

## Merancang Model Pembelajaran Bahasa Inggris: English for Events

Budi Susanto<sup>1✉</sup>, Majid Wajdi<sup>2</sup>

Politeknik Negeri Bali<sup>1,2</sup>

✉Address correspondence: Kampus Politeknik Negeri Bali, Bukit Jimbaran

E-mail : [susanto@pnb.ac.id](mailto:susanto@pnb.ac.id)

**Abstract** - This paper discusses an active and interactive learning model that emphasizes student-based learning with the role of a teacher as a mentor, consultant, and the role of parent. The method of observation and document study is used to provide the data of the research, completed by recording and field-note techniques. The student-active learning method is applied to provide students a learning experience. The course instructor explains in outline and detail but only uses about 10-20% of the available learning time. The remaining 80-90% of the time belongs to students to study, practice, and carry out learning activities individually, in pairs, and in groups. The ultimate goal of this learning model is to (1) improve speaking and writing skills, (2) improve digital skills, (3) add student youtube content, 4) increase self-confidence and other aspects of soft skills.

**Keywords:** *learning model, student skills, building student confidence, fun learning*

## 1. PENDAHULUAN

Pada hakikatnya setiap pembelajaran di tingkat manapun, baik dari tingkat dasar sampai dengan perguruan tinggi, adalah sebuah upaya agar peserta didik pada akhirnya menjadi pembelajaran yang kuat, baik fisik maupun mental (Effendi, 2013). Hal ini penting digarispawahi karena para siswa akan menghadapi sebuah kehidupan yang pasti berbeda dengan situasi kehidupan yang dialami oleh generasi sebelumnya. Dalam makalah ini juga dibahas bagaimana pengampu pembelajaran dan siswa terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran. Pengampu bukan mendominasi secara keseluruhan yang memungkinkan siswa tidak memiliki cukup waktu dan kesempatan untuk melakukan sesuatu. Model Pembelajaran aktif (*active learning model*) merupakan sebuah metode atau strategi pembelajaran yang menyertakan keterlibatan siswa secara langsung dalam berinteraksi, menyelidiki, menyelesaikan masalah dan menyimpulkan pemahaman diri (Warsono & Hariyanto, 2012; Silberman, 2010). Melalui model pembelajaran aktif, guru atau pengampu akan mengondisikan siswa atau peserta didik untuk selalu mengalami bagaimana proses pengalaman belajar yang lebih bermakna dan senantiasa berpikir tentang apa yang dilakukan selama proses pembelajaran berlangsung.

Prinsip pembelajaran siswa aktif mengadopsi sebuah filosofi hidup adalah proses pembelajaran yang harus dimaknai bahwa jika hanya belajar dengan cara mendengarkan saja maka akan cepat lupa, jika hanya melihat maka akan teringat, dan jika dilakukan maka akan terpahami dengan baik (saya dengar, saya lupa; saya lihat, saya ingat; saya lakukan, saya faham).

Perkembangan teknologi juga membuat pergeseran dalam metode pengajaran bahasa Inggris beserta outputnya. Dalam bisnis pariwisata penguasaan bahasa Inggris adalah mutlak, baik itu dalam bentuk lisan maupun tulis. Tidak hanya berhenti sampai disitu, *output* pengajarannya juga dituntut untuk menguasai teknologi digital. Beberapa manajer human resources hotel-hotel berjangkauan internasional selalu menuntut bahwa mahasiswa harus memiliki *skill public speaking*, *writing skill* dan *digital skill*. Khusus untuk *writing skill* itu sangat erat hubungannya dalam pembuatan brosur, *editorial advertisement* dan beberapa *release* promosi tertulis lainnya.

Tuntutan pasar tenaga kerja atau pemakai tenaga kerja menjadi tantangan bagi para pengajar bahasa Inggris di Program Studi Pariwisata (dan juga di Program Studi lain) untuk menyesuaikan metode pengajarannya agar bisa memenuhi ekspektasi pasar. Untuk itu penelitian ini dilakukan untuk membuat model pengajaran yang bisa menghasilkan tenaga kerja yang terampil dalam *public speaking*, *writing skill* dan *digital skill*. Dengan ketrampilan tersebut diharapkan output pengajaran bahasa Inggris segera dapat terserap oleh industri pariwisata.

Perkembangan teknologi informasi menyebabkan perubahan perilaku pasar dalam segala bidang usaha, termasuk dalam bisnis pariwisata. Karena perilaku pasar yang berubah maka banyak bidang usaha yang lambat laun meredup dan akhirnya tutup, namun juga tumbuh bidang usaha yang baru yang padat teknologi. *Travel agent* pada periode 1980 sd 2010 masih bisa berkembang dengan baik, namun sekarang sudah banyak yang tidak beroperasi.

