



**Surat Perjanjian**  
**Pelaksanaan PENELITIAN FUNDAMENTAL - REGULER**  
**Sumber Dana Kemendikbudristek Tahun Anggaran 2024**  
**Nomor: 108.12.6/UN37/PPK.10/2024**

Pada hari ini Rabu tanggal dua belas bulan Juni tahun 2024, kami yang bertandatangan dibawah ini :

- 1. Prof. Dr. Sucihatiningsih  
DWP, M. Si.** : **Pejabat Pembuat Komitmen** Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Semarang yang berkedudukan di Semarang, berdasarkan Keputusan Rektor Universitas Negeri Semarang Nomor : T/13/UN37/HK.02/2023 tanggal 29 Desember 2023, dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Pengguna Anggaran LPPM Universitas Negeri Semarang, untuk selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**;
- 2. Fahrur Rozi S.Pd., M.Pd.,  
Ph.D** : Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Semarang, dalam hal ini bertindak sebagai pengusul dan Ketua Pelaksana Penelitian Fundamental - Reguler Tahun Anggaran 2024 untuk selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.

**PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA**, secara bersama-sama sepakat mengikatkan diri dalam suatu Perjanjian Pelaksanaan Penelitian Fundamental - Reguler Tahun Anggaran 2024 dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut:

**Pasal 1**

Surat Perjanjian ini berdasarkan kepada:

1. Kontrak Penelitian TA 2024 antara Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dengan Universitas Negeri Semarang Nomor 070/E5/PG.02.00.PL/2024 tanggal 11 Juni 2024.
2. Keputusan Rektor Universitas Negeri Semarang Nomor T/13/UN37/HK.02/2023 tanggal 29 Desember 2023, tentang Pengangkatan Pejabat Pengelola Keuangan Tahun Anggaran 2024 Universitas Negeri Semarang;
3. Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Semarang (UNNES) Nomor DPA: DPA 023.17.2.690645/2024.10.

## **Pasal 2** **Ruang Lingkup**

**PIHAK PERTAMA** memberi pekerjaan kepada **PIHAK KEDUA** dan **PIHAK KEDUA** menerima pekerjaan tersebut dari **PIHAK PERTAMA**, untuk melaksanakan dan menyelesaikan Penelitian skema Penelitian Fundamental - Reguler Tahun Anggaran 2024 dengan judul "Pembelajaran Content-Based Instruction Mempromosikan Produk UMKM Indonesia untuk Meningkatkan Business English Communication Skills";

## **Pasal 3** **Dana Penelitian**

- (1) Besarnya dana untuk melaksanakan penelitian dengan judul sebagaimana dimaksud pada Pasal 2 adalah sebesar Rp. 55.030.000,00 ( lima puluh lima juta tiga puluh ribu Rupiah) sudah termasuk pajak;
- (2) Dana penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat 1 digunakan untuk pembiayaan pelaksanaan program penelitian, pajak, dan biaya lain yang sah.
- (3) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebankan pada Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi tahun anggaran 2024 Nomor SP DIPA- 023.17.1.690523/2024 revisi ke-1 tanggal 4 Februari 2024 melalui Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Semarang (UNNES) Nomor DPA : DPA 023.17.2.690645/2024.10.

## **Pasal 4** **Tata Cara Pembayaran Dana Penelitian**

- (1) **PIHAK PERTAMA** akan membayarkan Dana Penelitian kepada **PIHAK KEDUA** secara bertahap dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Pembayaran Tahap pertama sebesar 80% dari total dana penelitian yaitu  $80\% \times \text{Rp. } 55.030.000 = 44.024.000,00$  ( empat puluh empat juta dua puluh empat ribu Rupiah), yang akan dibayarkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** setelah mengunggah :
    1. Hasil revisi proposal ke laman yang sudah ditentukan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dan SIPP;
    2. Surat pernyataan kesanggupan pengabdian ke laman yang sudah ditentukan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.
  - b. Khusus untuk dana pembayaran 80% yang baru cair setelah tanggal 23 September 2024, maka unggah dokumen sebagaimana dimaksud pada pasal 4 ayat 1 huruf a ke laman yang sudah ditentukan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi selambat-lambatnya dua minggu setelah dana cair.
  - c. Pembayaran Tahap kedua sebesar 20% dari total dana penelitian yaitu  $20\% \times \text{Rp. } 55.030.000,00 = \text{Rp. } 11.006.000,00$  ( sebelas juta enam ribu Rupiah), yang akan dibayarkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** setelah mengunggah Laporan Kemajuan/Antara Penelitian dan Surat Pernyataan

Tanggung Jawab Belanja (SPTB) ke laman yang sudah ditentukan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dan SIPP paling lambat 30 September 2024.

