



DOKUMENTASI, PUBLIKASI, DAN DIGITALISASI SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN KAPASITAS POKDARWIS DALAM PROMOSI WISATA DESA NYALIAN

Diva Louisa Fernanda Sihalo¹, Anak Agung Istri Naya Saraswathi², Made Santike Widiyana³, I Putu Krishnanda Wardana⁴, Ni Putu Intan Cahyani⁵, Ni Made Indah Permata Sari⁶, Nyoman Anggita Suryaputri Berata⁷

Fakultas Pariwisata Universitas Udayana¹, Fakultas Hukum Universitas Udayana^{2,3,4,5,6,7}
e-mail: divaalouisa@gmail.com¹ gungistri_krisnayanti@unud.ac.id²

Diterima: 15/09/2026; Direvisi: 22/09/2026; Diterbitkan: 30/09/2026

ABSTRAK

Pengembangan desa wisata tidak hanya membutuhkan potensi destinasi, tetapi juga kapasitas pengelola dalam melakukan dokumentasi, publikasi, dan pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi. Pokdarwis Desa Wisata (Dewi) Nyalian masih menghadapi keterbatasan dalam pengetahuan dan keterampilan pengelolaan konten serta pemanfaatan media digital untuk mendukung promosi wisata Desa Nyalian. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas Pokdarwis Dewi Nyalian dalam dokumentasi, publikasi, dan digitalisasi serta mendukung keberlanjutan pengelolaan promosi digital. Kegiatan dilaksanakan pada Juni–Oktober 2026 dengan melibatkan 26 anggota Pokdarwis dan menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) melalui tahapan *define, discovery, dream, design, dan destiny*. Pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi, penyampaian materi, praktik dokumentasi, pengelolaan konten, pemanfaatan media digital, serta pendampingan pengelolaan media sosial dan *website*. Evaluasi pemahaman dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* menggunakan skala Likert 1–5 dengan 15 indikator, yang dianalisis secara deskriptif kuantitatif dan menggunakan *Wilcoxon Signed-Rank Test*. Hasil menunjukkan bahwa rata-rata skor pemahaman peserta meningkat dari 31,62 (42,16%) pada *pre-test* menjadi 65,69 (87,59%) pada *post-test*, dengan peningkatan sebesar 34,07 poin atau 45,43 poin persentase. Hasil uji Wilcoxon menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara skor *pre-test* dan *post-test* ($Z = 4,395$; $p < 0,001$), dengan 25 dari 26 peserta (96,2%) mengalami peningkatan skor. Selain peningkatan pemahaman, peserta mampu mempraktikkan pengambilan foto dan video menggunakan kamera telepon genggam, melakukan penyuntingan dasar, serta menyusun dan mempublikasikan konten promosi melalui media digital. Luaran program meliputi satu *website* Desa Wisata Nyalian, tiga akun media sosial (Instagram, TikTok, dan YouTube), buku *photobook* Pojok Wisata, logo Pokdarwis, serta surat tugas bidang IT untuk mendukung keberlanjutan pengelolaan platform digital. Dengan demikian, kegiatan berkontribusi pada peningkatan kapasitas Pokdarwis dalam dokumentasi, publikasi, dan pemanfaatan media digital serta menyediakan sarana pendukung untuk keberlanjutan promosi Desa Wisata Nyalian.

Kata Kunci: Pokdarwis, Dokumentasi, Publikasi, Digitalisasi, Desa Wisata, Promosi Wisata

ABSTRACT

The development of a tourism village requires not only destination potential but also the capacity of its managers to carry out documentation, publication, and the use of digital technology as a promotional tool. Pokdarwis (Tourism Awareness Group) of Nyalian Tourism Village still faces limitations in knowledge and skills related to content management and the use of digital media to support tourism promotion in Nyalian Village. This community service programme aimed to enhance the capacity of Pokdarwis Dewi Nyalian in documentation,



publication, and digitalisation while supporting the sustainability of digital promotional management. The programme was conducted from June to October 2026, involving 26 Pokdarwis members, and employed the *Asset-Based Community Development* (ABCD) approach through the stages of *define, discovery, dream, design, and destiny*. The activities included socialisation, material delivery, documentation practice, content management, digital media utilisation, and mentoring in social media and website management. Participants' understanding was evaluated using pre-test and post-test questionnaires based on a 1–5 Likert scale comprising 15 indicators, which were analysed using descriptive quantitative analysis and the *Wilcoxon Signed-Rank Test*. The results showed that the participants' mean understanding score increased from 31.62 (42.16%) in the pre-test to 65.69 (87.59%) in the post-test, representing an increase of 34.07 points or 45.43 percentage points. The Wilcoxon test indicated a statistically significant difference between the pre-test and post-test scores ($Z = 4.395$; $p < 0.001$), with 25 of 26 participants (96.2%) showing increased scores. In addition to improved understanding, participants were able to practise taking photographs and videos using smartphones, perform basic editing, and create and publish promotional content through digital media. The programme outputs included one Nyalian Tourism Village website, three social media accounts (Instagram, TikTok, and YouTube), a Tourism Corner photobook, a Pokdarwis logo, and an IT task assignment letter to support the sustainable management of digital platforms. Thus, the programme contributed to strengthening the capacity of Pokdarwis in documentation, publication, and digital media utilisation while providing supporting facilities for the sustainability of tourism promotion in Nyalian Tourism Village.

Keywords: *Pokdarwis, Documentation, Publication, Digitalization, Tourism Village, Tourism Promotion*

PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan salah satu bentuk pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang menempatkan potensi lokal, partisipasi masyarakat, dan keberlanjutan sebagai bagian penting dalam pengelolaan destinasi. Pengembangan desa wisata tidak hanya memerlukan ketersediaan daya tarik wisata, tetapi juga membutuhkan tata kelola, kapasitas masyarakat, strategi pemasaran, dan kemampuan membangun citra destinasi secara berkelanjutan. Pengembangan tersebut melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam pengelolaan produk, akomodasi, pemasaran, serta penguatan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Diwyarthi et al. (2025) menunjukkan bahwa kolaborasi pentahelix dapat mendukung pengembangan akomodasi dan pemasaran wisata budaya yang ramah lingkungan serta berkelanjutan di desa wisata. Oleh karena itu, penguatan kapasitas masyarakat dan kelembagaan lokal menjadi bagian penting dalam membangun desa wisata yang mampu mengelola potensi dan manfaat pariwisata secara berkelanjutan.

