



"KEEP MOVING FORWARD" ENGLISH CONVERSATION PRACTICE SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PERSONAL BRANDING DI ERA GLOBALISASI

Hayati Nupus¹, Sela Novitasari², Didi Haryadi³, Bela⁴, Maya Fitriah Atriani⁵,

^{1,2,3,4,5}Universitas Pamulang

Email : dosen03463@unpam.ac.id

Abstrak

Dalam lingkungan globalisasi saat ini, pentingnya conversation dalam bahasa Inggris tidak dapat diremehkan. Conversation dalam bahasa Inggris merupakan bahasa universal yang paling banyak digunakan di seluruh dunia dan merupakan bahasa utama dalam bisnis internasional. Bagi Indonesia yang ingin mengarungi tantangan dan peluang era pasar bebas dan globalisasi era, menguasai bahasa global khususnya conversation dalam bahasa Inggris sangatlah penting. Kemahiran conversation dalam conversation dalam bahasa Inggris membekali mereka untuk komunikasi yang efektif di dalam SAARC serta Masyarakat Ekonomi BIMSTEC dan negara-negara Uni Eropa. Dalam dunia manajemen, conversation dalam bahasa Inggris juga berperan sebagai bahasa internasional, memastikan komunikasi yang lancar dan memfasilitasi kerja sama yang sukses di antara beragam pemangku kepentingan. Komunikasi yang efektif sangat diperlukan dalam operasional bisnis. tanpanya, kolaborasi antara produsen, distributor, dan konsumen akan terhambat, yang menyebabkan penurunan efektivitas kewirausahaan. Menguasai conversation dalam bahasa Inggris memampukan kita untuk berinteraksi dengan percaya diri dengan mitra bisnis internasional, membina hubungan dengan orang-orang di seluruh dunia. maka dari itu, conversation dalam bahasa Inggris sangatlah penting sebagai upaya peningkatan personal branding dalam menghadapi era globalisasi.

Kata kunci : English, Conversation, personal branding, globalization era

Abstrak

In today's globalised environment, the importance of conversation in English cannot be underestimated. Conversation in English is the most widely used universal language worldwide and is the primary language in international business. For Indonesia, which seeks to navigate the challenges and opportunities of the free market era and the era of globalisation, mastering a global language, particularly conversation in English, is very important. Proficiency in English conversation equips them for effective communication within SAARC as well as the BIMSTEC Economic Community and European Union countries. In the field of management, English conversation also serves as an international language, ensuring smooth communication and facilitating successful cooperation among diverse stakeholders. Effective communication is essential in business operations. Without it, collaboration between producers, distributors, and consumers will be hindered, which leads to a decrease in entrepreneurial effectiveness. Mastering conversation in English enables us to interact confidently with international business partners, fostering relationships with people around the world. Therefore, conversation in English is very important as an effort to enhance personal branding in facing the era of globalization.

Keywords: English, Conversation, personal branding, globalization era.

PENDAHULUAN

Conversation dalam bahasa Inggris memegang peranan penting dalam mendukung interaksi sosial dan ekonomi kontemporer di era digital. Di dunia yang kompleks saat ini, individu sangat bergantung pada ponsel pintar mereka untuk mencari nafkah. Dengan menggunakan perangkat ini, orang dapat dengan mudah melakukan berbagai transaksi jual beli. Ada banyak alasan yang menjadi referensi berharga, yang memungkinkan setiap orang untuk

meningkatkan kemampuan conversation dalam bahasa Inggris mereka. Kachru (1985) menggarisbawahi pentingnya mengenali beragam bentuk conversation dalam bahasa Inggris yang digunakan secara global, mengklasifikasikannya menjadi Lingkaran Dalam, Lingkaran Luar, dan Lingkaran Berkembang. Lingkaran Dalam terdiri dari negara-negara di mana conversation dalam bahasa Inggris adalah bahasa utama, seperti Inggris, Amerika Serikat, Kanada, dan Australia. Lingkaran Luar mencakup

negara-negara di mana conversation dalam bahasa Inggris digunakan secara luas, seringkali sebagai bahasa kedua, seperti India dan Bangladesh. Terakhir, Lingkaran Berkembang mewakili wilayah di mana conversation dalam bahasa Inggris dipelajari sebagai bahasa asing, seperti ketika orang belajar conversation dalam bahasa Inggris di Indonesia.