- d. Khusus untuk dana pembayaran 20% yang baru cair setelah tanggal 6 Desember 2024, maka unggah dokumen Surat Pernyataan Tanggung Jawab Belanja (SPTB) ke laman yang sudah ditentukan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi paling lambat 2 (dua) minggu setelah dana dicairkan.
- (2) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan disalurkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** melalui rekening BTN atas nama Fahrur Rozi dengan nomor rekening 108901500023828.
- (3) **PIHAK PERTAMA** tidak bertanggung jawab atas keterlambatan dan/atau tidak terbayarnya sejumlah dana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang disebabkan karena kesalahan **PIHAK KEDUA** dalam menyampaikan data peneliti, nama bank, nomor rekening, dan persyaratan lainnya yang tidak sesuai dengan ketentuan.
- (4) **PIHAK KEDUA** harus menyampaikan surat pernyataan telah menyelesaikan seluruh pekerjaan yang dibuktikan dengan pengunggahan pada laman yang telah ditentukan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi paling lambat tanggal 16 Desember 2024, dengan melampirkan dokumen sebagai berikut :
  - a. Surat Pernyataan Tanggung Jawab Belanja (SPTB); dan
  - b. Laporan Akhir Tahun untuk pendanaan multitahun yang dilaksanakan pada tahun berjalan; atau
  - c. Laporan Akhir Pelaksanaan penelitian untuk pendanaan monotahun dan multitahun pada tahun terakhir.

#### **Pasal 5 Jangka Waktu**

Jangka waktu pelaksanaan penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 sampai selesai 100%, adalah terhitung sejak **Tanggal 12 Juni 2024**, dan berakhir pada **Tanggal 16 Desember 2024**.

#### **Pasal 6 Target Luaran**

- (1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk mencapai target luaran wajib dan/atau tambahan penelitian.
- (2) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk melaporkan perkembangan pencapaian target luaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada **PIHAK PERTAMA**.
- (3) Target luaran wajib dan/atau tambahan penelitian tercantum dalam Rancangan Pelaksanaan Penelitian.

**Pasal 7**  
**Hak dan Kewajiban**

(1) Hak dan Kewajiban **PIHAK PERTAMA**:

- a. **PIHAK PERTAMA** berhak untuk mendapatkan dari **PIHAK KEDUA** dokumen hasil unggahan ke laman yang telah ditentukan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi serta *hardcopy* masing-masing 1 (satu) eksemplar, sebagai berikut:
  1. Revisi proposal penelitian;
  2. Surat Pernyataan kesanggupan pelaksanaan penelitian;
  3. Catatan harian pelaksanaan penelitian;
  4. Laporan kemajuan pelaksanaan penelitian;
  5. Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) atas dana penelitian yang telah ditetapkan;
  6. Laporan akhir penelitian (dilaporkan pada tahun terakhir pelaksanaan penelitian); dan
  7. Luaran penelitian;
- b. *Hardcopy* dokumen sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 huruf (a), paling lambat diserahkan pada tanggal **31 Desember 2024**.
- c. **PIHAK PERTAMA** berkewajiban untuk memberikan dana penelitian kepada **PIHAK KEDUA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dan dengan tata cara pembayaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4.

(2) Hak dan Kewajiban **PIHAK KEDUA**:

- a. **PIHAK KEDUA** berhak menerima dana penelitian dari **PIHAK PERTAMA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3;
- b. **PIHAK KEDUA** berkewajiban mengunggah ke laman yang telah ditentukan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dokumen sebagai berikut:
  1. Revisi proposal penelitian;
  2. Surat Pernyataan kesanggupan pelaksanaan penelitian;
  3. Catatan harian pelaksanaan penelitian;
  4. Laporan kemajuan pelaksanaan penelitian dan Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) atas dana penelitian yang telah ditetapkan, paling lambat tanggal **30 September 2024**;
  5. Luaran penelitian.
- c. **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan kepada **PIHAK PERTAMA** luaran sesuai dengan yang dijanjikan.
- d. Menyerahkan hasil penelitian kepada **PIHAK PERTAMA** melalui **Berita Acara Terima (BAST)**
- e. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk bertanggungjawab dalam penggunaan dana penelitian yang diterimanya sesuai dengan proposal kegiatan yang telah disetujui;
- f. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** laporan penggunaan dana atas dana penelitian yang telah ditetapkan.
- g. Laporan hasil penelitian sebagaimana tersebut pada ayat (4) harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
  - a. Format font Times New Romans Ukuran 12 spasi 1,5
  - b. Bentuk/ukuran kertas A4
  - c. Di bawah bagian sampul cover ditulis:

Dibiayai oleh:  
Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat  
Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi  
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi  
Sesuai dengan Kontrak Nomor: 070/E5/PG.02.00.PL/2024 tanggal 11 Juni 2024

### **Pasal 8 Monitoring dan Evaluasi**

**PIHAK PERTAMA** dalam rangka pengawasan akan melakukan Monitoring dan Evaluasi internal terhadap kemajuan pelaksanaan Penelitian Tahun Anggaran 2024 kepada **PIHAK KEDUA** sebelum pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi eksternal oleh Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi.

### **Pasal 9 Penilaian Luaran**

1. Penilaian luaran penelitian dilakukan oleh Komite Penilai/*Reviewer* Luaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Apabila dalam penilaian luaran terdapat luaran tambahan yang tidak tercapai, maka dana tambahan yang sudah diterima harus disetorkan kembali ke kas negara.

### **Pasal 10 Penggantian Keanggotaan**

1. Perubahan terhadap susunan tim pelaksana dan substansi pelaksanaan penelitian ini dapat dibenarkan apabila telah mendapat persetujuan tertulis dari Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi.
2. Apabila Ketua Tim pelaksana penelitian tidak dapat menyelesaikan penelitian atau mengundurkan diri, maka **PIHAK KEDUA** harus menunjuk salah satu anggota tim sebagai pengganti setelah mendapat persetujuan tertulis dari Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi.
3. Dalam hal tidak adanya pengganti Ketua tim pelaksana penelitian sesuai dengan syarat ketentuan yang ada, maka penelitian dibatalkan dan dana dikembalikan ke kas Negara.

### **Pasal 11 Sanksi**

- (1) Apabila sampai dengan batas waktu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan telah berakhir, **PIHAK KEDUA** tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, maka **PIHAK KEDUA** akan dikenai sanksi administratif yang dapat berupa penghentian pembayaran dan/atau Ketua Tim Pelaksana Penelitian tidak dapat mengajukan proposal penelitian dalam kurun waktu dua tahun berturut-turut.
- (2) Peneliti/Pelaksana yang tidak hadir dalam kegiatan monitoring dan evaluasi tanpa pemberitahuan sebelumnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian

Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi maka Pelaksana Penelitian mendapat sanksi sesuai ketentuan.

- (3) Apabila dalam penilaian luaran terdapat luaran tambahan yang tidak tercapai maka dana tambahan yang sudah diterima harus disetorkan kembali ke kas negara.

### **Pasal 12 Pajak-Pajak**

Ketentuan pengenaan pajak pertambahan nilai dan/atau pajak penghasilan dalam rangka pelaksanaan kegiatan penelitian ini wajib dilaksanakan oleh **PIHAK KEDUA** sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perpajakan

### **Pasal 13 Kekayaan Intelektual**

- (1) Hak Kekayaan Intelektual yang dihasilkan dari Pelaksanaan Penelitian diatur dan dikelola sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan.
- (2) Setiap publikasi makalah dan/atau ekspos dalam bentuk apapun yang berkaitan dengan hasil penelitian ini wajib mencantumkan **PIHAK PERTAMA** sebagai pemberi dana.
- (3) Pencantuman nama **PIHAK PERTAMA** sebagaimana dimaksud pada ayat (2), paling sedikit mencantumkan nama Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.

### **Pasal 14 Integritas Akademik**

- (1) Pelaksana penelitian wajib menjunjung tinggi integritas akademik yaitu komitmen dalam bentuk perbuatan yang berdasarkan pada nilai kejujuran, kredibilitas, kewajaran, kehormatan, dan tanggung jawab dalam kegiatan penelitian yang dilaksanakan.
- (2) Penelitian dilakukan sesuai dengan kerangka etika, hukum, dan profesionalitas, serta kewajiban sesuai dengan peraturan yang berlaku
- (3) Penelitian dilakukan dengan menjunjung tinggi standar ketelitian dan integritas tertinggi dalam semua aspek penelitian