Perkembangan teknologi informasi turut mengubah pola promosi destinasi wisata. Digitalisasi memungkinkan informasi mengenai daya tarik, aktivitas, produk, dan pengalaman wisata disebarluaskan melalui berbagai platform digital. Dalam konteks *Community Based Tourism*, pemanfaatan digital marketing dapat digunakan untuk memperluas pemasaran destinasi desa wisata (De Vega, 2022). Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube juga dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi melalui konten visual, video, dan narasi kepada masyarakat dan calon wisatawan. Setiawati dan Pritalia (2023) menjelaskan bahwa media sosial memberikan ruang penyebaran informasi pariwisata yang lebih luas. Namun, pemanfaatan teknologi tidak cukup hanya dengan menyediakan platform, karena pengelola juga perlu memiliki kemampuan untuk menghasilkan, mengelola, dan



mempublikasikan konten secara konsisten. Hal tersebut sejalan dengan kajian Alsharif et al. (2024) yang menunjukkan bahwa perkembangan *smart tourism* berkaitan dengan transformasi pengelolaan dan pengembangan destinasi, termasuk pemanfaatan teknologi dalam penyediaan informasi, pemasaran, dan interaksi dengan wisatawan.

Kebutuhan tersebut relevan dengan kondisi Desa Nyalian, Kecamatan Banjarangkan, Kabupaten Klungkung, yang memiliki beragam potensi wisata. Potensi tersebut meliputi wisata alam dan religi seperti Pura Tirta Tadah Uwuk dan Tirta Harum, wisata budaya seperti Tari Baris Tentara, Tari Arja Nyalian, dan Tari Sanghyang Jaran Mesiram, wisata sejarah seperti Pura Pucak Sari, serta wisata buatan berupa jalur trekking dengan panorama persawahan. Keberagaman tersebut menjadi aset lokal yang dapat dikembangkan sebagai produk wisata sekaligus bahan dokumentasi dan promosi digital. Namun, keberadaan potensi tersebut belum sepenuhnya didukung oleh kapasitas pengelolaan dan sistem promosi digital yang memadai.

Kondisi awal mitra menunjukkan bahwa Pokdarwis Dewi Nyalian baru direstrukturisasi setelah sebelumnya mengalami kondisi nonaktif. Kondisi kelembagaan tersebut berdampak pada belum optimalnya pengelolaan kegiatan kepariwisataan di tingkat desa. Dari sisi promosi, Desa Nyalian belum memiliki platform digital yang terintegrasi sebagai pusat informasi dan promosi berbagai potensi wisata. Informasi mengenai daya tarik, aktivitas, dan potensi wisata desa juga belum dikelola dalam satu sistem publikasi digital yang dapat diperbarui secara berkelanjutan oleh pengelola lokal. Dengan demikian, sebelum program dilaksanakan, permasalahan mitra tidak hanya terletak pada ketersediaan sarana promosi, tetapi juga pada kesiapan sumber daya manusia dan kelembagaan untuk mengelola dokumentasi, konten, publikasi, serta platform digital. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara aset wisata yang dimiliki Desa Nyalian dengan kapasitas pengelolaan promosi digital oleh Pokdarwis Dewi Nyalian. Pentingnya peningkatan kapasitas tersebut sejalan dengan Wisnawa dan Putra (2025) yang menunjukkan bahwa sosialisasi dan penguatan kapasitas Pokdarwis diperlukan untuk mendukung pengelolaan wisata edukasi di tingkat desa.

Permasalahan tersebut semakin penting karena promosi destinasi membutuhkan keterampilan praktis, bukan hanya pemahaman konseptual. Pokdarwis perlu mampu mendokumentasikan daya tarik wisata melalui foto dan video, melakukan penyuntingan dasar, menyusun konten yang informatif, serta mempublikasikannya melalui media digital. Saputra dan Putra (2025) menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan konten digital dapat menjadi bagian dari upaya mempercepat digitalisasi pada tingkat masyarakat. Dalam konteks Desa Nyalian, kebutuhan tersebut diterjemahkan ke dalam kegiatan yang menggabungkan penyampaian materi, praktik dokumentasi, pengelolaan konten, pemanfaatan media digital, dan pendampingan. Pendekatan ini diarahkan agar anggota Pokdarwis tidak hanya mengetahui fungsi media digital, tetapi juga memperoleh pengalaman dalam menghasilkan dan mengelola materi promosi yang dapat digunakan untuk kebutuhan desa wisata.

Selain kapasitas individu, keberlanjutan promosi digital membutuhkan pembagian peran dan mekanisme pengelolaan di tingkat kelembagaan. Penyediaan *website*, media sosial, maupun produk dokumentasi tidak akan berkelanjutan apabila tidak disertai pihak yang bertanggung jawab terhadap pembaruan konten dan pengelolaannya. Sholeha et al. (2025) menekankan pentingnya aspek manajemen dalam mendukung keberlanjutan pengelolaan dan pengembangan suatu usaha. Prinsip tersebut relevan bagi Pokdarwis Dewi Nyalian karena pengelolaan platform digital membutuhkan pembagian tugas yang jelas, termasuk pihak yang bertanggung jawab terhadap konten, pembaruan informasi, dan publikasi. Dalam perspektif yang lebih luas, Rofiuddin dan Robi'in (2025) menunjukkan bahwa transformasi digital dan *smart tourism* dapat diarahkan untuk mendukung keberlanjutan ekowisata apabila



penerapannya disesuaikan dengan kebutuhan destinasi. Oleh karena itu, pengembangan media digital Desa Nyalian perlu disertai penguatan tata kelola internal agar platform yang dibangun dapat terus dimanfaatkan setelah program selesai.

