

---

---

**PELATIHAN ENGLISH FOR TOURISM UNTUK KAMPUNG ADAT KRANGGAN****ENGLISH FOR TOURISM TRAINING FOR KRANGGAN TRADITIONAL VILLAGE**

<sup>1</sup>Reza Anggriyashati Adara, <sup>2</sup>Nuryadi, <sup>3</sup>Sya'baningrum Prihartini, <sup>4</sup>Rido Budiman,  
<sup>5</sup>Novita Puspahaty, <sup>6</sup>M. Fakhra Ramadhan  
<sup>123456</sup>Universitas Islam 45

<sup>1</sup>reza.adara@gmail.com, <sup>2</sup>nuryadilinguistics.45bgr@gmail.com,

<sup>3</sup>syabanningrum@englit45bekasi.org, <sup>4</sup>rido@englishunisma.org,

<sup>5</sup>novita@englit45bekasi.org, <sup>6</sup>fakhran182@gmail.com

Masuk: 21 Agustus 2023	Penerimaan: 24 Desember 2023	Publikasi: 31 Desember 2023
------------------------	------------------------------	-----------------------------

**ABSTRAK**

Penggunaan bahasa Inggris untuk pariwisata dapat menarik turis mancanegara untuk mengunjungi sebuah tempat. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dalam berbahasa Inggris komunitas penggiat pariwisata di Kampung Adat Kranggan. Kegiatan ini berjudul *English for Tourism* dan dilakukan di kantor Kelurahan Jati Rangga. 20 peserta hadir dalam kegiatan ini yang terdiri dari warga sipil, PNS, dan berbagai elemen masyarakat yang ingin meningkatkan kualitas wisata di daerah Jati Rangga. Kegiatan ini terdiri dari tiga tahap. Tahapan pertama, para peserta diberikan presentasi mengenai kegunaan bahasa Inggris untuk membantu komunikasi dengan turis mancanegara. Tahapan kedua, para peserta diberikan presentasi mengenai frase-frase yang diperlukan ketika menggunakan bahasa Inggris untuk pariwisata. Tahapan ketiga, para peserta berlatih menggunakan frase-frase yang baru diajarkan dengan satu sama lain. Tahapan terakhir dipantau oleh pemateri untuk melihat penggunaan bahasa Inggris para peserta. Melalui survei yang dilakukan, mayoritas peserta memiliki pendapat yang positif mengenai kegiatan ini. Selain itu, materi yang diberikan juga dianggap sesuai. Namun, para peserta berharap kegiatan ini dapat dilakukan lebih sering sehingga mereka bisa menggunakan bahasa Inggris kepada turis mancanegara dengan lebih baik.

**Kata Kunci** : *English for Tourism*; Kampung Adat; Komunikasi.

**ABSTRACT**

*The use of English for tourism can attract tourists from different countries to visit a place. The present event aims to improve the English skills of a group of participants to communicate in English. The present event is titled English for Tourism and was conducted in a district office of Jati Rangga. The present event was attended by 20 participants. They consist of various stakeholders from people, civil servants, and different elements of society which are eager to improve the condition of tourism in Jati Rangga. There are three stages in order to conduct this research. The objectives of the first stage is to present the benefits of English toward tourism as it allows people to communicate with tourist from abroad. In the second stage, the participants were given a presentation about phrases that can be used to communicate with tourists. The last stage was practicing the phrases recently taught. This stage was monitored by the presenter. According to the survey held in the end of the event, most of the participants had positive perceptions toward the event. Nevertheless, the participants hoped for further events that can be held more often so that they can use English for tourism fluently.*

**Keywords** : *Cultural Villlage; Communication; English for Tourism.*

**A. PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan bidang yang dapat meningkatkan potensi sebuah daerah. Penelitian Rasool et al. (2021) mengenai pariwisata di negara-negara

berkembang menyimpulkan bahwa pariwisata memiliki potensi besar terhadap pendapatan bersih sebuah negara. Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan yang saling mempengaruhi antara pariwisata, perkembangan finansial, dan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, pariwisata di sebuah daerah perlu ditingkatkan karena dapat memperbaiki ekonomi daerah tersebut sekaligus negara dalam jangka panjang.

