

Pelatihan Daring Pembuatan Video Perjalanan Virtual Berbahasa Inggris bagi Pemandu Wisata Tersertifikasi dari Berbagai Daerah di Indonesia

**Adaninggar Septi Subekti^{1*}, Mega Wati², Arida Susyentina³,
Lemmuela Alvita Kurniawati⁴, Anesti Budi Ermerawati⁵, Andreas Winardi⁶**
adaninggar@staff.ukdw.ac.id^{1*}, megawati@staff.ukdw.ac.id², arida@staff.ukdw.ac.id³,
pipitkh@staff.ukdw.ac.id⁴, ermerawati@staff.ukdw.ac.id⁵, aw_ppbi@staff.ukdw.ac.id⁶
^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris
^{1,2,3,4,5,6}Universitas Kristen Duta Wacana

Received: 06 02 2022. Revised: 22 09 2022. Accepted: 22 11 2022.

Abstract : This community service activity was conducted in the form of online training, focusing on using English for designing virtual travel videos. Participants of this nation-wide training are 25 certified tour guides from various regions in Indonesia, out of 180 registrants. With Atourin as the training partner, the training aimed to facilitate the tour guide participants to be able to make virtual tour videos in English to promote tourism destinations to foreigners who would enjoy them from their homes during the Covid-19 pandemic. The training was conducted for two months in seven meetings via the Zoom platform with each meeting lasting for 120 minutes. At the end of the training, the participants were able to make virtual travel videos promoting tourism destinations in their respective areas. As seen from the participants' enthusiasm for learning and their activeness in each meeting, it could be concluded that the training was a success. The training refreshed the tour guide participants' English and improved their mastery before coming back to the tourism industry post-pandemic. Evaluation of the overall programme was conducted as an effort to improve the quality of a similar programme in the future, including conducting hybrid activities synchronously combining offline and online modes, allowing flexibility where participants can choose the mode with which they are more convenient.

Keywords : Training, Certified tour guides, Virtual tour videos

Abstrak : Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan daring Bahasa Inggris dan pembuatan video perjalanan virtual bagi para pemandu wisata tersertifikasi dari berbagai daerah di Indonesia. Terpilih 25 pemandu wisata dari 180 pendaftar menjadi peserta pelatihan ini. Dengan Atourin sebagai mitra kegiatan, tujuan pelatihan adalah memfasilitasi para pemandu wisata supaya mampu membuat video perjalanan virtual berbahasa Inggris sebagai promosi wisata yang dapat dinikmati orang asing dari rumah mereka di masa pandemi Covid-19. Pelatihan dilaksanakan selama dua bulan dalam tujuh pertemuan daring melalui platform *Zoom* dengan masing-masing pertemuan berdurasi 120 menit. Di akhir kegiatan, peserta mampu membuat video perjalanan virtual mempromosikan daerah wisatanya masing-masing. Sebagai kesimpulan, kegiatan pelatihan sangat berhasil dilihat dari semangat belajar dan keaktifan para peserta di setiap pertemuan. Bagi para pemandu wisata peserta kegiatan, hasil kegiatan menjadi bahan penyegaran sekaligus meningkatkan

kemampuan Bahasa Inggris sebelum kembali terjun dalam industri pariwisata pasca pandemi. Evaluasi kegiatan dilakukan sebagai upaya meningkatkan kualitas kegiatan serupa di masa depan, misalnya pelaksanaan kegiatan PkM secara *hybrid* pasca pandemi yang memberi keleluasaan kepada peserta untuk memilih metode pembelajaran yang lebih nyaman sesuai kondisi.

Kata kunci : Pelatihan, Pemandu wisata tersertifikasi, Video perjalanan virtual

ANALISIS SITUASI

Pandemi Covid-19 selama dua tahun terakhir telah banyak mengubah kehidupan sehari-hari manusia dalam berbagai sektor kehidupan. Industri pariwisata adalah satu sektor yang sangat terdampak oleh pandemi ini (Anggarini, 2021; Utami & Kafabih, 2021; Wahyuni, 2021). Penerapan *lockdown* di berbagai negara dan berbagai kebijakan pembatasan mobilitas manusia berakibat pada penurunan drastis jumlah wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, di berbagai destinasi wisata di seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia (Anggarini, 2021; Wahyuni, 2021). Bahkan, Anggarini (2021) melaporkan bahwa di awal pandemi, pintu-pintu masuk utama Indonesia seperti Bandara Ngurah Rai, Bali dan Bandara Soekarno Hatta, Cengkareng mengalami penurunan kedatangan internasional melebihi 98% dari periode yang sama sebelum pandemi.

Dari sekian banyak pekerja yang menggantungkan pendapatan dari sektor pariwisata, pemandu wisata mendapatkan dampak yang cukup besar terkait dengan penurunan jumlah wisatawan di masa pandemi. Banyak dari mereka, seperti halnya pekerja lain di sektor pariwisata, beralih pekerjaan sementara sambil menunggu situasi pandemi tertangani. Yang lain mencari cara kreatif untuk tetap bertahan di sektor ini, misalnya dengan berinovasi menggunakan platform digital. Salah satu institusi yang mengeksplorasi terobosan baru adalah Atourin (PT Atourin Teknologi Nusantara) yang berbasis di Jakarta. Sesuai dengan informasi di laman resminya, Atourin adalah perusahaan teknologi di sektor pariwisata yang memberikan pelayanan berupa *one-stop-solution* kepada para wisatawan (Atourin, 2022). Melalui Atourin, wisatawan dapat difasilitasi untuk mengetahui berbagai objek wisata se-Indonesia, mendapatkan rekomendasi rencana perjalanan ke berbagai destinasi di Indonesia, dan dapat memesan jasa pemandu wisata tersertifikasi (Atourin, 2022).