Kebutuhan penguatan kapasitas dan tata kelola tersebut juga berkaitan dengan upaya membangun identitas destinasi. *Destination branding* melalui media digital tidak hanya bergantung pada keberadaan akun atau platform, tetapi juga pada konsistensi informasi, kualitas konten, dan identitas visual yang merepresentasikan karakter lokal. Natasya et al. (2025) menunjukkan bahwa *digital destination branding* melalui media sosial berkaitan dengan persepsi dan keputusan wisatawan terhadap destinasi. Permatasari (2022) juga menunjukkan bahwa *destination branding* desa wisata dapat dikembangkan melalui integrasi *visual branding* dan *digital marketing*. Dengan demikian, penguatan promosi Desa Nyalian perlu mencakup dokumentasi potensi, pengelolaan konten, penyediaan media publikasi, serta penguatan identitas visual Pokdarwis.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan antara potensi wisata Desa Nyalian yang beragam dengan kesiapan kapasitas dan sarana promosi digital yang dimiliki Pokdarwis Dewi Nyalian. Kegiatan sebelumnya yang berfokus pada sosialisasi atau pelatihan pada umumnya memberikan penguatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi kebutuhan Desa Nyalian tidak berhenti pada peningkatan kapasitas individu. Mitra juga membutuhkan sarana promosi yang dapat langsung digunakan serta mekanisme pengelolaan yang memungkinkan sarana tersebut dipelihara setelah program berakhir. Oleh karena itu, kebaruan program ini terletak pada integrasi tiga komponen dalam satu rangkaian kegiatan, yaitu (1) peningkatan kapasitas praktis Pokdarwis dalam dokumentasi, publikasi, dan digitalisasi, (2) pembangunan sarana promosi dan dokumentasi digital berupa *website*, Instagram, TikTok, YouTube, dan *photobook* Pojok Wisata, serta (3) penguatan keberlanjutan melalui penetapan bidang IT sebagai pengelola platform digital dan konten promosi. Integrasi tersebut dirancang untuk menghubungkan peningkatan kemampuan pengelola dengan ketersediaan media promosi dan tata kelola internal, sehingga Pokdarwis Dewi Nyalian tidak hanya menjadi penerima platform, tetapi juga memiliki kapasitas dan struktur pengelolaan untuk memanfaatkannya secara berkelanjutan.

Berdasarkan permasalahan dan kebutuhan tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas Pokdarwis Dewi Nyalian dalam dokumentasi, publikasi, dan digitalisasi sekaligus menyediakan sarana promosi yang dapat dikelola secara mandiri. Program dilaksanakan melalui sosialisasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan dengan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Luaran yang dihasilkan meliputi *website* Desa Wisata Nyalian, tiga media sosial berupa Instagram, TikTok, dan YouTube, *photobook* Pojok Wisata, logo Pokdarwis, serta penetapan bidang IT sebagai pengelola media digital. Dengan mengintegrasikan peningkatan kapasitas, penyediaan media, dan penguatan tata kelola, program ini diarahkan untuk memperkuat kemampuan Pokdarwis dalam memanfaatkan aset lokal sebagai bahan promosi sekaligus mendukung keberlanjutan pengelolaan promosi digital Desa Wisata Nyalian.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan oleh tim PPK Ormawa LSCC Fakultas Hukum Universitas Udayana kepada Pokdarwis Dewi Nyalian, Kecamatan Banjarangkan, Kabupaten Klungkung, pada Juni–Oktober 2026. Subjek kegiatan adalah anggota Pokdarwis Dewi Nyalian yang mengikuti seluruh rangkaian program. Pelaksanaan menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) melalui tahap *define*,



discovery, dream, design, dan destiny. Tahapan tersebut meliputi identifikasi kondisi dan kebutuhan awal mitra, perumusan tujuan, penyusunan pelatihan dan pendampingan, hingga penerapan hasil dan penguatan keberlanjutan pengelolaan oleh Pokdarwis. Program meliputi sosialisasi, materi dan praktik dokumentasi, pengelolaan serta penyuntingan konten, pemanfaatan media digital, pendampingan Instagram, TikTok, YouTube, dan *website*, serta penyusunan *photobook* Pojok Wisata. Praktik diarahkan pada kemampuan peserta dalam mengambil foto dan video menggunakan telepon genggam, memilih dan menyunting materi visual, menyusun konten promosi, serta mengunggah dan mempublikasikannya melalui media digital. Dokumentasi visual kondisi sebelum dan sesudah kegiatan digunakan untuk menunjukkan perubahan sarana promosi, khususnya kondisi media promosi awal dan hasil pengembangan *website* serta media sosial.

Evaluasi menggunakan data primer melalui observasi, dokumentasi visual, dan kuesioner *pre-test* serta *post-test*. Instrumen menggunakan skala Likert 1–5 dengan 15 indikator yang mencakup dokumentasi, publikasi, pengelolaan konten, dan pemanfaatan media digital. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 26 melalui analisis deskriptif berdasarkan skor rata-rata dan persentase, baik secara keseluruhan maupun berdasarkan aspek/kelompok indikator, serta *Wilcoxon Signed-Rank Test* untuk menguji perbedaan skor *pre-test* dan *post-test*. Observasi praktik digunakan untuk mendeskripsikan perubahan keterampilan peserta dalam mengambil foto dan video, melakukan penyuntingan dasar, menyusun konten, dan mengunggah konten digital, sehingga keberhasilan program tidak hanya didasarkan pada signifikansi statistik. Indikator keberhasilan meliputi capaian pemahaman minimal 75%, keterlibatan minimal 20 anggota, tersedianya satu *website* dan tiga media sosial, serta terbentuknya mekanisme pengelolaan mandiri melalui surat tugas bidang IT. Hasil langsung program dibedakan dari dampak lanjutan; peningkatan pemahaman, keterampilan, sarana promosi, dan mekanisme pengelolaan merupakan hasil yang diukur, sedangkan perubahan jangkauan promosi, interaksi pengguna, jumlah kunjungan wisatawan, dan manfaat ekonomi belum menjadi dampak terukur dan memerlukan pemantauan lanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dokumentasi, publikasi, dan digitalisasi menghasilkan perubahan pada pemahaman peserta serta luaran yang dapat digunakan oleh Pokdarwis Dewi Nyalian. Hasil pengukuran *pre-test* dan *post-test* terhadap 26 peserta menunjukkan adanya peningkatan pemahaman setelah kegiatan. Rata-rata skor meningkat dari 31,62 (42,16% dari skor maksimal) menjadi 65,69 (87,59%), dengan peningkatan sebesar 34,07 poin atau 45,43 poin persentase. Hasil analisis deskriptif tersebut disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif *Pre-Test* dan *Post-Test*

Indikator	Skor Rata-rata	Persentase
Rata-rata <i>Pre-Test</i>	31,62 / 75	42,16%
Rata-rata <i>Post-Test</i>	65,69 / 75	87,59%
Peningkatan	+34,07 poin	+45,43 poin persentase

Tabel 1 menunjukkan bahwa capaian pemahaman peserta meningkat dari 42,16% sebelum kegiatan menjadi 87,59% setelah kegiatan. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai dokumentasi, publikasi, pengelolaan konten, dan pemanfaatan media digital. Untuk memperkuat hasil pengukuran

secara kuantitatif, dilakukan pengujian terhadap skor berpasangan menggunakan *Wilcoxon Signed-Rank Test*. Sebelum pengujian, data selisih skor *post-test* dan *pre-test* diuji menggunakan Shapiro-Wilk dan menunjukkan bahwa data tidak memenuhi asumsi distribusi normal. Hasil uji *Wilcoxon Signed-Rank Test* disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji *Wilcoxon Signed-Rank Test*

