



Pelatihan *English for Tourism* Berbasis *Artificial Intelligence* bagi Mahasiswa Pariwisata

Luh Widiani¹, Ander Sriwi², Lalu Mahsar³

Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Indonesia^{1,2,3}

E-mail : iluhwidhi29@gmail.com¹, andersriwi@gmail.com², mahsartravel32@gmail.com³

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi *English for Tourism* sekaligus kemampuan mahasiswa memanfaatkan *Artificial Intelligence* (AI) dalam penyusunan materi promosi pariwisata berbahasa Inggris. Program ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan industri pariwisata terhadap sumber daya manusia yang tidak hanya memiliki kemampuan komunikasi bahasa Inggris, tetapi juga literasi digital untuk menghasilkan konten promosi yang efektif. Sebagai bentuk inovasi, pelatihan mengintegrasikan pembelajaran *English for Tourism* dengan pemanfaatan AI generatif untuk membantu peserta menyusun deskripsi destinasi, slogan promosi, serta konten digital berbahasa Inggris secara lebih kreatif dan efisien. Kegiatan diikuti oleh 25 mahasiswa Program Studi Pariwisata STP Mataram selama dua hari melalui tahapan analisis kebutuhan, *pre-test*, penyampaian materi, praktik komunikasi, pelatihan penggunaan AI, *role play*, penyusunan proyek promosi digital, dan *post-test*. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kompetensi pada seluruh aspek yang diukur, dengan nilai rata-rata meningkat dari 57,10 menjadi 84,65 serta peningkatan tertinggi pada kemampuan memanfaatkan AI untuk promosi pariwisata sebesar 83,26%. Selain peningkatan skor, peserta berhasil menghasilkan produk berupa konten promosi destinasi wisata berbahasa Inggris berbantuan AI serta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam melayani wisatawan, menjelaskan destinasi, memberikan informasi perjalanan, dan menangani pertanyaan wisatawan. Program ini berkontribusi dalam meningkatkan kesiapan kerja mahasiswa melalui penguatan kompetensi komunikasi dan literasi digital yang relevan dengan transformasi industri pariwisata, sekaligus menjadi model pelatihan yang berpotensi diterapkan secara berkelanjutan pada pembelajaran *English for Tourism* di perguruan tinggi.

Kata Kunci: Pelatihan, *Artificial Intelligence*, *English for Tour Guides*.

Abstract

This community service program aimed to enhance students' *English for Tourism* competence while developing their ability to utilize *Artificial Intelligence* (AI) in creating English-language tourism promotional materials. The program was initiated in response to the tourism industry's growing demand for human resources who possess not only effective English communication skills but also digital literacy to produce engaging and competitive promotional content. As an innovative approach, the training integrated *English for Tourism* instruction with the use of generative AI to assist participants in developing destination descriptions, promotional slogans, and digital tourism content in English more creatively and efficiently. The program involved 25 students from the Tourism Study Program at STP Mataram and was conducted over two days through a series of activities, including needs analysis, a *pre-test*, instructional sessions, communication practice, AI training, role-play activities, digital tourism promotion project development, and a *post-test*. The results demonstrated significant improvement across all assessed competencies, with the average score increasing from 57.10 in the *pre-test* to 84.65 in the *post-test*. The highest improvement (83.26%) was observed in students' ability to utilize AI for tourism promotion. In addition to improved test scores, participants successfully produced AI-assisted English-language promotional content for tourism destinations and demonstrated greater confidence in welcoming tourists, explaining tourist attractions, providing travel information, and responding to visitors' inquiries. This program contributed to improving students' job readiness by strengthening both communication competence and digital literacy, which are essential in the ongoing digital transformation of the tourism industry. Furthermore, the program offers a sustainable training model that can be adopted in *English for Tourism* instruction at higher education institutions...

Keywords: Training, *Artificial Intelligence*, *English for Tour Guides*.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan potensi daerah melalui pemanfaatan sumber daya alam, budaya, serta kearifan lokal (Dariyanto et al., 2025). Secara global, industri pariwisata menunjukkan pemulihan yang sangat signifikan setelah pandemi COVID-19. UN *Tourism* melaporkan bahwa pada tahun 2024 jumlah perjalanan wisatawan internasional mencapai sekitar 1,4 miliar, atau sekitar 99% dari tingkat sebelum pandemi, yang menunjukkan meningkatnya mobilitas wisatawan dan kebutuhan akan sumber daya manusia pariwisata yang kompeten (Tourism, 2025). Di Indonesia, sektor pariwisata juga terus mengalami pertumbuhan yang ditandai dengan meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara serta kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional dan penyerapan tenaga kerja. Kondisi tersebut menuntut tersedianya tenaga kerja yang tidak hanya memiliki kompetensi teknis kepariwisataan, tetapi juga mampu berkomunikasi secara efektif dalam lingkungan kerja internasional.

Salah satu kompetensi yang menjadi tuntutan utama bagi calon tenaga profesional pariwisata adalah kemampuan berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris sebagai lingua franca dalam melayani wisatawan internasional (Sujaya, 2021). Oleh karena itu, penguasaan *English for Specific Purposes* (ESP), khususnya *English for Tourism*, menjadi kompetensi esensial yang harus dimiliki oleh mahasiswa pariwisata sebagai bekal memasuki dunia kerja yang semakin kompetitif (Isnaeni et al., 2022). Selain kemampuan berbahasa, perkembangan transformasi digital di sektor pariwisata juga mendorong kebutuhan terhadap lulusan yang

memiliki literasi digital dan mampu memanfaatkan teknologi berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dalam mendukung pelayanan, komunikasi, maupun promosi destinasi wisata. Penguatan kompetensi komunikasi dan literasi digital menjadi semakin penting seiring berkembangnya pemasaran digital dan penggunaan teknologi AI dalam industri pariwisata.

Sebagai institusi yang berfokus pada pendidikan vokasi di bidang pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram memiliki peran penting dalam mempersiapkan lulusan yang tidak hanya menguasai pengetahuan kepariwisataan, tetapi juga memiliki kemampuan komunikasi profesional sesuai kebutuhan industri. Mahasiswa pariwisata diproyeksikan untuk bekerja pada berbagai sektor, seperti *tour guide*, *tour leader*, petugas informasi wisata, staf hotel, pengelola destinasi, maupun pelaku usaha perjalanan wisata. Seluruh profesi tersebut menuntut kemampuan menggunakan Bahasa Inggris secara komunikatif dalam berbagai situasi pelayanan, seperti *welcoming guests*, *explaining landmarks*, *giving travel information*, *handling inquiries*, hingga *handling complaints* (Damayanti, 2025).