### **Pasal 15 Keadaan Kahar (*force majeure*)**

- (1) **PARA PIHAK** dibebaskan dari tanggung jawab atas keterlambatan atau kegagalan dalam memenuhi kewajiban yang dimaksud dalam kontrak penelitian disebabkan atau diakibatkan oleh kejadian di luar kekuasaan **PARA PIHAK** yang dapat digolongkan sebagai keadaan memaksa (*force majeure*).
- (2) Peristiwa atau kejadian yang dapat digolongkan keadaan memaksa (*force majeure*) dalam Kontrak Penelitian ini adalah bencana alam, wabah penyakit, kebakaran, perang, blokade, peledakan, sabotase, revolusi, pemberontakan, huru-hara, serta adanya tindakan pemerintah dalam bidang ekonomi dan moneter yang secara nyata berpengaruh terhadap pelaksanaan Kontrak Penelitian.
- (3) Apabila terjadi keadaan memaksa (*force majeure*) maka pihak yang mengalami wajib memberitahukan kepada pihak lainnya secara tertulis, selambat-lambatnya

dalam waktu 7 (tujuh) hari kerja sejak terjadinya keadaan memaksa (*force majeure*), disertai dengan bukti-bukti yang sah dari pihak berwajib dan **PARA PIHAK** dengan etikat baik akan segera membicarakan penyelesaiannya.

#### **Pasal 16** **Penyelesaian Perselisihan**

Apabila terjadi perselisihan antara PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA dalam pelaksanaan perjanjian ini akan dilakukan penyelesaian secara musyawarah dan mufakat, dan apabila tidak tercapai penyelesaian secara musyawarah dan mufakat maka penyelesaian dilakukan melalui proses hukum yang berlaku dengan memilih domisili Hukum di Pengadilan Negeri Semarang.

#### **Pasal 17** **Amandemen Kontrak**

Apabila terdapat hal lain yang belum diatur atau terjadi perubahan dalam Kontrak Penelitian ini, maka akan dilakukan amandemen Kontrak Penelitian.

#### **Pasal 18** **Lain-lain**

- (1) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa penelitian dengan judul tersebut di atas belum pernah dibiayai dan/atau diikutsertakan pada Pendanaan Penelitian lainnya, baik yang diselenggarakan oleh instansi, lembaga, perusahaan atau yayasan, baik di dalam maupun di luar negeri.
- (2) Apabila terdapat hal-hal yang belum diatur dalam Kontrak Penelitian ini dan memerlukan pengaturan, maka akan diatur kemudian oleh **PARA PIHAK** melalui amandemen Kontrak Penelitian dan/atau melalui pembuatan perjanjian tersendiri yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Kontrak Penelitian ini.

**Pasal 19**  
**Penutup**

Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani oleh **PARA PIHAK** pada hari dan tanggal tersebut di atas, dibuat dalam rangkap 3 (tiga) dan bermeterai cukup sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

PIHAK PERTAMA

PIHAK KEDUA



**Prof. Dr. Suchatiningsih DWP, M. Si.**  
NIP. 196812091997022001



**Fahrur Rozi S.Pd., M.Pd., Ph.D**  
NIP. 197610222008121002



No	Kategori Institusi	Nama Institusi	NIDN	Nama	Judul	Ruang Lingkup
2393	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0016028502	Fafurida	Maksimisasi Kinerja Sektor Pariwisata Jawa Tengah Melalui Pendekatan Spasial Berbasis Klaster	PT
2394	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0022107604	Fahrur Rozi	Pembelajaran Content-Based Instruction Mempromosikan Produk UMKM Indonesia untuk Meningkatkan Business English Communication Skills	PFR
2395	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0026017708	Farid Ahmadi	Hubungan Literasi Digital dan Kesehatan Mental dengan Help-Seeking Behavior melalui Self-Stigma pada Mahasiswa Bimbingan dan Konseling	PPS-PTM
2396	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0026017708	Farid Ahmadi	A Case Presentation Model Supervision (CPMS) Berbantuan Media Digital Padlet Terhadap Kompetensi Profesional Dan Sosial Guru BK	PPS-PTM
2397	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0010126609	Fathur Rokhman	Pengembangan Model Pendidikan Multikultural pada Mahasiswa Calon Guru Profesional dalam Mewujudkan Indonesia Emas	PFR
2398	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0010126609	Fathur Rokhman	Model Strategi Tindak Tutur Tokoh Politik dalam Wacana Pembangunan Pendidikan: Sebuah Pendekatan Pragmatik Interpersonal	PPS-PDD
2399	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0007086906	Hadromi	PENGEMBANGAN MEDIA APLIKASI MYLATHE BERBASIS SMART APPS CREATOR DENGAN MODEL DISCOVERY LEARNING UNTUK MENINGKATKAN CAPAIAN PEMBELAJARAN ELEMEN TEKNIK PEMESINAN BUBUT	PPS-PTM
2400	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0623118104	Harianingsih	Penambahan Fe <sup>2+</sup> terhadap Glow Discharge Plasma Electrolysis dan Produksi Pupuk Nitrat Cair pada Fiksasi Nitrogen dengan Injeksi Udara	PFR
2401	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0022026207	Haryono	PENINGKATAN KETERAMPILAN IBU MUDA PADA PENILAIAN PERTUMBUHAN DAN PERKEMBANGAN BALITA MELALUI PENGEMBANGAN APLIKASI GAME EDUKASI	PPS-PDD
2402	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0022026207	Haryono	Perspektif Guru terhadap Esensi Merdeka pada Kurikulum Merdeka Belajar (Kajian Fenomenologi)	PPS-PTM
2403	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0622128102	Hasan Mukhibad	ADOPSI FINANCIAL TECHNOLOGY PADA BANK PEREKONOMIAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) DAN KINERJA BERKELANJUTAN – EVALUASI DAMPAK TERHADAP KINERJA BANK	PFR
2404	PTNBH	Universitas Negeri Semarang	0622128102	Hasan Mukhibad	PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, KEBIJAKAN HUTANG, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI	PPS-PTM