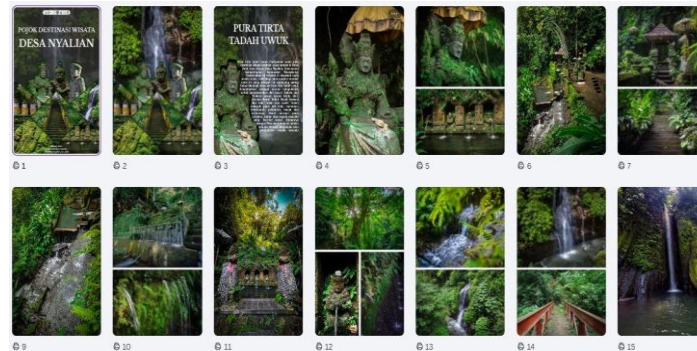
Keterangan	Nilai
N	26
<i>Positive Differences (Post > Pre)</i>	25 (96,2%)
<i>Negative Differences (Post < Pre)</i>	1 (3,8%)
<i>Ties (Post = Pre)</i>	0 (0%)
Z	4,395
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	< 0,001

Berdasarkan Tabel 2, sebanyak 25 dari 26 peserta (96,2%) mengalami peningkatan skor, sedangkan satu peserta (3,8%) mengalami penurunan dan tidak terdapat peserta dengan skor yang sama. Nilai Z sebesar 4,395 dengan $p < 0,001$ menunjukkan adanya perbedaan skor yang signifikan secara statistik antara sebelum dan sesudah kegiatan. Hasil tersebut menjadi bukti kuantitatif perubahan pemahaman peserta. Selain perubahan skor, hasil observasi selama pelatihan menunjukkan keterlibatan peserta dalam praktik pengambilan foto dan video menggunakan telepon genggam, penyuntingan sederhana, serta penyusunan materi visual untuk kebutuhan promosi. Dokumentasi kegiatan praktik tersebut ditampilkan pada Gambar 1.



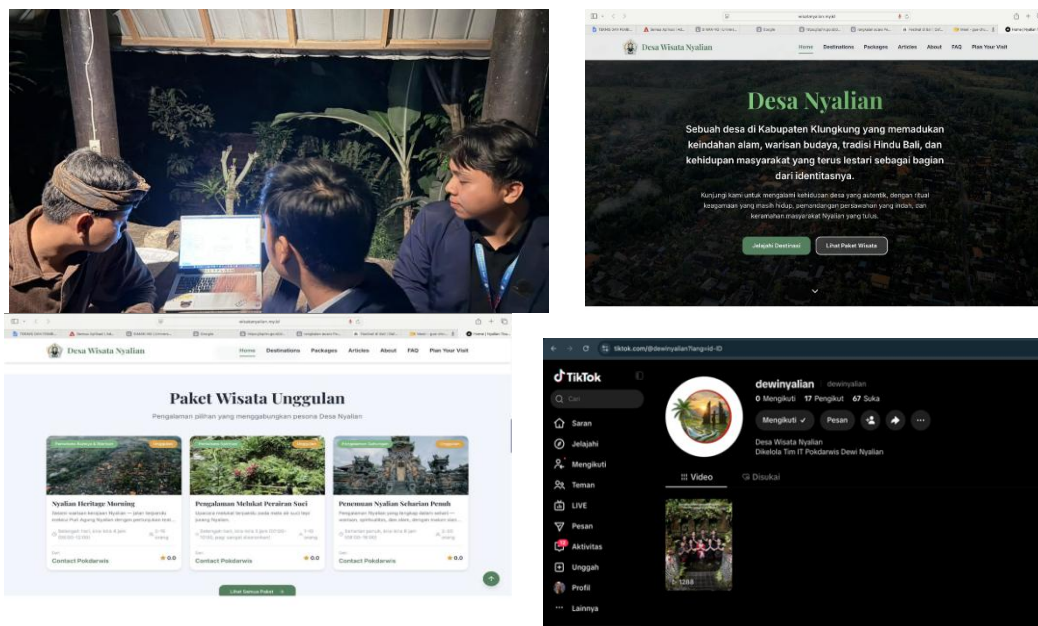
Gambar 1. Praktik pengambilan foto, video, dan penyuntingan konten oleh peserta

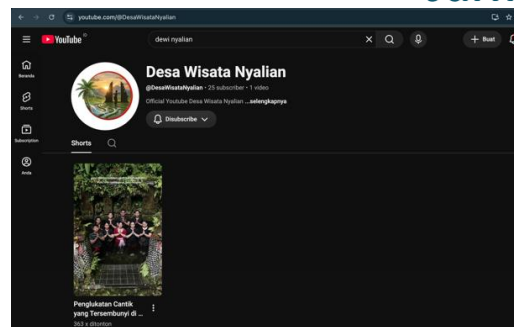
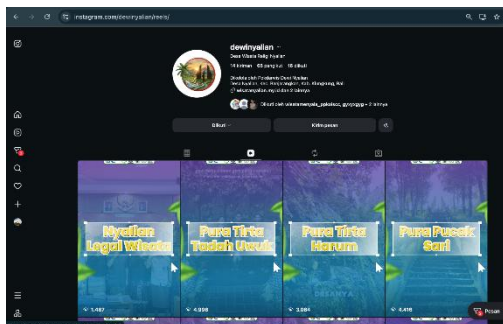
Gambar 1 memperlihatkan keterlibatan peserta dalam mempraktikkan teknik dokumentasi menggunakan perangkat yang tersedia. Peserta melakukan pengambilan foto dan video serta mencoba proses penyuntingan sebagai bagian dari penerapan materi yang telah diberikan. Praktik tersebut memberikan bukti bahwa kegiatan tidak hanya menghasilkan perubahan pada aspek pemahaman yang diukur melalui *pre-test* dan *post-test*, tetapi juga memberikan pengalaman langsung dalam menghasilkan materi visual untuk kebutuhan promosi Desa Wisata Nyalian. Selain peningkatan kapasitas peserta, program menghasilkan luaran berupa Buku Pojok Wisata yang digunakan sebagai media informasi dan promosi. Buku tersebut memuat foto dan deskripsi singkat mengenai Pura Taduh Uwuk, Pura Pucak Sari, dan Pura Tirta Harum serta dokumentasi aktivitas masyarakat Desa Nyalian. Proses penyusunan dan hasil Buku Pojok Wisata ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Penyusunan dan hasil Buku Pojok Wisata Desa Nyalian