Meskipun mahasiswa telah memperoleh mata kuliah Bahasa Inggris selama proses perkuliahan, masih terdapat kesenjangan antara kompetensi akademik dengan kebutuhan komunikasi yang sesungguhnya di industri pariwisata. Berdasarkan hasil observasi awal dan analisis kebutuhan yang dilakukan bersama mitra, sebagian mahasiswa masih mengalami kesulitan menggunakan ungkapan-ungkapan fungsional dalam situasi pelayanan wisata, memiliki keterbatasan kosakata teknis kepariwisataan, serta kurang percaya diri ketika harus berkomunikasi secara spontan menggunakan Bahasa Inggris. Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri mengingat industri pariwisata lebih menekankan

kemampuan komunikasi praktis dibandingkan penguasaan tata bahasa semata (Damayanti, 2025). Apabila kondisi ini tidak segera ditingkatkan, lulusan berpotensi mengalami kesulitan beradaptasi dengan tuntutan dunia kerja, sehingga dapat memengaruhi daya saing mereka dalam memperoleh maupun mempertahankan pekerjaan pada industri pariwisata yang semakin kompetitif.

Selain keterampilan komunikasi, perkembangan teknologi digital juga menuntut calon tenaga kerja pariwisata untuk mampu memanfaatkan berbagai platform berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dalam mendukung pelayanan maupun promosi destinasi wisata (Tlili & Shehata, 2023). Namun demikian, pemanfaatan AI sebagai media pembelajaran maupun sebagai alat bantu penyusunan materi promosi berbahasa Inggris masih belum banyak diintegrasikan dalam proses pembelajaran mahasiswa pariwisata. Padahal, teknologi AI generatif dapat dimanfaatkan untuk membantu penyusunan deskripsi destinasi wisata, caption media sosial, brosur digital, maupun materi promosi lainnya secara lebih efektif dan efisien sehingga menjadi kompetensi yang semakin dibutuhkan oleh dunia industry (*United Nations Development Programme*, 2024).

Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan *English for Tourism* mampu meningkatkan kemampuan komunikasi mahasiswa maupun pelaku wisata (Ayuningtyas & Aji, 2021). Penelitian lain juga melaporkan bahwa pemanfaatan AI dalam pembelajaran bahasa dapat meningkatkan efektivitas belajar, kreativitas, serta kualitas umpan balik yang diterima peserta didik. Namun demikian, sebagian besar program tersebut masih berfokus pada peningkatan kompetensi bahasa atau literasi digital secara terpisah. Integrasi antara pendekatan *English for Specific*

Purposes (ESP) dengan pemanfaatan AI generatif dalam konteks promosi pariwisata masih relatif terbatas, khususnya pada kegiatan pengabdian kepada mahasiswa pendidikan vokasi pariwisata. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan akan program yang mampu mengembangkan kompetensi komunikasi profesional sekaligus keterampilan digital yang relevan dengan kebutuhan industri.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menawarkan inovasi berupa pelatihan *English for Tourism* yang mengintegrasikan pendekatan *English for Specific Purposes* (ESP), *Communicative Language Teaching* (CLT), praktik role play, penyelesaian proyek (*Project-Based Learning*), serta pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam penyusunan materi promosi pariwisata berbahasa Inggris. Melalui kombinasi pendekatan tersebut, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengalaman berkomunikasi dalam berbagai situasi pelayanan wisata, tetapi juga mengembangkan kemampuan menghasilkan konten promosi digital yang sesuai dengan kebutuhan industri pariwisata saat ini.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi *English for Tourism* mahasiswa Program Studi Pariwisata STP Mataram melalui pelatihan berbasis praktik dan pemanfaatan *Artificial Intelligence*. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan komunikasi profesional mahasiswa, memperkuat literasi digital dalam pengembangan promosi pariwisata, serta mempersiapkan lulusan yang lebih adaptif, profesional, dan berdaya saing dalam menghadapi transformasi digital industri pariwisata nasional maupun internasional.

METODE

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mahasiswa Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram yang dipersiapkan sebagai calon tenaga profesional di industri pariwisata, seperti *tour guide*, *tour leader*, petugas informasi wisata, staf hotel, maupun pengelola destinasi wisata. Sasaran kegiatan diprioritaskan bagi mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah dasar kepariwisataan dan Bahasa Inggris, sehingga memiliki bekal awal untuk mengikuti pelatihan yang berorientasi pada peningkatan kompetensi komunikasi profesional.

Berdasarkan hasil koordinasi awal dengan Program Studi Pariwisata STP Mataram dan analisis kebutuhan, ditemukan bahwa mahasiswa masih mengalami keterbatasan dalam menggunakan Bahasa Inggris secara komunikatif pada situasi pelayanan wisata, penguasaan kosakata teknis kepariwisataan, serta pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* untuk mendukung penyusunan materi promosi wisata. Kondisi tersebut menjadi dasar penyusunan program pelatihan yang berorientasi pada peningkatan kompetensi komunikasi profesional dan literasi digital mahasiswa.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Learning (PAL) yang dipadukan dengan *English for Specific Purposes* (ESP), Communicative Language Teaching (CLT), dan Project-Based Learning (PjBL). Pendekatan tersebut dipilih karena menempatkan peserta sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran melalui identifikasi kebutuhan, praktik komunikasi, refleksi, dan penyelesaian proyek autentik yang sesuai dengan kebutuhan industri pariwisata. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara sistematis melalui lima tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, monitoring, evaluasi, dan refleksi keberlanjutan

program sehingga dapat direplikasi pada kegiatan serupa.

Jumlah peserta direncanakan sebanyak 10 - 15 mahasiswa agar proses pelatihan, praktik, dan pendampingan dapat berlangsung secara efektif, interaktif, dan memberikan kesempatan yang cukup bagi setiap peserta untuk melakukan praktik komunikasi secara langsung (Dariyanto et al., 2025; Waskita et al., 2025).

Kegiatan dilaksanakan di lingkungan STP Mataram, seperti ruang kuliah atau laboratorium bahasa yang dilengkapi dengan akses internet, perangkat komputer, LCD proyektor, dan telepon pintar yang dimiliki peserta. Fasilitas tersebut mendukung pelaksanaan pelatihan berbasis praktik komunikasi serta pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam pembelajaran *English for Tourism*.

Tahap perencanaan diawali dengan koordinasi bersama pihak Program Studi Pariwisata STP Mataram untuk mengidentifikasi permasalahan mitra, menentukan jadwal pelaksanaan, menetapkan jumlah peserta, serta menyusun bentuk kegiatan pelatihan. Selanjutnya tim menyusun modul pelatihan *English for Tourism*, materi pemanfaatan Artificial Intelligence, skenario role play, serta proyek promosi digital yang disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa. Selain itu disusun pula instrumen evaluasi berupa soal pre-test dan post-test, lembar observasi aktivitas peserta, serta rubrik penilaian performa komunikasi yang divalidasi oleh dua dosen bidang Pendidikan Bahasa Inggris dan Pariwisata sebelum digunakan pada kegiatan.