Terkait dengan kondisi pandemi Covid-19 di Indonesia, Atourin menangkap kebutuhan wisata virtual yang memungkinkan para ‘wisatawan’ berkunjung ke berbagai destinasi wisata secara virtual dari rumah mereka masing-masing di tengah kebijakan pengurangan mobilitas di berbagai negara. Sebuah studi juga telah membedah strategi Atourin dalam meningkatkan

“*brand awareness*” (kesadaran terhadap merk dagang) melalui video perjalanan virtual (Veronica & Utami, 2021). Strategi ini tentu menunjukkan keseriusan Atourin dalam menggarap potensi perjalanan wisata virtual di Indonesia.

Beberapa artikel jurnal di bidang pariwisata pun telah mengulas penggunaan video perjalanan virtual sebagai alternatif wisata untuk masyarakat di tengah pandemi, sekaligus video promosi untuk wisata *on-site* ketika kondisi pandemi sudah membaik (I. Irwan & Novianti, 2021; Jagadtya & Aisyianita, 2020; Kinseng et al., 2022; Pahlevi et al., 2021; Rastati, 2020). Kinseng et al. (2022) menyebutkan bahwa pandemi Covid-19 telah menstimulasi munculnya konsep pariwisata virtual di Indonesia yang sangat potensial untuk terus dikembangkan. Sayangnya, sebagai salah satu ujung tombak promosi pariwisata, para pemandu wisata masih sangat membutuhkan pemberdayaan untuk membuat video perjalanan virtual dalam Bahasa Inggris.

Menangkap kebutuhan itu, dosen-dosen program studi (prodi) Pendidikan Bahasa Inggris (PBI) Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)—yang juga adalah penulis artikel ini—bersama Atourin sebagai mitra, bersepakat untuk melakukan pelatihan bagi para pemandu wisata tersertifikasi dari berbagai daerah di Indonesia dalam skema pengabdian kepada masyarakat (PkM) dosen. Inisiatif untuk merangkul Atourin sebagai mitra dalam melakukan kegiatan PkM berskala nasional ini merupakan strategi baru, karena Atourin, yang notabene adalah pelaku industri pariwisata, pada hakekatnya berbeda dengan mitra-mitra kegiatan PkM para penulis sebelumnya yang didominasi sekolah menengah (Subekti et al., 2021, 2022; Subekti & Kurniawati, 2020; Subekti & Susyetina, 2019, 2020; Subekti & Wati, 2019) dan sekolah dasar (Subekti & Rumanti, 2020). Kegiatan ini wujud nyata peran para penulis dalam menjalankan salah satu Nilai Kedutawacanaan di UKDW, yaitu “Melayani Dunia” (Universitas Kristen Duta Wacana, 2017), karena melalui kegiatan ini keahlian atau *expertise* para penulis dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas, khususnya masyarakat industri pariwisata.

SOLUSI DAN TARGET

Mengingat adanya kebutuhan memfasilitasi para pemandu wisata tersertifikasi untuk meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris lisan dan untuk membuat video perjalanan virtual, diadakan pelatihan daring Bahasa Inggris dasar. Dengan tujuan akhir agar para pemandu wisata peserta pelatihan mampu memproduksi video perjalanan wisata dengan menggunakan bahasa Inggris yang tepat, materi yang disiapkan adalah materi dasar Bahasa Inggris untuk pemandu wisata serta pelatihan teknis pembuatan video wisata virtual secara singkat. Selama 7

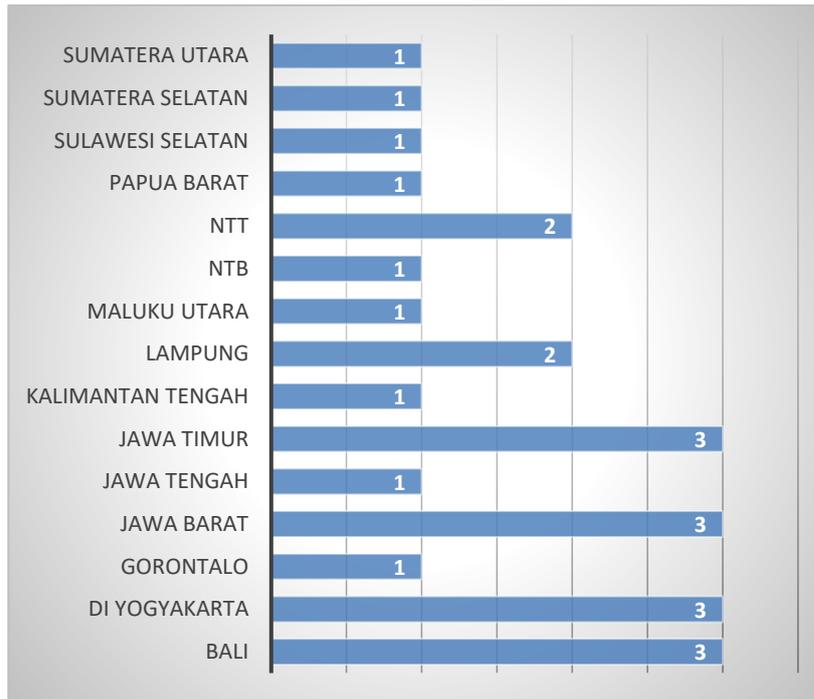
pertemuan, para peserta diberdayakan untuk memproduksi video perjalanan wisata virtual tentang daerah mereka sendiri dalam Bahasa Inggris. Sesi 1 sampai sesi 5 membantu mempersiapkan isi video dari sudut kebahasaan, sesi 6 memperlengkapi peserta untuk menyiapkan video secara teknis, dan sesi 7 mengajak peserta merefleksikan serta merayakan apa yang telah mereka pelajari selama pelatihan untuk mendorong peserta memaknai kegiatan belajar mereka secara positif. Kegiatan pelatihan dilaksanakan dalam durasi dua bulan dari bulan Maret 2021 sampai April 2021 secara daring melalui platform *Zoom*.

