

Pemberdayaan Masyarakat Pulau Akar Melalui Pengajaran Bahasa Inggris, Marketing dan *Digital Technology* Menjadi Kampung Wisata

Fasaaro Hulu¹, Saut Pintubipar Saragih², Sri Afridola³

Universitas Putera Batam, Jl. Suprpto, Batu Aji, Batam, Indonesia

Email: ¹fashulu@gmail.com, ²pipin.sitio@gmail.com, ³sriafridola@gmail.com

Abstract - This community engagement is related to teaching English, marketing and digital technology to the people of Pulau Akar Batam. This activity aims to be able to communicate in English with foreign tourists, People in Pulau Akar are able to promote the tourism destinations and able to use digital technology and the internet as media of publication on tourism activities so that they are connected to all people all over the world. This empowerment activity was carried out in Pulau Akar Village, Setokok, Bulang District, Batam. Participants consisted of students, teachers and speed boat drivers. The method applied are consist of self-introduction, presentation, discussion, question and answer and practice. The result of this community service in teaching English improved 40% into 80%, for marketing improved 30% into 70%, dan digital technology improved 10% into 50%.

Keywords: Community service, English, tourism promotion, technology digital

Abstrak - Pengabdian ini berkaitan dengan pengajaran bahasa inggris, marketing dan *digital technology* kepada masyarakat kampung Pulau Akar Batam. Kegiatan ini bertujuan untuk dapat berkomunikasi dalam bahasa inggris dengan turis asing, warga kampung Pulau Akar dapat memasarkan dan mempromosikan objek wisatanya dan mampu menggunakan teknologi digital serta internet sebagai media publikasi *tourism activities* sehingga bisa terhubung banyak orang dalam dan luar negeri. Kegiatan dilaksanakan di Kampung Pulau Akar, Kelurahan Setokok, Kecamatan Bulang, Batam dan peserta terdiri dari anak sekolah, guru dan pengemudi pancung. Metode yang diterapkan adalah pengenalan diri, presentasi, diskusi, ceramah dan praktek. Hasil pendampingan pengajaran bahasa inggris meningkat yakni 40% menjadi 80%, pemasaran meningkat 30% menjadi 70% dan *digital marketing* meningkat 10% menjadi 50%.

Kata Kunci: Pengabdian, Bahasa Inggris, promosi wisata, teknologi digital

I. PENDAHULUAN

Kedatangan banyak turis dari manca negara menunjukkan kecintaan dan ketertarikan tourists terhadap keindahan panorama, gaya hidup masyarakat ramah dan tradisional di Pulau Akar. Kedatangan orang Singapura dan turis asing lainnya membawa perubahan, kemajuan dan kesejahteraan kepada masyarakat menuju kampung wisata bahari. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan sebelum pengabdian ini dilaksanakan, masyarakat Pulau Akar kurang mampu berkomunikasi dalam bahasa Inggris, belum mampu mempromosikan wisata Pulau Akar kepada turis secara personal sharelink, radio, televisi, spanduk, sosial media dan media online serta belum mampu memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk meng-update *tourism activities* di Kampung Pulau Akar hingga kini. Secara realitas, pengunjung Asing keliling Pulau akar setiap bulan

kurang lebih dua puluh sampai tiga puluh orang. Selain itu, di Pulau Akar, homestay warga negara Singapura telah dibangun dan sudah ditempati sejak 2017

Komunikasi bahasa Inggris selalu menjadi kesulitan yang tidak bisa dihindari ketika para turis, misalnya Singaporean berkunjung ke Pulau Akar, Data Pengunjung yang berkunjung ke kota Batam sangat tinggi dan merupakan gerbang utama kedatangan turis asing di Indonesia (Bps Kepulauan Riau, 2017). Permasalahan dalam komunikasi menimbulkan kesalahan dalam bertindak antara para turis dengan warga, pelajar dan guru di Pulau Akar. Selain itu juga dituntut untuk bisa menggunakan teknologi digital sebagai pendukung utama untuk meningkatkan penguasaan bahasa Inggris (Roesdiono, 2013) untuk mempromosikan kampung wisata bahari Pulau Akar melalui internet dimata dunia internasional