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dirancang menggunakan pendekatan Participatory Action Learning (PAL) yang menekankan keterlibatan aktif mahasiswa dalam setiap tahapan

pembelajaran melalui diskusi, praktik, refleksi, dan evaluasi. Pendekatan tersebut dipadukan dengan *English for Specific Purposes* (ESP) dan Project-Based Learning (PjBL) sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai komunikasi profesional di bidang pariwisata, tetapi juga menghasilkan produk pembelajaran yang relevan dengan kebutuhan industri.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi bersama Program Studi Pariwisata STP Mataram untuk menyusun jadwal pelaksanaan, menentukan peserta, serta menyiapkan sarana pendukung pelatihan. Selanjutnya dilakukan need assessment melalui penyebaran kuesioner dan wawancara singkat guna mengidentifikasi kebutuhan mahasiswa terkait kemampuan komunikasi Bahasa Inggris, penguasaan kosakata kepariwisataan, serta pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pelayanan dan promosi wisata (Mulyono, 2024).

Sebagai data awal (baseline), peserta mengikuti pre-test yang mengukur kemampuan komunikasi Bahasa Inggris, penguasaan istilah teknis kepariwisataan (*tourism vocabulary*), penggunaan ungkapan pelayanan (*functional expressions*), serta pemahaman dasar mengenai pemanfaatan *Artificial Intelligence* untuk mendukung komunikasi dan promosi pariwisata. Hasil analisis kebutuhan tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang sesuai dengan kompetensi mahasiswa dan kebutuhan dunia kerja (Damayanti, 2025).

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan terdiri atas empat sesi utama yang saling terintegrasi.

Pelatihan English for Tourism

Peserta memperoleh materi mengenai komunikasi profesional dalam industri pariwisata yang meliputi penggunaan *functional expressions*,

kosakata kepariwisataan (*tourism vocabulary*), teknik menjelaskan objek wisata (*tour guiding narration*), komunikasi lintas budaya (*cross-cultural communication*), pelayanan wisatawan (*customer service*), serta strategi menangani berbagai situasi pelayanan wisata. Materi disampaikan melalui ceramah interaktif, diskusi kelompok, demonstrasi, dan latihan komunikasi yang menekankan penggunaan Bahasa Inggris secara komunikatif (Sujaya, 2021).

Pelatihan Pemanfaatan Artificial Intelligence

Pada sesi ini peserta diperkenalkan pada pemanfaatan berbagai platform *Artificial Intelligence*, seperti ChatGPT dan aplikasi AI lainnya, sebagai alat bantu pembelajaran dan pendukung pekerjaan di sektor pariwisata. Mahasiswa dilatih menggunakan AI untuk menyusun deskripsi destinasi wisata, membuat brosur digital, menghasilkan caption media sosial, menyusun *travel itinerary*, menerjemahkan informasi wisata, serta memperbaiki kualitas penulisan Bahasa Inggris. Selain itu, peserta juga memperoleh pelatihan mengenai teknik penyusunan prompt yang efektif sehingga mampu menghasilkan konten yang akurat, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik wisatawan internasional.

Praktik Komunikasi dan Simulasi Pelayanan Wisata (Role Play)

Mahasiswa mengikuti kegiatan role play yang mensimulasikan berbagai situasi pelayanan wisata yang umum dijumpai dalam dunia kerja, seperti menyambut wisatawan (*welcoming guests*), memperkenalkan destinasi wisata (*introducing tourist attractions*), menjelaskan objek wisata (*explaining landmarks*), memberikan petunjuk arah (*giving directions*), memberikan rekomendasi perjalanan (*giving recommendations*), menjawab pertanyaan wisatawan (*handling inquiries*), serta menangani keluhan pelanggan (*handling*

complaints). Simulasi dilakukan secara berpasangan maupun kelompok dengan umpan balik langsung dari tim pelaksana untuk meningkatkan kelancaran berbicara, ketepatan penggunaan ungkapan, dan rasa percaya diri mahasiswa (Isnaeni et al., 2022).

Penyusunan Proyek Promosi Pariwisata

Sebagai implementasi pembelajaran berbasis proyek, mahasiswa bekerja secara berkelompok untuk menghasilkan produk promosi pariwisata berbahasa Inggris dengan memanfaatkan *Artificial Intelligence*. Produk yang dihasilkan meliputi deskripsi destinasi wisata, brosur digital, caption media sosial, poster promosi, dan naskah singkat video promosi. Seluruh hasil proyek dipresentasikan di depan peserta lain untuk memperoleh masukan dan evaluasi dari tim pelaksana.

Tahap Monitoring

Selama pelaksanaan kegiatan, tim melakukan monitoring terhadap keterlibatan peserta melalui observasi langsung menggunakan lembar observasi yang memuat indikator keaktifan, kemampuan berkomunikasi, kerja sama kelompok, dan kemampuan memanfaatkan *Artificial Intelligence* dalam menyelesaikan tugas. Monitoring dilakukan pada setiap sesi untuk memastikan seluruh kegiatan berjalan sesuai rencana serta memberikan umpan balik secara langsung kepada peserta.

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test. Instrumen tes terdiri atas empat indikator kompetensi, yaitu:

1. penguasaan kosakata pariwisata,
2. penggunaan *functional expressions*,
3. kemampuan komunikasi lisan dalam simulasi pelayanan wisata,

4. kemampuan memanfaatkan *Artificial Intelligence* dalam penyusunan materi promosi.

Setiap indikator dinilai menggunakan rubrik skala 1–100. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa nilai rata-rata, persentase peningkatan, serta gain score sederhana untuk mengetahui efektivitas pelatihan. Selain evaluasi hasil belajar, kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan juga diukur menggunakan angket skala Likert lima tingkat yang dianalisis secara deskriptif.

Tahap Refleksi dan Keberlanjutan

Tahap refleksi dilakukan melalui diskusi bersama peserta dan pihak Program Studi Pariwisata STP Mataram untuk mengidentifikasi kelebihan, kendala, serta peluang pengembangan program pada masa mendatang. Sebagai bentuk keberlanjutan, seluruh modul pelatihan, materi praktik, dan panduan pemanfaatan *Artificial Intelligence* diserahkan kepada program studi sebagai bahan pendukung pembelajaran *English for Tourism*, sehingga kegiatan dapat diimplementasikan kembali secara mandiri maupun dikembangkan dalam program pelatihan berikutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan selama dua hari dengan melibatkan 25 mahasiswa Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung di ruang kelas dan laboratorium bahasa STP Mataram yang telah dilengkapi dengan jaringan internet, LCD proyektor, komputer, serta perangkat pendukung pembelajaran digital. Pemanfaatan fasilitas tersebut memungkinkan pelaksanaan pelatihan berlangsung secara interaktif dan mendukung

praktik penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) sebagai media pembelajaran.