### Laporan Akhir

2024

No	Program	Judul	Berkas	Aksi	Aktual
1	Penelitian Fundamental - Reguler Penelitian Kompetitif Nasional Tahun Pelaksanaan : <b>2024</b> Sudah Unggah ✓	Pembelajaran Content-Based Instruction Mempromosikan Produk UMKM Indonesia untuk Meningkatkan Business English Communication Skills			-

**LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN FUNDAMENTAL-REGULER**



**Pembelajaran *Content-Based Instruction* Mempromosikan Produk UMKM Indonesia  
untuk Meningkatkan *Business English Communication Skills***

**TIM PENGUSUL:**

**Fahrur Rozi, S.Pd., M.Pd., Ph.D /NIDN 0022107604  
Dr. Sri Wahyuni, M.Pd. /NIDN 0008047108  
Christianti Tri Hapsari, S.Pd., M.Pd./NIDN 0002088906**

**MAHASISWA:**

**Ardhy Meylana /NIM 0203521039  
Sawitri Erlianingtyas/NIM 2302180007**

**Dibiayai oleh:**

**Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat  
Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi  
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi  
Sesuai dengan Kontrak Nomor: 070/E5/PG.02.00.PL/2024 tanggal 11 Juni 2024**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
DESEMBER 2024**

**HALAMAN PEGESAHAN  
PENELITIAN FUNDAMENTAL-REGULER DRTPM**

Judul Penelitian : *Pembelajaran Content-Based Instruction* Mempromosikan  
Produk UMKM Indonesia untuk Meningkatkan *Business  
English Communication Skills*

Ketua Peneliti:  
a. Nama Lengkap : Fahrur Rozi S.Pd., M.Pd., Ph.D  
b. NIDN : 0022107604  
c. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala  
d. Program Studi : Pendidikan Ekonomi (S2)  
e. Fakultas : FEB  
f. Nomor HP : 082136778767  
g. Alamat E-mail : frozi@mail.unnes.ac.id

Anggota (1)  
a. Nama Lengkap : Dr. Sri Wahyuni, M.Pd.  
b. NIDN : 0008047108

Anggota (2)  
a. Nama Lengkap : Christianti Tri Hapsari, S.Pd., M.Pd  
b. NIDN : 0002088906

Mahasiswa yang terlibat  
a. Nama/NIM : Ardhy Meylana/0203521039  
b. Nama/NIM : Sawitri Erlianingtyas /2302180033

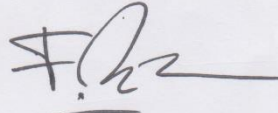
Biaya yang Diperlukan  
PNPB Pascasarjana : Rp. 55.030.000,00

Semarang, 12 Desember 2024

Mengetahui

Rektor FEB  
  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
UNNES  
Prof. Dr. Amir Mahmud, M.Si  
NIP. 197212151998021001

Ketua Peneliti

  
Fahrur Rozi, S.Pd, M.Pd, Ph.D  
NIP. 197610222008121002

Mengetahui  
Ketua LPPM UNNES  
  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
UNNES