Angkatan atau generasi Milenial dan generasi Z mulai memonopoli konten bisnis melalui internet, presentasi konferensi, makalah penelitian, dan akhirnya strategi penjualan dan pemasaran. Setidaknya satu artikel populer yang tersebar di internet dalam satu hari adalah "Generasi yang menolak untuk tumbuh dewasa: Tidak ada hipotek. Tidak ada pernikahan. Tidak ada anak. Tidak ada rencana karier. Seperti banyak orang berusia 30-an, Marianne Power mengakui bahwa dia salah satunya. ..." (dan yang sering disebut Generasi Peter Pan) (<https://www.dailymail.co.uk/home/index.html>).

Semua orang berbicara tentang gaya hidup, kebiasaan, preferensi dan cara untuk melibatkan generasi ini. Ada 6 generasi pasti yang hidup sekarang di dunia modern.

Tabel 1 Pengelompokan Generasi  
 (Hamdani, 2019; Lancaster & Stillman, 2002)

**Pengelompokan Generasi**

Sumber	Label				
Tapscott (1998)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13 <sup>th</sup> Generation (1961-1981)	Millennial Generation (1982-2000)	-
Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
Lancaster & Stillman (2002)	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Generation Y (1981-1999)	-
Martin & Tulgan (2002)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Millennials (1978-2000)	-
Oblinger & Oblinger (2005)	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen-Y/NetGen (1981-1995)	Post Millennials Ac (1995-present)

- (1) **Generasi Terhebat:** Lahir antara tahun 1901-1924, mereka adalah mereka yang mengalami Depresi Hebat dan Perang Dunia II di masa dewasa mereka, semuanya mengarah pada model kerja tim yang kuat untuk diatasi dan berkembang. Mereka adalah kakek buyut kita, tumbuh tanpa kenyamanan modern seperti lemari es, listrik, dan AC. Mereka adalah generasi yang mengingat kehidupan tanpa pesawat terbang, radio, dan TV.
- (2) **The Silent Generation:** Juga dikenal sebagai Builders atau Maturists, lahir antara tahun 1924 - 1945, tumbuh dewasa selama kebahagiaan pascaperang. Anak-anak yang tumbuh selama ini bekerja sangat keras dan diam. Secara umum dipahami bahwa anak-anak harus dilihat dan tidak didengar.
- (3) **Baby Boomers:** "Mereka yang lahir pada tahun-tahun setelah Perang Dunia II, ketika ada – berkat tentara yang kembali ke rumah – lonjakan kelahiran yang signifikan, baik di Amerika maupun di Inggris. Ini adalah pria dan wanita yang mendengarkan, menjadi tinggi, keluar, menghindari perencanaan, berayun di tahun enam puluhan dan menjadi

pembahagia di tahun tujuh puluhan. Mereka, para generasi *baby boomers* idealis dan tidak sinis, ini adalah generasi yang berjuang dalam perang dingin dan menghancurkan Tembok Berlin" (The Telegraph: <https://www.telegraph.co.uk/news/features/11002767/Gen-Z-Gen-Y-baby-boomers-a-guide-to-the-generations.html>).

- (4) **Generasi X:** Lahir antara tahun 1965 dan 1980, mereka adalah “anak-anak kunci” yang tumbuh cerdas di jalanan tetapi terisolasi, seringkali dengan orang tua yang bercerai atau didorong oleh karier. Sebagian besar ingat berada di sekolah tanpa komputer dan kemudian setelah itu, pengenalan komputer di sekolah menengah pertama atau sekolah menengah atas. Lebih tertarik berfilsafat daripada menetap dengan karir jangka panjang dan keluarga, mereka cenderung berkomitmen pada diri sendiri dan rata-rata 7 perubahan karir dalam hidup mereka, tidak seperti generasi sebelumnya. Masyarakat dan dengan demikian individu dibayangkan sebagai sekali pakai.
- (5) **Generasi Y atau Milenial:** Tidak ada tanggal pasti kapan generasi dimulai dan berakhir. Para peneliti dan analisis sosial menggunakan tahun kelahiran mulai dari awal 1980-an hingga awal 2000-an. Generasi Y atau kaum milenial dikenal sebagai orang yang canggih, bijaksana dalam teknologi, kebal terhadap sebagian besar promosi pemasaran dan penjualan tradisional, mereka telah melihat semuanya dan terpapar semuanya sejak usia dini.

Sosiolog Amerika Kathleen Shaputis menyebut Milenial sebagai generasi Peter Pan, karena kecenderungan mereka untuk menunda beberapa langkah menuju kedewasaan (seperti perumahan, karier, dan pernikahan) untuk periode yang lebih lama daripada kebanyakan generasi sebelum mereka. Label-label ini juga merujuk pada tren anggota yang tinggal bersama orang tua mereka lebih lama.

- (6) **Generasi Z:** Ini adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995 dan mereka tidak pernah mengenal dunia tanpa komputer dan ponsel. Usia mereka sekarang berkisar dari pra-sekolah hingga remaja dan mereka adalah integrator digital, telah mengintegrasikan teknologi dengan mulus ke dalam kehidupan mereka, dan telah menggunakannya sejak usia termuda; hampir seperti udara yang mereka hirup, meresapi hampir semua bidang gaya hidup dan hubungan mereka. Mereka adalah konsumen yang cerdas dan mereka tahu apa yang mereka inginkan dan bagaimana mendapatkannya dan mereka terlalu jenuh dengan merek.