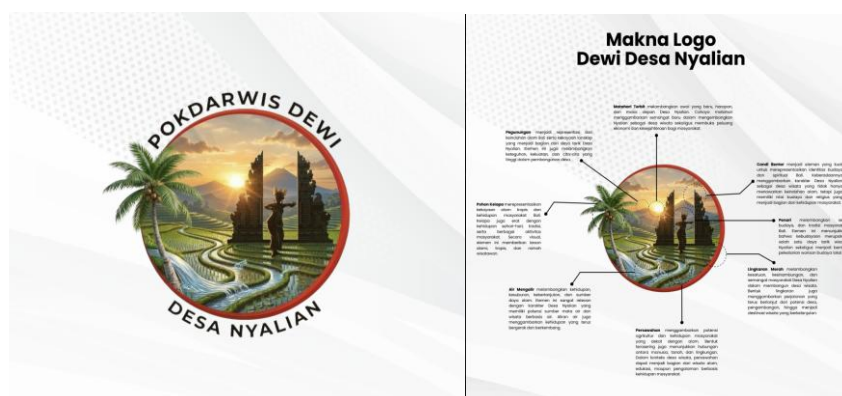
Gambar 2 menunjukkan proses penyusunan Buku Pojok Wisata yang menggabungkan dokumentasi visual dengan informasi singkat mengenai destinasi. Buku tersebut menjadi salah satu luaran fisik program yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai potensi wisata Desa Nyalian kepada masyarakat dan wisatawan. Penguatan promosi digital dilakukan melalui pendampingan pembentukan dan pengelolaan media sosial serta *website* Desa Wisata Nyalian. Pendampingan mencakup proses pengenalan pengelolaan akun, penyusunan informasi, publikasi konten, dan pengembangan *website* sebagai pusat informasi digital. Dokumentasi proses pendampingan dan hasil platform digital ditampilkan pada Gambar 3.





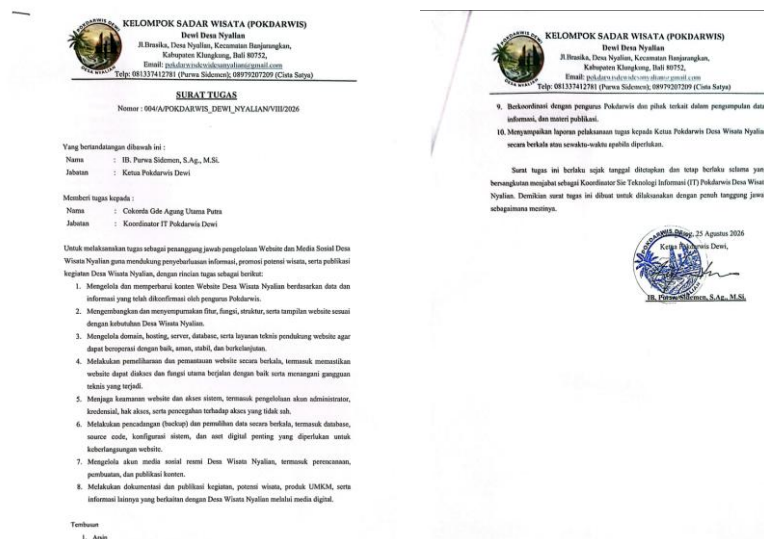
Gambar 3. Pendampingan pembentukan media sosial dan website Desa Wisata Nyalian

Gambar 3 menunjukkan proses pendampingan serta hasil pengembangan media digital Desa Wisata Nyalian. *Website* memuat informasi mengenai profil desa, potensi wisata, dan paket wisata, sedangkan media sosial digunakan untuk publikasi konten mengenai kegiatan dan potensi desa. Luaran tersebut memberikan sarana yang dapat digunakan Pokdarwis untuk mengelola dan menyebarluaskan informasi destinasi. Perubahan ini menunjukkan tersedianya sarana promosi yang sebelumnya belum tersedia secara terintegrasi. Namun, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan belum menjadi hasil yang diukur dalam kegiatan ini sehingga dampak terhadap kunjungan masih memerlukan pengukuran lanjutan. Selain pengembangan media promosi, program menghasilkan logo Pokdarwis Dewi Nyalian sebagai identitas kelembagaan yang dapat digunakan pada *website*, media sosial, dokumen, dan bahan promosi. Proses perancangan dan hasil logo ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Perancangan dan hasil logo Pokdarwis Dewi Nyalian

Gambar 5 menunjukkan hasil perancangan identitas visual Pokdarwis Dewi Nyalian. Logo tersebut menjadi luaran pendukung yang dapat digunakan secara konsisten pada berbagai media komunikasi dan publikasi yang telah dikembangkan selama program. Untuk menjaga keberlanjutan pengelolaan media digital setelah program berakhir, Pokdarwis Dewi Nyalian juga menetapkan bidang IT sebagai pengelola platform digital melalui surat tugas. Dokumentasi surat tugas tersebut ditampilkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Surat tugas bidang IT Pokdarwis Dewi Nyalian sebagai pengelola media digital

Gambar 6 menunjukkan adanya penetapan tanggung jawab pengelolaan media digital melalui surat tugas. Penetapan tersebut menjadi bukti adanya mekanisme kelembagaan untuk melanjutkan pengelolaan *website* dan media sosial setelah pendampingan program selesai. Dengan demikian, hasil kegiatan mencakup peningkatan pemahaman peserta berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*, pengalaman praktik dokumentasi dan pengelolaan konten, serta tersedianya luaran berupa Buku Pojok Wisata, media sosial, *website*, logo, dan mekanisme pengelolaan media digital oleh bidang IT Pokdarwis Dewi Nyalian.

Pembahasan

Hasil pengukuran menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah pelaksanaan kegiatan. Secara deskriptif, rata-rata skor pemahaman peserta meningkat dari 31,62 (42,16% dari skor maksimal) menjadi 65,69 (87,59% dari skor maksimal), dengan peningkatan sebesar 34,07 poin atau 45,43 poin persentase. Hasil Wilcoxon Signed-Rank Test juga menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan secara statistik antara skor *pre-test* dan *post-test* ($Z = 4,395$; $p < 0,001$). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan tidak hanya memberikan pemahaman secara konseptual, tetapi juga memberikan pengalaman praktik yang berkaitan langsung dengan kebutuhan pengelolaan promosi wisata.

