

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN VIDEOGRAFI SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN PROMOSI WISATA PANTAI KUTANG

**Ulil Albab¹, Karimatul Inayah², Surya Agung Agan Saputra³,
Muflikhul Huda⁴**

1,2,3,4Universitas Islam Lamongan, Jawa Timur , Indonesia

E-mail: ulilalbab@unisla.ac.id¹, karimainayah97@gmail.com²,
agansaputra2003@gmail.com³, muflikhul.huda2003@gmail.com⁴

ABSTRACT

The strategy of using video media is very effective in today's technological era. However, the current problem is the lack of skills and abilities in producing and developing videos into an attractive media. Thus, the availability of adequate basic knowledge and skills in editing and videography is very important, especially in efforts to advance promotion in the tourism sector. This research is conducting with a qualitative approach using data collection techniques: interviews, observation, documentation, and questionnaires. With this method, it is hoped to obtain concrete data that is in accordance with the needs of the research conducted in Labuhan Brondong Village, Lamongan. After the data is collected, it was analyzed using qualitative descriptive methods. The results of community service show that this activity has a positive impact on residents, managers, the government, and the wider community. This is because as many as 32 participants who attended the training, 85% of them were able to produce high-quality promotional video and photos. This activity is also able to empower the community in developing the promotion of Kutang Beach Tourism in Labuhan Brondong Village, Lamongan.

Keywords: *Videography training, Kutang Beach Tourism*

ABSTRAK

Strategi penggunaan media video sangat ampuh di era teknologi saat ini. Namun, masalah yang ada saat ini adalah kurangnya keterampilan dan kemampuan dalam memproduksi serta mengembangkan video menjadi sebuah media yang menarik. Dengan demikian, ketersediaan pengetahuan dan keterampilan dasar yang memadai dalam editing dan videografi sangat penting, terutama dalam upaya memajukan promosi di bidang pariwisata. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data: wawancara, observasi, dokumentasi, dan angket. Dengan metode ini diharapkan memperoleh data kongkrit yang sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian yang dilaksanakan di desa Labuhan Brondong Lamongan. Setelah data terkumpul, kemudian dianalisa melalui metode deskriptif kualitatif. Hasil pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa kegiatan ini berdampak positif bagi warga, pengelola, pemerintah, maupun masyarakat secara luas. Hal ini dikarenakan sebanyak 32 peserta yang mengikuti pelatihan, 85% dari mereka mampu menghasilkan foto video promosi dengan kualitas baik. Kegiatan ini juga mampu untuk memberdayakan masyarakat dalam mengembangkan promosi Wisata Pantai Kutang Desa Labuhan Brondong Lamongan.

Kata Kunci: Pelatihan Videografi, Wisata Pantai Kutang

A. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki keindahan dan kekayaan alam yang luar biasa. Hal ini kemudian menjadikannya sebagai tujuan utama dalam sektor pariwisata. Sektor pariwisata dapat menjadi roda penggerak bagi perekonomian di Indonesia terutama di masyarakat setempat. Pengertian pariwisata sendiri yaitu suatu aktivitas yang dilakukan seseorang untuk berkunjung atau pergi dari beberapa tempat dengan tujuan menikmati suasana atau sebagai penghilang kejemuhan di tempat lain selain dari daerah tempat tinggal. Bahkan dari berkembangnya zaman memunculkan banyak wisata-wisata alam baru yang sebelumnya tersembunyi atau belum terekspos yang sangat berpotensi dijadikan sebagai wisata baru.

Salah satu wisata alam yang berpotensi yaitu wisata Pantai Kutang, dimana wisata ini terletak di desa Labuhan, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Di balik namanya yang menggelitik terdapat keindahan yang disajikan oleh pantai ini, terdapat hamparan pasir dan juga tanaman mangrove serta bakau di setiap perjalanan menuju pantai.(Sari & Meirinawati, 2020)

Akan tetapi, sangat disayangkan apabila potensi alam yang begitu mengagumkan tersebut belum bisa diketahui masyarakat secara luas. Sehingga dalam hal ini perlu adanya berbagai upaya mengenalkan potensi wisata Pantai Kutang kepada khalayak, baik melalui media sosial atau sarana digital yang lain.