Selain memfasilitasi kegiatan sosial ekonomi dan mengoperasikan perangkat elektronik, Conversation dalam bahasa Inggris telah memainkan peran penting dalam membina hubungan internasional. Menurut Bryson (2009), lebih dari 300 juta orang di seluruh dunia berbicara conversation dalam bahasa Inggris, dan sisanya tampaknya sedang berusaha mempelajarinya. Bahasa berfungsi sebagai faktor kunci dalam membangun koneksi dengan individu di seluruh dunia, sehingga memudahkan kita membangun hubungan dengan beragam budaya. Bahasa itu sendiri dapat berfungsi sebagai fondasi untuk memulai bisnis, karena komunikasi yang efektif merupakan inti dari usaha yang sukses di arena global.

Komunikasi berfungsi sebagai proses di mana individu, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan dan memanfaatkan informasi untuk membangun koneksi dengan lingkungan mereka dan orang lain. Bahkan ketika bahasa lisan tidak dipahami, komunikasi masih dapat terjadi melalui gestur, seperti tersenyum, menggelengkan kepala, dan mengangkat bahu. Bentuk komunikasi ini mencakup berbagai aspek seperti notifikasi, pengumuman, dan promosi, yang semuanya vital di dunia kita yang semakin terhubung dan multibahasa. Di era globalisasi kontemporer, lanskap ekonomi telah memperketat persaingan bisnis, baik di tingkat domestik maupun global. Komunikator perlu mengembangkan keterampilan antarbudaya, keahlian editorial, dan kemampuan berbicara di

depan umum, yang semuanya krusial di tingkat internasional, sebagaimana ditekankan oleh Lemana, Rosa, dan Juwardi (2017). Miina (2014) menyoroti bahwa keterampilan conversation dalam bahasa Inggris yang buruk dapat menghambat komunikasi yang efektif, yang menyebabkan salah tafsir, frustasi, dan hambatan di antara karyawan. Penguasaan keempat keterampilan conversation dalam bahasa Inggris membaca, berbicara, mendengarkan, dan menulis sangatlah penting. Conversation dalam bahasa Inggris memegang posisi yang sangat penting, tak terpisahkan dari keterampilan informasi dan komunikasi, terutama dalam dunia bisnis. Umumnya, individu yang bekerja untuk perusahaan internasional, termasuk pemberi kerja, karyawan, dan sekretaris, diharapkan memiliki keterampilan komunikasi yang efektif dan melakukan semua korespondensi dan dokumentasi dalam conversation dalam bahasa Inggris. Kemahiran conversation dalam bahasa Inggris sangat penting bagi mereka untuk melanjutkan pembelajaran dengan lancar dan tampil percaya diri saat wawancara. Berbicara di telepon dengan perwakilan perusahaan asing, bernegosiasi, dan mengekspresikan diri dalam conversation dalam bahasa Inggris seharusnya tidak menjadi tantangan. Selain itu, kemampuan mengatur perjalanan dan membuat dokumen untuk memfasilitasi conversation bisnis yang produktif meningkatkan profesionalisme individu yang telah menguasai dan mempertahankan kemahiran conversation dalam bahasa Inggris untuk komunikasi bisnis. Seiring berkembangnya bisnis, tekanan untuk menemukan cara yang lebih efektif untuk berkomunikasi dengan pekerja dan dunia luar semakin meningkat. Perusahaan yang beroperasi dalam skala global diwajibkan untuk unggul dalam conversation dalam bahasa Inggris.

Banyak orang menyadari pentingnya memahami fenomena

komunikasi untuk memahami gejala bisnis. Jika kita memandang bisnis dan komunikasi sebagai proses sosial, kita akan sampai pada kesimpulan bahwa komunikasi adalah bisnis dan, sebaliknya, bisnis adalah komunikasi. Artinya, pada tataran gejala, komunikasi dan bisnis merupakan gejala yang terintegrasi. Keduanya tidak dapat dipisahkan. Bisnis dan komunikasi sama-sama memulai aktivitasnya dengan menjalankan proses produksi. Rincian lebih lanjut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Dalam ranah komunikasi, keluaran disebut sebagai informasi. Informasi mencakup data, fakta, dan pengetahuan yang disampaikan dari satu entitas ke entitas lain. Di sisi lain, dalam konteks bisnis, produk yang dihasilkan adalah barang dan jasa. Bisnis menciptakan barang berwujud dan jasa tidak berwujud untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen. Namun, perlu dicatat bahwa ada beberapa contoh di mana informasi dan barang/jasa saling berpotongan. Dalam konteks tertentu, informasi itu sendiri dapat dianggap sebagai produk, terutama dalam industri media dan penerbitan. Misalnya, surat kabar, majalah, program televisi, dan konten daring menyampaikan informasi kepada konsumen, yang pada dasarnya menjadikan informasi sebagai komoditas. Dengan demikian, informasi menjadi produk dalam pengertian bisnis, mengaburkan batas antara informasi murni dan barang/jasa tradisional.
- b) Kemudian, bisnis dan komunikasi menyampaikan produk tersebut kepada pihak lain. Dalam komunikasi, pihak lain dapat disebut komunikator, audiens, tujuan, dan sebagainya. Sementara itu, dalam kegiatan