Untuk tiap pertemuan, fasilitator menyusun modul pembelajaran yang terdiri atas *teacher manual* dan *student handout*. *Student handout* tiap pertemuan dibagikan kepada peserta beberapa hari sebelum pertemuan tersebut dilaksanakan guna memberikan waktu bagi para peserta untuk mempelajarinya terlebih dahulu. Di akhir program, modul pembelajaran tiap pertemuan dikompilasi dalam sebuah buku ajar ber-ISBN yang akan digunakan oleh mitra untuk kegiatan-kegiatan serupa di masa depan. Dengan kata lain, kegiatan PkM ini tidak hanya bermanfaat bagi peserta pelatihan saat itu, namun juga bagi orang lain yang menjadi peserta pelatihan serupa di masa mendatang, yang dilakukan lagi oleh mitra. Strategi ini tentunya membuat dampak kegiatan PkM lebih luas dan lebih berjangka panjang.

METODE PELAKSANAAN

Rapat persiapan kegiatan dilaksanakan pada Senin, 2 Februari 2021 dan dihadiri para fasilitator dan pihak Atourin sebagai mitra kegiatan. Dalam pertemuan tersebut disepakati detail pelaksanaan pelatihan bagi para pemandu wisata tersertifikasi. Dengan mengingat adanya kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan para pemandu wisata tersertifikasi dalam berbahasa Inggris sekaligus memfasilitasi mereka untuk mampu memproduksi video perjalanan virtual, pelatihan difokuskan pada mengasah keterampilan berbicara (*speaking*). Produk akhir pelatihan adalah sebuah video perjalanan virtual yang dibuat oleh masing-masing peserta pemandu wisata. Harapannya, mereka akan mempresentasikan daerah atau potensi wisatanya masing-masing dalam video tersebut.

Demi efektivitas pembelajaran dan mengingat animo yang besar dari para pemandu wisata, disepakati pula bahwa mitra melakukan seleksi peserta sebelum pelatihan dimulai. Dari sekitar 180 pemandu wisata yang mendaftar dari seluruh Indonesia, 25 pemandu wisata terpilih untuk ikut pelatihan ini. Para peserta berasal dari 15 provinsi di Indonesia dengan data lebih mendetail dapat dicermati pada Gambar 1.



Gambar 1. Propinsi Asal Para Peserta

Gambar 1 menunjukkan bahwa pelatihan mendapatkan animo besar dari para pemandu wisata dari berbagai daerah di Indonesia. Dengan kata lain, pelatihan benar-benar bersumber dari analisis kebutuhan peserta yang dijembatani oleh mitra, yaitu Atourin.

Selagi mitra melakukan seleksi peserta, para dosen fasilitator dari prodi PBI UKDW menyiapkan materi pelatihan dan merencanakan teknik pembelajaran pada jadwal kegiatan selama tujuh pertemuan. Secara umum, materi pertemuan pertama sampai dengan kelima membahas konten atau materi yang dapat dimasukkan dalam video perjalanan virtual, seperti merencanakan jadwal kegiatan wisata serta mendeskripsikan tempat, makanan, dan minuman. Pada pertemuan kelima peserta menyiapkan video, misalnya membuat draf naskah, dan hal-hal teknis pembuatan video. Pertemuan terakhir adalah selebrasi atas proses pembelajaran. Secara lebih detail, agenda kegiatan pelatihan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Agenda Kegiatan Pelatihan

No	Waktu	Materi	Peserta Hadir
1.	Rabu, 17 Maret 2021	<i>Greetings, welcome, and itineraries</i> (Menyapa, menyambut, dan menyajikan jadwal perjalanan wisata)	23
2.	Rabu, 24 Maret 2021	<i>Describing places outdoor</i> (Mendeskripsikan tempat di luar ruangan)	19
3.	Rabu, 31 Maret 2021	<i>Describing places indoor</i> (Mendeskripsikan tempat di dalam ruangan)	14
4.	Rabu, 7 April 2021	<i>Describing food and drinks</i> (Mendeskripsikan makanan dan minuman)	16