Era digital yang berkembang pesat saat ini memungkinkan hampir semua aktivitas didukung dan dipermudah dengan teknologi, termasuk melalui penggunaan media video. Penggunaan video yang meluas di era digital saat ini sangat berpengaruh, karena media video mampu menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik, efisien, singkat,

dan informatif. Saat ini, media video sangat populer di kalangan masyarakat karena dapat menyajikan informasi dengan gambaran visual yang jelas dan menyeluruh.(Aminnudin F H, 2020)

Konten video tidak hanya digunakan dalam dunia hiburan, tetapi juga banyak dimanfaatkan dalam konten pendidikan. Hal ini menjadikan media video sangat penting untuk menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan efektif. Tentu saja, untuk menciptakan video yang lebih menarik dan informatif, dibutuhkan teknik-teknik tertentu serta keterampilan dasar.

Penggunaan strategi media video sangat efisien di era teknologi saat ini. Namun, permasalahan yang dihadapi saat ini adalah kurangnya keterampilan dan kemampuan dalam memproduksi serta mengembangkan video menjadi sebuah format yang menarik. Oleh sebab itu, penting untuk memiliki pengetahuan dan keterampilan dasar yang kuat dalam editing dan videografi. Hal ini mencakup pemahaman tentang dasar-dasar pengeditan video serta penguasaan fitur-fitur dari aplikasi editing video. Namun, yang paling penting dalam membuat sebuah video adalah tidak hanya menguasai penggunaan aplikasi, tetapi juga diperlukan konsep, ide, dan kreativitas dari para kreator agar video tersebut terlihat menarik dan tidak membosankan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat dan pengembangan wisata Pantai Kutang dengan judul "Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Vidografi sebagai Strategi Pengembangan Promosi Wisata Pantai".

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Penelitian dan pengabdian kepada masyarakat ini menerapkan pendekatan kualitatif, yang merupakan strategi dan teknik penelitian untuk

memahami komunitas, masalah, atau fenomena sosial dengan mengumpulkan fakta-fakta mendalam.(Burhan, 2012) Data yang diperoleh disajikan dalam bentuk naratif, bukan dalam bentuk angka.(Muhadjirr, 1996) Penulis menerapkan pendekatan ini karena subjek yang diteliti serta diabadikan adalah masyarakat desa Labuhan Brondong di Lamongan, yang dijelaskan dalam bentuk narasi.

Studi ini merupakan penelitian di lapangan yang menggunakan pendekatan analisis kualitatif. Analisis kualitatif dipandang lebih sesuai untuk penelitian ini, karena pendekatan ini diharapkan dapat lebih mendukung pengembangan penelitian dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam.(Ahmad Tanzeh, 2011)

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 26 Agustus 2024 yang bertempat di Gedung Serbaguna desa Labuhan Brondong dengan mengundang dua narasumber yang berpengalaman di bidangnya. Kegiatan ini juga diikuti sebanyak 32 peserta yang berasal dari kalangan BUMDES Barokah Makmur Desa Labuhan, Ibu-ibu PKK Desa Labuhan, serta Karang Taruna Desa Labuhan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka metode pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi 3 tahap, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi.

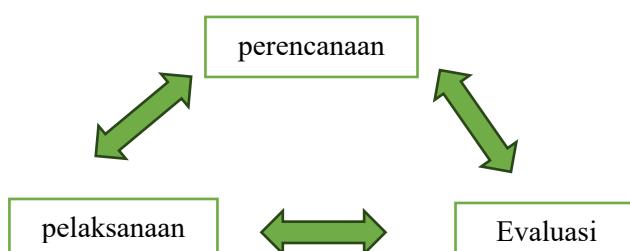
Garth N. Jone pernah menjelaskan bahwa perencanaan merupakan proses dalam memilih dan merancang langkah-langkah yang paling efektif atau menguntungkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pada tahap perencanaan ini adalah mengidentifikasi kebutuhan, kemampuan, dan potensi masyarakat dalam hal promosi wisata.