Masyarakat Pulau Akar belum mampu memperkenalkan apa saja yang menarik untuk dilihat, produk untuk dibelanjakan oleh pengunjung, keindahan panorama laut, pantai pasir putih dan pantai keliling pulau serta kegiatan warga didalam Pulau, kegiatan warga dilaut yang menarik minat para pengunjung melalui media cetak, media digital online (instagram, facebook, youtube dan website), atraksi, radio, spanduk, presentasi tatap muka dan presentasi online bahkan tidak memiliki website sendiri untuk menampilkan secara online tempat yang sangat menarik di Pulau Akar.

Dari kelemahan masyarakat bahwa sangat penting untuk dilakukan pendampingan pengajaran bahasa Inggris, pemanfaatan digital teknologi dan teknik promosi demi meningkatkan pelayanan yang lebih baik dan menambah jumlah pengunjung. Diharapkan keterampilan masyarakat dalam bahasa Inggris meningkat, pengetahuan masyarakat meningkat pada pengenalan, pemasaran dan promosi pariwisata demi kemajuan Pulau Akar serta masyarakat bisa menggunakan teknologi digital untuk membagikan kegiatan yang berkaitan dengan wisata Pulau Akar kepada pengguna media sosial.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengajaran bahasa Inggris terdiri dari *speaking, vocabulary, pronunciation, listening, reading* dan *writing*. Untuk *Speaking*, masyarakat Pulau Akar dapat memberi salam (*greetings*) dalam bahasa Inggris, mampu memperkenalkan diri (*self-introduction*), masyarakat Pulau Akar bisa menjelaskan suatu benda, melakukan diskusi percakapan bahasa Inggris, dapat memberitahu arah (*directions*) dan tempat (*places*) dan bisa menawarkan barang dagangan (*selling-offering*). Dalam konteks komunikasi antar negara, penguasaan bahasa asing tidak dapat dihindari (Risnawati, 2018, p. 324). Untuk *vocabulary*, masyarakat Pulau Akar mampu

menguasai kosa kata bahasa Inggris sehari-hari, mengenal nama-nama *seafood* dalam bahasa Inggris, bisa menyebutkan nama-nama tempat, mampu menyebutkan minuman, makanan dan buah dan bisa menebak arti, mengurutkan dan mengklasifikasikan kata. bisa belajar kosakata melalui gambar, belajar kalimat sehari-hari, dan mengucapkan kata-kata pada bahasa yang ingin dipelajari (Widyastuti & Kusumadewi, 2018, p. 239).

Untuk *pronunciation*, masyarakat Pulau Akar mampu mengucapkan kata (ulang berkali-kali), mengetahui cara penulisan pengucapan kata (ulang berkali-kali) dan masyarakat Pulau Akar lancar dalam mengucapkan kata (ulang berkali-kali). untuk *listening*, masyarakat Pulau Akar bisa menangkap dan mengerti kata-kata pembicara, mampu mendengarkan percakapan bahasa Inggris, mampu mendengarkan lagu bahasa Inggris dan dapat menjawab soal kuis *filling gaps*. Untuk *reading*, masyarakat Pulau Akar dapat membaca lambat dan membaca cepat, mampu menemukan informasi umum dan khusus, bisa mendapatkan judul dan topik dengan cepat, dapat menemukan main idea dan bisa menemukan kesimpulan. Membaca teks dalam bahasa Inggris menjadi hal yang menarik karena dapat nilai moral dan meningkatkan keterampilan (Savitri, 2018, p.45)

Pendampingan masyarakat untuk marketing dan promosi, masyarakat dilatih mempromosikan apa saja yang menarik untuk dilihat, produk untuk dibeli oleh pengunjung, keindahan panorama laut, pantai dan kegiatan warga yang menarik minat para pengunjung melalui media cetak, media *online* (*instagram, facebook, youtube dan website*), atraksi, radio, spanduk, presentasi tatap muka dan presentasi *online*. Solusi permasalahan *digital technology* melalui pembinaan untuk menggunakan media sosial dan seluruh fitur unggulan yang ada pada aplikasi media sosial yang akan digunakan oleh masyarakat Pulau Akar. Media sosial yang akan digunakan disarankan adalah *facebook, instagram, twitter dan youtube* (Techinasia, 2015).

