

## Membangun Keberanian sebagai *Tourism English Public Speaker* untuk Generasi Muda Bulukumba

Widya Rizky Pratiwi<sup>1</sup>, Lukyitta Gusti Acfira<sup>2</sup>, Andriyansah\*<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Magister Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Terbuka

<sup>2</sup>Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka

\*Email: [andri@ecampus.ut.ac.id](mailto:andri@ecampus.ut.ac.id)

### **Abstract**

*This community service aims to respond to the conditions of tourist visits to train young people to have the courage to communicate with International tourists using foreign languages, especially English. It is also time for the government and the private sector related to tourism to prepare themselves, design, and develop tourist objects to make them attractive. The implementation method used is a hybrid. 20% were indoors training and the rest 80% were outdoors practicing. The implementation stage began with the socialization stage, the registration, and the final stage was implementation. The team conducted outreach to explain the importance of mastering English in increasing tourist visits. The training provided was to practice composing ideas about images (building perceptions) by utilizing image media in the form of tourist objects. Furthermore, participants were trained to map their concepts and thoughts before speaking to make it easier to express ideas (mind mapping). Then, they try to practice speaking skills by telling stories (practice). Applying the 3:2 concept so that participants add vocabulary can help increase participant competency.*

**Keywords:** *International Communication, Competency in English, Tourism Destination: Law of 3:2*

### **Abstrak**

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk merespon kondisi kunjungan wisatawan untuk melatih generasi muda agar berani berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara dengan menggunakan bahasa asing khususnya bahasa Inggris. Sudah saatnya juga pemerintah dan pihak swasta yang terkait dengan pariwisata mempersiapkan diri, merancang, dan mengembangkan objek wisata agar menarik. Metode implementasi yang digunakan adalah hybrid. 20% berlatih di dalam ruangan dan sisanya 80% berlatih di luar ruangan. Tahap pelaksanaan diawali dengan tahap sosialisasi, pendaftaran, dan tahap terakhir pelaksanaan. Tim melakukan sosialisasi untuk menjelaskan pentingnya penguasaan bahasa Inggris dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Pelatihan yang diberikan adalah berlatih menyusun gagasan tentang imaji (membangun persepsi) dengan memanfaatkan media imaji berupa objek wisata. Selanjutnya peserta dilatih untuk memetakan konsep dan pemikirannya sebelum berbicara agar lebih mudah mengungkapkan ide (mind mapping). Kemudian, mereka mencoba melatih keterampilan berbicara dengan cara bercerita (latihan). Penerapan konsep 3:2 agar peserta menambah kosa kata dapat membantu meningkatkan kompetensi peserta.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Global, Kompetensi Berbahasa Inggris, Pariwisata, Konsep 3:2*

## Pendahuluan

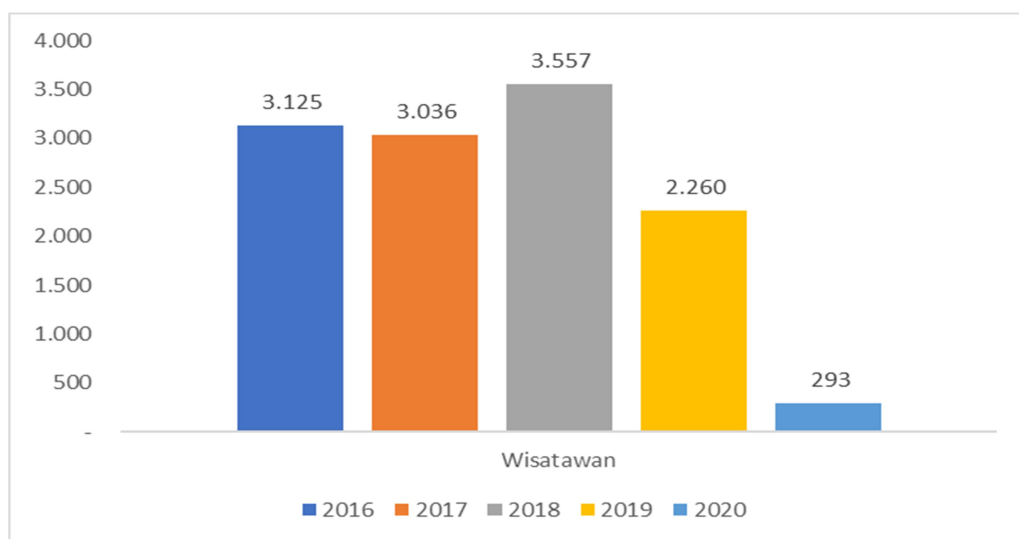
Dunia pariwisata Indonesia mengalami keterpuruk yang signifikan, Ketika terjadi tragedi bom Bali, covid-19 ataupun hal lain yang memberikan signal negative terhadap pariwisata. Bukan itu saja efeknya sangat luar biasa terhadap perekonomian. Namun Warga negara Indonesia patut berbangga karena dikaruniai alam yang Indah dan Tanah yang subur, tidak perlu lama untuk bangkit membuktikan Pariwisata Indonesia masih tetap Indah dan Lebih Indah dari negeri lain.