Tahap pelaksanaan merupakan tahap inti dari kegiatan pengabdian yang berupa kegiatan sosialisasi kepada masyarakat sebagai pengembangan promosi wisata pantai kutang, dan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan seminar videography.

Tahap terakhir adalah evaluasi. Tahapan ini berupa pelaksanaan Lomba Videography. Karena hal ini akan mengukur sejauh mana keberhasilan dalam pelatihan seminar videography. Apakah memberikan dampak yang signifikan atau sebaliknya. Sehingga kegiatan pengabdian ini terukur dan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi masyarakat desa Labuhan.

Gambar 1.

Contoh Diagram



Setelah melalui tahap perencanaan kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan promosi Wisata Pantai Kutang, maka tim pengabdian dengan didampingi berbagai pihak mulai melaksanakan rencana kegiatan yang sebelumnya telah dikonsultasikan pada pemerintah desa Labuhan Brondong.

1. Sosialisasi strategi pengembangan promosi Wisata Pantai Kutang

Kegiatan pertama tim pengabdi adalah melakukan sosialisasi dengan pemerintah desa dan pengelola Wisata Pantai Kutang mengenai strategi pengembangan promosi wisata serta sharing tentang hal lain untuk mengetahui potensi, kendala, dan problem promosi Wisata Pantai Kutang Desa Labuhan Brondong Lamongan.

Charles R. Wright, seperti yang dikemukakan oleh Sutaryo, menjelaskan bahwa sosialisasi adalah "Proses dimana individu memperoleh budaya kelompoknya dan menginternalisasi norma-norma sosialnya hingga taraf tertentu, sehingga membantu individu tersebut dalam mempertimbangkan harapan-harapan dari orang lain."(Sucipto et al., 2025)

Jadi, sosialisasi adalah suatu proses di mana seseorang diperkenalkan kepada suatu sistem dan diukur reaksi atau responnya, yang dikenal sebagai sosialisasi. Hubungan antara pengalaman, kepribadian individu, serta lingkungan sosial, ekonomi, dan budaya mereka berperan dalam proses sosialisasi tiap individu.

Promosi pariwisata adalah upaya untuk menarik lebih banyak pengunjung ke destinasi wisata tertentu. Sebuah studi mengungkapkan bahwa promosi pariwisata dapat dilakukan melalui kombinasi dari empat elemen, yaitu iklan di media cetak dan daring, promosi penjualan yang bertujuan mempengaruhi konsumen dan mencapai target penjualan, pemasaran langsung dengan meningkatkan jumlah kunjungan wisata melalui pemanfaatan website yang menarik serta memberikan informasi yang kontinyu mengenai destinasi wisata, serta upaya hubungan masyarakat.

Dengan demikian, promosi pariwisata merupakan berbagai kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menarik perhatian wisatawan agar berkunjung ke suatu tempat wisata tertentu.

Sosialisasi strategi pengembangan promosi wisata Pantai Kutang yang dilakukan pada tanggal 5 Agustus 2024 di BUMDES Barokah Makmur Desa Labuhan bertujuan untuk mengenalkan dan memotivasi peserta untuk mengoptimalkan salah satu Potensi yang ada di Desa Labuhan yakni Wisata Pantai Kutang.

Kegiatan sosialisasi ini diikuti oleh 32 peserta yang terdiri dari perangkat desa Labuhan, BUMDES Barokah Makmur Desa Labuhan, Ibu-ibu PKK Desa Labuhan, serta Karang Taruna Desa Labuhan.