Berhadapan dengan generasi Z, yang kesehariannya tanpa terlepas dari ponsel dan computer, para integrator digital yang terbiasa mengintegrasikan teknologi dalam keseharian mereka memerlukan metode dan teknik tersendiri dalam proses pembelajaran di ruang kelas. Makalah sederhana ini mencoba menganalisis dan mengusulkan sebuah model pembelajaran Bahasa Inggris dengan menyesuaikan dengan situasi sosial dan gaya hidup generasi milenial dan generasi Z ini.

Upaya dan model pembelajaran berbasis digital sebagai bentuk pelayanan kepada generasi millennials atau generasi digital dan generasi Z merupakan penggunaan media teknologi dalam pembelajaran (Indrayani & Sukaesih, 2022) untuk memaksimalkan proses pembelajaran generasi ini. Begitu juga pembelajaran Bahasa lain, dalam hal ini pembelajaran Bahasa Arab juga memanfaatkan teknologi digital untuk memudahkan dan memfasilitasi model pembelajaran (Ilmiani & Miolo, 2021). Begitu juga pembelajaran secara daring, baik dalam masa pandemic

Covid-19 maupun pasca covid-19, merupakan sebuah model pembelajaran bagi generasi digital, millennials atau generasi Z (Daar, 2020).

Dukungan kemajuan teknologi dalam pembelajaran Bahasa Inggris sangat bermanfaat untuk memaksimalkan suasana dan hasil belajar siswa sehingga kemajuan teknologi menjadi bagian integral pembelajaran masa kini (Hidayat, et al. (2022). Penggunaan teknologi digital dalam pembelajaran menjadi perhatian besar dalam pembelajaran Bahasa Inggris (Yurieva et al., 2021) belajar bahasa secara online berkisar dari pendekatan terstruktur yang lebih formal yang disediakan oleh sekolah dan universitas, yang biasanya berlangsung di Lingkungan Pembelajaran Virtual (VLE, virtual learning Environment) atau Sistem Manajemen Pembelajaran (LMS, learning management system), hingga pendekatan tidak terstruktur yang lebih informal, termasuk Dunia Virtual seperti Second Life dan Massively Multiplayer Online Role-Playing Games (MMORPG) seperti World of Warcraft.

Kajian lain penggunaan teknologi dalam pembelajaran menghasilkan penemuan bahwa metode digital story telling mampu menarik perhatian siswa untuk mengikuti pembelajaran dan memotivasi siswa belajar dengan baik menggunakan media digital (Karjo, 2008). Apapun kondisi siswa dan guru dalam pembelajaran, penggunaan internet dan computer menjadi “kewajiban” yang harus dijalankan oleh kedua belah pihak, guru dan siswa (Pohan, 2021), baik siswa dasar sampai dengan siswa perguruan tinggi (Hidayat et al., 2022, begitu pula dalam pembelajaran jarak jauh (Luppi, 2022). Penggunaan teknologi bergerak juga menegaskan tingkat kebermaknaannya dalam pembelajaran kosakta Bahasa Inggris (Zakian, 2022).

Pandangan dari sudut manapun penggunaan teknologi dalam pembelajaran amasa kini tidak mungkin terhindarkan (Wijaya et al., 2021; Nugroho & Atmojo, 2022), seperti penggunaan teknologi 5G untuk membangun sumber dalam pembelajaran Bahasa Inggris (Liu, 2021; Mohamed Amin & Paiman, 2022; Otabayev, 2020).

## **2. METODE**

Untuk mendapatkan data sebagai dasar analisis berikutnya diperlukan metode untuk mendapatkan data pada makalah ini. Observasi aktif berpartisipasi dan non-partisipasi dan catatan lapangan (field-note) dilakukan dengan cara (1) meminta izin kepada dosen pengampu untuk dapat mengikuti jam perkuliahan baik di kelas maupun di ruang kelas. Keterlibatan dalam proses pembelajaran dalam rangka mengamati (observasi) bagaimana model pembelajaran dilakukan. (2) Menvideokan dan merekam secara audio dalam rangka mendokumentasikan aktivitas pembelajaran yang dilakukan untuk dapat diputar Kembali sehingga tidak ada data tercecer. (3) Mentranskripsikan rekaman video dan audio untuk dapat dijadikan data tertulis untuk analisis berikutnya. Agar tidak mengganggu konsentrasi peserta pembelajaran proses pembuatan video dilakukan menggunakan kamera laptop. (4) Catatan lapangan (field-note) dilakukan untuk membantu dan mencatat secara singkat hal-hal penting dan menarik selama proses pengamatan.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kuliah English For Events di kelas. Events mencakup banyak kegiatan. Karena keterbatasan waktu dan supaya lebih fokus maka kita akan ambil salah satu event saja yaitu OUTBOUND.