Berkenaan dengan peningkatan ekonomi melalui pariwisata, keberadaan kampung adat bisa menjadi sarana untuk meningkatkan potensi ekonomi daerah dan menjaga kearifan lokal melalui peningkatan citra daerah tersebut. Dalam hal ini, kampung adat dapat didefinisikan sebagai sebuah daerah yang seluruh atmosfernya merefleksikan keaslian dari daerah tersebut yang berupa budaya berbentuk (makanan, daerah wisata, akomodasi, fasilitas-fasilitas pendukung) dan budaya tidak berbentuk (lagu, musik, cerita-cerita rakyat) (Dewi et al., 2018). Keberadaan kampung adat penting karena berhubungan dengan citra yang dimiliki daerah tersebut. Citra memiliki pengaruh vital terhadap proses pengambilan keputusan dalam memilih daerah wisata yang ingin dituju (Marine-Roig, 2019). Ada tiga jenis komponen yang mempengaruhi citra yaitu kognitif, afektif dan konatif (Nowacki, 2019). Dalam hal ini kognitif berhubungan dengan pengetahuan dan kesadaran seseorang mengenai daerah wisata sedangkan komponen afektif berhubungan dengan perasaan seseorang komponen konatif merupakan aktivitas perilaku seseorang terhadap tempat wisata (Abaalzat et al., 2021). Melalui ketiga komponen tersebut, citra kampung adat terbentuk dan membuat seseorang ingin mengunjungi tempat tersebut. Oleh karena itu, kampung adat yang memiliki citra khusus yang membedakannya dari kampung-kampung adat yang lain perlu didukung agar dapat menarik lebih banyak wisatawan.

Sehubungan dengan poin terakhir di paragraf sebelumnya, kemampuan bahasa Inggris diperlukan untuk meningkatkan citra kampung adat karena sebagai bahasa internasional yang dapat membantu komunikasi dengan orang-orang dari berbagai penjuru dunia. Kemampuan bahasa Inggris untuk daerah wisata yang berfokus kepada kontak budaya seperti kampung adat sangat diperlukan karena wisatawan-wisatawan yang menikmati wisata berbasis budaya dalam bentuk kegiatan-kegiatan budaya atau tradisi perlu mendapat penjelasan yang menyeluruh dalam bahasa yang mungkin dimengerti oleh mereka (Elfiondri et al., 2021; Richards, 2018). Dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa Inggris sangat dibutuhkan oleh para pelaku wisata di kampung adat untuk dapat memasarkan program-program, kegiatan-kegiatan atau atraksi-atraksi yang ada di kampung adat tersebut.

Sehubungan dengan tulisan ini, Bekasi memiliki sebuah kampung adat bernama Kampung Adat Kranggan yang akan berperan menjadi mitra dalam paper ini. Kampung adat tersebut terletak di Jalan Jati Rangga Blok Lembur No.32, RT.002/RW.003, Jatirangga, Kec. Jatisampurna, Kota Bekasi, Jawa Barat 17434.



**Gambar 1.** Rumah dari Kayu Nangka, Kampung Adat Kranggan  
**Sumber:** Kurnia (2002)

Kampung adat Kranggan memiliki berbagai keunikan. Pertama, dari segi arsitektur, kampung adat Kranggan memiliki rumah tradisional yang seluruhnya terbuat dari kayu nangka. Pemilihan kayu nangka disebabkan sifat dari kayu nangka yang dianggap lebih kuat dari jenis-jenis kayu yang lainnya (Kurnia, 2022). Selain itu, warga kampung adat Kranggan memilih kayu nangka karena mengikuti kebiasaan leluhur. Kedua, kampung adat Kranggan memiliki banyak tradisi budaya yang menarik bagi wisatawan di dalam dan luar negeri. Sebagai contoh, kampung adat Kranggan memiliki upacara bernama Babarit yang berarti bersyukur atas kesejahteraan dan keselamatan (Merdeka.com, 2022). Keberadaan dua poin diatas dapat membantu dalam memasarkan kampung adat Kranggan kepada para wisatawan.



**Gambar 2.** Upacara Babarit  
**Sumber:** Fauzi (2008)

Oleh karena itu, kampung adat Kranggan memiliki potensi yang dapat dikembangkan sehingga kampung adat ini dapat sepopuler kampung-kampung adat lain seperti Desa Trunyan, Desa Tenganan dan Desa Panglipuran. Ketiga kampung adat tersebut terletak di Pulau Bali dan dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai penjuru dunia karena keunikan budaya yang dimilikinya. Berikut adalah ilustrasi kampung adat di Bali.