Peningkatan pemahaman peserta dapat dipahami sebagai hasil dari proses pembelajaran yang memadukan penyampaian materi dengan praktik langsung, khususnya dalam fotografi, videografi, penyuntingan, dan penyusunan konten promosi. Pendekatan tersebut memungkinkan peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai konsep dokumentasi dan promosi digital, tetapi juga mencoba secara langsung keterampilan yang dapat diterapkan dalam aktivitas promosi Desa Wisata Nyalian. Penggunaan perangkat yang telah tersedia dan familiar bagi peserta, khususnya kamera telepon genggam, juga memberikan kemudahan dalam proses penerapan keterampilan tersebut. Kondisi ini sejalan dengan Deliaty dan Febriansyah (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan promosi berbasis media sosial dapat membantu masyarakat dalam mengoptimalkan potensi wisata desa melalui peningkatan kemampuan promosi digital. Dengan demikian, peningkatan pemahaman dalam kegiatan ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas Pokdarwis perlu diarahkan pada keterampilan yang aplikatif agar pengetahuan yang diperoleh dapat diterapkan dalam aktivitas pengelolaan destinasi.

Copyright (c) 2026 COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

 <https://doi.org/10.51878/community.v6i2.15988>



Kemampuan menghasilkan dokumentasi dan konten promosi menjadi semakin penting karena potensi wisata yang dimiliki Desa Nyalian membutuhkan media komunikasi yang mampu menyampaikan daya tarik destinasi kepada masyarakat secara lebih luas. Melalui praktik pengambilan foto dan video menggunakan perangkat yang telah tersedia, peserta memperoleh pengalaman dalam mengubah potensi lokal menjadi materi komunikasi yang dapat dipublikasikan melalui media digital. Proses tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan masyarakat dalam mengemas informasi mengenai destinasi agar lebih komunikatif dan mudah dipahami. Temuan ini memiliki kesesuaian dengan Pratiwi et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan komunikasi pariwisata dapat mendukung promosi desa ekowisata melalui peningkatan kemampuan masyarakat dalam menyampaikan potensi destinasi. Dalam konteks Desa Nyalian, keterampilan tersebut menjadi dasar bagi Pokdarwis untuk mengembangkan komunikasi wisata yang lebih terarah dengan mengangkat potensi alam, budaya, sejarah, dan aktivitas masyarakat sebagai bagian dari materi promosi.

Penguatan kapasitas tersebut kemudian diperkuat melalui penyediaan berbagai media promosi berupa Buku Pojok Wisata, media sosial, *website*, dan logo Pokdarwis Dewi Nyalian. Penyediaan media tersebut memberikan ruang bagi peserta untuk menerapkan keterampilan yang telah diperoleh sekaligus menyediakan sarana yang dapat digunakan dalam kegiatan promosi setelah program selesai. Buku Pojok Wisata berfungsi sebagai media dokumentasi dan informasi yang memuat foto serta informasi mengenai destinasi, sedangkan media sosial dan *website* menyediakan saluran publikasi yang dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas. Sementara itu, logo Pokdarwis memberikan identitas visual yang dapat digunakan secara konsisten pada berbagai media promosi. Keberadaan identitas visual melalui logo dan dokumentasi destinasi melalui Buku Pojok Wisata membantu membentuk representasi yang lebih konsisten mengenai karakter Desa Nyalian. Nurafifah (2024) menjelaskan bahwa digitalisasi melalui strategi *branding* dapat menjadi bagian dari upaya pengembangan desa wisata karena teknologi digital memungkinkan potensi destinasi dikomunikasikan melalui berbagai saluran yang lebih luas. Oleh karena itu, kegiatan di Desa Nyalian tidak hanya menghasilkan peningkatan kapasitas individu, tetapi juga mulai membangun perangkat promosi yang mendukung proses pembentukan identitas destinasi secara lebih terstruktur.

Penggunaan media digital dalam kegiatan ini selanjutnya memperluas peluang Desa Nyalian dalam menyampaikan informasi mengenai potensi wisata kepada calon wisatawan. Media sosial dapat digunakan untuk mempublikasikan kegiatan desa, daya tarik wisata, budaya, lingkungan, dan aktivitas masyarakat melalui konten yang dapat diperbarui secara berkala. Sementara itu, *website* berfungsi sebagai pusat informasi yang menyajikan profil desa wisata, potensi unggulan, paket wisata, dan informasi pendukung lainnya dalam satu platform yang lebih terstruktur. Tahwin et al. (2024) menunjukkan bahwa digitalisasi dapat mendukung pengembangan desa wisata seni dan budaya dengan membantu memperkenalkan potensi lokal melalui pemanfaatan teknologi digital. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial dan *website* di Desa Nyalian dapat dipandang sebagai upaya untuk menghubungkan potensi lokal dengan kebutuhan wisatawan terhadap informasi destinasi yang mudah diakses.

Media sosial yang dikembangkan dalam kegiatan ini juga memiliki fungsi dalam memperkuat *branding* Desa Wisata Nyalian karena konten yang dipublikasikan secara konsisten dapat membentuk gambaran mengenai karakter dan keunikan destinasi. Penggunaan media sosial memungkinkan Pokdarwis menyampaikan informasi secara lebih dinamis melalui foto, video, dan narasi yang berkaitan dengan daya tarik wisata serta kehidupan masyarakat desa. Pemanfaatan tersebut relevan dengan temuan Hutabarat dan Nababan (2025) mengenai



penggunaan media sosial sebagai strategi *branding* destinasi wisata dalam memperkenalkan potensi wisata kepada khalayak yang lebih luas. Dari sisi perilaku wisatawan, Dewi (2022) menunjukkan adanya keterkaitan antara media sosial dan minat berkunjung wisatawan terhadap daya tarik wisata. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial Desa Nyalian secara konsisten dapat menjadi bagian dari strategi komunikasi destinasi, meskipun dampak terhadap peningkatan kunjungan wisatawan memerlukan pengukuran lebih lanjut pada periode berikutnya.

Pengembangan *website* melengkapi fungsi media sosial karena informasi destinasi dapat disusun secara lebih sistematis dan menjadi sumber informasi yang dapat diakses oleh wisatawan. Informasi mengenai profil desa, potensi wisata, paket wisata, dan informasi pendukung lainnya dapat ditempatkan dalam satu platform sehingga calon wisatawan tidak hanya memperoleh informasi melalui unggahan media sosial yang bersifat dinamis. Pengembangan tersebut juga memberikan peluang bagi Pokdarwis untuk mengelola informasi secara lebih terstruktur serta memperbaruinya sesuai dengan perkembangan produk dan aktivitas wisata. Fitriyah (2025) menunjukkan bahwa pengembangan *user interface website* dapat mendukung fungsi *website* sebagai media informasi dan promosi wisata. Sejalan dengan itu, Nana (2022) menunjukkan bahwa sistem informasi berbasis *website* dapat dimanfaatkan sebagai media promosi pariwisata. Dengan demikian, keberadaan *website* Desa Wisata Nyalian dapat menjadi salah satu sarana untuk memperluas akses informasi sekaligus mendukung promosi destinasi secara berkelanjutan.