bisnis, pihak lain sering disebut sebagai konsumen, klein, pembeli, dan sebagainya.

- c) Komunikasi dan interaksi bisnis membangkitkan reaksi spesifik dan menghadapi hambatan yang berbeda. Pertukaran komersial berfungsi sebagai sarana untuk menjalin kemitraan, memanfaatkan sumber daya intelektual, dan memfasilitasi pertukaran ide. Baik itu melibatkan produk, layanan, atau organisasi, tujuannya adalah menciptakan nilai bagi bisnis yang beroperasi. Komunikasi bisnis membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang aspek internal dan eksternal bisnis. Secara internal, komunikasi mencakup elemen-elemen seperti visi, strategi, rencana, budaya perusahaan, nilai-nilai, prinsip-prinsip dasar, motivasi karyawan, dan ide-ide. Menurut Lathifah (2007), perusahaan tidak hanya bersaing di pasar domestik tetapi juga di panggung internasional, sehingga membutuhkan komunikasi yang efektif untuk membina hubungan yang kuat antar perusahaan.

Di sisi lain, komunikasi eksternal melibatkan bidang-bidang seperti branding, pemasaran, periklanan, hubungan pelanggan, hubungan masyarakat, hubungan media, dan negosiasi bisnis. Apapun bentuknya, upaya komunikasi ini memiliki tujuan yang sama: menciptakan nilai bisnis. Dengan memahami dan memenuhi kebutuhan komunikasi internal dan eksternal, bisnis dapat meningkatkan operasional mereka, membangun hubungan yang bermakna, dan berkembang di pasar global yang kompetitif. Efektivitas komunikasi dalam suatu organisasi bergantung pada konsensus di antara individu-individu yang terlibat dalam aktivitas komunikasi. Beberapa faktor mempengaruhi konsensus ini, termasuk kejelasan pesan,

cara penyampaian pesan, perilaku yang ditunjukkan selama komunikasi, dan situasi komunikasi, termasuk tempat dan waktu interaksi yang spesifik. Komunikasi organisasi biasanya menggunakan kombinasi berbagai metode komunikasi, termasuk saluran lisan, tertulis, dan siaran. Pendekatan yang beragam ini memudahkan dan memperjelas penyampaian dan penerimaan informasi, memastikan pesan dapat dipahami dan diakses oleh semua pihak yang terlibat. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini secara cermat dan memanfaatkan berbagai metode komunikasi, organisasi dapat mendorong pemahaman, kolaborasi, dan hasil yang sukses dalam interaksi internal mereka.

METODE

Kegiatan PKM ini menggunakan metode Tindakan Kelas (PTK). Garpersz dan Uktolseja (2020) menyatakan bahwa Pengabdian kepada masyarakat (PKM) Tindakan Kelas (PTK) merupakan pengabdian kepada masyarakat (PKM) reflektif dengan melakukan tindakan-tindakan tertentu yang bertujuan untuk meningkatkan praktik pembelajaran di kelas secara profesional dan memiliki peran penting dalam pengabdian kepada masyarakat (PKM) ilmiah karena menentukan kualitas hasil pengabdian kepada masyarakat (PKM). Oleh karena itu, para pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan menggunakan Pengabdian kepada masyarakat (PKM) Tindakan Kelas untuk membantu siswa meningkatkan keterampilan berbicara mereka menggunakan praktek English conversation dengan memecahkan masalah berbicara mereka. Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini menggunakan siklus Model Pengabdian kepada masyarakat (PKM) Tindakan berdasarkan Kemmis dan McTaggart (1988) yang dikutip dalam Burns (2010), yang menyatakan bahwa Pengabdian kepada masyarakat (PKM) Tindakan