**Gambar 3.** Desa Panglipuran, Bali  
**Sumber:** Kemenparekraf (2019)

Kegiatan di kampung-kampung adat tersebut didesain untuk menarik minat wisatawan dengan keunikan budaya yang dimiliki mereka. Selain itu, aktivis desa adat yang bekerja di desa-desa ini mahir berbahasa Inggris. Oleh karena itu, penting bagi setiap penggiat kampung adat untuk dapat menggunakan bahasa Inggris dengan baik. Namun, penggiat kampung adat Kranggan sebagai mitra dalam *paper* ini belum memiliki kemampuan bahasa Inggris yang cukup. Hal tersebut diutarakan oleh Lurah Jatirangga, Ahmad Apandi. Beliau mengatakan bahwa kemampuan bahasa Inggris penggiat pariwisata di kampung adat Kranggan masih belum memadai. Hal tersebut menjadi kendala ketika kampung adat Kranggan mendapat kunjungan dari wisatawan dari luar negeri. Para penggiat kampung adat Kranggan belum bisa mengoptimalkan promosi pariwisata mereka karena keterbatasan penggunaan bahasa Inggris. Oleh karena itu pelatihan bahasa Inggris penting dilakukan. Dalam hal ini, kampung adat Kranggan memerlukan satu bagian khusus dari *English for specific purposes* (Bahasa Inggris untuk kebutuhan khusus) yaitu *English for tourism* (Bahasa Inggris untuk pariwisata).

Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat telah memusatkan tujuan mereka untuk memberikan peningkatan kemampuan berbahasa Inggris kepada penggiat kampung adat. Selain itu, Laili et al. (2022) membuat sebuah kegiatan pengabdian masyarakat di kampung adat Batara (Baca Taman Rimba) dengan tujuan untuk mempermudah penggiat di kampung adat tersebut untuk mempromosikan kampung adat Batara. Lebih lanjut lagi, Muliadi et al. (2020) mengembangkan pelatihan bahasa Inggris untuk pariwisata dan pendampingan kepada para penggiat wisata di kampung adat di Sade. Kegiatan-kegiatan di atas menunjukkan pelatihan bahasa Inggris untuk penggiat wisata kampung adat merupakan hal yang penting dilakukan untuk mendukung kegiatan wisata di kampung adat.

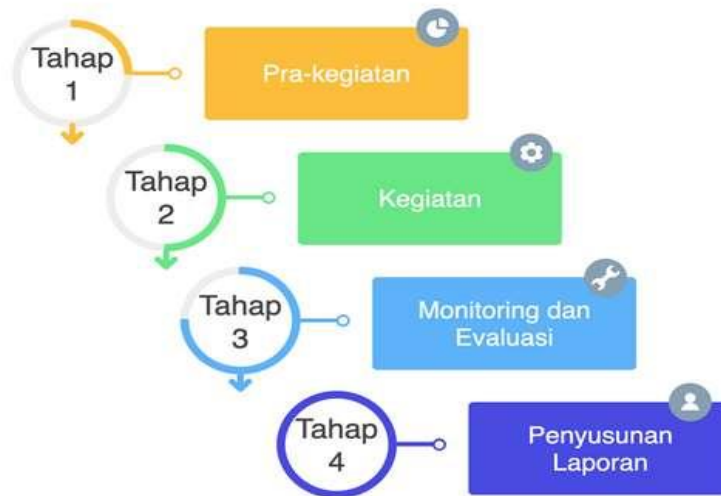
Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh mitra yaitu kurangnya kemampuan bahasa Inggris, penting dilaksanakannya sebuah pelatihan yang khusus melatih bahasa Inggris untuk kepentingan pariwisata. Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat dari Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi berencana membantu peningkatan kemampuan bahasa Inggris pelaku wisata kampung adat Kranggan melalui sebuah pelatihan berjudul *English for Tourism* untuk Kampung Adat Kranggan. Selain itu, kegiatan ini akan menjadi titik tolak bagi pelatihan-pelatihan serupa yang bertujuan untuk meningkatkan

kemampuan komunikasi para penggiat kampung adat, terutama kampung adat Kranggan.

## B. METODE

Kegiatan ini berupa pelatihan *English for tourism* kepada mitra yaitu para penggiat wisata di kampung adat Kranggan yang terdiri dari pegawai di kantor Kelurahan Jatirangga, para ketua RT dan RW di kelurahan Jatirangga, kelompok sadar wisata (pokdarwis), komunitas kreatif, komunitas mandiri dan para anggota karang taruna Jatirangga.

Berikut adalah diagram alir dari kegiatan ini:



Gambar 4. Diagram Alir Kegiatan

### 1. Pra-kegiatan

Sebelum kegiatan, tim pengabdian masyarakat melakukan wawancara dengan Abah Olot, tokoh kampung adat Kranggan dan Ahmad Apandi, Lurah Jatirangga. Berdasarkan wawancara dengan kedua tokoh tersebut, penggiat wisata di kampung adat Kranggan memiliki minat yang besar untuk memasarkan obyek-obyek wisata di kampung adat Kranggan seperti wisata Sumur Alet, Sumur Binong, tradisi Babarit dan baju adat Kranggan yaitu Cele kepada para wisatawan dari berbagai negara.