Keberlanjutan program selanjutnya tidak hanya ditentukan oleh tersedianya media sosial dan *website*, tetapi juga oleh adanya mekanisme pengelolaan yang jelas setelah kegiatan pendampingan berakhir. Penerbitan surat tugas yang menetapkan bidang IT sebagai pengelola media sosial dan *website* memberikan dasar kelembagaan bagi keberlanjutan pengelolaan platform digital Desa Wisata Nyalian. Bidang IT menjadi pihak yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan teknis platform, termasuk pengunggahan dan pembaruan informasi, pengelolaan akses akun, serta pemeliharaan *website*. Sementara itu, anggota Pokdarwis berperan dalam menyediakan bahan dan informasi yang dapat dikembangkan menjadi konten, seperti dokumentasi kegiatan desa, potensi wisata, aktivitas budaya, produk kerajinan, serta kegiatan masyarakat yang relevan dengan promosi wisata.

Mekanisme kerja pengelolaan konten dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pengumpulan bahan dokumentasi dari anggota Pokdarwis, seleksi bahan, penyuntingan foto atau video, penyusunan narasi, kemudian publikasi melalui media sosial atau *website*. Dengan pembagian tersebut, pembuatan konten tidak hanya dibebankan kepada bidang IT, tetapi melibatkan anggota Pokdarwis sebagai sumber informasi dan dokumentasi. Bidang IT selanjutnya melakukan koordinasi sebelum konten dipublikasikan untuk memastikan informasi yang disampaikan sesuai dengan kondisi dan kegiatan Desa Nyalian. Konten media sosial diperbarui secara berkala mengikuti ketersediaan kegiatan dan bahan dokumentasi, sedangkan informasi *website* diperbarui apabila terdapat perubahan atau penambahan informasi mengenai profil desa, potensi wisata, paket wisata, maupun kegiatan yang ditawarkan. Mekanisme ini memungkinkan platform digital tetap aktif dan relevan tanpa bergantung pada tim pelaksana program.

Keberadaan pembagian tugas tersebut juga mendukung penerapan strategi pemasaran yang berkelanjutan karena pengelolaan promosi menjadi bagian dari tugas kelembagaan Pokdarwis, bukan hanya kegiatan selama program berlangsung. Noorlitaria et al. (2025) menekankan pentingnya strategi pemasaran berkelanjutan bagi komunitas Pokdarwis dalam mengelola wisata lokal, sehingga penguatan kelembagaan perlu berjalan bersama dengan



peningkatan kemampuan pengelola. Dalam konteks Desa Nyalian, pembagian tanggung jawab antara bidang IT dan anggota Pokdarwis menjadi salah satu bentuk penguatan kelembagaan agar pengelolaan media digital dapat terus dilakukan setelah program selesai.

Keberlanjutan tersebut juga berkaitan dengan penguatan sumber daya manusia. Penetapan bidang IT melalui surat tugas memberikan kejelasan mengenai pihak yang bertanggung jawab terhadap keberlanjutan platform, sedangkan keterlibatan anggota Pokdarwis dalam penyediaan dokumentasi dan informasi menjadi bagian dari proses pembentukan kemampuan internal. Risianti et al. (2025) menunjukkan pentingnya penguatan sumber daya manusia Pokdarwis dalam mendukung pengembangan pariwisata desa. Oleh karena itu, mekanisme keberlanjutan di Desa Nyalian diarahkan tidak hanya pada keberadaan sarana digital, tetapi juga pada pembagian tugas dan peningkatan kemampuan pengelola agar sarana tersebut dapat digunakan secara mandiri.

Monitoring setelah program selesai dilakukan secara internal oleh Pokdarwis melalui bidang IT dengan memantau aktivitas media sosial dan *website*. Monitoring mencakup keteraturan pembaruan konten, kelengkapan informasi destinasi, publikasi kegiatan, serta respons terhadap interaksi pengguna. Hasil monitoring digunakan sebagai bahan koordinasi internal untuk menentukan kebutuhan konten berikutnya, memperbarui informasi yang sudah tidak sesuai, dan mengidentifikasi bagian platform yang perlu diperbaiki. Evaluasi internal tersebut dapat dilakukan secara berkala melalui koordinasi antara bidang IT dan pengurus Pokdarwis sehingga pengelolaan platform tidak berhenti pada tahap pembuatan akun atau *website*. Dengan demikian, surat tugas, pembagian tanggung jawab, alur pembuatan konten, pembaruan informasi, dan monitoring internal menjadi satu kesatuan mekanisme yang mendukung keberlanjutan hasil program.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa penguatan kapasitas Pokdarwis Dewi Nyalian tidak hanya terlihat dari peningkatan pemahaman peserta, tetapi juga dari terbentuknya perangkat promosi berupa Buku Pojok Wisata, media sosial, *website*, dan identitas visual Pokdarwis. Peningkatan kapasitas tersebut kemudian diperkuat dengan mekanisme pengelolaan melalui penetapan bidang IT dan pembagian peran dengan anggota Pokdarwis dalam penyediaan bahan konten. Dengan adanya mekanisme tersebut, hasil kegiatan memiliki dasar untuk dilanjutkan secara mandiri setelah program berakhir. Namun, keberlanjutan efektivitas media digital dan dampaknya terhadap jangkauan promosi maupun kunjungan wisatawan masih memerlukan monitoring dan pengukuran pada periode berikutnya.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Nyalian menunjukkan bahwa penguatan kapasitas Pokdarwis melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan dapat mendukung peningkatan kemampuan dalam dokumentasi, publikasi, dan digitalisasi promosi wisata. Perubahan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan yang memadukan penyampaian materi dengan praktik langsung dapat membantu Pokdarwis memahami sekaligus menerapkan keterampilan pengelolaan konten digital. Kegiatan ini juga menghasilkan sarana pendukung berupa Buku Pojok Wisata, media sosial, *website*, dan logo Pokdarwis yang dapat digunakan untuk mendokumentasikan, menyebarluaskan informasi destinasi, serta membangun identitas Desa Wisata Nyalian. Penerbitan surat tugas bagi bidang IT menjadi bagian penting dalam keberlanjutan program karena memberikan pembagian tanggung jawab dalam pengelolaan media digital setelah kegiatan pendampingan berakhir. Dengan adanya keterkaitan antara peningkatan kapasitas,



ketersediaan sarana digital, dan penguatan kelembagaan, hasil kegiatan memberikan dasar awal bagi Pokdarwis untuk mengelola promosi wisata secara mandiri.