Dalam kegiatan sosialisasi ini, lebih difokuskan bagaimana untuk mengembangkan Wisata Pantai Kutang, yakni dengan cara promosi digital, memanfaatkan media sosial, membuat konten menarik. Karena, hasil dari wawancara kita dengan BUMDES Barokah Makmur Desa Labuhan, dalam 5 tahun terakhir ini, wisata pantai kutang mengalami pengurangan pengunjung. Hal ini dapat kita lihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.

Data Pengunjung

Tahun	Total Pengunjung
2020	8.1038
2021	5.2603
2022	4.0694
2023	3.1222
2024 (Januari-Juli)	1.4967

Berdasarkan Tabel tersebut menunjukkan bahwa pengunjung wisatawan pantai kutang mengalami penurunan, sehingga kami melakukan sosialisasi bagaimana strategi untuk mengembangkan promosi wisata pantai kutang.

Hasil sosialisasi menunjukkan bahwa masyarakat sekitar dan pelaku wisata memiliki kesadaran yang tinggi akan potensi wisata Pantai Kutang. Semangat mereka terhadap strategi pemasaran digital menunjukkan bahwa media sosial bisa menjadi sarana yang efektif untuk memasarkan tujuan wisata ini.

Ide-ide inovatif yang muncul perlu dikaji lebih lanjut untuk melihat potensi penerapannya. Pengembangan paket wisata tematik dan festival budaya lokal dapat meningkatkan daya tarik Pantai Kutang dan memperpanjang lama tinggal wisatawan.

Namun, tantangan yang perlu segera dihadapi adalah kurangnya tenaga kerja yang ahli di bidang pemasaran digital. Pemerintah dan pelaku wisata perlu bekerja sama untuk meningkatkan kapasitas SDM melalui pelatihan dan workshop.

2. Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan videografi sebagai strategi pengembangan promosi Wisata Pantai Kutang

Salah satu upaya pemberdayaan masyarakat dan strategi untuk mengembangkan promosi Wisata Pantai Kutang Desa Labuhan Brondong Lamongan, Peneliti bekerjasama dengan berbagai pihak melaksanakan kegiatan pelatihan videografi.

Definisi video adalah media audio visual yang digunakan sebagai alat bantu dalam situasi pembelajaran untuk mendukung tulisan dan kata yang diucapkan, serta menyebarkan pengetahuan, sikap, dan ide-ide. Video yang berkualitas merupakan sarana yang sangat ampuh untuk menyampaikan pesan. Video memiliki kemampuan untuk membentuk komunitas, mengubah jalannya sejarah, memicu gerakan tertentu, serta membagikan dan memperkuat perasaan.(Zulkif et al., 2024)

Videografi merupakan sarana untuk mendokumentasikan sebuah kejadian atau momen yang disajikan dalam format gambar dan suara. Memori ini dapat diabadikan sebagai pengalaman atau dimanfaatkan sebagai bahan penelitian untuk memahami peristiwa yang telah terjadi. Sebuah studi menunjukkan bahwa pikiran manusia dapat memindahkan informasi visual dengan kecepatan, efisiensi, dan daya simpan yang lebih

baik dibandingkan dengan metode transfer data secara mekanis. Dapat dilihat bahwa penggunaan media visual bergerak, seperti video, dapat mempermudah penyampaian pesan kepada khalayak yang lebih luas.(Ali & Humaidi, n.d.)

Pelatihan Videografi ini dilakukan pada hari Rabu, 14 Agustus 2024 bertempat di Gedung Serba Guna Desa Labuhan. Mulai pukul Kegiatan ini, diikuti oleh Masyarakat Desa Labuhan, mereka sangat antusias dalam mengikuti Pelatihan ini.

Gambar 2.

Foto Bersama



Pelatihan videografi ini dilakukan dengan tujuan yang pertama masyarakat setempat bisa mendapatkan keterampilan baru yang relevan dan bermanfaat, seperti videografi, editing, dan penggunaan media sosial. Keterampilan ini tidak hanya berguna untuk mempromosikan wisata lokal tetapi juga bisa menjadi sumber penghasilan tambahan bagi mereka.

