



Naskah dikirim: 5/08/2025 – Selesai revisi: 27/08/2025 – Disetujui: 25/09/2025 – Diterbitkan: 30/10/2025

Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Budaya Lokal Oleh Remaja Melalui Pelatihan Branding Digital di Kawasan Wisata

Muhammad Mona Adha^{1*}, Rahma Kurnia Sri Utami², Novia Fitri Istiawati³, Apri Wahyudi⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung, Indonesia

e-mail: ¹muhammad.monaadha@fkip.unila.ac.id,

²rahmakurniasriutami@fkip.unila.ac.id, ³noviafitriistiawati@fkip.unila.ac.id,

⁴apriwahyudi@fkip.unila.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital pada era Revolusi Industri 4.0 telah mengubah fungsi media sosial dari sarana komunikasi menjadi media strategis untuk promosi budaya. Namun, banyak remaja masih memanfaatkannya secara pasif tanpa memahami potensinya dalam memperkuat budaya lokal dan pariwisata. Permasalahan ini menjadi dasar pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di SMP Negeri 44 Bandar Lampung, yang bertujuan meningkatkan literasi digital dan keterampilan siswa dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi budaya lokal melalui pelatihan digital branding. Kegiatan dilakukan dengan metode pelatihan partisipatif melalui lokakarya, diskusi kelompok, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan siswa dalam membuat konten kreatif seperti video, poster, dan narasi budaya yang diunggah melalui akun media sosial sekolah. Program ini berhasil menumbuhkan kesadaran budaya dan semangat kreatif siswa, sekaligus menjadi contoh model pemberdayaan remaja berbasis digital untuk pelestarian budaya lokal.

Kata Kunci: media sosial, budaya lokal, remaja, literasi digital, branding digital

Abstract

The rapid development of digital technology in the Industrial Revolution 4.0 era has transformed social media from a communication tool into a strategic medium for cultural promotion. However, many youths still use social media passively without understanding its potential to strengthen local culture and tourism. This issue became the basis for implementing a community service program at SMP Negeri 44 Bandar Lampung, aiming to improve students' digital literacy and skills in using social media as a platform for promoting local culture through digital branding training. The activity applied a participatory training method through workshops, group discussions, and mentoring. The results showed that students' abilities in creating creative content such as videos, posters, and cultural narratives increased significantly. These works were published on the school's social media account as part of local culture promotion efforts. This program successfully fostered cultural awareness



and creativity among students, serving as a model for youth empowerment through digital-based cultural preservation.

Keywords: *social media, local culture, youth, digital literacy, digital branding*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat pada era Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan terhadap pola komunikasi, gaya hidup, dan cara masyarakat dalam mengakses informasi. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga telah menjadi ruang strategis untuk membangun citra diri, membentuk opini publik, serta mempromosikan nilai-nilai sosial dan budaya (Morissan, 2019). Bagi generasi muda, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube merupakan ruang yang sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka. Platform-platform ini tidak hanya menjadi tempat berbagi ekspresi dan hiburan, melainkan juga dapat menjadi sarana strategis untuk mengenalkan dan melestarikan budaya lokal (Adriana & Lazuardi, 2020).

Namun, di tengah kemajuan teknologi digital tersebut, muncul tantangan baru yang berkaitan dengan menurunnya kesadaran generasi muda terhadap pentingnya budaya lokal. Banyak remaja yang menggunakan media sosial hanya untuk konsumsi konten hiburan, sering kali bersumber dari budaya asing, tanpa mampu memanfaatkan platform tersebut untuk memproduksi konten yang bermuatan nilai-nilai budaya daerah (Lestari & Rachman, 2021; Hidayat & Salim, 2020). Kondisi ini menyebabkan terjadinya ketimpangan antara kemajuan teknologi dan pelestarian budaya lokal, di mana generasi muda lebih mengenal budaya global dibandingkan budaya bangsanya sendiri.