Masyarakat juga diberikan pendampingan menggunakan aplikasi *mobile* untuk melakukan *editing image, editing video* dan kombinasi keduanya menggunakan aplikasi berbasis *mobile* dengan *system operasi android*. Kemampuan dalam penggunaan aplikasi *editing image* dan *video* diharapkan mampu menghasilkan kualitas *image and video* yang akan dibagikan ke dalam media sosial ataupun media *website* yang menjadi tempat berbagi (Arbainah, 2014)

Untuk memberikan informasi yang jauh lebih lengkap dan lebih cepat diberikan pengajaran membangun media *website*. *Website* ini diharapkan dapat mengintegrasikan seluruh kegiatan pariwisata dengan aplikasi media sosial untuk mendapatkan perhatian yang lebih baik dari calon pengunjung atau wisatawan yang akan datang (Hermawan, 2016). Media *website* yang dikembangkan menggunakan *software and platform* yang mudah dipahami pulau akar tanpa harus banyak belajar Bahasa pemrograman.

III. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh pelajar, pengemudi pancung dan para guru di kampung Pulau Akar, Kelurahan Setokok, Kecamatan Bulang, Batam, Propinsi Kepulauan Riau dan periode pelaksanaan, 05 Mei 2019 – 16 November 2019. Pengabdian ini meliputi pengajaran bahasa Inggris, pengajaran penggunaan teknologi digital serta pendampingan pemasaran melalui metode diskusi, presentasi, tanya jawab, *word family*, *game*, *filling gaps* dan praktek yang diikuti oleh 30-40 peserta setiap pertemuan dan dibagi menjadi tiga kategori peserta yakni peserta yang mengikuti pengajaran bahasa Inggris, peserta yang mengikuti pengajaran pemasaran dan peserta yang mengikuti pengajaran pemanfaatan teknologi digital. Dalam tabel dibawah ini menjelaskan kategori peserta yang ikut serta dalam pengabdian, metode yang diterapkan pada setiap topik, materi yang dipilih sesuai dengan kebutuhan peserta demi menambah keterampilan dan pengetahuan dalam memajukan daerah wisata yang dimiliki sehingga berdampak pada pendapatan masyarakat yang terus meningkat melalui pelayanan para tamu yang semakin hari semakin baik dan bisa menambah angka pengunjung setiap bulan.

Tabel 1.1 Kategori kelas, metode dan materi

Peserta	Metode	Materi	Pemateri
SD, SMP, pengemudi speedboat dan guru	Presentasi, Praktek, tanya jawab, kuis, filling gaps	<i>Greetings and self-introduction, describing objects, directions, offer to sell, daily words, places, drinks and food, pronunciation</i>	Fasaaro Hulu
SD, SMP dan Guru	Praktek, presentasi dan tanya jawab	Aplikasi berbasis <i>mobile</i> , foto editor, video editor, media sosial dan pembuatan <i>website</i>	Saut Pintubipar Saragih
SMP, Supir speedboat dan guru	Ceramah, diskusi dan tanya jawab	Segmentasi pasar, pasar sasaran, lokasi, produk, harga, distribusi dan promosi	Sri Dola

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan lancar karena disesuaikan dengan waktu peserta. Peserta anak sekolah dan guru dilaksanakan sesuai jam belajar disekolah dari pagi sampai siang hari. Untuk pengemudi speedboat dan anak warga lainnya mengikuti kegiatan pengabdian pada hari minggu siang sampai petang hari.

Indikator keberhasilan pengabdian ini bisa dilihat pada hasil kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian dilaksanakan. Dan diharapkan, seluruh peserta yang telah ikut mampu berbahasa Inggris dengan baik, mampu membuat promosi wisata, mampu bersaing dan membuat standar harga, dapat mengedit foto, video dan mampu mengembangkan website secara mandiri kedepan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pendampingan masyarakat melalui pengajaran bahasa Inggris, pemasaran dan digital teknologi sangat efektif. Jika dibandingkan dengan hasil pengamatan, diskusi dan tanya jawab sebelum pengabdian dilakukan menunjukkan kecakapan dalam bahasa Inggris, pemasaran dan digital teknologi masih rendah atau ada pada skala 2 secara keseluruhan, seperti ditunjukkan dibawah ini.