No	Waktu	Materi	Peserta Hadir
5.	Rabu, 14 April 2021	<i>Customs and traditions</i> (Kebiasaan dan tradisi)	13
6.	Rabu, 21 April 2021	<i>Preparing a virtual tour video</i> (Menyiapkan video perjalanan virtual)	10
7.	Rabu, 28 April 2021	<i>Celebration of learning</i> (Merayakan hasil belajar)	14

Seperti dapat dilihat pada Tabel 1, pelatihan daring dilaksanakan setiap hari Rabu mulai 31 Maret 2021 sampai dengan 28 April 2021 dengan durasi 120 menit setiap pertemuan. Pada setiap pertemuan daring tersebut, mitra menjadi pembawa acara yang bertugas membuka dan menutup kegiatan pelatihan, sedangkan dosen PBI UKDW berperan sebagai fasilitator kegiatan. Mitra merekam kegiatan pelatihan sehingga materi pelatihan dalam bentuk tautan rekaman dapat dibagikan ke semua peserta.

HASIL DAN LUARAN

Pertemuan pertama dilaksanakan pada Rabu, 17 Maret 2021 dengan tema *greetings, welcome, and itineraries* (menyapa, menyambut, dan menyajikan jadwal perjalanan wisata). Sebanyak 23 dari 25 peserta hadir dalam pertemuan perdana ini. Tujuan pertemuan pertama ini adalah peserta mampu memperkenalkan diri serta menyapa peserta yang lain, menyambut wisatawan yang datang, dan membuat jadwal kegiatan wisata. Pertama-tama, fasilitator meminta peserta memperkenalkan diri dan menyapa peserta lain dalam Bahasa Inggris, kemudian peserta menonton video yang berisi contoh-contoh ungkapan untuk memperkenalkan diri dan menyapa, baik secara formal maupun informal. Fasilitator dan peserta kemudian berdiskusi tentang penggunaan ungkapan-ungkapan tersebut. Berikutnya, peserta menonton video tentang bagaimana membuat jadwal kegiatan wisata. Sebagai tindak lanjut, para peserta berlatih membuat jadwal kegiatan dan fasilitator meminta beberapa peserta mempresentasikan jadwal kegiatan mereka. Terakhir, peserta berlatih membuat percakapan yang meliputi memperkenalkan diri, menyambut, dan membuat jadwal kegiatan sebagai penerapan apa yang telah mereka pelajari pada pertemuan pertama tersebut.

Pertemuan kedua dilaksanakan pada Rabu, 24 Maret 2021 dengan tema *describing places outdoor* (mendeskripsikan tempat di luar ruangan). Kali ini, 19 dari 25 peserta hadir. Tujuan pertemuan ini adalah agar para peserta mampu menggunakan *functional phrases* (frase fungsional) untuk mendeskripsikan tempat, misalnya, “*there is/are...*” (Ada...) dan “*you see*” (Anda dapat melihat...). Video “*Panglao Virtual Tour*” dimainkan dengan *subtitle* aktif. Peserta diminta menuliskan sebanyak mungkin ungkapan untuk mendeskripsikan tempat.

Peserta kemudian dikelompokkan dalam beberapa *breakout-rooms*, di mana mereka diminta bekerja sama menyiapkan deskripsi tempat wisata yang ada pada gambar yang telah disediakan fasilitator. Selanjutnya dalam ruang utama, perwakilan masing-masing *breakout-rooms* diminta mempresentasikan hasil kerja mereka.

Setelah belajar mendeskripsikan tempat di luar ruangan, pada pertemuan ketiga hari Rabu tanggal 31 Maret 2021 para peserta belajar mendeskripsikan tempat di dalam ruangan. Peserta yang hadir pada pertemuan ini adalah 14 orang. Pertemuan dimulai dengan *review* singkat bersama peserta tentang bagaimana mendeskripsikan tempat yang telah dipelajari di pertemuan pertama. Fasilitator meminta beberapa peserta secara bergantian untuk mendeskripsikan sebuah lokasi atau tempat wisata *outdoor* dengan menggunakan *functional phrases* (frase fungsional) yang sudah dipelajari dalam pertemuan sebelumnya dan meminta peserta lain menebak. Aktivitas ini berlangsung seru dan dinamis, didukung dengan latar belakang peserta yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Selanjutnya, fasilitator mengajak peserta untuk menuliskan nama-nama tempat wisata dalam ruangan secara daring dengan menggunakan *menti.com*. Setelah menuliskan nama-nama dan mendeskripsikan tempat wisata dalam ruangan di kota asal peserta, fasilitator mengajak peserta untuk menonton video “*Longwood Garden*” dan “*Rijksmuseum Amsterdam*” serta menuliskan ungkapan atau ekspresi yang digunakan dalam video untuk mendeskripsikan tempat, bunga, lukisan, dan benda seni lainnya di *chatbox* di platform *Zoom* sebagai referensi untuk didiskusikan bersama. Peserta kemudian bekerja dalam kelompok yang terdiri dari 3 orang untuk memilih tempat wisata *indoor* dan berlatih menyiapkan deskripsi singkat di *breakout-rooms* untuk dipresentasikan di ruang utama *Zoom*. Pertemuan ditutup dengan umpan balik serta pertanyaan dari fasilitator untuk refleksi para peserta tentang perbedaan deskripsi tempat di dalam dan di luar ruangan.