Padahal, Indonesia memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam, mulai dari bahasa daerah, seni pertunjukan, kerajinan tradisional, hingga kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Kekayaan budaya ini memiliki potensi besar untuk dipromosikan melalui platform digital agar dapat dikenal secara luas, baik di tingkat nasional maupun internasional (Pradhana, Santoso, & Luthfi, 2022). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi budaya dapat menjadi langkah strategis untuk memperkuat jati diri bangsa sekaligus meningkatkan daya tarik wisata daerah.

Sayangnya, sebagian besar program literasi digital yang telah dilakukan di sekolah-sekolah selama ini masih berfokus pada aspek teknis seperti keamanan digital, etika bermedia, dan penggunaan internet secara bijak. Sementara itu, aspek kreatif seperti kemampuan membangun identitas digital, strategi branding, serta pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi budaya masih jarang disentuh (Fitriani & Mulya, 2020). Akibatnya, potensi besar media sosial untuk memperkuat budaya lokal belum dimanfaatkan secara optimal oleh kalangan remaja.

Menanggapi kondisi tersebut, tim dosen dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung melaksanakan kegiatan **Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM)** di SMP Negeri 44 Bandar Lampung. Pemilihan sekolah ini didasarkan pada observasi awal yang menunjukkan bahwa sebagian besar siswa aktif menggunakan media sosial, tetapi belum memiliki keterampilan dalam

mengelola konten yang bernilai edukatif dan budaya. Kegiatan ini dirancang sebagai bentuk pemberdayaan remaja agar mampu menjadi pelopor promosi budaya lokal melalui pelatihan *digital branding*.

Pelatihan ini tidak hanya bertujuan meningkatkan kemampuan teknis siswa dalam menggunakan media sosial, tetapi juga membangun kesadaran kritis terhadap pentingnya pelestarian budaya lokal. Melalui kegiatan lokakarya, diskusi kelompok, dan pendampingan, siswa diajak untuk memahami konsep dasar branding digital, mengidentifikasi unsur-unsur budaya daerah, serta mengemasnya dalam bentuk konten kreatif seperti video pendek, poster digital, dan narasi visual.

Selain itu, kegiatan PKM ini juga mendukung visi pendidikan karakter dalam Kurikulum Merdeka yang menekankan penguatan Profil Pelajar Pancasila, khususnya dalam aspek gotong royong, kreativitas, dan kebhinekaan global. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan literasi digital, tetapi juga memperkuat nilai-nilai nasionalisme serta rasa bangga terhadap identitas budaya daerah.

Melalui pelatihan ini diharapkan terbentuk generasi muda yang tidak hanya mahir dalam memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga memiliki kepedulian sosial dan tanggung jawab budaya. Siswa diharapkan dapat menjadi agen perubahan yang mampu menggunakan media sosial secara positif, produktif, dan bernilai budaya. Dengan kata lain, kegiatan ini merupakan langkah nyata dalam menjawab tantangan era digital melalui integrasi antara literasi digital, pendidikan karakter, dan pelestarian budaya lokal.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif (*participatory training approach*) yang menekankan pada keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar siswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoretis mengenai literasi digital dan *digital branding*, tetapi juga memiliki pengalaman langsung dalam menciptakan konten kreatif yang berorientasi pada pelestarian budaya lokal. Kegiatan dilaksanakan di SMP Negeri 44 Bandar Lampung selama enam bulan, yaitu dari bulan Mei hingga November 2025.

Metode pelaksanaan terdiri dari empat tahap utama, yaitu (1) tahap persiapan, (2) tahap pelatihan, (3) tahap pendampingan, dan (4) tahap evaluasi dan refleksi. Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak sekolah untuk menentukan jadwal kegiatan, menyiapkan sarana dan prasarana, serta melakukan analisis kebutuhan peserta. Analisis kebutuhan dilakukan melalui wawancara singkat dengan guru dan observasi penggunaan media sosial oleh siswa. Hasil observasi menunjukkan bahwa mayoritas siswa aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok, namun masih sebatas untuk hiburan dan belum diarahkan pada kegiatan yang produktif. Berdasarkan temuan tersebut, tim kemudian menyusun modul pelatihan *Digital Branding untuk Remaja Sekolah* yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta.

