bali secara bertanggung jawab. Metode ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik sasaran kegiatan yaitu siswa SMA yang membutuhkan pendekatan komunikasi langsung, interaktif, dan kontekstual agar materi dapat dipahami secara efektif. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Secara umum, metode pelaksanaan kegiatan pada gambar di atas dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Tahap Analisis Permasalahan

Tahap awal kegiatan dimulai dengan identifikasi permasalahan yang menjadi dasar pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Permasalahan yang ditemukan adalah masih terbatasnya pemahaman siswa SMA mengenai peran budaya lokal Tri Hita Karana sebagai bagian penting dari identitas pariwisata Bali serta masih rendahnya kesadaran tentang penggunaan media sosial secara bijak dalam mempromosikan budaya dan destinasi wisata secara berkelanjutan. Selain itu, siswa sebagai generasi digital memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, namun belum sepenuhnya memahami bagaimana memanfaatkan *platform* tersebut sebagai sarana promosi wisata berbasis nilai budaya lokal secara bertanggung jawab. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan edukasi yang mampu meningkatkan literasi budaya dan literasi digital siswa secara terpadu.

2. Tahap Perencanaan Kegiatan

Pada tahap perencanaan, narasumber menyusun materi edukasi yang disesuaikan dengan kebutuhan sasaran kegiatan, yaitu siswa kelas X dan XI SMA Negeri 8 Denpasar. Materi yang disusun mencakup dua topik utama, yaitu (1) pengenalan konsep Tri Hita Karana sebagai daya tarik wisata budaya Bali dan (2) peran media sosial dalam membangun citra positif pariwisata Bali melalui komunikasi digital yang bertanggung jawab. Selain itu, kami juga menyiapkan media presentasi berupa slide materi edukasi yang dirancang secara komunikatif dan kontekstual agar mudah dipahami oleh siswa. Koordinasi dengan pihak sekolah dilakukan untuk menentukan waktu pelaksanaan kegiatan, jumlah peserta kegiatan, serta kesiapan sarana pendukung kegiatan seperti ruang pelaksanaan, perangkat presentasi, dan dokumentasi kegiatan.

3. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada hari Rabu, 15 April 2026 bertempat di SMA Negeri 8 Denpasar, Kota Denpasar, Provinsi Bali. Sasaran kegiatan adalah 101 siswa kelas X dan XI yang dipilih sebagai peserta kegiatan karena berada pada fase pembentukan karakter dan memiliki keterlibatan aktif dalam penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi digital. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui dua metode utama, yaitu penyampaian materi dan sesi tanya jawab. Penyampaian materi dilakukan secara langsung menggunakan media presentasi interaktif yang menjelaskan konsep Tri Hita Karana sebagai dasar pengembangan pariwisata berkelanjutan di Bali serta pentingnya peran generasi muda dalam menjaga identitas budaya lokal melalui komunikasi digital. Selain itu, siswa juga diberikan pemahaman mengenai konsep dasar *branding* destinasi wisata dan bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi budaya yang positif dan bertanggung jawab. Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada siswa untuk mengklarifikasi materi yang telah disampaikan sekaligus meningkatkan partisipasi aktif siswa dalam kegiatan pengabdian.

4. Tahap Evaluasi Kegiatan

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman siswa terhadap materi yang telah disampaikan selama kegiatan berlangsung. Evaluasi dilakukan secara langsung melalui diskusi interaktif pada sesi tanya jawab serta pengamatan terhadap respons dan partisipasi siswa selama kegiatan berlangsung. Selain itu, evaluasi juga dilakukan berdasarkan keterlibatan siswa dalam memberikan pertanyaan, tanggapan, dan pendapat terkait peran budaya lokal dan media sosial dalam promosi pariwisata Bali. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk menilai efektivitas kegiatan pengabdian serta sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan kegiatan pengabdian lanjutan di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa siswa memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi sebagai bagian dari aktivitas komunikasi sehari-hari, namun belum seluruhnya memahami hubungan antara budaya lokal dan promosi pariwisata berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan kajian mengenai literasi digital generasi muda di Indonesia yang menunjukkan bahwa anak muda cukup adaptif terhadap ruang digital, tetapi masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan media digital secara kritis, produktif, dan bertanggung jawab (Jati, 2021). Selain itu, pemahaman siswa tentang konsep Tri Hita Karana masih terbatas pada aspek simbolik sebagai identitas budaya Bali dan belum sepenuhnya dikaitkan dengan praktik komunikasi pariwisata berbasis nilai keberlanjutan. Padahal, nilai Tri Hita Karana memiliki peran strategis dalam mengintegrasikan dimensi ekologis, sosial, budaya, dan spiritual sebagai dasar pengembangan pariwisata berkelanjutan di Bali (Prihadi *et al.*, 2024). Dalam perspektif komunikasi destinasi wisata, pemahaman budaya lokal merupakan faktor penting karena citra destinasi tidak hanya dibangun melalui objek wisata fisik, tetapi juga melalui nilai

simbolik, pengalaman, identitas, dan keunikan budaya yang dikomunikasikan secara konsisten kepada publik (Ruiz-Real *et al.*, 2020). Oleh karena itu, siswa sebagai pengguna aktif media sosial memiliki potensi besar sebagai agen promosi wisata berbasis komunitas apabila dibekali pemahaman budaya yang memadai sejak jenjang pendidikan menengah.