Bentang Potensi alam Indonesia dari mulai Pangkal Sumatera hingga Ujung Papua mempesona dengan eloknya dengan keunik dan keragamannya (Suni, 2019). Keunikan dan tersebut identik dengan ikon, tak jarang setiap provinsi memiliki ikon tersendiri, bahkan lebih dari ini hingga tingga desapun di Indonesia ini mempunyai ikon masing-masaing.

Beberapa pulau yang besar di Indonesia, diantaranya adalah pulau Sulawesi, dengan memiliki 6 provinsi, artinya semua provinsi tersebut berkontribusi terhadap pariwisata dengan keunikan dan karakter daerahnya. Selain itu pasti juga diikuti dengan ragam, budaya dan karakter objek wisata yang unik dikenal oleh dunia.

Nama Provinsi Sulawesi Selatan cukup terkenal di Mancanegara bahkan nama angin mamiripun sudah familiar diluar negeri. Meningkatnya peran media online terhadap dukungan pariwisata membawa dampak yang baik terhadap nama Kabupaten Bulukumba, menurut data media online terdapat 22 objek wisata yang dapat dikunjungi oleh turis (Muththalib, n.d.). Terkat dengan kunjung turis berikut disampaikan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba tahun 2021 yang menyajikan data kunjungan turis mancanegara sebagai berikut

**Grafik 1. Angka Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bulukumba**



Sumber: Dinas Pariwisata Kab. Bulumba, 2021

Covid-19 membuktikan meluluh lantakan semua sendi perekonomian, tahun 2018 kunjung turis manca negara ke Bulukumba mencapai angka yang fantastis yaitu sebanyak 3.557 wisatawan, namun Ketika covid-19 hadir maka penurunan jumlah wisatawan pun semakin drastis. Memang setiap negara mempunyai hak dan kebijakan untuk mengatur perjalanannya warganya untuk berpergian keluar negeri, bukan itu saja negeri juga mengatur dan menjamin agar warga negara dalam kondisi sehat sehat selama pandemi, dengan tujuan menghindari negara dari kematian massal (Soeliongan, 2020).

Tahun 2020 meskipun covid tidak seganas pada awalnya, namun beberapa turis manca negara sudah ada yagn mendapatkan izin untuk berpergian keluar negeri yang tentu saja dengan persyaratan yang cukup ketat. Hal tersebut dapat dilihat pada grafi 1, tahun 2020 geliat wisata mulai terasa. Hal ini menandakan bahwa signal positif terhadap dunia pariwisata khususnya Kabupaten Bulukumba. Merujuk pada hal tersebut pelaksanaan pengabdian kepada

masyarakat ini bertujuan untuk menyikapi kondisi kunjungan wisatawan untuk melatih generasi muda berani untuk komunikasi dengan turis mancanegara dengan menggunakan bahasa asing, khususnya bahasa Inggris.

Pemerintah dan pihak swasta yang terkait dengan pariwisata sudah waktunya pula untuk menyiapkan diri, mendasain dan mengembangkan objek wisata menjadi menarik, ketersediaan hotel dan layanan yang bernilai ergo-ikonik agar wisatawan berkesan dan ingin datang kembali (Andriyansah et al., 2020). Tugas tersebut bukan saja menjadi tugas pemerintah saja, semua pihak wajib turut andil dan berkepentingan membuat wisatawan menjadi nyaman untuk berwisata ke Bulukumba, oleh karena itu perlu menyiapkan SDM yang dapat berkomunikasi dengan wisatawan tersebut (Jefrizal et al., 2021).

### **Pedekatan Pelaksanaan Program**

Merujuk pada latar belakang dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam hal ini adalah generasi muda di Bulukumba pengabdian kepada masyarakat ini menyiapkan kemampuan berbahasa asing yang akan melibatkan generasi muda kabupaten Bulukumba dengan memberikan pelatihan berbahasa asing khususnya Bahasa Inggris selama 9 bulan dengan metode-metode yang telah disiapkan.

Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode hybrid. Artinya menggunakan dua metode yaitu metode 20% berbasis online. Untuk pertemuan tatap muka, pelatihan ini adalah 80% atau berbasis metode offline agar dapat langsung mengetahui perkembangan peserta pelatihan. Tim pengabdian, menerapkan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Langkah pertama adalah membagi kegiatan ke dalam beberapa tahap. Setiap tahapan akan diukur ketercapaian peserta. Untuk dari program pengukuran tersebut untuk mengetahui tingkat keberhasilan program. Tahapan pelaksanaan tersebut dapat dijelaskan pada tabel berikut.

**Tabel 1**  
**Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

No	Kegiatan	Durasi (dalam bulan)
1	Sosialisasi	2
2	Registrasi	1
3	Pelaksanaan	6

Sumber: Data Primer, 2021

Dapat dijelaskan, bahwa pada tabel 1 tim mulai melaksanakan sosialisasi kegiatan selama 2 bulan yang dilakukan melalui promosi radio dan flyer. Hal tersebut penting dilakukan sebagai edukasi mengingat masih masa pandemic agar kepercayaan masyarakat dan keyakinan mengenai pariwisata Bulukumba segera pulih. Tahapan sosialisasi, disampaikan bahwa kegiatan pemberian keterampilan berbahasa Asing merupakan kegiatan yang digagas untuk melatih keberanian generasi muda berkomunikasi menggunakan bahasa asing

Tahapan berikutnya adalah tahapan registrasi, setelah mengevaluasi kegiatan sebelumnya tim memprediksi keberhasilan masa sosialisasi yang telah dilaksanakan selama 2 bulan. Indikator yang menjadi tolok ukur keberhasilan sosialisasi adalah jumlah calon peserta yang mendaftarkan. Semakin banyak calon peserta yang mendaftarkan, maka menunjukkan keberhasilan pelaksanaan sosialisasinya (Andriyansah et al., 2023; Charlina & ", 2022).

Tahapan selanjutnya adalah tahap terakhir, merupakan tahapan rekapitulasi peserta yang dinyatakan menyiapkan diri untuk mengikuti pelatihan. Rencana kerja yang telah ditetapkan pada tahap ini adalah memberikan pelatihan dengan durasi waktu 6 bulan, artinya pada bulan

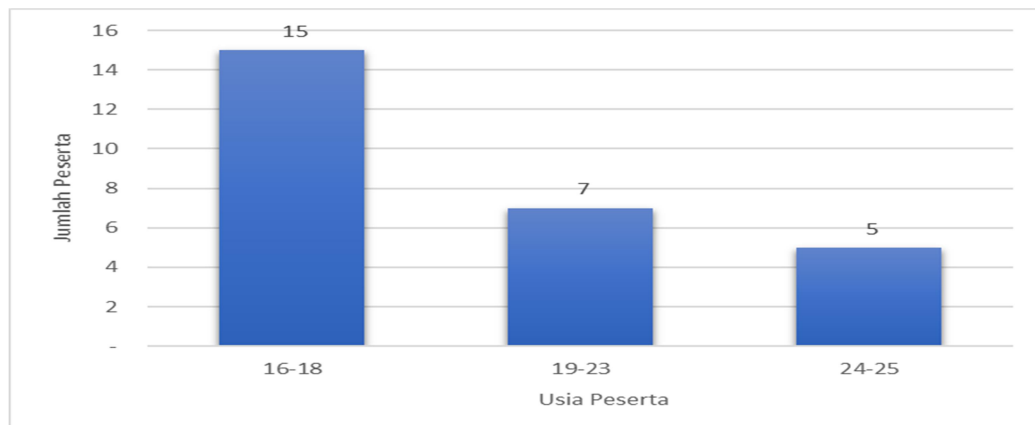
ke-6 generasi muda sudah menunjukkan progress yang baik terhadap pengembangan kompetensi dirinya untuk berkomunikasi berbahasa Inggris.