Kegiatan diawali dengan pelaksanaan pre-test untuk mengidentifikasi kemampuan awal mahasiswa dalam menggunakan Bahasa Inggris untuk komunikasi di bidang pariwisata serta tingkat pemahaman mereka terhadap pemanfaatan *Artificial Intelligence* sebagai alat bantu pembelajaran dan promosi pariwisata. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa telah memiliki pengetahuan dasar mengenai kosakata umum Bahasa Inggris, namun masih mengalami kesulitan dalam menggunakan ungkapan komunikatif pada situasi pelayanan wisata, menjelaskan objek wisata secara sistematis, serta memanfaatkan teknologi AI untuk menghasilkan materi promosi berbahasa Inggris.

Selanjutnya, peserta mengikuti pelatihan yang terdiri atas beberapa sesi. Sesi pertama membahas *English for Tourism*, yang mencakup penggunaan *functional expressions* dalam pelayanan wisata, seperti *welcoming guests*, *introducing tourist attractions*, *explaining landmarks*, *giving directions*, *offering assistance*, *handling tourists' inquiries*, dan *handling complaints*. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah interaktif, diskusi kelompok, demonstrasi, serta latihan percakapan sehingga mahasiswa memperoleh kesempatan untuk mempraktikkan penggunaan Bahasa Inggris dalam situasi yang menyerupai dunia kerja.



Gambar 1. Dokumentasi Pelatihan



Gambar 2. Dokumentasi Pelatihan



Gambar 3. Dokumentasi Pelatihan

Pada sesi kedua, mahasiswa memperoleh pelatihan mengenai pemanfaatan *Artificial Intelligence* sebagai media pendukung pembelajaran dan promosi pariwisata. Peserta diperkenalkan pada teknik penyusunan prompt yang efektif untuk menghasilkan deskripsi destinasi wisata, brosur digital, caption media sosial, travel itinerary, serta berbagai materi promosi berbahasa Inggris. Seluruh mahasiswa mempraktikkan penggunaan AI secara langsung menggunakan komputer laboratorium maupun telepon pintar yang dimiliki masing-masing peserta.

Tabel 1 Aspek Kompetensi Pre-test dan Post Test

Aspek Kompetensi	Pre-test	Post-test	Peningkatan (%)
Kosakata Pariwisata	61.84	84.36	36.42
Speaking for Tour Guiding	58.72	82.48	40.46
English Expressions	60.56	85.12	40.56
Pemanfaatan AI untuk Promosi	47.28	86.64	83.26
Rata-rata	57.10	84.65	48.25

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh aspek kompetensi mengalami peningkatan setelah mahasiswa mengikuti pelatihan. Peningkatan terbesar terjadi pada aspek pemanfaatan Artificial Intelligence untuk promosi pariwisata (83,26%), yang mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa sebelumnya belum terbiasa memanfaatkan teknologi AI sebagai alat pendukung pembelajaran maupun penyusunan materi promosi wisata. Sementara itu, aspek *Speaking for Tour Guiding, English Expressions*, dan Kosakata Pariwisata juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan dengan persentase peningkatan antara 36% hingga 41%. Secara keseluruhan, nilai rata-rata peserta meningkat dari 57,10 menjadi 84,65, yang menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan kompetensi komunikasi Bahasa Inggris sekaligus literasi digital mahasiswa sebagai calon tenaga profesional di bidang pariwisata.

Sesi berikutnya difokuskan pada penyusunan proyek promosi pariwisata berbasis *Project-Based Learning*. Mahasiswa bekerja secara berkelompok untuk menghasilkan berbagai produk promosi dalam Bahasa Inggris menggunakan bantuan *Artificial Intelligence*. Produk yang dihasilkan meliputi deskripsi destinasi wisata, brosur digital, poster promosi, caption media sosial, serta naskah singkat video promosi yang disusun berdasarkan karakteristik destinasi wisata di Nusa Tenggara Barat.

Pelatihan kemudian dilanjutkan dengan kegiatan role play yang mensimulasikan berbagai situasi pelayanan wisata yang umum dijumpai di industri pariwisata. Mahasiswa secara bergantian mempraktikkan peran sebagai tour guide dan wisatawan mancanegara melalui skenario seperti menyambut tamu, memperkenalkan destinasi wisata, menjelaskan atraksi wisata, memberikan rekomendasi perjalanan, menjawab pertanyaan

wisatawan, hingga menangani keluhan pelanggan. Simulasi tersebut memberikan pengalaman belajar yang mendekati kondisi kerja nyata sehingga mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan komunikasi profesional sebelum memasuki dunia industri.

Selama pelaksanaan kegiatan, mahasiswa menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta dalam mengajukan pertanyaan, berdiskusi mengenai penggunaan *Artificial Intelligence*, mengeksplorasi berbagai variasi prompt, serta memberikan umpan balik terhadap hasil proyek kelompok lain (Kasneci & Sessler, 2023). Sebagian besar mahasiswa juga menyampaikan bahwa pelatihan memberikan pengalaman baru karena mereka memperoleh kesempatan untuk mengintegrasikan kemampuan Bahasa Inggris dengan teknologi Artificial Intelligence dalam konteks pembelajaran kepariwisataan.

Peningkatan Keterampilan Mahasiswa

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kompetensi mahasiswa setelah mengikuti seluruh rangkaian pelatihan. Peningkatan tersebut terlihat dari hasil pre-test dan post-test, observasi selama praktik komunikasi, serta kualitas proyek promosi pariwisata yang berhasil dihasilkan oleh setiap kelompok.

Sebelum pelatihan, sebagian besar mahasiswa masih mengalami kesulitan menggunakan ungkapan pelayanan wisata secara komunikatif dan kurang percaya diri ketika harus berbicara secara spontan dalam Bahasa Inggris. Setelah mengikuti pelatihan, mahasiswa mampu menggunakan berbagai *functional expressions* dengan lebih tepat, menjelaskan destinasi wisata secara runtut, serta berkomunikasi secara lebih lancar dalam berbagai situasi pelayanan wisata. Selain itu, mahasiswa juga menunjukkan

peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan *Artificial Intelligence* untuk menghasilkan materi promosi pariwisata yang lebih informatif, komunikatif, dan menarik.