Prof. Dr. Benny Riyanto, S.H, M.Hum, CN  
NIP 19580920198503100

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun disarankan ringkas mungkin. Dilarang menghapus/memodifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

**C. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN:** Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian meliputi data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

## **A. Penerapan pembelajaran *Content-Based Instruction* untuk meningkatkan *Business English Communication Skills* mahasiswa**

### **1. Integrasi *Content Based Instruction* (CBI) dengan Kurikulum Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang**

Metode pembelajaran *Content Based Instruction* (CBI), yang mengintegrasikan pembelajaran bahasa dengan konten, menawarkan solusi yang menjanjikan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi dengan membekali mahasiswa keterampilan bahasa dan pengetahuan bisnis. Penelitian ini berfokus pada alasan implementasi CBI ke dalam kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis untuk mendukung promosi produk UMKM Indonesia secara global. Hasil penelitian juga menganalisis bagaimana CBI berkontribusi pada tujuan nasional terkait pengembangan UMKM dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Integrasi CBI ke dalam mata kuliah Bahasa Inggris Bisnis didasarkan pada beberapa faktor. Pertama, CBI meningkatkan pembelajaran yang kontekstual, dan memungkinkan mahasiswa menerapkan keterampilan bahasa Inggris dalam situasi bisnis dunia nyata. Dilihat dari materi perkuliahan seperti yang tercantum dalam RPS (Rencana Pembelajaran Semester) mata kuliah Bahasa Inggris Bisnis. Kedua, CBI menjembatani kesenjangan antara pengetahuan teoretis dan penerapan praktis. Berbeda dengan pembelajaran tradisional yang sedikit memasukkan konteks ke dalam penggunaan bahasa, CBI menggabungkan elemen-elemen ini dengan mengajarkan bahasa melalui konten bisnis. Kedua fokus ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memperoleh kecakapan linguistik tetapi juga mendapatkan keterampilan untuk menggunakan Bahasa Inggris dalam mempromosikan produk UMKM secara global. Penekanan kurikulum pada kegiatan berbasis tugas, seperti proyek pembuatan video promosi UMKM seperti yang terlihat dalam RPS dan bahan ajar sangat bermamfaat bagi mahasiswa itu sendiri.

#### **1.1. Aspek CBI yang Sesuai untuk Bahasa Inggris Bisnis dan Promosi Produk UMKM Indonesia**

Beberapa elemen CBI sangat relevan untuk mengajarkan Bahasa Inggris Bisnis dan mendukung promosi Produk UMKM Indonesia:

- a. **Kompetensi Bahasa dalam Konteks Bisnis:** *Content Based Instruction* (CBI) meningkatkan baik pembelajaran bahasa maupun konten dengan mengintegrasikan materi pelajaran dengan pengajaran bahasa. Menurut Stoller (2004), CBI memungkinkan pelajar untuk memperoleh keterampilan bahasa melalui keterlibatan dengan konten, seperti konten tentang bisnis, yang memfasilitasi penguasaan bahasa dan konten. Pendekatan ini mendukung pengembangan keterampilan penting untuk konteks bisnis, seperti bernegosiasi dan mempresentasikan strategi pemasaran, dan saat siswa menggunakan bahasa Inggris untuk memahami dan mengkomunikasikan konsep bisnis secara efektif. CBI yang sukses memungkinkan timbal balik antara bahasa dan konten, yang tidak kalah penting adalah untuk tugas-tugas seperti menulis proposal bisnis dan terlibat dalam komunikasi bisnis internasional (Wesche & Skehan, 2002).
- b. ***Task-Based Learning*:** Stoller (2004) membahas pembelajaran berbasis tugas sebagai komponen inti dari CBI, di mana siswa terlibat dalam tugas yang merupakan stimulasi dan tantangan bisnis dunia nyata. Pendekatan ini sejalan dengan kerangka pengajaran Bahasa *Task Based Language Teaching* (TBLT) Ellis (2003), yang menekankan keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas yang mendukung skill bahasa dan bisnis. Sebagai contoh, tugas yang diuraikan dalam RPS melibatkan pembuatan video promosi, mengembangkan kampanye media sosial, dan menganalisis strategi pemasaran UMKM, yang memungkinkan siswa menerapkan keterampilan bahasa dan bisnis mereka pada dunia nyata. Data dari penilaian siswa menunjukkan bahwa siswa mengalami peningkatan dalam keterampilan berbahasa Inggris setelah menyelesaikan tugas-tugas tersebut, mencerminkan efektivitas CBI dalam mempersiapkan siswa untuk mendukung promosi UMKM.
- c. **Kesadaran dan Adaptasi Budaya:** Kesadaran budaya adalah komponen Penting dari CBI, karena membantu siswa menyesuaikan strategi komunikasi mereka dengan konteks budaya yang beragam. Stoller (2004) merujuk pada pentingnya mengintegrasikan elemen budaya ke dalam pengajaran bahasa untuk memastikan komunikasi bisnis internasional yang efektif. Hal tersebut sejalan dengan Teori Penggunaan Bahasa Fungsional Halliday (1978), yang menekankan perlunya menyesuaikan komunikasi dengan budaya yang berbeda. Dengan memasukkan aspek budaya dalam CBI, siswa belajar untuk menganalisis berbagai norma