Pelaksanaan ini dilaksanakan di Kabupaten Bulukumba dengan tema pariwisata, sehingga setiap sesi pelatihan akan mengambil suasana alam terbuka dengan maksud agar peserta berani tampil dan tidak malu jika dilihat oleh orang banyak. Selain itu dengan suasana alam terbuka, menstimulus pikiran rileks agar materi pelatihan mudah dipahami oleh peserta (Pratiwi & Syahrani, 2020)

## Pelaksanaan Program

Hasil sosialisasi yang dilakukan selama 2 bulan, Tim pelaksanaan dapat menyampaikan data peserta yang mengikuti pelatihan sebagai berikut:

**Grafik 2. Data Peserta Pelatihan Berdasarkan Usia**



Sumber: Data Primer Peserta 2021.

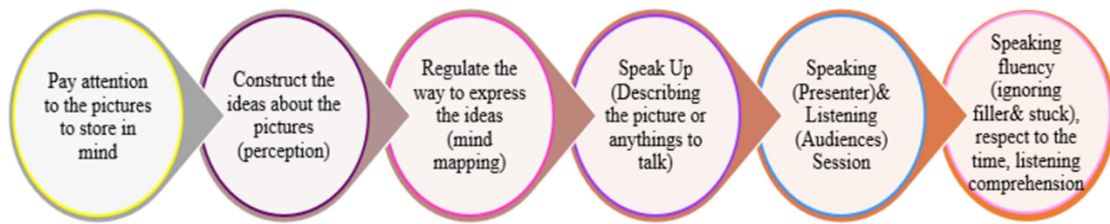
Grafik 2 menjelaskan bahwa jumlah peserta pada pelatihan diikuti remaja berusia 24-25 tahun sebanyak 5 orang, usia 19-23 sebanyak 7 orang dan usia 16-18 sebanyak 15 orang. Data tersebut menjelaskan bahwa jumlah peserta terbanyak atau mayoritas pelatihan diikuti oleh remaja bangku sekolah SMA/Sederajat.

Metode pelatihan yang diberikan adalah permainan, artinya setiap peserta diminta untuk bercerita dan menjelaskan “gambar destinasi pariwisata” berdasarkan persepsi masing-masing. Tujuannya adalah agar peserta paham mengenai objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Bulukumba.

Pelatihan tersebut menerapkan lima tahapan pembelajaran berbicara dan komunikasi berbasis media visual; memperhatikan gambar untuk merekam/ memikirkan konsep dalam pikiran, menyusun gagasan tentang gambar (building perception), memetakan konsep pikiran dan mengatur cara mengungkapkan gagasan (mind mapping), praktik berbicara dengan menceritakan gambar (speaking practice), dan latihan pemahaman komunikatif pada sesi berbicara dan mendengarkan, baik dalam kapasitasnya sebagai pembicara maupun pendengar (communicative competence) Serangkaian kegiatan yang dilakukan atau dilatihkan pada peserta dalam pengabdian ini dilakukan berulang-ulang. Pesertapun diberi kesempatan untuk meninjau dan mempraktikkan tahapan atau kegiatan berkali-kali dan mereka pada akhirnya dapat mencapai kelancaran berbicara tanpa memikirkan kesalahan, dengan mengefisienkan waktu, dan mencapai keterampilan komunikatif. (Pratiwi, 2021).

Adapun alur pembelajaran dapat ditampilkan pada gambar berikut.



**Gambar 2. Alur metode pembelajaran berbicara**

Sumber: (Pratiwi, 2021)

Untuk proses pembelajaran, kegiatan pelatihan dilakukan diluar ruangan terbuka sebanyak 80%. Sementara sisanya adalah menggunakan zoom dengan narasumber yang berada diluar Kabupaten Bulukumba.

**Gambar 3. Pelatihan berbahasa Inggris****Gambar 4. Pelatihan bermain peran dengan Bahasa Inggris**

Gambar 3 dan 4 merupakan kegiatan pelatihan yang bekerjasama dengan mitra Bulukumba English Meeting Club (BEMC). Tugas mitra disini adalah melatih keberanian berbahasa asing, berlatih tampil dan berlatih benar jika ada yang salah. Program pelatihan ini menerapkan pola tiga berbanding 2 (3:2). Pola tersebut diterapkan sebagai alternatif kosa kata yang dapat digunakan oleh peserta yaitu dapat menggunakan 3 buah kata dari Bahasa Indonesia dan 2 buah kata dari Bahasa Lokal. Pola atau konsep tersebut berlaku sebagai aturan yang diterapkan selama mengikuti

pelatihan. Apabila peserta melanggar konsep 3:2 tersebut maka ada konsekwensi yang akan menjadi hadiah untuk peserta yaitu akan mendapatkan materi presentasi tambahan. Menurut tim konsep tersebut baik diterapkan agar selalu siap dengan kosa kata yang banyak.