Perubahan juga terlihat pada kualitas praktik role play. Pada awal pelatihan, sebagian besar mahasiswa masih bergantung pada naskah dan menggunakan kosakata yang terbatas ketika melakukan simulasi kependudukan wisata. Setelah mengikuti latihan dan memperoleh umpan balik dari fasilitator, mahasiswa mampu berbicara dengan lebih percaya diri, menggunakan variasi kosakata yang lebih luas, serta menampilkan interaksi yang lebih alami sesuai dengan standar pelayanan wisata profesional.

Luaran kegiatan tidak hanya berupa peningkatan kompetensi mahasiswa, tetapi juga berupa produk pembelajaran yang dihasilkan selama pelatihan. Setiap kelompok berhasil menyusun sedikitnya satu paket materi promosi pariwisata berbahasa Inggris yang terdiri atas deskripsi destinasi wisata, brosur digital, caption media sosial, dan poster promosi berbasis *Artificial Intelligence*. Produk-produk tersebut dapat dimanfaatkan sebagai portofolio akademik mahasiswa sekaligus media pembelajaran pada mata kuliah kepariwisataan dan Bahasa Inggris.

Berdasarkan hasil angket evaluasi, mayoritas mahasiswa menyatakan bahwa materi pelatihan relevan dengan kebutuhan dunia kerja, mudah dipahami, serta memberikan pengalaman baru dalam memanfaatkan *Artificial Intelligence* sebagai pendukung komunikasi profesional di bidang pariwisata. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi perkembangan teknologi dan tuntutan industri pariwisata global.

Keberhasilan pelaksanaan kegiatan didukung oleh beberapa faktor, antara lain dukungan Program Studi Pariwisata STP Mataram

dalam penyediaan ruang pelatihan, laboratorium bahasa, jaringan internet, serta fasilitas pembelajaran yang memadai. Antusiasme dan motivasi mahasiswa yang tinggi untuk meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris dan literasi digital juga menciptakan suasana pembelajaran yang aktif, kolaboratif, dan interaktif. Selain itu, ketersediaan perangkat digital memungkinkan mahasiswa mempraktikkan penggunaan *Artificial Intelligence* secara langsung selama pelatihan.

Di sisi lain, beberapa kendala masih ditemui selama pelaksanaan kegiatan. Tingkat kemampuan Bahasa Inggris mahasiswa yang beragam menyebabkan adanya perbedaan kecepatan dalam memahami materi sehingga fasilitator perlu memberikan pendampingan yang lebih intensif kepada beberapa peserta. Selain itu, sebagian mahasiswa masih belum terbiasa menggunakan platform *Artificial Intelligence* sehingga memerlukan waktu tambahan untuk memahami teknik penyusunan prompt yang efektif. Keterbatasan jumlah perangkat komputer di laboratorium juga menyebabkan beberapa aktivitas praktik dilakukan secara berkelompok.

Meskipun demikian, berbagai kendala tersebut dapat diatasi melalui pendampingan langsung oleh tim pengabdian, penerapan pembelajaran kolaboratif antarmahasiswa, serta penyediaan modul pelatihan yang dapat dipelajari kembali secara mandiri setelah kegiatan berakhir. Secara keseluruhan, seluruh target kegiatan berhasil dicapai, ditandai dengan meningkatnya kompetensi *English for Tourism*, kemampuan memanfaatkan *Artificial Intelligence* sebagai media pembelajaran dan promosi pariwisata, serta tersusunnya berbagai produk promosi digital yang dapat menjadi portofolio mahasiswa dalam mempersiapkan diri memasuki dunia kerja di industri pariwisata.

Salah satu keunggulan program pengabdian ini dibandingkan dengan pelatihan sejenis terletak pada integrasi *English for Tourism* dengan pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam satu model pembelajaran yang komprehensif. Berbagai program pengabdian sebelumnya umumnya berfokus pada peningkatan kemampuan komunikasi Bahasa Inggris atau pemanfaatan teknologi digital secara terpisah. Sebaliknya, program ini mengombinasikan pendekatan *English for Specific Purposes* (ESP), *Communicative Language Teaching* (CLT), *Task-Based Language Teaching* (TBLT), *Project-Based Learning* (PjBL), serta penggunaan AI generatif untuk mendukung komunikasi profesional dan penyusunan konten promosi pariwisata. Integrasi tersebut memungkinkan mahasiswa tidak hanya meningkatkan kemampuan berkomunikasi dalam Bahasa Inggris, tetapi juga mengembangkan literasi digital yang semakin dibutuhkan oleh industri pariwisata pada era transformasi digital. Dengan demikian, program ini menawarkan model pelatihan yang lebih kontekstual, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja dibandingkan pelatihan *English for Tourism* konvensional.

Output Program

Output utama kegiatan ini meliputi tersusunnya modul pelatihan *English for Tourism* berbasis *Artificial Intelligence*, meningkatnya kompetensi komunikasi Bahasa Inggris mahasiswa, serta dihasilkannya berbagai produk promosi digital berupa deskripsi destinasi wisata, brosur digital, poster promosi, caption media sosial, dan naskah video promosi berbahasa Inggris. Produk-produk tersebut dapat dimanfaatkan sebagai portofolio akademik mahasiswa maupun media pembelajaran pada mata kuliah kepariwisataan.

Outcome Program

Outcome program ditunjukkan oleh meningkatnya kesiapan mahasiswa dalam menghadapi program magang (internship) maupun dunia kerja di sektor pariwisata. Peningkatan kemampuan komunikasi profesional yang dipadukan dengan literasi digital memungkinkan mahasiswa lebih siap berinteraksi dengan wisatawan internasional serta memanfaatkan *Artificial Intelligence* sebagai pendukung pelayanan dan promosi destinasi wisata. Selain itu, mahasiswa memperoleh pengalaman menggunakan teknologi digital secara bertanggung jawab sehingga kompetensi tersebut diharapkan tetap berkembang setelah kegiatan berakhir.

Impact Program

Dalam jangka panjang, program ini berpotensi memberikan dampak terhadap peningkatan kualitas lulusan Program Studi Pariwisata STP Mataram melalui penguatan kompetensi komunikasi internasional dan literasi digital. Kompetensi tersebut mendukung pengembangan sumber daya manusia pariwisata yang lebih adaptif terhadap transformasi digital industri, sekaligus berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan wisata dan promosi destinasi yang lebih profesional.

Kendala Pelaksanaan

Selama pelaksanaan kegiatan terdapat beberapa kendala yang memengaruhi efektivitas pelatihan. Variasi kemampuan Bahasa Inggris peserta menyebabkan perbedaan kecepatan dalam memahami materi maupun menyelesaikan praktik komunikasi. Mahasiswa dengan kemampuan dasar yang lebih rendah memerlukan pendampingan yang lebih intensif, khususnya pada penggunaan *functional expressions* dan penyusunan narasi pemanduan wisata. Kondisi tersebut menyebabkan fasilitator perlu menerapkan

pembelajaran kolaboratif melalui kerja kelompok sehingga mahasiswa dengan kemampuan yang lebih baik dapat membantu peserta lainnya.