Selanjutnya, karena promosi wisata juga erat kaitannya dengan kuliner di daerah tersebut, maka pada pertemuan selanjutnya peserta difasilitasi untuk dapat mendeskripsikan makanan dan minuman (*describing food and drinks*) khas dari daerah mereka. Pertemuan dilaksanakan pada Rabu, 7 April 2021 dan dihadiri 16 peserta. Tujuan pertemuan ini adalah agar para peserta mampu mendeskripsikan tampilan makanan dan minuman, baik secara tekstur maupun warna, serta mendeskripsikan rasanya. Peserta juga difasilitasi supaya mampu mendeskripsikan komposisi atau bahan-bahan pembuatan makanan dan minuman tradisional dari daerah asalnya. Contoh kalimat adalah “*Chicken satay is a grilled dish. Wedang uwuh usually has a bright red colour and has a distinctive aroma of spices. It tastes sweet.*” (Sate ayam adalah makanan yang dipanggang. Wedang uwuh umumnya berwarna merah terang dan

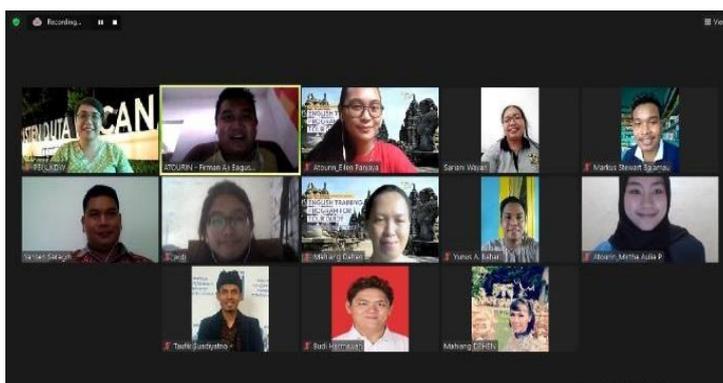
memiliki aroma khas rempah. Rasanya manis.). Setelah peserta melakukan *review* kata sifat yang sering digunakan untuk mendeskripsikan makanan dan minuman dengan menonton video, mereka diminta mendeskripsikan makanan dan minuman khas daerah asalnya. Karena peserta berasal dari berbagai daerah, sesi ini juga menjadi ajang ‘percakapan santai’ di mana peserta saling belajar tentang makanan dan minuman dari berbagai daerah di Indonesia, terutama wisata kuliner yang belum begitu mereka kenal. Para peserta pun terlihat sangat bersemangat dalam mempresentasikan makanan dan minuman dari daerah mereka kepada peserta lain.

Selanjutnya, pertemuan kelima pada Rabu, 14 April 2021 bertema *customs and traditions* (kebiasaan dan tradisi). Pertemuan yang dihadiri oleh 9 peserta ini bertujuan untuk memfasilitasi peserta supaya mampu mendeskripsikan kebiasaan dan tradisi yang terdapat di Indonesia maupun negara-negara lain. Pertemuan diawali dengan melakukan *review* materi pertemuan sebelumnya, yaitu deskripsi makanan dan minuman. Setelah menjelaskan tujuan pertemuan ini, fasilitator mengajak peserta untuk mengikuti permainan kuis daring mengenai “*Customs and Traditions throughout the World*” (Kebiasaan-Kebiasaan dan Tradisi-Tradisi di Seluruh Dunia) di laman *Quizizz*. Sebagai tindak lanjut, fasilitator meminta para peserta untuk menyebutkan kebiasaan dan tradisi di Indonesia yang mereka ketahui. Pembahasan mengenai kosakata dan ekspresi bahasa dalam mendeskripsikan kebiasaan dan tradisi diperdalam dengan mengajak para peserta untuk menonton video mengenai “*Traditional Korean Tea Ceremony*” (Upacara Tradisional Minum Teh di Korea). Peserta diminta untuk menonton video sambil menuliskan kosakata dan ekspresi bahasa yang digunakan dalam mendeskripsikan kebiasaan dan tradisi minum pada video tersebut. Setelah selesai menonton video, fasilitator dan peserta mendiskusikan kosakata dan ekspresi yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan kebiasaan dan tradisi. Kemudian, fasilitator mengundang para peserta bergabung dalam beberapa *breakout-rooms* dan meminta mereka mendeskripsikan kebiasaan dan tradisi yang terdapat di daerah masing-masing dengan menggunakan kosakata dan ekspresi bahasa yang sudah dibahas sebelumnya. Karena jumlah peserta tidak terlalu banyak, pada akhir sesi seluruh peserta memiliki kesempatan berlatih mendeskripsikan kebiasaan dan tradisi yang terdapat di daerahnya masing-masing dengan menggunakan kosakata dan ekspresi bahasa yang sudah mereka pelajari.

Berbeda dengan kelima pertemuan sebelumnya yang berfokus pada aspek-aspek kebahasaan yang dapat menjadi materi atau konten video wisata virtual, pertemuan keenam pada Rabu, 21 April 2021 berfokus menyiapkan para peserta untuk membuat video perjalanan virtual. Sebanyak 10 peserta hadir dalam pertemuan ini. Fasilitator memperkenalkan langkah-

langkah yang perlu dipersiapkan sebelum merekam video perjalanan virtual. Pertama, peserta diarahkan untuk melakukan *brainstorm* mengenai tugas seorang pemandu wisata melalui *menti.com*. Setelah itu fasilitator membantu merangkum respon peserta dengan mengkategorikannya menjadi 4 (empat) bagian yaitu menyambut turis, membuat turis merasa senang, memberi informasi menarik terkait kuliner serta tempat-tempat menarik, dan tradisi lokal yang lain. Fasilitator menyediakan beberapa frasa berbahasa Inggris yang dapat mereka gunakan saat melakukan tugas sebagai pemandu wisata.