Kedua, dengan menghasilkan konten video yang menarik dan berkualitas tinggi, Pantai Kutang dapat lebih dikenal luas, baik di dalam negeri maupun internasional. Video yang diproduksi oleh warga lokal biasanya memiliki keunikan tersendiri karena mereka lebih mengenal

budaya, cerita, dan sudut-sudut menarik yang mungkin tidak diketahui oleh orang luar. Ini bisa memberikan perspektif yang lebih otentik dan menarik bagi para wisatawan potensial.

Upaya ini juga bisa memperkuat rasa memiliki dan kebanggaan masyarakat terhadap tempat tinggal mereka. Dengan aktif dalam promosi pariwisata, mereka akan merasakan tanggung jawab yang lebih besar untuk melindungi dan melestarikan keindahan alam serta budaya lokal.

Langkah-langkah yang dapat diambil dalam program ini meliputi:

1. Pelatihan Dasar Videografi

Langkah pertama dalam program ini adalah melakukan Pelatihan dasar videografi, dalam pelatihan ini, Mengajarkan teknik-teknik dasar pembuatan video, seperti pengambilan gambar, pencahayaan, dan penggunaan alat-alat sederhana yang bisa diakses oleh masyarakat.

Gambar 3.

Pelatihan Dasar Videografi



2. Pelatihan Editing Video

Dalam pelatihan ini, Mengajarkan cara mengedit video menggunakan perangkat lunak yang mudah dipelajari dan diakses, agar hasil video lebih profesional dan menarik.

Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Videografi sebagai Strategi Pengembangan Promosi Wisata Pantai Kutang

Gambar 4.

Pelatihan Editing Video



3. Pelatihan Penggunaan Media Sosial

Dalam pelatihan ini, mengajarkan strategi pemasaran digital, seperti bagaimana mengunggah video ke platform media sosial, menggunakan tagar yang tepat, dan cara menarik perhatian penonton online.

Media sosial merupakan platform yang diakses secara daring untuk memudahkan komunikasi antarindividu dan kelompok.(M.S. Wicaksono dan D. Yunitasari, 2018) Media sosial mampu untuk membagikan foto, video, dan informasi secara real time sehingga tidak membutuhkan perantara lain. Hal yang mendorong meningkatnya penggunaan media sosial adalah jangkauan yang luas sehingga penyebaran informasi bisa berlangsung cepat dan pihak sekolah menggunakan media sosial sebagai sarana pembelajaran dan pengumpulan tugas . Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2022 dikutip dari We Are Social yaitu berjumlah 191 juta. Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia antara lain Whatsapp sebesar 88,7% , Instagram sebesar 84,8% , Facebook sebesar 81,3%, TikTok sebesar 63,1% dan Telegram sebesar 62,8%. Untuk pembuatan akun media sosial saat ini sangat praktis karena telah terintegrasi dengan akun google.(Studi et al., 2023)

Gambar 5.

Pelatihan Penggunaan Media Sosial



Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan videografi bukan hanya membantu dalam promosi Pantai Kutang, tetapi juga memperkuat kapasitas lokal dalam mengelola dan memajukan potensi wisata daerah mereka sendiri.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Suwarno selaku direktur Bumdes, Beliau menyampaikan bahwa kegiatan semacam ini merupakan ide yang luar biasa dari teman-teman mahasiswa KKN Unisla. Menurut pengakuannya, salama ini belum ada ini upaya untuk meningkatkan promosi wisata Pantai Kutang melalui media digital.

Ibu Anik, selaku ketua PKK desa Labuhan juga menuturkan bahwa pelatihan ini juga bisa membantu ibu-ibu PKK untuk turut serta dalam mempromosikan potensi wisata di daerahnya. Menurut Ibu Anik, kegiatan ini perlu dilaksanakan setiap tahun agar ketrampilan digital masyarakat desa Labuhan juga semakin meningkat.

Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Videografi sebagai Strategi Pengembangan Promosi Wisata Pantai Kutang

D. KESIMPULAN

Kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat ini tentu berdampak positif bagi warga, pengelola, pemerintah, maupun masyarakat secara luas.

Melalui pelatihan ini, peserta memperoleh pengetahuan dan keterampilan dasar dalam pembuatan dan pengeditan video, yang diharapkan dapat mendukung upaya promosi wisata secara lebih efektif dan kreatif. Hasilnya, masyarakat setempat menjadi lebih mandiri dalam mengelola promosi wisata Pantai Kutang, yang pada gilirannya diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisata dan mendukung perekonomian lokal. Pelatihan ini juga menunjukkan bahwa dengan dukungan dan bimbingan yang tepat, masyarakat mampu mengembangkan strategi promosi yang inovatif dan berkelanjutan.

Kegiatan semacam ini memang sangat diperlukan oleh masyarakat, agar mereka bisa menyesuaikan diri di zaman sekarang yang serba digital. Sehingga kegiatan ini juga memerlukan tindak lanjut berupa pelatihan lanjutan atau pendampingan, agar ketrampilan fotografi atau videografi dapat diaplikasikan secara berkelanjutan oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tanzeh. (2011). Metode Penelitian. *Teras.*
- Ali, M., & Humaidi, D. A. (n.d.). *Pelatihan Konten Digital untuk Promosi Wisata Lokal di Desa Gunung Tugel Probolinggo.*
- Aminnudin F H. (2020). Pelatihan Videografi Dan Editing Video Sebagai Sarana Pengembangan Media Informasi Bkkbn Provinsi Jambi. *Fortech (Journal Of Information Technology)*, 4, 46–52. <https://ojs.unh.ac.id/index.php/fortech/article/view/621>
- Bahruddin, A., Zaka, U., Sholah, S., & Aziz, A. (2021). Pemanfaatan dan Prospek Budidaya Cabe Jamu di Dusun Nung Malaka Desa Daleman Kecamatan Galis Kabupaten Bangkalan. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 108-126.
- Burhan, B. (2012). Metodologi Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer. In *PT Rajagrafindo Persada*.
- Haromin, I., Ulum, B., & Aziz, A. (2020). Pengolahan jahe pandan menjadi produk minuman herbal (Japan) untuk meningkatkan kualitas sdm ekonomi kreatif di desa Kampak Kecamatan Geger. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 49-60.
- Mashudi, M., Suparyanto, D., & Arisandi, B. (2020). Pendayagunaan Potensi Ekonomi Desa Paterongan Kecamatan Galis Melalui KKN Mahasiswa STAIDHI Tahun 2020. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1-16.
- M.S. Wicaksono dan D. Yunitasari. (2018). Efektifitas Endorser dalam Promosi Pariwisata Indonesia. *J. Gama Soc.*, 01(01), 1. <https://doi.org/10.22146/jgs.34041>
- Muhadjirr, N. (1996). *Metode Penelitian Kualitatif*. Pilar Media.
- Sari, Y. D. P., & Meirinawati. (2020). Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan. *Publika*, 1–14.
- Studi, P., Informasi, S., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Sektor Pariwisata*. 3(2), 278–285.
- Sucipto, M. C., Hardian, V., Digital, S. B., Bisnis, P., Indonesia, D., Syariah, S. P., Studi, P., Informatika, M., Studi, P., Bisnis, A., & Pariwisata, D. (2025). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*

- Mitra Kreasi Cendekia Sosialisasi dan Pelatihan Fotografi Videografi Untuk Promosi Pariwisata UKM di Desa Warnasari Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mitra Kreasi Cendekia. 3(2), 214–220.*
- Zulkif, S. M., Lestari, I. L., Syawaludin, M., & Aris, A. (2024). *Peningkatan Soft Skill komunitas pemuda melalui Pelatihan Videografi dan Fotografi untuk Pengembangan Kreativitas dan Ekonomi Lokal di Desa Semare Kecamatan Kraton Kabupaten Pasuruan.* 3(2), 58–64.