Kendala lain berkaitan dengan pemanfaatan *Artificial Intelligence*. Sebagian besar mahasiswa belum memiliki pengalaman menggunakan AI sebagai media pembelajaran sehingga membutuhkan waktu untuk memahami teknik penyusunan prompt yang efektif. Selain itu, keterbatasan jumlah perangkat komputer di laboratorium menyebabkan beberapa aktivitas praktik harus dilakukan secara berkelompok. Walaupun demikian, kendala tersebut dapat diatasi melalui penggunaan telepon pintar pribadi, pendampingan langsung oleh tim pengabdian, penyediaan modul pelatihan, serta pemberian contoh prompt yang dapat dipelajari kembali secara mandiri. Pengalaman tersebut menjadi pembelajaran penting bagi pelaksanaan program berikutnya, yaitu perlunya pelatihan dasar penggunaan AI sebelum memasuki tahap penyusunan proyek promosi digital.

Keterbatasan Program

Kegiatan pengabdian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah peserta masih terbatas sehingga hasil kegiatan belum dapat digeneralisasikan pada seluruh mahasiswa Program Studi Pariwisata. Kedua, durasi pelatihan yang hanya berlangsung selama dua hari belum memungkinkan penguasaan kompetensi komunikasi profesional secara optimal. Ketiga, evaluasi yang dilakukan masih berfokus pada peningkatan kompetensi jangka pendek melalui hasil pre-test, post-test, observasi, dan produk proyek, sehingga belum mengukur keberlanjutan kompetensi mahasiswa setelah beberapa bulan mengikuti pelatihan. Keempat, kegiatan ini belum mengevaluasi secara langsung pengaruh pelatihan terhadap performa mahasiswa selama praktik industri (internship) maupun setelah memasuki

dunia kerja. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah peserta yang lebih besar, durasi pendampingan yang lebih panjang, serta evaluasi longitudinal untuk mengukur dampak program terhadap kesiapan kerja dan kinerja mahasiswa di industri pariwisata.

DISKUSI

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan *English for Tourism* yang dipadukan dengan pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) berhasil meningkatkan kompetensi komunikasi mahasiswa Program Studi Pariwisata STP Mataram serta kemampuan mereka dalam menghasilkan materi promosi pariwisata berbahasa Inggris. Peningkatan tersebut tidak hanya ditunjukkan oleh kenaikan skor pre-test dan post-test, tetapi juga oleh perubahan kemampuan mahasiswa selama kegiatan praktik dan simulasi pelayanan wisata. Pada awal pelatihan, sebagian besar mahasiswa masih bergantung pada naskah ketika melakukan presentasi, memiliki keterbatasan kosakata kepariwisataan, serta kurang percaya diri dalam menggunakan Bahasa Inggris secara spontan. Setelah mengikuti pelatihan, mahasiswa mampu menjelaskan destinasi wisata dengan lebih sistematis, menggunakan ungkapan pelayanan yang lebih komunikatif, serta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri saat melakukan simulasi interaksi dengan wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan penguasaan aspek linguistik, tetapi juga mengembangkan kompetensi komunikatif yang menjadi salah satu keterampilan utama yang dibutuhkan oleh lulusan pariwisata ketika memasuki dunia kerja.

Keberhasilan tersebut dapat dijelaskan melalui pendekatan pembelajaran yang diterapkan selama kegiatan. Pelatihan dirancang berdasarkan prinsip *Communicative Language Teaching* (CLT)

yang menempatkan komunikasi sebagai tujuan utama pembelajaran Bahasa Inggris (Richards, 2006). Melalui kegiatan role play, diskusi kelompok, presentasi, dan simulasi pelayanan wisata, mahasiswa memperoleh kesempatan menggunakan Bahasa Inggris dalam situasi yang menyerupai lingkungan kerja di industri pariwisata. Pendekatan tersebut memungkinkan mahasiswa mengembangkan kemampuan berbahasa melalui interaksi yang bermakna (*meaningful interaction*), bukan sekadar menghafal kosakata maupun struktur gramatikal. Praktik komunikasi yang autentik membantu mahasiswa meningkatkan kelancaran berbicara (*fluency*), ketepatan penggunaan ungkapan (*appropriacy*), serta kemampuan memilih strategi komunikasi yang tepat ketika menghadapi berbagai situasi pelayanan wisata (Ellis, 2003).

Selain menerapkan prinsip *Communicative Language Teaching*, kegiatan ini juga mengintegrasikan pendekatan *Task-Based Language Teaching* (TBLT) melalui penyelesaian tugas-tugas autentik yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Mahasiswa tidak hanya mempelajari teori mengenai komunikasi dalam industri pariwisata, tetapi juga diminta menghasilkan berbagai produk, seperti deskripsi destinasi wisata, brosur digital, caption media sosial, dan materi promosi lainnya menggunakan bantuan *Artificial Intelligence*. Dalam perspektif TBLT, penyelesaian tugas nyata memberikan kesempatan kepada peserta untuk menggunakan Bahasa Inggris sebagai alat mencapai tujuan tertentu sehingga proses pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan bermakna. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya mengembangkan kompetensi kebahasaan, tetapi juga memperoleh pengalaman dalam menyelesaikan pekerjaan yang umum dijumpai di industri pariwisata.

Pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam pelatihan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan literasi digital mahasiswa. Sebelum mengikuti kegiatan, sebagian besar peserta belum terbiasa menggunakan AI sebagai alat bantu pembelajaran maupun penyusunan materi promosi. Setelah memperoleh pelatihan, mahasiswa mampu memanfaatkan AI untuk menghasilkan deskripsi destinasi wisata, menyusun travel itinerary, membuat caption media sosial, memperbaiki struktur kalimat, serta mengembangkan konten promosi dalam Bahasa Inggris secara lebih efektif. Meskipun demikian, hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa penggunaan AI tetap memerlukan kemampuan berpikir kritis dan pemahaman konteks agar informasi yang dihasilkan sesuai dengan karakteristik destinasi wisata dan kebutuhan wisatawan. Oleh karena itu, AI lebih tepat diposisikan sebagai teknologi pendukung (*learning assistant*) yang memperkuat kompetensi mahasiswa, bukan sebagai pengganti kemampuan komunikasi maupun kreativitas manusia.