Memasuki persiapan pembuatan video, fasilitator memutar kembali sebuah video dari *Youtube* yang pernah mereka pelajari pada pertemuan kedua yaitu *Panglao Virtual Tour* sambil menelaah bagian *introduction* (pembukaan), *itinerary presentation* (penjelasan urutan agenda perjalanan), dan *closing* (penutup). Pada saat menonton tayangan video ini, peserta diminta untuk melengkapi lembar kerja pada modul, sementara fasilitator memberi jeda di setiap bagian lembar kerja untuk memberi mereka waktu. Fasilitator kemudian membahas bahwa bagian-bagian yang mereka isi pada lembar kerja adalah susunan yang perlu mereka saat menyusun skrip video perjalanan wisata virtual. Menutup sesi keenam ini, fasilitator mengarahkan peserta untuk memilih 2 atau 3 tema yang akan mereka deskripsikan dalam video sebagai tugas yang akan dikumpulkan pada tanggal 25 April 2021. Adapun tema-tema yang dapat dipaparkan dalam video perjalanan wisata virtual adalah *describing outdoor places*, *describing indoor places*, *describing food and drink*, serta *describing customs and traditions*, sesuai dengan materi pada lima pertemuan sebelumnya.



Gambar 2. Tangkap Layar Pertemuan ke-6

Sebagai acara puncak, pada Rabu, 28 April 2021 dilaksanakan *Celebration of Learning* atau perayaan atas proses belajar yang telah dilalui bersama, yang dihadiri 14 peserta. Pertama-tama, untuk membangkitkan kesadaran dan apresiasi peserta bahwa sesungguhnya kegiatan belajar sering terjadi pada diri sendiri, fasilitator membagikan tentang apa yang disebut belajar dan bagaimana belajar dapat terjadi. Menggunakan ilustrasi gambar Gestalt (*Gestalt images*),

peserta diajak untuk mencermati bahwa belajar terjadi ketika mereka dapat menemukan perubahan positif dalam kompetensi mereka karena upaya yang telah mereka lakukan. Selanjutnya peserta disadarkan bahwa belajar dapat terjadi secara terencana dan sengaja—yang disebut *explicit learning*, maupun secara tidak terencana dan tidak sengaja—disebut *implicit learning*. Kemudian, peserta diberi waktu untuk melakukan refleksi diri berdasarkan paparan singkat tersebut: Apa hasil belajar dari pelatihan ini yang paling berharga atau penting untuk meningkatkan profesionalisme mereka sebagai pemandu wisata dalam konteks yang sedang berubah karena pandemi? Apakah hasil dari *explicit learning* dan *implicit learning* yang mereka peroleh dari seluruh pelatihan ini? Fasilitator memberikan kesempatan bagi para peserta untuk mengungkapkan hasil refleksinya dalam Bahasa Inggris dengan memberikan *facilitating phrases* seperti *I've learned...*; *I still struggle with...*; atau *I celebrate my success in ...* Para peserta diundang untuk membagikan hasil refleksinya dalam bentuk tulisan di *chat box* platform *Zoom* atau mengungkapkannya secara lisan dengan terlebih dahulu mengklik ikon *raise hand*.

Setelah para peserta menyatakan hasil belajar mereka, fasilitator mengajak mereka merayakan momen tersebut seraya menunjukkan bahwa *celebration of learning* juga berkontribusi positif dalam mempertahankan maupun meningkatkan motivasi mereka untuk belajar lebih. Untuk momen perayaan ini, Atourin sebagai mitra penyelenggara program pelatihan mengajak peserta bermain *game* yang berkaitan dengan profesi mereka sebagai pemandu wisata. Permainan yang dipilih sangat seru dan kreatif, menggabungkan gambar dan kata, misalnya permainan menebak nama sebuah kota di Indonesia dari gambar ban dan gong. Peserta yang mampu menebak dengan menyebutkan nama kota Bandung, mendapatkan hadiah *souvenir* dari Atourin yang akan dikirimkan ke alamat pemenang. Selain *game* yang berhadiah, diberikan pula penghargaan pada 3 peserta dengan jumlah kehadiran dan tingkat keaktifan yang tertinggi, serta 10 peserta pembuat video terbaik. *Celebration of learning* ditutup dengan mengajak para peserta memberikan penilaian tentang perayaan tersebut melalui pemberian simbol yang tersedia di platform *Zoom*, seperti ibu jari, jantung hati, orang menangis, atau terompet. Semua peserta memberikan penilaian positif terhadap pertemuan penutup ini.