**Topik2:**

- (1) Introduction- meeting 1
- (2) Making reports about outbound venue, tourist object, and tourist attraction – by teacher, meeting 2
- (3) Presentation of outbound venue- individual work by student, meeting 3 and 4
- (4) Presentation of tourist object - individual work by student, meeting 5 and 6
- (5) Presentation of tourist attraction - individual work by student, meeting 7 and 8
- (6) Making advertisement - individual work by student, meeting 9
- (7) Making Proposal – group work by student, meeting 10
- (8) Presentation Proposal - group work by student, meeting 11-12
- (9) Presentation outbound - group work by student, meeting 13 and 14
- (10) Farewell Party - group work by student, meeting 15.

Penjabaran perkuliahan

Berikut ini merupakan penjabaran dari setiap langkah yang dosen pengampu lakukan untuk mencapai tujuan pembelajaran yakni membuat mahasiswa menjadi pembelajar yang kuat, percaya diri, dan memiliki keterampilan-keterampilan yang dapat membekali mereka terutama setelah mereka menyelesaikan masa kuliahnya di kampus. Sekali lagi bahwa setiap tahapan yang dosen pengampu rancang berorientasi kepada siswa yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa mengalami, melakukan, dan mempraktikkan bahan yang mereka pelajari.

**(1). Pendahuluan (Introduction)**

Pada tahap ini dosen pengampu menjelaskan apa yang mahasiswa pelajari selama satu semester. Dosen pengampu perlu menjelaskan bahwa PNB sudah menjadi kampus hijau (green campus) sehingga perlu upaya untuk memaksimalkan model pembelajaran secara digital dan memaksimalkan kemampuan digital mahasiswa. Berbagai aplikasi digital sudah tersedia dan mahasiswa dapat dengan mudah mempelajarinya. Era digital mengharuskan dosen dan mahasiswa belajar pada sumber-sumber yang disajikan secara daring atau online.

Sumber-sumber pembelajaran digital yang disajikan secara online dapat menjadi sumber pembelajaran bagi mahasiswa yang masuk dalam katagori generasi digital, yakni sebah generasi

yang lahir tahun 1995-2000 (Tapscott, 1998), generasi millennial, lahir 1982-2000 (Howe & Straus, 2000; Martin & Tulgan, 2000; McDougall, et al, 2018), generasi Post Millenials, lahir 1995-sekarang (Oblinger & Oblinger, 2005). Bahkan jika mengikuti pendapat yang lebih mutakhir generasi saat ini adalah generasi Z yakni generasi yang lahir tahun 1995 ke atas yakni sebuah generasi yang mencirikan dirinya sebagai generasi digital integrator. Para dosen pengampu mau maupun tidak mau, mampu maupun tidak mampu harus menyesuaikan dengan pola hidup generasi Z yang juga memiliki nama untuk menggambarkan era mereka sebagai sebuah generasi manusia.

Pembelajaran secara daring sangat penting melalui platforms pertemuan melalui website, system manajemen pembelajaran untuk pembelajaran Bahasa berbasis tugas, dan aplikasi pesant cepat silang-platform untuk interaksi dan diskusi kelas (Mohamed Amin, & Paiman, 2022).

## **(2). Making reports about outbound venue, tourist object, and tourist attraction**

Dosen pengampu memaparkan apa dan bagaimana Venue Outbound, Objek wisata dan atraksi wisata dimanfaatkan untuk pembelajaran. Langkah ini juga memberikan pengalaman baru bagi para mahasiswa karena ternyata tidak semua mahasiswa pernah mengunjungi objek wisata yang dikunjungi meskipun boleh jadi mereka hamper setiap saat melintasi daerah objek wisata itu. Kunjungan ke objek wisata juga mengandung muatan pembelajaran green tourim dalam makna yang harfiah, yakni mencintai alam hijau sebagai media pembelajaran dan pengenalam alam semesta.

Tugas individu: Setiap mahasiswa membuat video reportase tentang tempat atau venue outbound. Pokok-pokok yang harus disampaikan antara lain: Dimana lokasinya, fasilitas apa yang ada, jarak dari hotel menginap berapa jauh, berapa kapasitasnya, kapan atau jam berapa saja bisa menyelenggarakan acara di situ, siapa saja boleh bermain disitu dan seterusnya.

Video diunggah (upload) di youtube dan tautan (*link*) dibagikan (*share*) di Googleclassroom. Penilaian dapat langsung di googleclassroom. Masing-masing mahasiswa membuat satu (1) venue saja. Penggunaan sosial media seperti Youtube, WhatsApp, Instagram, Google classroom, and Facebook dalam pembelajaran menjadi hal yang lazim dan mengharuskan pengajar menerapkannya dalam pembelajaran termasuk dalam pembelajaran Bahasa Inggris (Nugroho & Atmojo, 2022; bandingkan Indrayani & Sukaesih, 2022; Riswanto et al., 2022; Sari, 2019; Rahayu & Putri, 2018; Prihatini, e tal., 2018; Ilyas & Putri, 2020; Isnaniah, 2020; Jalaluddin, 2016; Meiristiani & Agistina, 2022).