Hasil kegiatan ini juga memperkuat konsep *English for Specific Purposes* (ESP) yang menekankan bahwa pembelajaran Bahasa Inggris akan lebih efektif apabila disusun berdasarkan analisis kebutuhan (*needs analysis*) peserta (Ellis, 2003; Hutchinson & Waters, 1987). Seluruh materi pelatihan dirancang sesuai dengan kompetensi yang dibutuhkan oleh mahasiswa sebagai calon tenaga profesional di bidang pariwisata, meliputi kemampuan menyambut wisatawan (*welcoming guests*), memperkenalkan destinasi wisata (*introducing tourist attractions*), menjelaskan objek wisata (*explaining landmarks*), memberikan petunjuk arah (*giving directions*), memberikan rekomendasi perjalanan (*giving recommendations*), hingga menangani pertanyaan dan keluhan wisatawan (*handling inquiries* dan

handling complaints). Kesesuaian antara materi pelatihan dengan kebutuhan dunia kerja menjadikan proses pembelajaran lebih relevan sehingga mahasiswa dapat membayangkan penerapan kompetensi tersebut ketika menjalani praktik industri maupun memasuki dunia kerja setelah lulus.

Temuan dalam kegiatan pengabdian ini sejalan dengan penelitian (Damayanti, 2025) yang menyatakan bahwa kompetensi komunikatif merupakan salah satu faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan dalam industri pariwisata. Walaupun penelitian tersebut berfokus pada pemandu wisata profesional, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pengembangan kompetensi komunikatif perlu dimulai sejak mahasiswa masih berada di bangku perguruan tinggi (Putra, 2020). Dengan demikian, lulusan memiliki kesiapan yang lebih baik untuk berkomunikasi dengan wisatawan internasional serta mampu memberikan pelayanan yang profesional sejak awal karier mereka.

Hasil kegiatan ini juga mendukung berbagai program pengabdian sebelumnya. (Sujaya, 2021) melaporkan bahwa pelatihan Bahasa Inggris mampu meningkatkan rasa percaya diri peserta dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan asing. Temuan serupa terlihat pada mahasiswa STP Mataram yang menunjukkan peningkatan keberanian dan kelancaran ketika melakukan simulasi pelayanan wisata setelah mengikuti pelatihan. Sementara itu Isnaeni et al., (2022) menegaskan bahwa penguasaan istilah teknis Bahasa Inggris merupakan salah satu indikator profesionalisme di bidang kependudukan wisata. Kegiatan ini melengkapi temuan tersebut dengan mengintegrasikan pemanfaatan Artificial Intelligence sebagai media pembelajaran sehingga mahasiswa tidak hanya menguasai istilah teknis kepariwisataan, tetapi juga memiliki keterampilan

digital yang semakin dibutuhkan oleh industri pariwisata modern.

Selain itu, hasil kegiatan ini juga memperluas temuan (Mulyono, 2024) yang menekankan pentingnya pengembangan materi English for Tourism yang kontekstual sesuai kebutuhan industri. Pada kegiatan ini, pembelajaran tidak hanya difokuskan pada penguasaan komunikasi lisan, tetapi juga pada kemampuan mahasiswa menghasilkan produk promosi pariwisata berbasis digital menggunakan *Artificial Intelligence*. Integrasi tersebut memberikan pengalaman belajar yang lebih komprehensif karena mahasiswa mengembangkan kemampuan komunikasi, kreativitas, kolaborasi, dan literasi digital secara bersamaan. Kompetensi tersebut selaras dengan tuntutan industri pariwisata yang saat ini semakin mengutamakan penguasaan teknologi digital dan kemampuan berkomunikasi secara global.

Dari perspektif pendidikan tinggi vokasi, kegiatan pengabdian ini memiliki implikasi yang penting terhadap peningkatan kualitas lulusan Program Studi Pariwisata STP Mataram. Penguasaan *English for Tourism* yang didukung oleh kemampuan memanfaatkan *Artificial Intelligence* akan meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam mengikuti program magang (*internship*), praktik industri, maupun memasuki pasar kerja nasional dan internasional. Selain memperkuat kompetensi individu, kemampuan tersebut juga berpotensi meningkatkan kualitas pelayanan pada industri pariwisata secara lebih luas, karena lulusan yang memiliki kompetensi komunikasi dan literasi digital yang baik akan mampu memberikan pengalaman pelayanan yang lebih profesional kepada wisatawan sekaligus mendukung promosi destinasi wisata melalui media digital.

Salah satu temuan yang menarik selama pelaksanaan program adalah bahwa pemanfaatan *Artificial Intelligence* tidak hanya membantu mahasiswa menghasilkan materi promosi pariwisata secara lebih cepat, tetapi juga mempercepat penguasaan kosakata teknis (*tourism vocabulary*) yang sebelumnya sulit dipahami. Ketika mahasiswa menggunakan AI untuk menyusun deskripsi destinasi, travel itinerary, maupun caption media sosial, mereka memperoleh contoh penggunaan kosakata dan ungkapan profesional yang dapat langsung diterapkan dalam praktik komunikasi. Selain itu, proses penyusunan prompt mendorong mahasiswa berpikir lebih sistematis dalam menentukan tujuan komunikasi, karakteristik wisatawan sasaran, serta konteks promosi yang ingin disampaikan. Dengan demikian, AI tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu menghasilkan teks, tetapi juga sebagai media pembelajaran yang memperkaya pengalaman belajar bahasa dan meningkatkan kemampuan berpikir kritis peserta.

Dibandingkan dengan berbagai kegiatan pelatihan English for Tourism yang umumnya hanya berfokus pada peningkatan keterampilan berbicara atau penguasaan kosakata, program ini menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif melalui integrasi pembelajaran komunikasi profesional dengan pemanfaatan *Artificial Intelligence*. Mahasiswa tidak hanya berlatih berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris, tetapi juga menghasilkan produk promosi digital yang sesuai dengan kebutuhan industri pariwisata modern. Integrasi tersebut memberikan pengalaman belajar yang lebih autentik karena peserta mengembangkan kompetensi komunikasi, kreativitas, literasi digital, serta kemampuan menyusun prompt secara bersamaan. Oleh karena itu, nilai tambah utama program ini terletak pada penguatan kompetensi komunikasi dan digital

dalam satu model pelatihan yang saling terintegrasi.