Kelas (PTK) dilakukan dalam empat langkah: (1) Perencanaan, (2) Tindakan, (3) Observasi, dan (4) Refleksi. Perencanaan merupakan langkah awal untuk mempersiapkan pengajaran yang dirancang oleh para pemateri. Kemudian pemateri merencanakan beberapa hal, antara lain: menyusun strategi pembelajaran, menyiapkan bahan ajar, dan menentukan kriteria penilaian. Pada tahap tindakan, setelah membuat rencana, pemateri melaksanakan rencana yang telah dibuat. Salah satu pemateri bertindak sebagai guru conversation dalam bahasa Inggris di kelas berbicara berdasarkan rencana pembelajaran. Observasi memperhatikan kejadian di dalam kelas dan interaksi antara guru dan siswa, serta antar siswa di dalam kelas. Pemateri terdiri dari guru yang mengajar berbicara dengan metode Work in Pairs, dan seorang pengamat yang mengamati aktivitas kelas saat pelaksanaan pembelajaran berbicara dengan metode Work in Pairs berlangsung. Selain itu, refleksi merupakan kegiatan untuk menganalisis skor siswa dalam tes berbicara yang dilakukan di akhir pembelajaran. Hasil refleksi ini digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk merevisi strategi yang akan diterapkan pada siklus berikutnya jika terdapat permasalahan yang perlu dipecahkan. pengabdian ini dilaksanakan di salah satu SMK di Puloampel. Pemateri melakukan pengabdian kepada masyarakat (PKM) di tempat ini karena pemateri juga sedang menjalani kegiatan pengabdian kepada masyarakat di samping merupakan alumni sekolah tersebut. Pelaksanaan PKM dilaksanakan untuk kelas 10 dengan jumlah siswa 32 orang dalam satu kelas. pengabdi memilih pengabdian di kelas 10 karena pemateri sedang melakukan PKM. Sebelum siklus diterapkan di kelas, pemateri telah melakukan observasi kelas untuk menemukan permasalahan yang dihadapi siswa dalam berbicara conversation dalam bahasa Inggris.

Untuk mendukung temuan ini, pemateri menganalisis dokumen rekap nilai siswa. Setelah melakukan observasi dan analisis dokumen, pemateri menerapkan siklus dengan menggunakan strategi Work in Pairs untuk meningkatkan keterampilan berbicara siswa. Dalam menerapkan metode Kerja Berpasangan, siswa diberikan tes awal untuk mendapatkan nilai rata-rata kelas. Setelah itu, nilai rata-rata keterampilan berbicara siswa diukur berdasarkan kategori berikut.

Speaking Aspects	Very Poor 10-39	Poor 40-60	Quite Good 61-70	Good 71-80	Very Good 81-100
Pronunciation	No Correct Pronunciation	Makes a lot of mistakes in pronunciation	Makes several mistakes in conversation	Makes a few mistakes in conversation	No mistakes in the conversation
Fluency	No speaking produces correctly	Doesn't speak fluently, thinks too long	Speaks rather fluently, somewhat jumpy speaks	Quite fluently, sometimes stops a moment	Speaks very fluently
Vocabulary	Knows no vocabulary is needed	Knows few vocabularies needed	Knows several vocabularies needed	Knows many vocabularies needed	Knows all vocabularies needed
Word Order	No correct order	Poor order	Quite good order	Good order	Very good order
Grammar	No correct grammar	Makes a lot of mistakes in grammar	Makes several mistakes in grammar	Makes a few mistakes in grammar	No mistakes in grammar

Setelah mendapatkan rata-rata kelas, para pemateri mulai menerapkan metode Kerja Berpasangan selama empat pertemuan selama proses pembelajaran. Dalam pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini, para pemateri menerapkan metode Kerja Berpasangan dalam dua siklus. Setiap pertemuan dalam siklus tersebut memiliki tema yang berbeda yang harus didiskusikan dan dipresentasikan oleh siswa dengan pasangannya. Setelah itu, siswa akan diberikan tes akhir di setiap siklus yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan berbicara siswa. Setelah diberikan tes akhir, para pemateri mengolah skor rata-rata siswa menggunakan Excel, kemudian skor rata-rata tersebut dikategorikan berdasarkan tabel di atas.