Selanjutnya dilakukan penyusunan materi edukasi yang disesuaikan dengan karakteristik peserta kegiatan serta kebutuhan peningkatan literasi budaya dan literasi digital siswa. Materi kegiatan difokuskan pada dua topik utama, yaitu penguatan pemahaman konsep Tri Hita Karana sebagai daya tarik wisata budaya Bali serta peran media sosial dalam membangun citra positif destinasi wisata melalui komunikasi digital yang bertanggung jawab. Penyusunan materi dilakukan menggunakan pendekatan pembelajaran kontekstual berbasis kearifan lokal karena integrasi nilai lokal dalam pembelajaran dapat membantu peserta didik memahami, menghargai, dan merefleksikan identitas budaya dalam kehidupan sehari-hari (Andita, 2024). Selain itu, pendekatan komunikasi interaktif juga dipilih sebagai strategi penyampaian materi karena pembelajaran yang melibatkan partisipasi, dialog, dan produksi konten digital dapat meningkatkan keterlibatan peserta dalam memahami komunikasi pariwisata berbasis identitas lokal (Cheung *et al.*, 2021). Pendekatan partisipatif ini selaras dengan kajian yang menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis kearifan lokal mampu memperkuat karakter, kesadaran budaya, dan kepedulian sosial peserta didik dalam konteks pendidikan Indonesia (Yusuf *et al.*, 2023). Dengan demikian, penyusunan materi edukasi tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada penguatan kesadaran nilai budaya sebagai bagian dari strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui metode penyampaian materi secara langsung menggunakan media presentasi interaktif yang menjelaskan konsep Tri Hita Karana sebagai dasar pengembangan pariwisata berkelanjutan di Bali serta pentingnya peran generasi muda dalam menjaga identitas budaya lokal melalui komunikasi digital. Dalam kegiatan ini siswa juga diberikan pemahaman mengenai konsep destination branding, yaitu proses membangun citra destinasi wisata melalui komunikasi yang konsisten dan berbasis identitas budaya lokal. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa siswa memberikan respons positif terhadap materi yang disampaikan, terutama pada pembahasan mengenai hubungan antara budaya lokal dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi wisata berbasis nilai budaya. Respons tersebut terlihat dari meningkatnya partisipasi siswa dalam sesi diskusi dan tanya jawab selama kegiatan berlangsung. Kondisi ini sejalan dengan kajian sistematis yang menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam membangun destination branding, terutama melalui peningkatan visibilitas, keterlibatan audiens, pembentukan identitas destinasi, serta penguatan loyalitas terhadap destinasi wisata (Tran & Rudolf, 2022). Selain itu, komunikasi pariwisata melalui media sosial juga berkontribusi dalam membangun hubungan emosional antara audiens dan destinasi melalui interaksi digital, komunitas merek destinasi, serta pengalaman visual yang dibagikan secara partisipatif (Rather *et al.*, 2020). Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi edukasi budaya lokal dan literasi digital merupakan pendekatan yang relevan dalam meningkatkan kesadaran siswa terhadap praktik komunikasi pariwisata berkelanjutan.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi terhadap keterlibatan siswa selama kegiatan berlangsung serta analisis respons siswa dalam sesi diskusi interaktif. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar siswa mampu memahami konsep Tri Hita Karana sebagai dasar nilai pengembangan pariwisata berkelanjutan di Bali serta memahami pentingnya peran media sosial dalam membangun citra positif destinasi wisata berbasis budaya lokal. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif berbasis kearifan lokal efektif dalam meningkatkan literasi budaya peserta didik. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian mengenai pembelajaran berbasis kearifan lokal yang menunjukkan bahwa integrasi nilai budaya dalam proses pembelajaran dapat meningkatkan literasi budaya, pemahaman identitas lokal, serta kesadaran peserta didik untuk melestarikan nilai-nilai budaya daerah (Mursalim *et al.*, 2025). Selain itu, penguatan literasi digital dalam konteks