Tahap kedua adalah pelatihan inti yang dilaksanakan melalui lokakarya interaktif (workshop). Pelatihan ini dirancang dalam bentuk kombinasi antara penyampaian teori singkat, diskusi kelompok, dan praktik langsung. Materi pelatihan mencakup pemahaman tentang literasi digital, etika bermedia sosial, konsep dasar *branding*, strategi promosi budaya lokal, serta teknik pembuatan konten kreatif menggunakan perangkat sederhana seperti ponsel dan aplikasi pengeditan gratis. Dalam pelatihan ini, peserta dibimbing untuk mengenali potensi budaya daerah di lingkungan mereka, seperti kuliner khas, kesenian lokal, atau tradisi masyarakat, kemudian mengemasnya menjadi konten promosi yang menarik di media sosial.

Tahap ketiga adalah pendampingan (mentoring) yang dilakukan secara berkelanjutan baik secara langsung maupun daring. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan bimbingan intensif kepada peserta dalam proses pembuatan konten digital. Siswa dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil yang masing-masing bertanggung jawab memproduksi konten budaya dengan tema yang berbeda, misalnya kuliner tradisional, permainan daerah, atau keunikan tempat wisata lokal. Pendampingan dilakukan selama empat minggu dengan fokus pada peningkatan keterampilan teknis, kemampuan bekerja sama, serta kreativitas dalam menampilkan unsur budaya. Hasil karya siswa kemudian dikurasi dan diunggah ke akun media sosial sekolah sebagai media promosi budaya lokal di Bandar Lampung. Tahap keempat adalah evaluasi dan refleksi. Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program dan peningkatan kompetensi peserta. Metode evaluasi yang digunakan mencakup pre-test dan post-test untuk menilai peningkatan pemahaman literasi digital serta kemampuan *digital branding* peserta, disertai observasi langsung terhadap keaktifan dan kreativitas siswa selama kegiatan berlangsung. Selain itu, wawancara dan kuesioner digunakan untuk memperoleh data kualitatif tentang perubahan sikap, kepercayaan diri, dan motivasi peserta dalam menggunakan media sosial secara positif. Data kuantitatif dianalisis dengan menghitung skor peningkatan (N-Gain), sedangkan data kualitatif dianalisis melalui teknik reduksi dan interpretasi tematik untuk memperoleh pemahaman mendalam terhadap dampak kegiatan.

Untuk mendukung efektivitas kegiatan, digunakan berbagai media pembelajaran dan alat bantu seperti modul digital, slide presentasi, video tutorial, dan lembar kerja siswa. Semua kegiatan dilaksanakan secara kolaboratif antara tim dosen, mahasiswa, guru pendamping, dan peserta. Kolaborasi ini menjadi bagian penting dari proses pembelajaran partisipatif yang berorientasi pada pemberdayaan.

Metode pelaksanaan ini menekankan prinsip *learning by doing*, di mana siswa belajar melalui praktik langsung dan pengalaman nyata. Melalui tahapan kegiatan yang sistematis dan reflektif, siswa tidak hanya memahami konsep *branding* digital, tetapi juga mampu mengaplikasikannya untuk mengembangkan konten budaya lokal. Pendekatan ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran kritis serta kreativitas digital yang berkelanjutan di kalangan remaja sekolah menengah pertama.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di SMP Negeri 44 Bandar Lampung berjalan dengan baik sesuai dengan tahapan yang telah dirancang.

Program ini mendapat dukungan penuh dari pihak sekolah, guru pendamping, dan siswa yang terlibat aktif selama proses kegiatan. Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui empat tahapan utama, yaitu persiapan, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi dan refleksi.