## **(3). Presentation of outbound venue- meeting 3 and 4**

Presentasi 5 menit untuk mahasiswa dengan nomer urut 1-11

## **(4). Presentation of tourist object**

Presentasi Objek Wisata

Tugas individu: Setiap mahasiswa membuat video reportase tentang tempat wisata. Pokok-pokok yang harus disampaikan antara lain dimana lokasinya, fasilitas apa yang ada, tiket masuk berapa, aktivitas apa saja yang bisa dilakukan di sana, jam buka jam berapa, sejarah singkat tempat wisata tersebut, dan seterusnya.

Video yang dibuat oleh masing-masing mahasiswa diunggah (upload) di youtube dan link di-share di Googleclassroom. Penilaian dapat langsung di googleclassroom. Sebagaimana penjelasan sebelumnya bahwa penggunaan media digital seperti Youtube, WhatsApp, Instagram, Google classroom, and Facebook dalam pembelajaran menjadi hal penting dan yang lazim dan mengharuskan pengajar menerapkannya dalam pembelajaran termasuk dalam pembelajaran Bahasa Inggris (Nugroho & Atmojo, 2022; bandingkan Indrayani & Sukaesih, 2022; Riswanto et al., 2022; Siahaan et al., 2021; Sharifi & Farrokh, 2019; Hussin et al, 2020; Nuha & Saputri, 2021).

Masing mahasiswa mebuat satu (1) objek wisata/atraksi wisata.

Presentasi 5 menit untuk mahasiswa dengan nomer urut 12-23

#### **(5). Presentation of tourist attraction**

Mengenal atraksi wisata, misalnya *watersport, parasailing, gliding*, tari kecak dan lain-lain. Tugas individu: Setiap mahasiswa membuat video reportase tentang tempat atau objek wisata. Pokok-pokok yang harus disampaikan antara lain: Dimana lokasi atarksi itu berada, fasilitas apa saja yang dapat pengunjung nikmati, berapa bea mausk atau tiket masuk tempat atraksi tersebut, aktivitas apa saja yang dapat pengunjung lakukan di sana, jam berapa tempat atraksi buka dan pengunjung harus meninggalkan tempat, sejarah singkat tempat/objek wisata tersebut dan seterusnya.

Mahasiswa yang mendapat tugas tersebut mengunggah Video itu di youtube dan mengirimkan dan membagikan tautan (link) di Googleclassroom sehingga dosen pengampu dapat langsung memberikan penilaian di sana. Googleclassrom juga bagian dari kehidupan generasi millennials, generasi digital, atau generasi Z karena penggunaan googleclassroom sudah banyak dipraktikkan dan dikaji yang membuktikan bahwa media digital bukan barang baru dalam proses pembelajaran (Indrayani & Sukaesih, 2022).

Presentasi 5 menit untuk mahasiswa dengan nomer urut 24-32

#### **(6). Making advertisement**

Langkah selanjutnya adalah membuat iklan tentang outbound tersebut. Dosen pengampu menjelaskan bagaimana cara membuat *flyer*.

Tugas individu: Setiap mahasiswa membuat promosi digital dalam bentuk flyer digital. Dalam flyer harus ada nama perusahaan yang dibuat kelompok, lokasi, durasi, harga, kontak dan instagram, website. Website dapat berupa alamat blog.

Flyer diupload di youtube dan link di-*share* di Googleclassroom. Penilaian dapat langsung di googleclassroom. Mahasiswa tidak perlu melakukan presentasi tetapi memberikan komentar secara umum di WAG dan googleclassroom.

### **(7). Making Proposal**

Setelah membuat iklan maka ada penawaran dari perusahaan (corporate) untuk menyelenggarakan event outbound. Bentuk event banyak tetapi kita mengambil misalnya outbound saja. Karenanya langkah berikut adalah membuat proposal ke perusahaan (corporate). Dalam hal ini dosen pengampu membuat pemaparan cara membuat proposal yang baik dan benar

Tugas kelompok. Setiap kelas dibagi menjadi enam (6) kelompok. Yang harus dikerjakan mahasiswa adalah membuat proposal outbound untuk sebuah Corporate. Nama Corporate bebas apa saja. Misalnya BNI Jakarta, PT KAI Semarang dan lain-lain.

Dalam proposal yang akan dibuat tersebut harus disertakan rundown kegiatan dan biaya secara garis besarnya saja. Terus dengan biaya tersebut dapat apa saja. Contoh dapat diacu di handout.

Para siswa dapat mengunggah Proposal yang sudah dipersiapkan dengan baik di googleclassroom. Masing-masing mahasiswa mengunggah dan nilai semua anggota akan mendapatkan nilai yang sama kepada semua anggota kelompok. Sedangkan nilai tugas perorangan kemungkinan dapat berbeda antara satu dengan lainnya sesuai dengan tugas yang dikumpulkan.