Tabel 1. Hasil pengamatan Interaksi dan respon peserta

Topik	Poin	Skala				
		5	4	3	2	1
Bahasa Inggris	Interaksi & respon	0	0	0	40%	0
Pemasaran	Interaksi & respon	0	0	0	40%	0
Digital teknologi	Interaksi & respon	0	0	0	40%	0

Dari tabel diatas menunjukkan tiga topik dengan poin yang sama yakni interaksi dan respon peserta secara keseluruhan menempati posisi skala '2.' Jika disimpulkan bahwa pengetahuan para peserta melalui pengamatan ini masih rendah atau hanya memiliki pengetahuan awal 40% atau dibawah 60% dari ketiga topik diskusi. Pendampingan masyarakat melalui pengajaran tiga topik berjalan dengan lancar dan dimengerti oleh peserta yang turut hadir selama kegiatan berlangsung. Untuk melihat peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, kuesioner di bagikan pada akhir kegiatan. Pada setiap tabel menggambarkan materi yang disampaikan, sangat paham (SP), paham (P), kurang paham (KP) dan tidak paham (TP).

Tabel 2. Hasil kuesioner pemahaman bahasa Inggris

Materi	SP	P	KP	TP
<i>Greetings</i>	85 %	10 %	5 %	-
<i>Self-introduction</i>	75 %	7 %	16 %	2%
<i>Describing objects</i>	74 %	6 %	20 %	-
<i>Telling directions</i>	81 %	11 %	8 %	-
<i>Offer to sell</i>	79 %	10 %	7 %	4%
<i>Daily words</i>	83 %	5 %	7 %	5%
<i>Name of places</i>	72 %	20 %	8 %	-
<i>Drinks and food</i>	78 %	10 %	9 %	3%
<i>Total</i>	627 %	79 %	80%	14%

Dari tabel diatas '*greetings, 85%*' Peserta sangat paham setelah diberikan tips memberikan salam di pagi hari, siang, sore dan malam hari. Dan *self-introduction*, memperkenalkan diri '*75%*' sangat paham menggunakan bahasa Inggris di depan setelah diberikan contoh perkenalan diri singkat *describing objects, 74%* sangat paham setelah mempelajari materi tempat wisata, sejarah kampung dan produk, *directions, sangat paham 81%*

dengan materi arah jalan pergi dan pulang dari pulau akar, dan offer to sell, sangat paham 79% melalui pengajaran nama buah buah hasil kebun warga, hasil laut dan hasil kreatifitas. *Daily vocabulary*, peserta menguasai 83% kosakata sehari-hari (*daily rutin words like go, eat, come, work, play, cook, play, etc*), nama makanan *seafood* (*fish, prawn, crab, etc*) dan transportasi laut (*boat, canoe, ferry, speedboat, ship*), nama tempat, sangat dipahami '72%' dengan materi kata '*beach, mesjid/mosque, harbour, airport, market, school, etc*', nama minuman, sangat dipahami, 78% setelah belajar bagaimana menyebutkan '*juice, water, tea, coffee, cola, sprite, cendol, milk, ice-tea, pop ice, sirup, etc.*' Tebak arti dan fungsi kata (beberapa kata disebutkan dan di artikan secara lisan atau dituliskan didalam buku catatan. Menjelaskan fungsi sebuah benda, misalnya, apa fungsi dari speedboat, apakah fungsi mata, apakah fungsi rumah dan apakah fungsi uang).