Pada tahap persiapan, tim melakukan analisis kebutuhan peserta dengan mengidentifikasi tingkat literasi digital dan pola penggunaan media sosial siswa. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sekitar 85% siswa memiliki akun media sosial aktif, namun sebagian besar hanya menggunakannya untuk hiburan seperti menonton video atau mengikuti tren viral. Hanya sebagian kecil siswa yang memanfaatkan media sosial untuk kegiatan edukatif atau produktif. Berdasarkan temuan tersebut, tim menyusun rancangan pelatihan yang berfokus pada peningkatan kemampuan siswa dalam mengelola konten media sosial untuk tujuan promosi budaya lokal.

Tahap pelatihan dilaksanakan selama dua hari dalam bentuk lokakarya interaktif yang menggabungkan pemaparan materi, diskusi, dan praktik langsung. Materi yang diberikan mencakup pengenalan literasi digital, konsep *digital branding*, strategi promosi budaya melalui media sosial, serta teknik pembuatan konten kreatif menggunakan perangkat sederhana. Siswa diperkenalkan pada cara menyusun naskah promosi, mengambil gambar dan video, serta melakukan penyuntingan dasar menggunakan aplikasi ponsel. Pelatihan dilakukan secara berkelompok agar siswa dapat berkolaborasi dan saling bertukar ide.

Setelah mengikuti pelatihan, siswa melanjutkan pada tahap pendampingan (mentoring) yang dilaksanakan selama empat minggu. Dalam tahap ini, tim pengabdian bersama guru pembimbing membantu siswa menghasilkan karya digital berupa video pendek, poster digital, dan narasi promosi budaya lokal. Setiap kelompok memilih tema budaya yang berbeda, seperti makanan khas daerah, permainan tradisional, dan tempat wisata lokal di Bandar Lampung. Proses pendampingan berlangsung secara intensif, baik secara tatap muka maupun melalui komunikasi daring. Tim pengabdian memberikan umpan balik terhadap setiap karya yang dihasilkan agar kualitas konten terus meningkat.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek pemahaman literasi digital, kemampuan *branding digital*, serta kesadaran budaya peserta. Hal ini dibuktikan dengan perbandingan hasil pre-test dan post-test yang diberikan kepada siswa sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan.

Tabel 1. Peningkatan Literasi Digital dan Keterampilan Branding Siswa

No	Aspek Penilaian	Nilai Rata-rata Pre-test	Nilai Rata-rata Post-test	N-Gain	Interpretasi
1	Pemahaman Literasi Digital	62,40	83,75	0,57	Peningkatan Sedang
2	Keterampilan Branding Digital	60,80	85,20	0,61	Peningkatan Sedang ke Tinggi
3	Kesadaran Budaya Lokal	64,10	86,40	0,59	Peningkatan Sedang

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa seluruh aspek mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Rata-rata skor literasi digital siswa meningkat dari 62,40 menjadi 83,75, menunjukkan pemahaman yang lebih baik dalam penggunaan media sosial secara produktif dan etis. Sementara itu, keterampilan dalam membuat konten branding digital mengalami peningkatan dari 60,80 menjadi 85,20, yang menandakan peningkatan kemampuan teknis siswa dalam membuat konten budaya. Aspek kesadaran budaya juga meningkat dari 64,10 menjadi 86,40, yang berarti siswa mulai memahami pentingnya pelestarian budaya melalui media digital.

Secara kualitatif, hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa siswa merasa lebih percaya diri dalam menggunakan media sosial untuk tujuan positif. Mereka mulai memahami bahwa media sosial bukan hanya tempat hiburan, melainkan sarana yang dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan nilai-nilai budaya lokal. Salah satu capaian nyata dari kegiatan ini adalah terbentuknya akun media sosial sekolah (Instagram dan TikTok) yang digunakan sebagai wadah publikasi karya siswa. Akun tersebut kini berfungsi sebagai media promosi budaya daerah dan menjadi inspirasi bagi sekolah lain di lingkungan sekitar.