**Gambar 5.** Wisata Sumur Alet  
**Sumber:** Saputra (2023)



**Gambar 6.** Situs Sumur Boning  
**Sumber:** Simanjuntak (2022)



**Gambar 7.** Baju Adat Cele  
**Sumber:** Winandi (2023)

Terlepas dari keinginan para penggiat wisata kampung adat Kranggan untuk mempromosikan obyek-obyek wisata, kemampuan bahasa Inggris para penggiat masih dikategorikan kurang. Sebagai contoh, ketika kampung adat Kranggan menerima beberapa mahasiswa dari negara-negara ASEAN di bulan Juli 2023, penggiat wisata mengalami kesulitan untuk menjelaskan sejarah atau obyek-obyek wisata kepada mahasiswa-mahasiswa tersebut.

Oleh karena itu, kemampuan bahasa Inggris para penggiat wisata kampung adat Kranggan perlu ditingkatkan untuk mempromosikan tempat itu ke khalayak internasional. Selain menjelaskan sejarah obyek wisata di kampung adat Kranggan, kemampuan bahasa Inggris juga penting untuk membuat konten promosi wisata di media sosial seperti Instagram atau TikTok. Melalui konten media sosial dalam bahasa Inggris, calon wisatawan dari berbagai negara bisa mendapatkan informasi mengenai kampung adat Kranggan.



**Gambar 8.** Contoh Konten Promosi Wisata dalam Bahasa Inggris  
**Sumber:** Instagram Explorebali

## 2. Kegiatan

Berdasarkan kebutuhan dari mitra, tim pengabdian masyarakat membuat pelatihan berjudul *English for Tourism*. Pelatihan tersebut diberikan oleh Sya'baningrum Prihartini, dosen bahasa Inggris Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi. Pelatihan diadakan di lantai dua kantor Kelurahan Jatirangga, Bekasi dan berlangsung selama tiga puluh menit. Proses pengabdian masyarakat ini digambarkan dalam bagan berikut:



**Gambar 9.** Tahapan Kegiatan

## 3. Monitoring dan evaluasi

Selama pelatihan, observasi dilakukan untuk melihat apakah para peserta dapat mengikuti kegiatan dengan baik. Observasi dilakukan oleh pemateri di tahapan ketiga dari pelatihan. Para peserta diajak untuk mempraktekkan frase-frase yang diajarkan oleh pemateri. Dalam tahapan ini mahasiswa mendapat peran untuk menjadi pengawas yang membantu para peserta untuk berlatih mempraktekkan frase-frase dalam bahasa Inggris.

Setelah pelatihan, evaluasi dilakukan dalam bentuk angket yang diberikan secara daring melalui *skala likert* yang terdiri dari 'sangat setuju', 'setuju', 'tidak setuju', dan 'sangat tidak setuju'.

## C. HASIL ATAU PEMBAHASAN

### 1. Kegiatan

#### Tahap 1

Tahapan pertama dalam pelatihan ini adalah pengenalan *English for Tourism*. Pemateri memberikan presentasi mengenai signifikansi *English for Tourism* bagi penggiat wisata kampung adat Kranggan.



**Gambar 10.** Lokasi Pelatihan  
**Sumber:** Pribadi



**Gambar 11.** Tahapan Pertama  
**Sumber:** Pribadi

#### Tahap 2

Pada tahapan kedua, para peserta mendapat pengenalan terhadap frase-frase yang dapat digunakan untuk menyambut tamu, menanyakan pertanyaan lebih lanjut kepada tamu, dan mengantarkan tamu pulang.





**Gambar 12.** Tahapan Kedua  
**Sumber:** Pribadi

### Tahap 3

Di tahapan terakhir, para peserta mempraktekkan frase-frase yang mereka pelajari di tahapan sebelumnya. Tahapan ini berlangsung selama sepuluh menit. Sepanjang pelatihan, peserta terlihat antusias untuk mengikuti kegiatan.