Secara keseluruhan, pembelajaran yang komunikatif dan *participant-centred* (berfokus pada peserta) di sepanjang pelatihan mampu membuat para peserta termotivasi dan aktif selama sesi. Hal ini sesuai dengan hasil beberapa studi yang menyatakan bahwa pembelajar harus dilibatkan secara aktif dalam pembelajaran supaya pengalaman belajar dapat bermakna (*meaningful learning*) (Hayati, 2017; A. Irwan, 2020; Karnasih, 2019). Sesuai dengan rekomendasi beberapa studi (Cheatham et al., 2014; Suzuki et al., 2019), ketepatan pemilihan

tingkat kesulitan materi dan level kebahasaan para peserta dalam kegiatan pelatihan ini juga berpengaruh besar terhadap suksesnya kegiatan pembelajaran secara umum. Melalui “*Desirable Difficulty Framework*” (Framework Tingkat Kesulitan yang Diharapkan), Suzuki et al. (2019) berpendapat bahwa penambahan tingkat kesulitan materi secara bertahap sesuai dengan level kemampuan pembelajar yang juga semakin meningkat sangat berpengaruh terhadap kesesuaian tingkat kesulitan materi sepanjang program pelatihan sehingga memfasilitasi terjadinya proses belajar yang bermakna. Sebagai contoh, meskipun para peserta sudah dapat dikatakan ‘lancar’ berbahasa Inggris, materi yang diberikan selalu menawarkan hal-hal baru yang bagi mereka tetap menarik. Aspek afeksi atau emosi seperti motivasi dan kecemasan bahasa (Ortega, 2009; Shao et al., 2019) serta relevansi pembelajaran juga dipertimbangkan dengan baik oleh para fasilitator dalam mendesain kegiatan. Sebagai contoh, fasilitator meminta mereka mempromosikan kuliner khas daerahnya ke peserta lain. Rasa bangga sebagai bagian dari suatu daerah, rasa senang (*excitement*) bertemu peserta seprofesi—yaitu pemandu wisata dari berbagai daerah di Indonesia, sekaligus relevansi kegiatan promosi kuliner dengan profesi mereka dapat diintegrasikan menjadi kegiatan pembelajaran yang bermakna. Kegiatan yang bermakna seperti inilah yang harus terus dikembangkan pada kegiatan-kegiatan PkM untuk memastikan bahwa peserta kegiatan dapat benar-benar mengambil manfaat.

SIMPULAN

Secara umum, peserta antusias mengikuti kegiatan pelatihan. Misalnya saja, mereka begitu bersemangat untuk membagikan deskripsi makanan dan minuman tradisional dari daerah mereka ke peserta lain. Melalui Atourin, para peserta menyampaikan apresiasinya tentang kegiatan ini. Pertama, melalui kegiatan ini, mereka dipertemukan dengan rekan seprofesi lintas provinsi dan pulau. Kedua, mereka dapat mengasah kemampuan Bahasa Inggris di waktu pandemi, yang mungkin tidak sempat mereka lakukan jika sedang melayani banyak wisatawan. Ketiga, mereka dapat dipertemukan dengan dosen fasilitator yang memfasilitasi mereka belajar tidak hanya bahasa namun juga pengetahuan lain terkait tempat wisata di daerah atau negara lain.

Di sisi lain, jika ditinjau dari tingkat kehadiran pada peserta, dari 25 peserta yang terdaftar, maksimal hanya 23 peserta yang hadir. Bahkan seiring berjalannya kegiatan, jumlah peserta cenderung turun ke angka belasan saja. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian peserta sangat rajin sejak awal pelatihan sampai akhir, ada beberapa peserta yang memang

kurang berkomitmen dari awal. Padahal, animo para pemandu wisata tersertifikasi sangatlah besar jika ditinjau dari proses seleksi yang melibatkan 180 pendaftar. Karena itu, untuk pelatihan sejenis di masa depan, mitra dapat membuat daftar peserta cadangan sehingga jika ada beberapa peserta yang kurang mampu menunjukkan komitmen, mereka dapat digantikan dengan peserta yang memiliki motivasi lebih besar di daftar cadangan. Dengan demikian, kegiatan pelatihan tetap dapat menjangkau sebanyak mungkin peserta yang memang berkomitmen dan membutuhkannya. Dengan mempertimbangkan hasil evaluasi kegiatan PkM ini, kerjasama kedua dengan mitra yang sama yaitu Atourin dilaksanakan dalam bentuk pelatihan daring dengan menyasar perwakilan Kelompok Sadar Wisata dari berbagai desa wisata di Indonesia

Terlepas dari kekurangan yang mungkin ada, pelatihan daring ini berhasil menjangkau pemandu wisata tersertifikasi dari berbagai daerah di Indonesia. Tentunya hal ini dapat ‘membuka mata’ para pelaksana PkM bahwa meskipun pelatihan atau pembelajaran daring sering dianggap memiliki banyak kelemahan selama pandemi ini, dengan kombinasi dari berbagai faktor pendukung seperti perencanaan yang matang berdasarkan analisis kebutuhan yang tepat serta sarana dan prasarana yang mencukupi, pelatihan atau pembelajaran daring dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dan berdampak lebih besar. Selanjutnya, mengingat pandemi Covid-19 yang sudah berakhir atau sudah relatif terkontrol, kegiatan PkM dapat dilaksanakan secara *hybrid* mengkombinasikan metode luring dan daring. Peserta yang sering mengalami kendala dalam mengikuti kegiatan secara daring dapat menghadiri kegiatan secara luring dan peserta yang berdomisili jauh dari tempat kegiatan dapat mengikuti kegiatan secara daring. Hal ini memungkinkan pelaksanaan PkM yang dapat menjangkau masyarakat di sekitar tempat pelaksanaan kegiatan maupun yang jauh.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggarini, D. T. (2021). Upaya pemulihan industri pariwisata dalam situasi pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 22–31. <https://doi.org/10.31294/par.v8i1.9809>
- Atourin. (2022). *Atourin*. Atourin.
- Cheatham, G. A., Jimenez-Silva, M., Wodrich, D. L., & Kasai, M. (2014). Disclosure of information about English proficiency: Preservice teachers’ presumptions about English language learners. *Journal of Teacher Education*, 65(1), 53–62. <https://doi.org/10.1177/0022487113503687>
- Hayati, S. (2017). Peningkatan hasil belajar Bahasa Indonesia materi membaca dan menulis