Implikasi Praktis

Apabila program ini direplikasi pada institusi pendidikan tinggi lain, beberapa hal perlu menjadi perhatian. Pertama, pelaksanaan pelatihan sebaiknya diawali dengan need assessment untuk mengidentifikasi kebutuhan komunikasi peserta sesuai karakteristik program studi maupun kebutuhan industri setempat. Kedua, penyediaan fasilitas digital yang memadai, seperti akses internet dan perangkat pendukung, sangat penting untuk mengoptimalkan pemanfaatan *Artificial Intelligence* selama proses pembelajaran. Ketiga, peserta perlu memperoleh pelatihan dasar mengenai teknik penyusunan prompt (*prompt engineering*) agar mampu memanfaatkan AI secara efektif dan menghasilkan konten yang berkualitas. Keempat, pendampingan pascapelatihan perlu dilakukan untuk memastikan kompetensi yang telah diperoleh dapat diterapkan pada kegiatan akademik maupun praktik industri. Selain itu, pemanfaatan AI harus tetap memperhatikan prinsip etika akademik sehingga teknologi digunakan sebagai pendukung proses belajar, bukan sebagai pengganti kemampuan berpikir kritis, kreativitas, maupun kompetensi komunikasi peserta. Penelitian dan pengabdian selanjutnya juga disarankan melakukan evaluasi longitudinal untuk mengetahui dampak pelatihan terhadap kesiapan kerja mahasiswa selama menjalani praktik industri maupun setelah memasuki dunia kerja.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi *Communicative Language Teaching* (CLT), *Task-Based Language Teaching* (TBLT), *English for Specific Purposes* (ESP), dan pemanfaatan *Artificial Intelligence* merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa Program Studi Pariwisata STP Mataram. Model pelatihan

ini tidak hanya memperkuat kemampuan komunikasi dalam Bahasa Inggris, tetapi juga membekali mahasiswa dengan keterampilan digital yang relevan dengan kebutuhan industri pariwisata pada era transformasi digital (Richards, 2006). Oleh karena itu, model pelatihan ini berpotensi diadopsi sebagai program pendukung pembelajaran maupun penguatan kompetensi lulusan pada institusi pendidikan tinggi vokasi di bidang pariwisata.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan kompetensi English for Tourism dan literasi digital mahasiswa Program Studi Pariwisata STP Mataram melalui pelatihan yang mengintegrasikan *Communicative Language Teaching* (CLT), *Task-Based Language Teaching* (TBLT), *English for Specific Purposes* (ESP), dan pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI). Program ini tidak hanya meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi pada berbagai situasi pelayanan wisata, tetapi juga mengembangkan keterampilan memanfaatkan AI untuk menghasilkan produk promosi pariwisata berbahasa Inggris, seperti deskripsi destinasi, brosur digital, dan caption media sosial. Integrasi AI dalam pelatihan menjadi nilai tambah program karena memperkuat kompetensi komunikasi sekaligus literasi digital yang semakin dibutuhkan dalam industri pariwisata pada era transformasi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa model pelatihan yang menggabungkan praktik komunikasi autentik dengan teknologi AI dapat menjadi alternatif yang efektif untuk meningkatkan kesiapan mahasiswa menghadapi praktik industri maupun dunia kerja. Oleh karena itu, program serupa direkomendasikan untuk diintegrasikan ke dalam kurikulum dan kegiatan pengembangan kompetensi pada pendidikan tinggi

vokasi di bidang pariwisata. Kegiatan pengabdian selanjutnya perlu mengembangkan pendampingan yang lebih berkelanjutan, mengintegrasikan pelatihan prompt engineering dan pemanfaatan AI secara etis, melakukan evaluasi longitudinal terhadap dampak program pada kesiapan kerja lulusan, serta memperluas implementasinya ke institusi pendidikan vokasi pariwisata lainnya agar manfaat program dapat dirasakan secara lebih luas.

Daftar Pustaka

- Ayuningtyas, P., & Aji, P. S. (2021). Pelatihan English For Guiding Bagi Pemandu Wisata Lokal Kabupaten Purworejo. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 2(1).
- Damayanti, L. S. (2025). Assessing Tour Guides' English Proficiency In Penglipuran: A Communicative Competence Perspective. *Eltin Journal: Journal Of English Language Teaching In Indonesia*, 13(1), 185–202.
- Dariyanto, Natalia, I., Sobarli, U., Chalisyah, E., & Adrianty, D. (2025). Pelatihan Bahasa Inggris Untuk Pemandu Wisata: Meningkatkan Daya Saing Wisata Di Desa Warnasari, Pangalengan, Jawa Barat. *Jurnal Abdimas Plj*, 5(1), 32–40.
- Ellis, R. (2003). *Task-Based Language Learning And Teaching*. Oxford University Press.
- Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English For Specific Purposes: A Learning-Centred Approach*. Cambridge University Press.
- Isnaeni, M., Nuriadi, Fadjri, M., Muhaimi, L., & Fitriana, E. (2022). Pelatihan Penggunaan Istilah-Istilah Teknis Bahasa Inggris Pariwisata Untuk Meningkatkan Profesionalisme Pemandu Wisata Lokal Di Dusun Ende, Lombok Tengah. *Darma Diksani: Jurnal Pengabdian Ilmu Pendidikan, Sosial, Dan Humaniora*, 2(1), 42–53.
- Kasneci, E., & Sessler, K. (2023). Chatgpt For Good? On Opportunities And Challenges Of Large Language Models For Education. *Learning And Individual Differences*, 103, 102274. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274>
- Mulyono, A. A. E. (2024). Pengembangan Modul Pelatihan Bahasa Inggris Untuk Meningkatkan Kecakapan Berkomunikasi

- 508 *Pelatihan English for Tourism Berbasis Artificial Intelligence untuk Meningkatkan Kompetensi Komunikasi Mahasiswa Pariwisata – Luh Widiani, Ander Sriwi, Lalu Mahsar*
DOI:
- Pramuwisata Di Destinasi Wisata Budaya Kota Solo. *Juparita: Jurnal Pariwisata Tawangmangu*, 2(2), 62–70.
- Programme, U. N. D. (2024). *Study Report: Indonesia Digital Ecosystem Assessment 2024*. Undp Indonesia.
- Putra, I. N. T. D. (2020). Students' Attitudes In Learning English For Tourism Using Google Classroom In Mataram Tourism College. *Jo-Elt*, 7(1), 9–17.
- Richards, J. C. (2006). *Communicative Language Teaching Today*. Cambridge University Press.
- Sujaya, N. (2021). Pelatihan Bahasa Inggris Untuk Tour Guide Di Kelurahan Semarapura Kaja Dalam Rangka Pengembangan Pariwisata Terintegrasi. *Linguistic Community Services Journal*, 2(1), 30–37.
- Tlili, A., & Shehata, B. (2023). What If The Devil Is My Guardian Angel: Chatgpt As A Case Study Of Using Chatbots In Education. *Smart Learning Environments*, 10(1).
- Tourism, U. N. (2025). *World Tourism Barometer: January 2025*. Un Tourism.
- Waskita, D., Saidi, A. I., Pertiwi, U. G., Vebriyanti, E. A., & Purwaramdhona, A. B. (2025). English Language Training For Tour Guides On Pasir Panjang Village, Komodo Islands. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 242–249.