### **(8). Presentation Proposal**

Setelah pembuatan proposal selesai, maka dapat dilakukan presentasi di depan Team Corporate. Setiap pertemuan (meeting) dapat dilakukan presentasi 3 kelompok secara bergantian, Mahasiswa lainnya sebagai Team Corporate yang mengevaluasi proposal perusahaan penyelenggara event. Penilaian langsung di kelas untuk masing-masing anggota kelompok yang baru saja mempresentasikan materinya.

### **(9). Presentation outbound**

Pelaksanaan kegiatan presentasi *outbound* dapat dilakukan di luar kelas (*outdoor*) dan dapat pula dilakukan di dalam kelas (*indoor*) dengan mempertimbangkan waktu dan tempat. Dalam sekali pertemuan (*meeting*) di kelas tiga kelompok mahasiswa dapat menyajikan bahan kajian mereka. Setiap kelompok membuat 2-3 *game* (permainan). Penilaian oleh dosen pengampu langsung saat presentasi mahasiswa dilakukan.

### **(10). Farewell party di akhir outbound**

Masing-masing kelompok menampilkan satu (1) atraksi untuk farewell party di dalam kelas. Dalam *farewell party* harus ada panitianya termasuk MC. Disertakan juga sesi foto bersama dan seksi rehat bersama. Kegiatan di luar kelas (outbound) juga memberikan pengalaman yang lain daripada yang lain bagi mahasiswa. Belajar menjadi pembawa acara, meskipun dalam bentuk simulasi di ruang kelas, memiliki nilai pedagogi yang dalam dalam membangun rasa percaya diri para siswa. Kebiasaan tampil di depan kelas merupakan pembiasaan dan penguatan rasa percaya diri yang harus terus menerus ditingkatkan dan dikembangkan. Percaya diri merupakan bagian hidup dan kehidupan yang harus dipupuk dan ditumbuh-suburkan dalam kehidupan setiap orang di mana pun dan kapan pun. Presentasi lisan di depan orang banyak memerlukan rasa percaya diri yang memadai. Tanpa rasa percaya diri, sebagus apapun materi yang akan dipresentasikan tidak akan menghasilkan presentasi yang baik (Grice & Skinner, 2010; Carnegie, 1956; Carnegie, 2008; Grice & Skinner, 2010; Peale, 2006; Robbins, 2003; Schwartz, 2007; Sugeng & Suryani, 2018; Riadil, 2020; Ferrer-Pardo et al, 2022).

#### 4. SIMPULAN

Hasil pertukaran pemikiran dengan beberapa Manajer Personalia (HRD) hotel di Bali, kurikulum kampus harus menekankan digital skill termasuk mengedit video dan juga public speaking. Apabila mahasiswa memiliki tulisan dan video (konten-konten) yang bagus hal itu bermanfaat bagi mereka saat melakukan praktik kerja lapangan atau job training di perusahaan seperti hotel dan perusahaan yang tidak berkaitan dengan dunia pariwisata.

Dengan proyek seperti di atas maka di akhir masa perkuliahan diharapkan mahasiswa dapat: a. Meningkatkan kecakapan berbicara maupun menulis; b. Meningkatkan skill digital; c. Menambah konten youtube mahasiswa; d. Meningkatkan self-confidence and aspek-aspek soft skill lainnya.

Keterampilan berbicara dan menulis, keterampilan digital, dan percaya diri mahasiswa sangat diperlukan dalam kehidupan mereka setelah meninggalkan kampus tempat mereka menimba ilmu. Sebagaimana dijelaskan di depan bahwa salah satu tujuan pembelajaran adalah membuat mahasiswa sebagai pembelajar yang kuat sehingga kelas mereka juga dapat terus mengembangkan diri setelah terjun ke dunia kerja dan masyarakat karena mereka adalah bagian dari masyarakatnya yang beruntung mengenyam dunia Pendidikan tinggi.

#### REFERENCES

- Carnegie, D. (1956). *How to Develop Self-Confidence and Influence People by Public Speaking*. NY: Pocket Book.
- Carnegie, D. (2018). *The Art of Public Speaking*. NY: Global Grey.
- Daar, GF. (2020). Students' independent learning implementation during learning from home period (a study at Unika Santu Paulus Ruteng, Flores). *Journal Of Applied Studies In Language*, 4(2), 313-320. doi:10.31940/jasl.v4i2.2164.
- Effendi, M. (2013). *Integrasi Pembelajaran Active Learning dan Internet-Based Learning dalam Meningkatkan Keaktifan dan Kreativitas Belajar*. Jurnal Pendidikan Islam.
- Ferrer-Pardo, V.R.; Jimenez-Perez, I.; Gil-Calvo, M.; Pérez-Soriano, P.; Priego-Quesada, J.I. (2022). Relationship between Students' Perception of a Rubric for Oral