Kegiatan ini juga berdampak pada peningkatan kolaborasi antara guru dan siswa. Guru menjadi lebih aktif dalam membimbing siswa mengembangkan kreativitas, sedangkan siswa menunjukkan antusiasme tinggi untuk menampilkan potensi daerah mereka melalui karya digital. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem pembelajaran yang menyenangkan, kreatif, dan relevan dengan kehidupan digital saat ini.

Hasil temuan ini sejalan dengan pendapat Widodo dan Suryanto (2021) yang menyatakan bahwa model pembelajaran partisipatif efektif dalam meningkatkan keterampilan berbasis praktik dan memperkuat keterlibatan peserta. Selain itu, program ini mendukung gagasan UNESCO (2021) bahwa literasi media dan informasi perlu diintegrasikan dengan pendidikan budaya untuk membentuk generasi muda yang melek teknologi sekaligus berkarakter.

Lebih lanjut, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung tujuan Profil Pelajar Pancasila khususnya pada dimensi *kreatif, gotong royong, dan kebhinekaan global*. Siswa tidak hanya belajar membuat konten digital, tetapi juga belajar menghargai keunikan budaya daerahnya. Proses refleksi yang dilakukan setelah kegiatan juga menunjukkan bahwa siswa merasa bangga dapat menjadi bagian dari pelestarian budaya lokal melalui media sosial.

Meskipun demikian, terdapat beberapa tantangan dalam pelaksanaan program, seperti keterbatasan sarana perangkat digital dan perbedaan kemampuan teknis antar peserta. Namun, kendala tersebut dapat diatasi melalui strategi pendampingan berkelanjutan dan kerja sama antar kelompok. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pelatihan *digital branding* dapat menjadi model efektif dalam meningkatkan literasi digital remaja sekaligus memperkuat identitas budaya di era modern.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

Simpulan dan Rekomendasi

Pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertema “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Budaya Lokal oleh Remaja melalui Pelatihan Branding Digital di Kawasan Wisata” di SMP Negeri 44 Bandar Lampung telah berhasil mencapai tujuan yang direncanakan. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi digital, kreativitas, dan kesadaran budaya lokal di kalangan siswa. Melalui pelatihan partisipatif, siswa memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang cara menggunakan media sosial secara produktif, kreatif, dan bernilai edukatif. Program ini juga berhasil mengubah pola pikir siswa yang sebelumnya hanya memanfaatkan media sosial untuk hiburan menjadi lebih bijak dan berorientasi pada pengembangan diri serta pelestarian budaya daerah. Hasil karya berupa video, poster digital, dan narasi promosi budaya yang diunggah melalui akun media sosial sekolah menjadi bukti nyata bahwa generasi muda mampu berkontribusi aktif dalam menjaga eksistensi budaya lokal melalui platform digital. Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga memperkuat karakter siswa, terutama dalam hal rasa bangga terhadap identitas budaya daerah serta semangat gotong royong dalam bekerja secara kolaboratif.

Secara umum, pelatihan *digital branding* berbasis partisipatif terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi siswa di bidang literasi digital dan promosi budaya. Kegiatan ini dapat dijadikan model replikasi bagi sekolah lain yang ingin mengembangkan program serupa, terutama dalam konteks pemberdayaan remaja berbasis budaya. Namun demikian, untuk menjaga keberlanjutan program, diperlukan dukungan berkelanjutan dari pihak sekolah, pemerintah daerah, serta lembaga pendidikan tinggi. Dukungan tersebut dapat berupa penyediaan sarana digital, pelatihan lanjutan, serta integrasi kegiatan sejenis ke dalam program ekstrakurikuler sekolah. Selain itu, kolaborasi lintas sektor antara sekolah, perguruan tinggi, dan komunitas budaya lokal juga perlu diperkuat agar kegiatan promosi budaya melalui media digital dapat terus berjalan secara berkesinambungan. Dengan sinergi tersebut, generasi muda akan tumbuh sebagai pelopor pelestarian budaya yang mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi sekaligus menjaga jati diri bangsa.