- melalui penerapan model pembelajaran kooperatif terpadu membaca dan menulis. *EDISI: Jurnal Edukasi Dan Sains*, 37, 53–61.
- Irwan, A. (2020). Meningkatkan hasil belajar Bahasa Inggris dengan metode jigsaw pada siswa Madrasah Tsanawiyah. *Jurnal Suluh Edukasi*, 1(1), 32–50.
- Irwan, I., & Novianti, E. (2021). Virtual Tour: Tourism communication media during the Covid-19 pandemic in Indonesia. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 14(1), 135–150.
- Jagadtya, K. H., & Aisyianita, R. A. (2020). Virtual tour: Strategi industri pariwisata selama pandemi Covid-19. *Melancong: Jurnal Perjalanan Wisata, Destinasi, Dan Hospitalitas*, 3(1), 48–60.
- Karnasih, S. (2019). Penerapan metode bermain peran dan latihan untuk meningkatkan minat dan kemampuan berbicara Bahasa Inggris narrative dan report siswa. *Dewantara*, 8, 176–179.
- Kinseng, R. A., Kartikasari, A., Aini, N., Gandi, R., & Dean, D. (2022). COVID-19 and the emergence of virtual tourism in Indonesia: A sociological perspective. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2026557>
- Ortega, L. (2009). *Understanding second language acquisition*. Routledge.
- Pahlevi, A. S., Sayono, J., & Hermanto, Y. A. L. (2021). Design of a virtual tour as a solution for promoting the tourism sector in the pandemic period. *International Conference on Art, Design, Education and Cultural Studies (ICADECS), 2021*, 368–374. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i6.9226>
- Rastati, R. (2020). Virtual tour: Tourism in the time of Corona. *6th International Conference on Social and Political Sciences (ICOSAPS 2020)*, 510, 489–494. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201219.074>
- Shao, K., Pekrun, R., & Nicholson, L. J. (2019). Emotions in classroom language learning: What can we learn from achievement emotion research? *System*, 86. <https://doi.org/10.1016/j.system.2019.102121>
- Subekti, A. S., & Kurniawati, L. A. (2020). Pelatihan mendesain pembelajaran daring menarik selama pandemi Covid-19 dengan teknologi pembelajaran sederhana. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 588–595.
- Subekti, A. S., & Rumanti, M. R. (2020). Pelatihan Bahasa Inggris untuk guru Sekolah Dasar di Yogyakarta di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(4), 1077–1086. <https://doi.org/10.30653/002.202054.518>
- Subekti, A. S., & Susyetina, A. (2019). Pelatihan mengajar dan menulis laporan hasil belajar

dalam Bahasa Inggris untuk guru SMP/SMA Tumbuh Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 3(2), 89–96.

Subekti, A. S., & Susyetina, A. (2020). IELTS speaking training for High School teachers in Yogyakarta. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 80–86.

Subekti, A. S., & Wati, M. (2019). Facilitating English Club for high school students: “Life to the max.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 108. <https://doi.org/10.30999/jpkm.v9i2.572>

Subekti, A. S., Winardi, A., Susyetina, A., & Lestariningsih, F. E. (2021). Online English Club for high school students: “Going Global.” *Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 770–781. <https://doi.org/https://doi.org/10.35568/abdimas.v4i2.1387>

Subekti, A. S., Winardi, A., Wati, M., Ermerawati, A. B., Kurniawati, L. A., Endarto, I. T., Susyetina, A., & Lestariningsih, F. E. (2022). Pelatihan bahasa Inggris bagi guru-guru SMA Bopkri 1 Yogyakarta: Belajar tidak mengenal batas usia. *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(5), 1949–1963.

Suzuki, Y., Nakata, T., & Dekeyser, R. (2019). The desirable difficulty framework as a theoretical foundation for optimizing and researching second language practice. *The Modern Language Journal*, 103(3), 713–720. <https://doi.org/10.1111/modl.12585>

Universitas Kristen Duta Wacana. (2017). *Nilai-nilai universitas*.

Utami, B. A., & Kafabih, A. (2021). Sektor pariwisata Indonesia di tengah pandemi Covid 19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 383–389. <https://doi.org/10.33005/jdep.v4i1.198>

Veronica, V., & Utami, L. S. S. (2021). Marketing public relations strategy in developing Atourin’s brand awareness (A study through virtual tour events during COVID-19 pandemic). *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570, 849–856. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.134>

Wahyuni, D. (2021). Upaya pemulihan pariwisata Yogyakarta pada masa pandemi Covid-19. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 12(2), 121–137. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v12i2.2502>