- Presentations and Their Academic Characteristics. *Educ. Sci.* 12, 765.  
<https://doi.org/10.3390/educsci12110765>
- Grice, GL. & Skinner, JF. (2010). *Mastering Public Speaking*. NY: Pearson Education, Inc.
- Hamdani, Luthfi. (2019). *Teori Perbedaan Generasi Dan Munculnya Generasi Z*. Penerbit Indonesia Imaji. <https://indonesiaimaji.com/teori-perbedaan-generasi-dan-munculnya-generasi-z/>.
- Hidayat, D.N., Lee, J.Y., Mason, J. et al. (2022). Digital technology supporting English learning among Indonesian university students. *RPTTEL* 17, 23 (2022).  
<https://doi.org/10.1186/s41039-022-00198-8>.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. In R. J. Matson (Ed.), *Cartoons*. New York: Vintage Books.
- Hussin, RA., et.al. (2020). The use of Youtube media through group discussion in teaching speaking. *English Education Journal*, 11(1), 19-33.
- Ilmiani, & Miolo, M. I. (2021). Digital literacy: exploration of social media-based Arabic language learning. *Journal of Applied Studies in Language*, 5(2), 215–221.  
<https://doi.org/10.31940/jasl.v5i2.215-221>.
- Ilyas, Muhammad, and Putri, Miranti Eka. (2020). “YouTube Channel: An Alternative Social Media to Enhance EFL Students’ Speaking Skill.” *J-SHMIC: Journal of English for Academic* 7 (1), 77–87.
- Indrayani, S. & Sukaesih, I. (2022). The use of google classroom in teaching writing skills. *Journal of Applied Studies in Language*, 6(1), 1–7.  
<https://doi.org/10.31940/jasl.v6i1.177>.
- Isnaniah, I. (2020). Utilizing Vlog In Youtube To Increase Students’ interesting In Speaking English Learning At The First Semester Students of English Language Education Universitas Islam Syekh Yusuf. *JISAE: Journal of Indonesian Student Assessment and Evaluation*, 6(2), 181–187.
- Jalaluddin, M. (2016). Using YouTube to enhance speaking skills in ESL classroom. *English for Specific Purposes World*, 17(50), 1–4.
- Karjo, C.H. (2008). Group Presentation as One Way of Increasing Students’ Participation in the Classroom. *LINGUA CULTURA* Vol. 2/2.  
<https://journal.binus.ac.id/index.php/Lingua/article/view/305>
- Lancaster, LC. And Stillman, D. (2002). *When Generations Collide Who They Are. Why They Class. How to Solve the Generation Puzzle at Work*. NY: Harper Business.
- Liu, L. (2021). "Construction of a 5G Wireless Semantic Web-Assisted English Digital Learning Resource Query System", *Discrete Dynamics in Nature and Society*, vol. 2021, Article ID 8514944, 10 pages, 2021.  
<https://doi.org/10.1155/2021/8514944>.
- Luppi, F. (2022). Tools and models for distance teaching in an English Language and Culture university course: the flipped classroom and cooperative learning in a digital environment. *Altre Modernità*, (27), 181–195. <https://doi.org/10.54103/2035-7680/17885>.
- Martin, CA. and Tulgan, B. (2006). *Managing the Generation Mix: Second Edition from Urgency to Opportunity*. US: HRD Press, Inc.
- McDougall, J., Readman, M., & Wilkinson, P. (2018). The uses of (digital) literacy. *Learning, Media and Technology*, 43(3), 263-279. <https://doi.org/10.1080/17439884.2018.1462206>.
- Meiristiani, N., & Agistina, N. (2022). Developing Students’ Skill in Writing Procedure Text Using YouTube Videos. *Jurnal Lingua Idea*, 13(1), 86-98.  
doi:10.20884/1.jli.2022.13.1.5546.