Daftar Pustaka

- Adriana, F., & Lazuardi, M. (2020). *Digital literacy for students in the 21st century*. International Journal of Educational Technology, 9(2), 101–112. <https://doi.org/10.26858/ijet.v9i2.14923>
- Ardini, N., & Wulandari, T. (2022). *The role of digital literacy in promoting local wisdom among youth*. International Journal of Social Science Research, 8(3), 145–159.
- Basri, H., & Prasetyo, D. (2021). *Digital communication strategies for local tourism promotion in the digital era*. Jurnal Komunikasi dan Pariwisata, 5(2), 101–113.
- Dewi, P., & Sari, M. (2023). *Social media as a cultural promotion tool: Case study of Indonesian youth*. Jurnal Komunikasi dan Budaya, 15(1), 25–37.
- Ferdaus, A., Munawar, A., & Zainal, A. (2021). *Youth empowerment through digital media for cultural preservation*. Journal of Community Development Research, 5(1), 55–68.
- Fitriani, A., & Mulya, D. (2020). *Literasi digital dan tantangan generasi Z*. Jurnal Sosial Humaniora, 14(2), 101–112.
- Hidayat, R., & Salim, M. (2020). *Tantangan literasi digital di era revolusi industri 4.0*. Jurnal Teknologi dan Pendidikan, 10(1), 33–44.
- Kusuma, H. (2022). *Pemanfaatan media sosial untuk promosi budaya lokal*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 20(2), 77–88. <https://doi.org/10.22219/jik.v20i2.17899>
- Lestari, R., & Rachman, A. (2021). *Peran remaja dalam pelestarian budaya lokal melalui media digital*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 9(3), 211–223.
- Maulana, A., & Yuliana, D. (2021). *Media sosial dan pembentukan identitas remaja*. Jurnal Psikologi Sosial, 19(3), 225–239.
- Morissan. (2019). *Teori komunikasi: Individu hingga massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nugroho, R., & Setiawan, E. (2020). *Digital literacy for youth and its role in cultural sustainability*. Journal of Educational Media Studies, 8(1), 87–98.
- Pradhana, R., Santoso, A., & Luthfi, M. (2022). *Pemberdayaan generasi muda dalam pelestarian budaya melalui teknologi digital*. Jurnal Inovasi Pendidikan, 8(2), 167–179.
- Putra, A. Y., & Hidayat, F. (2023). *Digital innovation for youth community training in creative content*. Jurnal Pendidikan Indonesia, 12(1), 25–39. <https://doi.org/10.23887/jpi-undiksha.v12i1.39871>
- Rahman, H., & Utami, D. (2022). *Youth engagement through social media in cultural tourism promotion*. Asian Journal of Humanities and Social Studies, 10(2), 88–97.
- Risti, D., Santika, H., & Lestari, P. (2021). *Praktik literasi digital di sekolah dasar*. Jurnal Ilmu Pendidikan Dasar, 5(1), 55–68.

Suhendra, B., & Oktaviani, N. (2021). *The influence of social media on tourism marketing and cultural awareness*. Journal of Media and Culture Studies, 7(3), 201–215.

UNESCO. (2021). *Media and information literacy curriculum for teachers*. Paris: UNESCO Publishing.

Widodo, H., & Suryanto, A. (2021). *Participatory learning model for community-based digital literacy empowerment*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovatif, 5(4), 223–236.

Zulkifli, A., & Hartati, N. (2023). *Strengthening cultural resilience through digital literacy in local communities*. International Journal of Social Education, 11(2), 90–104.
<https://doi.org/10.31002/ijse.v11i2.24567>