HASIL PEMBAHASAN

Ukuran kriteria tetap menjadi salah satu faktor motivasi yang paling menonjol. Demikian pula, instrumentalitas menunjukkan penurunan pasca pendampingan siswa siswi SMK dalam conversation in English. Ukuran kriteria melibatkan upaya pembelajar untuk menguasai Conversation dalam bahasa Inggris, sementara instrumentalitas mengacu pada alasan praktis untuk penguasaan, seperti peluang kerja yang lebih baik atau gaji yang lebih tinggi (Taguchi dkk., 2009). Motivasi, terutama motivasi instrumental, biasanya mendorong pembelajar untuk mengerahkan upaya selama proses pembelajaran bahasa (Shahbaz & Liu, 2012). Penurunan dalam instrumentalitas dan ukuran kriteria mungkin menunjukkan bahwa pendampingan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode conversation in English atau conversation dalam bahasa Inggris tidak cukup memperkuat tujuan praktis atau upaya jangka panjang pembelajar. Hal ini sejalan dengan temuan Evans dan Tragant (2020) bahwa pengajaran yang buruk, latihan berbicara yang terbatas, atau perbedaan antara kemajuan yang diharapkan dan yang sebenarnya dapat mengurangi motivasi. Peserta didik mungkin merasa kemampuan berbahasa mereka tidak meningkat secepat yang diharapkan, atau bahwa kegiatan pendampingan tidak sepenuhnya memenuhi harapan mereka. kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini di masa mendatang sebaiknya mengeksplorasi harapan peserta didik dan bagaimana merancang program bersama dengan peserta dapat menyelaraskan kegiatan dengan faktor motivasi dengan lebih baik, sehingga berpotensi meningkatkan hasil. Kemampuan ideal dalam bahasa Inggris dalam diri siswa bahasa Inggris menunjukkan peningkatan setelah pengabdian kepada masyarakat tentang pendampingan conversation dalam bahasa Inggris. Meskipun Taguchi dkk.

(2009) menyatakan bahwa dampak diri seharusnya dalam bahasa Inggris umumnya menurun seiring menguatnya diri ideal dalam bahasa Inggris, studi ini mengamati peningkatan pada keduanya. Hal ini menunjukkan bahwa pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode conversation dalam bahasa Inggris membantu peserta membayangkan dan menginternalisasi identitas pengguna bahasa Inggris yang diinginkan di masa depan, yang mendukung perspektif teoritis tentang sifat dinamis dari panduan diri dalam motivasi. Pendampingan PKM di masa mendatang yang secara khusus berfokus pada dimensi-dimensi diri ini dalam PKM bahasa dapat memperdalam pemahaman tentang perkembangan dan interaksi mereka.

Studi ini memberikan bukti kuantitatif yang langka tentang PKM conversation dalam bahasa Inggris di Indonesia, berkontribusi melampaui karya kualitatif sebelumnya dan mengatasi kesenjangan dalam pengabdian kepada masyarakat (PKM) motivasi EFL. Penerapan Sistem Motivasi Diri bahasa Inggris Dörnyei menawarkan wawasan teoretis baru tentang bagaimana program imersif jangka pendek mempengaruhi motivasi diri pembelajar dalam konteks budaya tertentu. Peningkatan kepercayaan diri linguistik yang signifikan pasca Pendampingan menyoroti pentingnya Pengalaman Belajar, sementara pertumbuhan diri bahasa Inggris Ideal dan Seharusnya menggarisbawahi fleksibilitas panduan diri motivasional melalui keterlibatan yang autentik dan suportif. Untuk pendampingan EFL dan desain kurikulum, temuan ini menekankan perlunya menyeimbangkan pembinaan kepercayaan diri pembelajar dan pengalaman belajar positif dengan dukungan eksplisit untuk panduan diri mereka di masa depan dan tujuan praktis (instrumentalities). Selain itu, mengakui peran keluarga dan konteks sosial dalam motivasi sangat penting untuk program