Melatih pengucapan kosakata sehari-hari diucapkan dengan cara diulang, melatih penulisan pengucapan kata yang diucapkan ditulis cara bacanya untuk diingat. Melatih kelancaran dan kecepatan pengucapan melalui percakapan bahasa inggris dirumah, disekolah, dikantor, dijalan dan dijalan. Dapat disimpulkan bahwa nilai total dalam tabel, peserta sangat paham materi bahasa inggris, menempati posisi tertinggi '672%,' peserta kurang paham menempati posisi '80%,' peserta paham ada di '79%' dan peserta kurang paham '14%'

Tabel 3. Hasil kuesioner pemahaman pemasaran

Materi	SP	P	KP	TP
Segmentasi pasar	81 %	10 %	6 %	3%
Pasar sasaran	77 %	7 %	12 %	4%
Likasi	78 %	10 %	7 %	5%
Produk	82 %	11 %	7 %	-
Harga	86 %	10 %	4 %	-
Distribusi	79 %	9 %	6 %	6%
Promosi	85 %	12 %	4 %	-
Total	568 %	69%	46%	18%

Dari tabel diatas digambarkan di bagian segmentasi pasar, peserta sangat paham dengan nilai, 81%, melalui diskusi '*measurable*' termasuk ukuran, daya beli dan profil pasar, dapat dijangkau atau accessible (terjangkau dan dilayani secara efektif), cukup besar aatu substantial (cukup memberi laba yang dapat dilayani), dapat dibedakan/differentiable (dapat dibedakan dengan jelas) dan dapat dilaksanakan/actionable (dapat dijangkau dan dilayani dengan SDM yang ada). Pemahaman peserta mengenai pasar sasaran (target) '77%' meliputi pasar yang bagus dan menguntungkan, pertumbuhan pasar berkelanjutan atau tidak, mampu bersaing dan membuat sesuatu yang berbeda atau baru dan memahami intensitas pesaing. Peserta 82% sangat memahami produk tentang diferensiasi yakni tidak bisa ditiru oleh pesaing, need based

yakni sesuai dengan kebutuhan pelanggan, kualitas dan manfaat yang lebih dari yang lain dan harga terjangkau dipasar. Untuk harga 86% sangat dipahami oleh peserta yakni harga berbasis permintaan, harga berbasis biaya, harga berbasis laba dan harga berbasis persaingan. Untuk distribusi, 79% sangat dipahami oleh peserta tentang bagaimana menyalurkan, mengirimkan barang dan jasa kepada konsumen dan mempertahankan kualitas produk. Peserta dapat menjelaskan lembaga yang bekerja didalamnya termasuk produsen, distributor dan konsumen. Memaparkan distribusi langsung (petani-pembeli), semi langsung (produsen/perusahaan-konsumen), tidak langsung (distributor-produsen-konsumen, yakni produknya dijual melalui agen atau retail). Promosi 85% sangat dipahami oleh peserta yang terdiri dari pemilihan kata-kata, penggunaan gambar menarik, pembagian sampel produk, menjadi sponsor, penggunaan komisi, selebaran, barang promosi (baju atau tas dengan mencantumkan nama usaha dan nomor kontak anda), berikan blog atau website, menjadi member forum, voucher dan potongan harga atau diskon.

Tabel 4. Hasil kuesioner penggunaan teknologi digital

Materi	SP	P	KP	TP
Aplikasi berbasis <i>mobile</i>	80 %	13 %	7 %	3%
<i>Foto editor</i>	78 %	16 %	5 %	-
<i>Video editor</i>	80 %	10 %	4 %	6%
Media sosial	88 %	7 %	4 %	1%
Pengelolaan <i>website</i>	78%	12%	6%	5%
Total	404%	58%	26%	15%

Dari tabel diatas, peserta, 80% sangat paham tentang pengenalan aplikasi berbasis website atau mobile *play store* untuk sistem operasi android dan cara menggunakan aplikasi video editor yakni aplikasi berbasis mobile inshot yang tersedia dalam versi gratis. Peserta, 78% sangat paham materi pengeditan foto atau *foto editor (cropping, rotation, layers dan masks, color and saturation dan penajaman foto)*. Peserta, 80% sangat paham materi editing video (melakukan trimming atau potong video yaitu video dibukam di pause, dipotong, diview dan diplay. Membuat video clip dengan background), memasukkan music kedalam setiap video dan memasukkan sticker, memasukkan text atau kata keterangan pada video, melakukan flip video atau gambar berbalik. Peserta, 88% sangat paham materi penggunaan media sosial (facebook, youtube dan instagram) untuk mengupdate segala kegiatan yang berkaitan *tourism activity* di Pulau Akar dan sekitarnya. Peserta, 78% sangat memahami pengelolaan dan *design website*, pengenalan *platform (content management system)*, agar bisa ditemukan *online* diberi nama, *visitpulauakar.com*, *hosting* atau tempat website diletakkan, memberi nama *domain website* yang cocok (nama perusahaan, nama toko atau nama pribadi) dan nama mudah diingat dan mudah diucapkan. Dan peserta juga dapat, menjelaskan dua cara instalansi yakni menginstal