pembelajaran juga penting karena kemampuan mengakses, mengevaluasi, dan memproduksi informasi digital menjadi bagian dari kecakapan utama peserta didik dalam berkomunikasi secara bertanggung jawab di ruang publik digital (Pangrazio *et al.*, 2020). Selama pelaksanaan kegiatan, kendala yang dihadapi relatif terbatas pada keterbatasan waktu penyampaian materi sehingga belum seluruh siswa memperoleh kesempatan yang sama dalam sesi diskusi. Namun demikian, kegiatan tetap berjalan secara efektif karena siswa menunjukkan antusiasme tinggi selama kegiatan berlangsung serta memperoleh dukungan penuh dari pihak sekolah sebagai stakeholder kegiatan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesadaran siswa mengenai pentingnya pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal *Tri Hita Karana* serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi budaya lokal secara positif dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, kegiatan ini berpotensi menjadi model edukasi berbasis budaya lokal yang dapat direplikasi pada sekolah lain di Kota Denpasar maupun wilayah Bali secara umum sebagai bagian dari strategi penguatan citra pariwisata berkelanjutan berbasis identitas budaya lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui edukasi branding destinasi berbasis kearifan lokal *Tri Hita Karana* kepada siswa kelas X dan XI SMA Negeri 8 Denpasar menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan kesadaran siswa mengenai pentingnya nilai budaya lokal sebagai dasar pengembangan pariwisata berkelanjutan di Bali. Kegiatan edukasi yang dilaksanakan melalui penyampaian materi interaktif dan sesi tanya jawab mampu memperkuat pemahaman siswa bahwa daya tarik pariwisata Bali tidak hanya terletak pada aspek fisik destinasi wisata, tetapi juga pada nilai harmoni hubungan manusia dengan Tuhan, sesama manusia, dan lingkungan sebagai identitas budaya yang perlu dijaga keberlanjutannya. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan pemahaman siswa mengenai peran strategis media sosial sebagai sarana komunikasi publik dalam membangun citra positif destinasi wisata berbasis budaya lokal secara bertanggung jawab. Respons aktif siswa selama kegiatan menunjukkan adanya peningkatan literasi budaya dan literasi digital sebagai bekal komunikasi pariwisata di era digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam menumbuhkan kesadaran generasi muda sebagai agen promosi wisata berbasis budaya lokal serta mendukung penguatan citra pariwisata berkelanjutan di Kota Denpasar.

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, kegiatan serupa disarankan untuk dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan sasaran yang lebih luas agar dampak peningkatan literasi budaya dan literasi digital siswa dapat dirasakan secara lebih optimal di lingkungan pendidikan menengah di Kota Denpasar maupun wilayah Bali secara umum. Selain itu, metode pelaksanaan kegiatan pada masa mendatang perlu dikembangkan tidak hanya melalui penyampaian materi, tetapi juga melalui kegiatan praktik seperti pelatihan pembuatan konten promosi wisata berbasis budaya lokal agar siswa dapat mengaplikasikan secara langsung pemahaman yang diperoleh selama kegiatan berlangsung. Kegiatan pengabdian selanjutnya juga disarankan melibatkan kolaborasi dengan pihak sekolah, pemerintah daerah, serta komunitas pariwisata dan pelaku industri kreatif untuk memperkuat implementasi konsep *Tri Hita Karana* dalam promosi pariwisata berbasis media sosial secara berkelanjutan. Di samping itu, diperlukan penggunaan instrumen evaluasi yang lebih sistematis pada kegiatan selanjutnya agar tingkat peningkatan pemahaman siswa dapat diukur secara lebih komprehensif. Dengan pengembangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih luas dalam menyiapkan generasi muda yang memiliki kesadaran budaya dan kemampuan komunikasi digital sebagai bagian dari upaya penguatan citra pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal di Bali.



UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Bali Internasional atas dukungan kelembagaan, fasilitasi pelaksanaan kegiatan, serta kesempatan yang diberikan dalam penyelenggaraan program pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Bali Internasional atas dukungan akademik dan koordinasi yang membantu kelancaran perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan di lapangan. Dukungan kedua pihak tersebut sangat berperan dalam terlaksananya kegiatan edukasi kepada siswa SMA Negeri 8 Denpasar secara efektif sehingga tujuan peningkatan kesadaran pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal *Tri Hita Karana* dan literasi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi budaya dapat tercapai dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityanandana, M., & Gerber, J. F. (2019). Post-growth in the Tropics? Contestations over Tri Hita Karana and a Tourism Megaproject in Bali. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1839–1856. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1666857>
- Amelia, V., & Prasetyo, D. (2023). Manfaat Literasi Digital Generasi Z sebagai Preferensi Tujuan Wisata dan Promosi Pariwisata. *IDEAS Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 377–386. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1282>
- Andita, S. B. (2024). Analysis of Cultural Literacy Learning Based on Local Wisdom to Strengthen the Profile of Pancasila Students. *Pedagogy: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*.
- Cheung, M. L., Ting, H., Cheah, J. H., & Sharipudin, M. N. S. (2021). Examining the Role of Social Media-Based Destination Brand Community in Evoking Tourists' Emotions and Intention to Co-Create and Visit. *Journal of Product & Brand Management*, 30(1), 28–43.
- Gusfa, H., Arswendi, R., & Syaefuddin, S. (2023). Strengthening Students' Ability to Create Content in Tourism Brand Communication. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(3). <https://doi.org/10.22219/jcse.v4i3.27175>
- Huerta-Álvarez, R., Cambra-Fierro, J., & Fuentes-Blasco, M. (2020). The Interplay Between Social Media Communication, Brand Equity and Brand Engagement in Tourist Destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100413. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100413>
- Jati, W. R. (2021). The State of Digital Literacy Among Youths. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 13(1).
- Mandagi, D. W., Indrajit, I., & Wulyatiningsih, T. (2024). Navigating Digital Horizons: A Systematic Review of Social Media's Role in Destination Branding. *Journal of Enterprise and Development*, 6(2). <https://doi.org/10.20414/jed.v6i2.10075>
- Mursalim, M., Alim, A., & Rahman, A. (2025). Local Wisdom-Based Learning of the Maataa Tradition to Improve Students' Cultural Literacy. *Journal of Innovation and Research in Primary Education*, 4(2), 326–335.
- Nurdiyanti, N., Anisa, A., & Ananthakkarasu, V. (2025). Digital Literacy of Senior High School Science Students: A Case Study of Technology Use in Daily Academic Life. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sains*, 14(2), 173–184. <https://doi.org/10.26740/jpps.v14n2.p173-184>
- Pangrazio, L., Godhe, A. L., & Ledesma, A. G. L. (2020). What is Digital Literacy? A Comparative Review of Publications Across Three Language Contexts. *E-Learning and Digital Media*, 17(6), 442–459.
- Paramita, I. B. G. (2025). Integrasi kearifan lokal Tri Hita Karana dalam Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Penglipuran Bali. *Cultoure: Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 6(1), 55–68.
- Pramerta, I. G. P. A. (2023). Tri Hita Karana in Education Context: A Literature Review. *Jurnal Santiaji Pendidikan*, 13(1), 21–26. <https://doi.org/10.36733/jsp.v13i1.6024>



- Prihadi, D. J., Shalahuddin, M. R., Novianti, E., Junirahma, N. S., Pamungkas, W., Annida, S. B., & Lahbar, G. M. (2024). The Tri Hita Karana Ecotourism Approach for Sustainable Marine Resource Management and Tourism in Bali. *International Journal of Marine Engineering Innovation and Research*, 9(4), 858–869.
- Rahmawati, P. I., Jiang, M., Law, A., Wiranatha, A. S., & DeLacy, T. (2019). Spirituality and Corporate Social Responsibility: An Empirical Narrative from the Balinese Tourism Industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 156–172. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1513006>
- Rather, R. A., Hollebeek, L. D., & Islam, J. U. (2020). Tourism-Based Customer Engagement: The Construct, Antecedents, and Consequences. *The Service Industries Journal*, 40(7–8), 519–540.
- Ruiz-Real, J. L., Uribe-Toril, J., & Gázquez-Abad, J. C. (2020). Destination Branding: Opportunities and New Challenges. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, 100453. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100453>
- Sitohang, L., & Purnomo, N. H. (2023). Local Wisdom in the Context of Sustainable Tourism: Two-Sided Phenomena of Tri Hita Karana in Daily Tourism Activities in Bali. *Jurnal Geografi Geografi Dan Pengajarannya*, 21(1), 1–18. <https://doi.org/10.26740/jggp.v21n1.p1-18>
- Tran, N. L., & Rudolf, W. (2022). Social Media and Destination Branding in tourism: A Systematic Review of the Literature. *Sustainability*, 14(20), 13528. <https://doi.org/10.3390/su142013528>
- Udiyana, I. G., Arnyana, I. B. P., & Astawan, I. G. (2022). Balinese local Wisdom Oriented Digital Teaching Materials to Improve Cultural Literacy of Elementary School Students. *Journal for Lesson and Learning Studies*, 5(2), 236–243. <https://doi.org/10.23887/jlls.v5i2.52411>
- Yusuf, F. A., Hidayat, H., & Nurhayati, E. (2023). Meta-analysis: The Influence of Local Wisdom-based Learning Media on the Character of Students in Indonesia. *International Journal of Educational Methodology*, 9(1), 237–248.
- Zvanut, A. P., & Baruca, P. Z. (2025). *Social Media Marketing Strategy in the Tourism Industry : A Systematic Literature Review*. 8316. <https://doi.org/10.1080/21568316.2025.2549069>