yang responsif terhadap budaya. Dengan menyelaraskan kegiatan pengabdian dengan visi dan harapan jangka panjang peserta didik serta melibatkan para pemangku kepentingan dalam perancangan program, pengabdian conversation dalam bahasa Inggris dapat lebih mempertahankan dan meningkatkan motivasi serta hasil belajar peserta didik. Secara keseluruhan, studi ini memajukan pemahaman tentang motivasi bahasa Inggris yang dinamis, menekankan sifat komponen motivasi yang terus berkembang sebagai respons terhadap konteks pembelajaran, dan menyoroti pertimbangan bernuansa budaya yang penting bagi pendidikan conversation dalam bahasa Inggris yang efektif di Indonesia dan lingkungan EFL serupa. PKM ini menyelidiki dampak pendampingan conversation dalam bahasa Inggris terhadap faktor motivasi peserta, menggunakan versi adaptasi dari kuesioner Taguchi, Magid, dan Papi (2009). Pesertanya adalah tiga puluh siswa SMK dari puloampel, Indonesia, yang disurvei sebelum dan sesudah PKM. Hasil pengabdian pendampingan ini menunjukkan bahwa faktor linguistik Kepercayaan diri meningkat paling signifikan, menggarisbawahi pentingnya lingkungan imersif dan suportif dalam mengurangi kecemasan berbahasa dan meningkatkan kemauan untuk berkomunikasi. Khususnya, baik ukuran instrumentalitas maupun kriteria sedikit menurun pasca-pendampingan, menunjukkan kemungkinan ketidaksesuaian antara harapan awal peserta didik dan kemajuan yang mereka rasakan. Hal ini menunjukkan bahwa program imersi harus selaras tidak hanya dengan pengalaman peserta didik tetapi juga dengan tujuan jangka panjang mereka.

Menariknya, baik Diri bahasa Inggris Ideal maupun diri bahasa Inggris seharusnya meningkat bertentangan dengan temuan sebelumnya yang sering melaporkan melemahnya Diri bahasa Inggris seharusnya. Hal ini mungkin

mencerminkan karakteristik budaya peserta didik Indonesia, di mana harapan eksternal (misalnya, dari keluarga atau masyarakat) sering diinternalisasi sebagai motivasi pribadi. Peningkatan pengaruh keluarga yang moderat semakin menekankan pentingnya faktor sosiokultural dalam membentuk motivasi bahasa Inggris. Secara pedagogis, temuan-temuan ini menunjukkan bahwa pendampingan conversation dalam bahasa Inggris efektif dalam meningkatkan kepercayaan diri peserta didik dan membentuk konsep diri yang lebih positif sebagai pengguna conversation dalam bahasa Inggris. Namun, untuk memperkuat motivasi instrumental, pendampingan semacam itu harus menggabungkan konten yang berfokus pada karier. Misalnya, mengundang para profesional yang menggunakan conversation dalam bahasa Inggris dalam pekerjaan sehari-hari mereka pilot, insinyur, atau pramugari dapat membantu peserta menghubungkan pembelajaran conversation dalam bahasa Inggris dengan tujuan dunia nyata. Lokakarya atau tugas pembelajaran berbasis proyek (misalnya, menulis email, memberikan presentasi) juga dapat menawarkan pengalaman langsung kepada peserta didik dengan penggunaan bahasa dalam konteks profesional. Lebih lanjut, program yang dirancang khusus untuk conversation dalam bahasa Inggris untuk Tujuan Tertentu (ESP) dapat membantu peserta melihat relevansi conversation dalam bahasa Inggris dengan karir masa depan mereka. Terlepas dari kontribusi ini, pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini hanya mengandalkan data survei; Pengabdian kepada masyarakat (PKM) di masa mendatang dapat mencakup wawancara mendalam atau jurnal mahasiswa untuk memberikan wawasan yang lebih kaya tentang motivasi pelajar. Kedua, pendekatan etnografi kualitatif

dapat mengungkap faktor kontekstual tambahan yang mempengaruhi pergeseran motivasi selama pendampingan bahasa. Ketiga, penggunaan skala Likert empat poin mungkin membatasi kemampuan peserta untuk mengungkapkan pandangan yang bernuansa; pengabdian kepada masyarakat (PKM) di masa mendatang mungkin menggunakan skala yang lebih detail. Keempat, ukuran sampel kecil dan durasi program singkat. Pengabdian kepada masyarakat (PKM) selanjutnya sebaiknya melibatkan sampel yang lebih besar dan periode imersi yang lebih lama seperti program homestay atau program satu semester untuk mengevaluasi perubahan motivasi yang lebih berkelanjutan. Pengabdian kepada masyarakat (PKM) di masa mendatang juga sebaiknya mengeksplorasi variabel tambahan seperti otonomi dan demotivasi pelajar, yang terkait erat dengan perkembangan motivasi.