wordpress, joomla /drupal dan instal manual. Selanjutnya, memilih tampilan website; masuk ke website wordpress dashboard, cari teplate/thema, buat konten dengan page dan post; pantai, hasil laut, buah-buahan, kegiatan tradisional, kuliner dan kunjungan turis asing. Membuat dan mengatur menu, mengatur judul website, halaman utama website, pluginwebsite wordpress

Tabel 5. Hasil kuesioner bahasa inggris, pemasaran dan teknologi digital

Materi	SP	P	KP	TP	Jumlah
Bahasa inggris	627 %	79 %	80%	14%	800%
Pemasaran	568 %	69%	46%	18%	701%
Teknologi digital	404%	58%	26%	15%	505%
<i>Total</i>	1.599%	206%	152%	47%	2.010%

Dari tabel diatas meunjukkan keberhasilan pengabdian ini yakni peserta sangat paham menempati posisi paling tinggi, 1.599% dan yang terrendah, 47% dikarenakan kemampuan para peserta berbeda dan membutuhkan waktu belajar tambahan. Sedangkan minat dan penguasaan tertinggi dari ketiga materi adalah bahasa inggris, 800% dan yang terkecil, 505% di materi teknologi digital. Dan video hasil kegiatan ini telah diupload ke youtube online; "<https://www.youtube.com/watch?v=e9PoivFBP-Y&t=9s>" serta published dimedia online; Tribun Batam, 03 September 2019 dilaman, "<https://batam.tribunnews.com/2019/09/03/dosen-universitas-putera-batam-melaksanakan-pengabdian-ke-masyarakat-pulau-akar-batam?page=all>"

V KESIMPULAN

Melalui kegiatan pengabdian ini, masyarakat Pulau Akar secara khusus peserta yang tergabung dan ikut dalam proses pelaksanaan pengabdian merasakan hal yang berbeda dan mendapat pengetahuan serta keterampilan yang baru. Pelajar yang ikut memiliki semangat tinggi untuk hadir pada setiap pertemuan termasuk pelajar, pengemudi pancung dan para guru telah memahami tips berbahasa inggris yang mudah dan menempati posisi tertinggi yakni sangat paham, 800%, cara memperkenalkan dan pemasaran wisata menempati posisi kedua, sangat paham, 701% serta cara penggunaan teknologi *didigital* berada pada posisi ketiga sangat paham, 505%.

Peserta memiliki keterampilan berbahasa inggris menggunakan *greetings and self-introduction* pada setiap momen yang berbeda dan dapat memperkelakan diri sendiri dan orang lain. Peserta dapat menjelaskan tempat-tempat wisata dan objek tertentu, *telling diections*, peserta dapat memberi informasi arah jalan atau menjadi guide dan dan *offer to sell*, peserta mampu menawarkan produk kepada *visitors* asing. Peserta memahami tips *vocabulary*

mastering, kosa kata yang biasa digunakan setiap hari. Menguasai pengucapan (*pronunciation*) setiap kata yang diucapkan.

Peserta mendapatkan peningkatan pengetahuan dalam pemasaran. Menentukan nilai tiket masuk pada objek wisata yang dituju, memberi pelayanan yang baik dan cepat dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang dimiliki, dapat bersaing dan membuat sesuatu yang baru, unik dan tidak bisa ditiru, harga dibuat sesuai dengan pesaing, kemampuan dan permintaan pengunjung, penyaluran produk secara langsung atau melalui agen, promosi dengan kata, ungkapan dan gambar yang menarik serta menjadi sponsor.