Berikut adalah hasil angket yang dibagikan di akhir acara pelatihan:

**Tabel 1.** Hasil Angket

No	Pertanyaan	Persentase	Keterangan
1.	Apakah pemateri menyampaikan materi dengan jelas dan bisa dipahami?	100%	Sangat baik
2.	Apakah pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan untuk melayani wisatawan mancanegara?	95%	Sangat baik
3.	Apakah materi diberikan dengan cara yang menarik?	90%	Sangat baik
4.	Apakah waktu yang dialokasikan pemateri sesuai dengan kebutuhan peserta?	80%	Baik
5.	Apakah peserta tertarik untuk belajar lebih banyak mengenai English for tourism di masa mendatang?	80%	Baik

Terdapat beberapa masalah di lapangan, meskipun hasil angket menunjukkan hasil yang positif. Pertama, aliran listrik sempat mati sehingga acara sempat terjeda selama tiga puluh menit. Kedua, aula untuk kegiatan kurang luas sehingga peserta tidak dapat mempraktekkan frase-frase yang mereka pelajari dengan lebih leluasa. Namun semua kendala di atas dapat teratasi dengan langkah-langkah yang dilakukan tim pengabdian masyarakat seperti menghubungi PLN (Perusahaan Listrik Negara) di Bekasi.

#### **D. PENUTUP**

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengenalan *English for tourism* kepada penggiat wisata kampung adat Kranggan. Signifikansi bahasa Inggris sebagai bahasa global membuat penguasaan bahasa Inggris penting bagi penggiat kampung adat yang ingin mempromosikan keberadaan kampung adat Kranggan kepada wisatawan mancanegara. Pelatihan yang diadakan kali ini dapat menjadi titik tolak bagi pelatihan-pelatihan sejenis.

#### **E. UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu pada kegiatan ini, terutama Kepala Desa Jatirangga, Ahmad Apandi dan sesepuh Desa Adat Kranggan, Abah Olot.

#### **F. DAFTAR PUSTAKA**

- Abaalzat, K. H., Al-Sulaiti, K. I., Alzboun, N. M., & Khawaldah, H. A. (2021). The Role of Katara Cultural Village in Enhancing and Marketing the Image of Qatar: Evidence From TripAdvisor. *SAGE Open*, 11(2). <https://doi.org/10.1177/21582440211022737>
- Dewi, N. I. K., Astawa, I. P., Siwantara, I. W., & Mataram, I. G. A. B. (2018). Exploring the potential of cultural villages as a model of community based tourism. *Journal of Physics: Conference Series*, 953(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/953/1/012072>
- Elfiondri, Zaitul, & Rina, N. (2021). Tradition, cultural contact and English for tourism: the case of Mentawai, Indonesia. *Heliyon*, 7(6), e07322. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07322>
- Fauzi, A. . (2018, July 28). Salametan Bumi Adat Babarit Masyarakat Kranggan. AyoBekasi.Net.
- Kememparekraf. (2019). Festival Penglipuran Village (PVF) Desa Penglipuran, Bangli, Bali. . Kememparekraf.
- Kurnia, K. (2022, October 25). Mengenal Kampung Adat Kranggan dengan Rumah dari Kayu Nangka. Koran Gala.
- Laili, R. N., Nashir, M., & Wirawati, W. A. (2022). Pelatihan Bahasa Inggris bagi Kelompok Karang Taruna di Kampung Adat Baca Taman Rimba (Batara) Kalipuro – Banyuwangi. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(9), 3039–3046.
- Marine-Roig, E. (2019). Destination image analytics through traveller-generated content. *Sustainability (Switzerland)*, 11(12). <https://doi.org/10.3390/su10023392>
- Merdeka.com. (2022, October 27). Mengenal Kampung Kranggan Bekasi, Desa Adat yang Masih Eksis di Pinggiran Jakarta. Merdeka.Com.
- Muliadi, A., Firdaus, L., Dodi, I., Fathurrahman, D., Biologi, P. P., No, J. P., Pendidikan, P., Inggris, B., & No, J. P. (2020). Membudayakan Bahasa Inggris Di Kampung Adat Desa Sade Lombok Tengah. 2(1), 28–32. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v2i1.184>
- Nowacki, M. (2019). World Cities' Image in TripAdvisor Users' Reviews. *E-Review of Tourism Research (EETR)*, 16(2), 234–243.
- Rasool, H., Maqbool, S., & Tarique, M. (2021). The relationship between tourism and economic growth among BRICS countries: a panel cointegration analysis. *Future Business Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00048-3>

- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36(October), 12–21.  
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Saputra, A. . (2023, February 21). Destinasi Baru Wisata Sumur Alet di Kampung Adat Kranggan . Kompasiana.
- Simanjuntak, J. (2022, March 16). Kisah Sumur Binong Bekasi, Tanah dan Airnya Dibawa Ridwan Kamil ke Titik Nol IKN Nusantara . Sindonews.Com.
- Winandi, R. (2023, February 7). Mengenal Kampung Adat Kranggan Bekasi . Kompasiana.