Tabel 1 Skor Rata-rata Pre-test dan Post-test

Aspek Penilaian	Skor Rata-rata Pre-test	Skor Rata-rata Post-test
Pemahaman umum tentang Bahasa Inggris	48%	85%
Pemahaman konsep brand image	52%	84%
Strategi penggunaan materi	45%	88%
Pembuatan conversation text	40%	82%
Analisis performa	35%	78%
Rata-rata keseluruhan	44%	84%

Peningkatan signifikan terlihat pada semua aspek pengetahuan, dengan rata-rata peningkatan sebesar **40 poin persentase**. Aspek yang mengalami **peningkatan tertinggi** adalah strategi penggunaan kosakata (dari 45% menjadi 88%), menunjukkan bahwa pelatihan konten dan pengelolaan akun sangat efektif dan mudah diaplikasikan oleh mitra. Aspek analisis performa konten mengalami peningkatan paling rendah, meskipun tetap signifikan, yang mengindikasikan perlunya pendampingan lanjutan untuk penggunaan fitur analitik secara lebih mendalam.

Dari hasil isian terbuka dalam kuesioner post-test, mitra menyatakan bahwa pelatihan:

"Memberikan wawasan baru yang sebelumnya belum pernah diketahui."

"Membantu memahami pentingnya mempelajari kosa kata bahasa inggris yang konsisten."

"berlatih conversation setiap hari"

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) metode campuran longitudinal dapat menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif. pemahaman tentang bagaimana motivasi pembelajar berkembang seiring waktu dalam berbagai jenis program imersi. Untuk membangun temuan ini, pengabdian kepada masyarakat (PKM) di masa mendatang harus melibatkan sampel peserta yang lebih besar dan lebih beragam untuk meningkatkan generalisasi hasil di berbagai wilayah, kelompok usia, dan tingkat kemahiran. Menerapkan desain metode campuran akan menawarkan wawasan yang lebih mendalam tentang pengalaman pribadi, harapan, dan respons emosional pembelajar di seluruh program imersi. Studi longitudinal juga penting untuk menentukan apakah peningkatan yang diamati dalam kepercayaan diri linguistik dan konsep diri bahasa Inggris berkelanjutan dari waktu ke waktu. Studi

perbandingan di berbagai konteks budaya atau instruksional dapat mengklasifikasi bagaimana faktor sosiokultural seperti dukungan keluarga dan harapan masyarakat berinteraksi dengan motivasi bahasa Inggris. Yang penting, beberapa pertanyaan masih belum terjawab: Mengapa ukuran instrumentalitas dan kriteria menurun meskipun ada peningkatan keseluruhan dalam kepercayaan diri dan panduan diri? Bagaimana ekspektasi peserta didik sebelum imersi mempengaruhi motivasi mereka setelah program? Dan apa peran otonomi atau demotivasi peserta didik selama dan setelah program tersebut? Menjawab pertanyaan-pertanyaan ini akan memperdalam pemahaman kita tentang motivasi dalam konteks EFL dan membantu menyempurnakan desain program imersi yang lebih efektif dan responsif terhadap budaya. Terlepas dari keterbatasannya, pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini menawarkan wawasan berharga tentang peran program imersi dalam membentuk motivasi bahasa Inggris dan dapat menjadi landasan bagi pengabdian kepada masyarakat (PKM) di masa mendatang. Secara keseluruhan, pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini menyoroti perlunya pendekatan pengajaran conversation dalam bahasa Inggris yang lebih peka terhadap konteks dan berwawasan budaya, khususnya dalam konteks EFL Indonesia.

KESIMPULAN

kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berdampak pada kemahiran conversation dalam bahasa Inggris dalam improvisasi personal branding operasional bisnis, tantangan komunikasi lintas budaya, dan strategi yang diterapkan oleh para profesional di pasar global. Melalui wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus dengan profesional bisnis dari berbagai industri dan wilayah, kegiatan ini mengungkapkan beberapa wawasan

penting. Hasil menunjukkan bahwa tingkat kemahiran conversation dalam bahasa Inggris yang lebih tinggi sangat berkaitan dengan operasional bisnis yang lebih lancar, terutama dalam negosiasi dan kolaborasi internasional. Peserta dengan kemampuan conversation dalam bahasa Inggris tingkat lanjut melaporkan hasil bisnis yang lebih sukses, sementara mereka yang memiliki kemampuan lebih rendah sering mengalami hambatan komunikasi, yang menyebabkan keterlambatan, kesalahpahaman, dan hilangnya peluang. Tantangan komunikasi lintas budaya sangat umum, sering kali diperburuk oleh hambatan bahasa. Kesalahpahaman akibat perbedaan budaya (Tan, 2024) dan beragamnya gaya komunikasi merupakan hal yang umum, namun para peserta menerapkan berbagai strategi untuk mengurangi masalah ini, termasuk menyederhanakan bahasa, memanfaatkan sumber daya multibahasa, dan menyesuaikan gaya komunikasi mereka agar lebih selaras dengan ekspektasi budaya rekan mereka.