dan praktik budaya, yang sangat penting bagi UKM Indonesia untuk menargetkan pasar internasional yang beragam.

- d. *Platform Digital Untuk Promosi UMKM*: Mengintegrasikan literasi digital ke dalam CBI sangat penting untuk konteks bisnis modern. Stoller (2004) mencatat bahwa kurikulum CBI sering mengintegrasikan pelajaran tentang penggunaan platform digital untuk tujuan pemasaran. Integrasi ini sejalan dengan Kerangka Literasi Digital Eshet Alkalai (2004), yang menyoroti perlunya keterampilan dalam mengelola konten dan komunikasi digital. Mengajarkan siswa untuk menggunakan platform seperti Instagram dan TikTok untuk promosi UKM dan mempersiapkan mereka untuk terlibat secara efektif dalam pemasaran digital. RPS dan materi pembelajaran mencerminkan penekanan pada platform digital guna memastikan bahwa siswa dipersiapkan untuk era digital.

## 1.2 Kesesuaian CBI dengan Tujuan Nasional untuk Mendukung UMKM Indonesia

Strategi pembangunan nasional Indonesia menekankan pentingnya memberdayakan UMKM sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi. Namun, banyak UMKM menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan internasional karena hambatan bahasa dan kurangnya keahlian pemasaran digital. Integrasi CBI ke dalam kurikulum secara langsung mendukung tujuan nasional dengan mempersiapkan mahasiswa untuk mengatasi hambatan ini dan membantu UKM dalam memperluas jangkauan secara global. Melalui CBI, siswa memperoleh pengetahuan bahasa dan bisnis yang diperlukan untuk mempromosikan produk Indonesia di pasar internasional. Lulusan program ini akan mampu berinteraksi dengan klien internasional, bernegosiasi, dan menciptakan strategi pemasaran dalam bahasa Inggris, berkontribusi pada pertumbuhan UMKM dan tujuan ekonomi yang lebih luas di Indonesia.

## 1.3 Penggunaan CBI di Kurikulum Fakultas Ekonomi Bisnis

Fakultas Ekonomi dan Bisnis telah menyusun pembelajaran Bahasa Inggris yang melibatkan prinsip-prinsip CBI, seperti yang dijelaskan dalam RPS. pembelajaran ini menekankan pemakaian Bahasa Inggris sesuai konteks aslinya, dengan fokus pada area komunikasi bisnis, negosiasi, praktik perdagangan global, dan lain lain. Dengan mengintegrasikan Bahasa Inggris Bisnis dengan konten terkait promosi produk UMKM, kurikulum ini membekali mahasiswa dengan keterampilan bahasa dan pengetahuan bisnis yang diperlukan untuk mempromosikan dan pengembangan produk UMKM. Kegiatan pembelajaran, termasuk presentasi, proyek kelompok, dan studi kasus, mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa di dunia nyata. Misalnya, mahasiswa mengembangkan rencana bisnis dan strategi promosi produk UMKM agar mahasiswa memiliki pengalaman dalam penggunaan materi yang telah diajarkan. Pengintegrasian aspek digital juga mempersiapkan mahasiswa untuk lingkungan bisnis modern, memastikan mereka dapat mendukung UMKM dalam ekonomi digital.