Meskipun demikian, kegiatan ini memiliki keterbatasan, terutama pada durasi pendampingan yang belum memungkinkan dilakukannya pemantauan pengelolaan media sosial dan *website* secara jangka panjang, termasuk konsistensi produksi dan pembaruan konten serta pelaksanaan pembagian tugas setelah program berakhir. Selain itu, dampak program terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan belum dapat diukur secara langsung karena belum tersedia periode pemantauan yang cukup panjang dan data pembandingan jumlah kunjungan sebelum dan sesudah program. Oleh karena itu, kegiatan selanjutnya perlu diarahkan pada pendampingan berkelanjutan untuk mengevaluasi konsistensi produksi konten, perkembangan jangkauan media digital, pengelolaan *website*, serta pencatatan jumlah kunjungan wisatawan secara berkala agar dampak pemanfaatan media digital dapat diukur secara lebih objektif. Pengembangan berikutnya juga dapat mencakup peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan digital dan strategi *digital advertising* apabila telah tersedia kesiapan kelembagaan dan sumber daya yang memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsharif, A., Isa, S. M., & Alqudah, M. N. (2024). Smart tourism, hospitality, and destination: A systematic review and future directions. *Journal of Tourism and Services*, 15(29), 72–110. <https://doi.org/10.29036/jots.v15i29.746>
- Deliati, A., & Febriansyah, W. (2025). Optimalisasi potensi wisata desa melalui pelatihan promosi berbasis media sosial di Desa Loloan Kecamatan Bayan Lombok Utara. *Community Service Journal*, 1(1), 18–26. <https://ejournal.icmandiri.com/index.php/ICM/article/view/146>
- De Vega, L. (2022). Pemasaran destinasi pariwisata melalui digitalisasi marketing berbasis *community based tourism* (CBT) di Desa Wisata Tipang Kecamatan Bakti Raja Kabupaten Humbang Hasundutan. *Tourism Economics, Hospitality and Business Management Journal*, 2(2), 166–178. <https://doi.org/10.36983/tehbmj.v2i2.371>
- Dewi, N. P. A. L. (2022). Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata Sukawana Sunrise: The effect of social media on the interest of tourists visiting the attraction of sunrise variety tourism. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(2), 276–285. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i2.18>
- Diwyarthi, N. D. M. S., Wiartha, N. G. M., Rozy, F. F., Masykuri, A. R., & Jata, I. W. (2025). Kolaborasi pentahelix dalam pengembangan akomodasi dan pemasaran wisata budaya yang ramah lingkungan dan berkelanjutan di Desa Wisata Taro. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 4(4), 460–468. <https://doi.org/10.55123/toba.v4i4.6305>
- Fitriyah, I. (2025). Pengembangan *user interface* website sebagai media informasi dan promosi wisata Pantai Kelapa Kabupaten Tuban. *BARIK*, 7(1), 182–196. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v7i1.66163>
- Hutabarat, G. E., & Nababan, P. (2025). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi *branding* destinasi wisata Bukit Holbung Samosir berbasis pariwisata global. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4(3), 4883–4889. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/2363>
- Nana, J. (2022). Sistem informasi berbasis website untuk promosi pariwisata di Kabupaten Malaka. *HOAQ (High Education of Organization Archive Quality): Jurnal Teknologi Informasi*, 13(1), 27–32. <https://doi.org/10.52972/hoaq.vol13no1.p27-32>



- Natasya, E., Nurani, N. K., & Jumaisyah, A. (2025). Digital destination branding melalui media sosial: Persepsi dan keputusan wisatawan pada wisata alam dan buatan. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 5(2), 67–75. <https://doi.org/10.69957/relasi.v5i02.2297>
- Noorlitaria, G., Za, S. Z., Firmannudin, F., Rahmawati, R., & Asnawati, A. (2025). Strategi pemasaran berkelanjutan untuk komunitas Pokdarwis dalam mengelola wisata lokal di Samarinda, Kalimantan Timur. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 5(1), 650–658. <https://doi.org/10.31004/jh.v5i1.2246>
- Nurafifah, S. A. (2024). Peningkatan digitalisasi desa wisata melalui *branding* strategi di Indonesia: Digitalisasi desa wisata. *Journal of Governance Innovation*, 6(2), 146–164. <https://doi.org/10.36636/jogiv.v6i2.4661>
- Permatasari, D. N. C. (2022). Perancangan *destination branding* desa wisata Bongan melalui *visual branding* dan *digital marketing*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(1), 9–22. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v2i1.794>
- Pratiwi, M., Andarini, R. S., Astuti, M., & Karerek, K. (2025). Pengembangan promosi desa ekowisata Burai Ogan Ilir melalui pelatihan komunikasi pariwisata. *Jurnal Abdi Insani*, 12(8), 3875–3884. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i8.2665>
- Rofiuddin, M., & Robi'in, M. (2025). Transformasi digital dalam pengelolaan sumber daya air dan *smart tourism* untuk keberlanjutan ekowisata di Lumbang Kabupaten Probolinggo. *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI*, 12(1), 238–255. <https://doi.org/10.69896/modeling.v12i1.2780>
- Risyanti, Y. D., Supriyanto, S., Samtono, S., Guritno, B., & Hendrajaya, H. (2025). Penguatan SDM Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam mewujudkan pariwisata di Desa Rembul Bojong Tegal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(12), 5687–5694. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i12.2048>
- Saputra, R., & Putra, Y. (2025). Pelatihan pembuatan konten digital percepat digitalisasi desa cerdas bagi masyarakat Nagari Singkarak. *ORAHUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 98–103. <https://doi.org/10.70404/orahua.v2i02.122>
- Setiawati, R., & Pritalia, G. L. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi sektor pariwisata. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2), 278–285. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i2.7255>
- Sholeha, A., Nurafifah, A., & Misra, I. (2025). Peran manajemen keuangan dalam pengelolaan UMKM untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis. *Opportunity Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 18–41. <https://doi.org/10.55352/9r0g1k79>
- Tahwin, M., Dewi, D. A. L., & Sodiq, F. (2024). Digitalisasi sebagai upaya pengembangan desa wisata seni dan budaya Sendangasri Kabupaten Rembang. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 8(1), 32–41. <https://doi.org/10.24903/jam.v8i01.2514>
- Wisnawa, I. M. B., & Putra, B. A. (2025). Sosialisasi dan peningkatan kapasitas Pokdarwis dalam pengelolaan wisata edukasi di Desa Wisata Penarungan, Kabupaten Badung, Bali. *Jurnal Pengabdian Dosen Republik Indonesia*, 1(2), 30–36. <https://ojs.baliacademicpublishing.com/index.php/JPDRI/article/view/57>