Setiap sesinya akan ada tema yang berbeda sehingga secara spontanitas peserta dapat mempresentasikan pendapatnya, setelah diberi waktu 5-10 menit untuk berpikir. Ada pun tujuan adalah untuk melatih peserta agar memperbanyak wawasan dan pengetahuan yang mereka. Simulasi tersebut dilakukan sebagai langkah pendekatan Ketika nanti peserta menjadi tourguide dengan banyak kosa kata dan pengetahuan maka akan memudahkan berkomunikasi dengan turis mancanegara yang berkunjung ke destinasi pariwisata di Bulukumba.

## Refleksi Capaian Program

Komunikasi menggunakan Bahasa Inggris sangat penting terlebih bahasa tersebut paling banyak digunakan oleh penduduk bumi, selain itu bahasa Inggris disebut sebagai bahasa ke-2 yang diakui oleh negara meskipun bukan bahasa resmi. Kemampuan berbahasa Inggris adalah sebuah keahlian yang dapat dilatih, kemampuan tersebut dapat membuka peluang generasi muda Bulukumba terhubung dan terkoneksi secara global.

Konsep pelatihan menggunakan 3:2 dapat digunakan mendorong kemampuan peserta untuk memperbanyak kosa kata dan meningkatkan wawasan. Kemampuan berbicara didukung oleh media visual, hal ini dapat diaplikasikan untuk teknik berlatih berbahasa Inggris.

## Penutup

Penerapan alur metode pembelajaran berbicara berbasis media visual ini dapat diaplikasikan sebagai salah satu teknik berlatih berbahasa Inggris. Peraturan 3:2 dapat digunakan menggiring atau pun membantu peserta menemukan kosakata yang belum diketahui dalam Bahasa Inggrisnya.

## Ucapan Terima Kasih

Tim mengucapkan terimakasih kepada Mitra yaitu Bulukumba English Meeting Club (BEMC) yang memiliki visi dan misi yang sama untuk meningkatkan kompetensi dalam komunikasi generasi muda di Kabupaten Bulukumba.

## Daftar Pustaka

- Andriyansah, Fatimah, F., Hidayah, Z., & Daud, A. (2020). Hotel dengan Memanfaatkan Nilai Pelayanan Ergo-ikonik. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan*, 6(1), 63–68.
- Andriyansah, Fatimah, F., Rezi, Sadiyah, A. A., Al Rasyid, H., & Meirisa. (2023). Menambahkan Nilai Ergo-Ikonik Pada Produk Kewirausahaan Mahasiswa untuk Meningkatkan Penjualan. Ihsan: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 40–47. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/IHSAN/article/view/14361>
- Muththalib, A. (n.d.). *22 Tempat Wisata di Bulukumba Terbaru, Kekinian & Hits Dikunjungi*. <https://www.celebes.co/tempat-wisata-bulukumba>
- Charlina, C., & " et al. (2022). Sosialisasi Pencegahan Stunting di Desa Bandur Picak, Kecamatan Koto Kampar Hulu. *BIDIK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 36–42.
- Jefrizal, J., Ridwan, R., & Afriadi, D. (2021). Pelatihan Manajemen Seni Pertunjukan kepada Komunitas Seni Kesara. *BIDIK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 43–47.
- Muththalib, A. (n.d.). *22 Tempat Wisata di Bulukumba Terbaru, Kekinian & Hits Dikunjungi*. <https://www.celebes.co/tempat-wisata-bulukumba>
- Pratiwi, W. R. (2021). Communicative Visual Media-Based Speaking Instructional Methods At Peace Kampung Inggris Pare. ... , *Language Teaching and ...*, 3(1), 31–40. <http://www.journalfkpuniversitasbosowa.org/index.php/klasikal/article/view/91%0>
- Ahttp://www.journalfkpuniversitasbosowa.org/index.php/klasikal/article/download/91/66
- Pratiwi, W. R., & Syahrani, I. (2020). Optimalisasi Pengajaran Bahasa Inggris Gratis melalui

Weekly English Meeting. Jurnal SOLMA, 9(1), 55–67.  
<https://doi.org/10.29405/solma.v9i1.3299>

Soeliongan, A. E. (2020). Urgensi peraturan bioterorisme di indonesia dalam perspektif hak asasi manusia. Jurnal HAM, 11(2), 169.

Suni, M. (2019). Wisata Bahari Ragam Budaya dan Pembangunan Berkelanjutan