Pada pembelajaran *digital technology*, peserta memiliki peningkatan keterampilan dalam menjalankan aplikasi video editor yakni aplikasi berbasis mobile inshot, mengedit foto; *cropping, rotation, layers dan masks, color and saturation* dan penajaman foto, edit video; *mengelompokkan video, shortcut editing, efek transisi, efek zoom, efek warna, menentukan jenis file (apakah untuk channel youtube atau video instagram)*, melakukan *trimming* atau potong video yaitu video dibukam di *pause*, dipotong, *diview and diplay*. Membuat *video clip* dengan *background*, memasukkan *music, video, sticker* dan *text* kedalam video, melakukan *flip video* atau gambar berbalik, media sosial (facebook, youtube dan instagram) untuk mengupdate yang berkaitan *tourism activities* sehingga bisa ditemukan *online* dan diberi nama '*visitpulauakar.com*.'

Jika dibandingkan dengan hasil pengamatan sebelum dan sesudah kegiatan dilakukan, hasil pengamatan awal melalui diskusi, peserta secara keseluruhan memiliki pengetahuan 40% dan setelah pendampingan pengajaran bahasa inggris meningkat 40% yakni 40% menjadi 80%, pemasaran meningkat 30% menjadi 70% dan *digital marketing* meningkat 10% menjadi 50%.

Pengabdian ini sudah cukup berhasil namun tidak menjawab keseluruhan kebutuhan masyarakat secara khusus dalam mengembangkan pariwisata sendiri baik dari keterampilan berbahasa inggris, promosi dan penggunaan teknologi digital disebabkan pertemuan belajar terbatas. Selain itu, peningkatan kunjungan turis asing masih belum terlihat ramai setelah pengabdian ini dilakukan sebab kegiatan ini baru kali pertama dilaksanakan di Pulau Akar. Maka, keberlanjutan dari kegiatan pengabdian ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk terus dilakukan pendampingan secepat mungkin.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada dosen dan mahasiswa yang telah memberi dukungan sampai terlaksananya kegiatan ini. Dan juga terimakasih kepada seluruh warga Kampung Pulau Akar, ketua RW, Ketua RT dan para guru.

Serta ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada KEMENRISTEKDIKTI telah mendanai kegiatan dalam bentuk hibah pengabdian kemitraan masyarakat (PKM) tahun anggaran 2019.

DAFTAR PUSTAKA

- (Bps Kepulauan Riau, 2013). Statistik Pengunjung Wisatawan Mancanegara Kepulauan Riau, Kepulauan Riau
- Arbainah, S, (2014). “Pemasaran Bersama Berbasis ICT Sebagai Media Promosi Alternatif Bagi UMKM Desa Wisata,” *Jabpi*, vol. 22, no. 2, pp. 180–187
- Hermawan, I (2016) J. Administrasi, B. Terapan, and P. N. Semarang. Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif SEMARANG, 15 – 16 Oktober 2016,” vol. 01, pp. 15–16
- Risnawaty. (2018). Pelatihan bahasa Inggris melalui media gambar dengan direct method. Prosiding seminar nasional hasil pengabdian. P. 324
- Roesdiono, E. (2013, Maret 01). Kenyamanan Bahasa untuk Dongkrak Pariwisata, *Kompasiana*, dikutip dari <https://www.kompasiana.com/eddyroesdiono/552b8a096ea834670b8b458d/kenyamanan-bahasa-untuk-dongkrak-pariwisata?page=all>
- Savitri, A.I, (2018). Folklore-base reading untuk meningkatkan pemahaman bacaan berbahasa inggris yang berkaitan dengan pariwisata di SMK Jayawisata Semarang. *Jurnal Harmoni*, 2 (1), p.45.
- Techinasia, (2015) “[INFOGRAFIS] Statistik Pengguna Internet dan Media Sosial Terbaru di Indonesia,” teknologi
- Widyastuti & Kusumadewi (2018). Penggunaan aplikasi duolingo dalam meningkatkan kemampuan kosakata bahasa inggris pada tenaga pengajar bimbingan belajar omega sains institut. *Jurnal ABDIMAS BSI*. 1 (2), p. 239