Para siswa siswi SMK juga berpendapat bahwa pentingnya pengembangan profesional berkelanjutan dan dukungan organisasi dalam meningkatkan keterampilan conversation dalam bahasa Inggris. Perusahaan yang berinvestasi dalam pelatihan bahasa dan mengembangkan budaya belajar dianggap lebih kompetitif dan lebih siap untuk menangani tuntutan bisnis global. Temuan studi ini menggarisbawahi kebutuhan penting bagi bisnis untuk berinvestasi dalam pelatihan bahasa sebagai prioritas strategis. Dalam ekonomi global yang semakin terhubung, kemampuan berkomunikasi secara efektif dalam conversation dalam bahasa Inggris bukan hanya keterampilan yang berharga, tetapi sebuah keharusan untuk sukses. Bisnis yang memprioritaskan pelatihan bahasa bagi karyawannya tidak hanya akan meningkatkan efisiensi operasional mereka tetapi juga

memperkuat keunggulan kompetitif mereka di pasar internasional. Berinvestasi dalam pelatihan bahasa menawarkan manfaat ganda, yaitu memberdayakan karyawan untuk terlibat dengan percaya diri dalam lingkungan bisnis global, dan membantu organisasi meminimalkan risiko yang terkait dengan miskomunikasi lintas budaya. Dengan menumbuhkan lingkungan belajar yang inklusif dan suportif, bisnis dapat memastikan bahwa tenaga kerja mereka diperlengkapi dengan baik untuk menavigasi kompleksitas perdagangan internasional dan kolaborasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, H. D. (2007). *Principles of Language Learning and Teaching*. Pearson Education.
- Fitriani, S., & Ilyas, H. P. (2021). Teknik Pembelajaran Bahasa Inggris yang Menyenangkan untuk Taman Kanak-Kanak. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(2), 259–268. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i2.10129>
- Fitriana, H. A., Octaviani, A., & Dewi, P. (2017). Pengaruh Pengajaran Mendeley Reference Management Software terhadap Ketepatan Penulisan Sitasi dan Daftar Referensi. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(4).
- Handayani, S., (2016). Pentingnya Kemampuan Berbahasa Inggris Sebagai Dalam Menyongsong Asean Community 2015
- Harmer, J. (2007). *The Practice of English Language Teaching*. Pearson Longman.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2018). *Kurikulum 2013: Kompetensi Dasar Bahasa Inggris SMK/MAK*. Jakarta: Kemendikbud.
- Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). *Online Personal Branding: Processes, Challenges, and*

Implications. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37–50.

Indonesian Journal of Applied Linguistics, 3(1)

Montoya, P., & Vandehey, T. (2002). *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace*. McGraw-Hill.

Nupus, H., Djatmika, D., & Ngadiso, N. (2023). Pre-service teachers' language ideologies of dual language bilingual education program: A discourse in language education policy. *Voices of English Language Education Society*, 7(3), 775–787.
<https://doi.org/10.29408/veles.v7i3.21283>

Nurhayati, D. (2019). Improving Students' Speaking Skill through Role Play at Vocational High School. *Journal of English Education*, 7(2), 45–53.

Peters, T. (1997). The Brand Called You. *Fast Company Magazine*, Issue 10.

Richards, J. C. (2008). *Teaching Listening and Speaking: From Theory to Practice*. Cambridge University Press.

Roestiyah N.K. (2001) Strategi Belajar Mengajar, (Jakarta: Rineka Cipta)

Rampersad, H. K. (2008). *Authentic Personal Branding: A New Blueprint for Building and Aligning a Powerful Leadership Brand*. IAP Publishing.

Ubaedillah, U., Pratiwi, D. I., Huda, S. T., & Kurniawan, D. A. (2021). An exploratory study of English teachers : the use of social media for teaching english on distance learning. *IJELTAL (Indonesian Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics)*, 5(2), 361–372. <http://ijeltal.org/index.php/ijeltal/article/view/753/pdf>

Willis, J. (1996). *A Framework for Task-Based Learning*. Longman.

Yulia, Y. (2013). Teaching Challenges in Indonesia: Motivating Students and Teachers' Classroom Language.