- Mohamed Amin, M., & Paiman, N. (2022). University English Language Teachers' Use of Digital Platforms for Online Teaching. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 17(20), pp. 134–148. <https://doi.org/10.3991/ijet.v17i20.31421>.
- Nugroho, A. & Atmojo, A.E.P. (2022). Digital Learning of English Beyond Classroom: EFL Learners' Perception and Teaching Activities. *JEELS (Journal of English Education and Linguistics Studies)*, 7(2), 219–243. <https://doi.org/10.30762/jeels.v7i2.1993>
- Nuha, Mohammad Ulin, and Saputri, T. (2021). "Improving Students' Speaking Skill Through Youtube Video: Systematic Review." *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 13 (1), 25–36.
- Oblinger, DG. and Oblinger, JL. (2005). *Educating the Net Generation*. NY: Educause.
- Otabayev, M. N. (2020). TECHNOLOGIES TO INCREASING THE MOTIVATION OF GENERAL SECONDARY SCHOOL LEARNERS FOR LEARNING ENGLISH. *Science and Education*, 1(7), 278-280. Retrieved from <http://openscience.uz/index.php/sciedu/article/view/517>
- Peale, NV. (2006). *The Power of Positive Thinking*. NY: Touchstone.
- Pohan, S. (2021). PARADIGMA PENGAJARAN JARAK JAUH (PJJ) BAGI GURU SEKOLAH DASAR. *Satya Widya*, 36(1), 25-34. <https://doi.org/10.24246/j.sw.2020.v36.i1.p25-34>.
- Prihatini, F., Prihatin, Y., and Sani, N. (2018). The Use of Youtube Videos to Develop Students' Writing Skill in Narrative Text. *English Focus: Journal of English Language Education*, 2(1), 60–69.
- Rahayu, SP. & Putri, WS. (2018). Uploading speaking assignment to YouTube channel as an effort in increasing students' pronunciation skill. *English Journal of Merdeka*, 3(2), 35-45.
- Riadil, IG. (2020). DOES ORAL PRESENTATION AFFECT THE DEVELOPMENT OF THE STUDENTS' ABILITY TO SPEAK IN EFL CLASSROOM? *SHE Journal*, Vol 1/2. <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/SHE/article/view/6622>.
- Riswanto, R., Santiana, S., Inderawati, R., Parmadi, B., Putra, PB., Kasmainsi, K., Sari, NP. (2022). "Preparing Vocational High School Students' 21st Century Skills Needed through Pair Work Strategy and YouTube Channel Integration", *Education Research International*, vol. 2022, Article ID 6325852, 7 pages, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/6325852>.
- Robbins. A. (2003). *Unlimited Power: The Science of Personal Achievement*. NY: Free Press.
- Saed, A.H., et.al. (2021). The use of YouTube in developing speaking skills of Jordanian EFL University Students. *Heliyon*, 7(7), 1-6.
- Sari, Yuli Nurmala. (2019). "YouTube as a Learning Media to Improve the Students' Speaking Ability in 21st Century." *JELTL (Journal of English Language Teaching and Linguistics)*, 4 (2), 263–73.
- Schwartz, DJ. (2007). *The Magic of Thinking Big*. NY: Simon & Schuster.
- Sharifi, F., & Farrokh, P. (2019). Social-Personalized versus Computer-Personalized Methods to Teaching English Learners' Reading Comprehension Ability. *Multidisciplinary Journal of Educational Research*, 7(3), 287–315. <https://doi.org/10.17583/remie.2017.2775>.
- Siahaan, P. I. P., Santoso, D., & Pulungan, A. H. (2021). The Effectiveness Of Using Youtube Video In Teaching And Learning Process: Writing Narrative For Seventh Grade Students. *Linguistik Terapan*, 18(3), 245–252.
- Silberman, Melvin L. (2010). *Active Learning 101 Cara Belajar Siswa Aktif*. Bandung: Nuansa Cendekia.

- Soegeng, Ysh. A.Y. (2012). *Pengembangan Sistem Pembelajaran*. Semarang: IKIP PGRI Semarang Press.
- Son, J.-B., Park, S.-S., & Park, M. (2017). Digital literacy of language learners in two different contexts. *JALT CALL Journal*, 13(2), 77–96.
- Sugeng, B., & Suryani, A. W. (2018). Presentation-Based Learning and Peer Evaluation to Enhance Active Learning and Self-Confidence in the Financial Management Classroom. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 15(1), 173–199. <https://doi.org/10.32890/mjli2018.15.1.7>
- Supported Flipped Classroom Approach. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 10(4), 115-144. doi:10.18662/brain/08.
- Tapscott, D. & Egnatoff, W.J. (1998). *Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw Hill. xii +338. ISSN 0-07-063361-4. Web site: [www.growingupdigital.com](http://www.growingupdigital.com). *Education and Information Technologies* 4, 203– 205 (1999). <https://doi.org/10.1023/A:1009656102475>
- Warsono dan Hariyanto. (2012). *Pembelajaran Aktif Teori dan Asesmen*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wijaya, S., Asib, A., & Suparno, S. (2021). Portraying Informal Digital Learning of English from Management, Beliefs, and Practices. *Register Journal*, 14(2), 157-184. doi:<https://doi.org/10.18326/rgt.v14i2.157-184>
- Yurieva, O., Musiichuk, T., & Baisan, D. (2021). INFORMAL ENGLISH LEARNING WITH ONLINE DIGITAL TOOLS: NON-LINGUIST STUDENTS. *Advanced Education*, 8(17), 90–102. <https://doi.org/10.20535/2410-8286.223896>
- Zaini, H., Munthe, B., Aryani, S.A. (2002). *Strategi Pembelajaran Aktif di Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: CTSD Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Zaitun, Z., & Salsabila, R. (2022). PROMOTING STUDENTS' SPEAKING SKILL IN VIRTUAL LEARNING: UTILIZING YOUTUBE AS MEDIA AND VIDEO POSTING. *English Community Journal*, 6(1), 23-2.
- Zaitun, Z., et.al. (2021). The effectiveness of online instructional videos in teaching students speaking skill. *ELTIN Journal*, 9 (2), 101-108.
- Zakian *et al.* (2022). Out-of-the-classroom learning of English vocabulary by EFL learners: investigating the effectiveness of mobile assisted learning with digital flashcards. *Asian. J. Second. Foreign. Lang. Educ.* 7, 16 (2022). <https://doi.org/10.1186/s40862-022-00143-8>.
- Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B. 2000. *Generations at Work*. New York: AMACOM.