## 2. Penerapan Pendekatan *Content Based Instruction* (CBI) ke dalam Bahasa Inggris Bisnis

### 2.1 Pengajaran *Content Based Instruction* (CBI) ke dalam Bahasa Inggris Bisnis

Pada bagian ini, pola penerapan pendekatan *Content Based Instruction* (CBI) ke dalam Bahasa Inggris Bisnis dilihat dari hasil observasi dan interview dosen pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis ketika melakukan pengajaran CBI untuk kelas *English for Business* yang berfokus pada promosi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam konteks pasar bisnis global. Kelas ini menggunakan metode pembelajaran berbasis presentasi. Dalam proses pembelajaran, mahasiswa menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi dan keterlibatan aktif. Mahasiswa juga aktif berpartisipasi dalam diskusi dan memberikan pertanyaan dan masukan selama presentasi. Mereka tidak hanya mendengarkan, tetapi juga bertanya dan memberikan pendapat terkait materi yang disampaikan. Keaktifan mahasiswa dalam kelas mempengaruhi kegiatan belajar mengajar menjadi lebih hidup lagi. Adapun tahapan proses pembelajaran dimulai dengan dosen membuka kelas dengan menyapa para mahasiswanya. Kemudian, kelas dilanjutkan dengan doa bersama yang dipimpin oleh dosen. Hal ini dimaksudkan agar kegiatan perkuliahan mereka dapat lancar dengan bantuan dari Tuhan yang Maha Esa.

“Hi class, how’s your day? Is it good or not?”

“Before we start our class today, let’s pray together.”

Setelah itu, dosen menyampaikan topik yang akan di presentasikan oleh mahasiswa dalam kelas. Topik yang di presentasikan menggunakan CBI adalah topik yang berkaitan dengan bisnis misalnya: *Business and Businessman, Global Trade, Promotion a Product, Business Communication, Business Presentation, meeting, Negotiation, Getting a Job, Interview, dan Business Letter*. Metode presentasi ini dipilih karena dosen ingin mahasiswa terlibat penuh dalam proses pembelajaran, sehingga mahasiswa bisa aktif dan menambah wawasan berkaitan dengan perkembangan jaman serta untuk lebih menarik perhatian mahasiswa. Kemudian, mahasiswa juga menjadi lebih tertarik dengan materi yang dipresentasikan sehingga materi yang disampaikan dapat dengan mudah ditangkap mahasiswa. Setelah mahasiswa mempresentasikan topik, dosen mendorong mahasiswa untuk interaksi melalui pertanyaan terbuka dan umpan balik langsung. Ini menciptakan suasana belajar yang dinamis dan interaktif. Berikut ini adalah satu contoh interaksi antara dosen dan mahasiswa dengan topik *Promoting a Product*:

“Can you see the presentation?”

*“The presentation is about promoting a product; this material has meaning to help our UMKM to face the international market”*

*“Before we start discussion, do one of you know what UMKM is?”*

*“UMKM is usaha mikro/kecil/menengah. This is a small-medium enterprises that meet certain criteria for a number of employees, revenue, and assets, Sir.*



Melalui interaksi ini, mahasiswa menunjukkan pemahaman yang baik tentang pentingnya materi yang diberikan. Mereka mampu memahami apa itu konsep dari *“promoting a product”*, cara promosi produk, serta bagaimana cara berkomunikasi dalam dunia bisnis, dll. Mahasiswa juga mampu dalam mengidentifikasi peluang serta tantangan yang mungkin dihadapi oleh produk UMKM lokal dalam pasar global. Hasil observasi menunjukkan bahwa kelas *English for Business* yang berfokus pada pengembangan dan promosi produk UMKM Indonesia dalam pasar bisnis global sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mahasiswa. Dengan model pembelajaran berbasis presentasi, mahasiswa dapat berkolaborasi dan belajar secara aktif. Meskipun terdapat tantangan, dengan penyesuaian dan dukungan yang tepat, kelas ini memiliki potensi besar untuk mempersiapkan mahasiswa menjadi wirausahawan yang sukses di pasar global. Kelas ditutup dengan kesimpulan yang dibuat mahasiswa dan doa yang dipimpin oleh dosen. Mahasiswa menyampaikan kesimpulan yang mereka peroleh setelah mengikuti perkuliahan hari ini. Dari kesimpulan yang disampaikan oleh mahasiswa menunjukkan bahwa mahasiswa memahami tentang apa yang dipresentasikan dan apa masukan atau respon yang disampaikan oleh dosen mereka. Penguasaan bahasa Inggris bisnis menjadi semakin penting bagi mahasiswa khususnya ketika mereka melakukan bisnis setelah lulus dari perguruan tinggi. Bahasa Inggris bisnis juga berperan penting untuk mempromosikan produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia yang ingin memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing mereka karena persaingan yang meningkat di pasar global. Dalam pembelajaran Inggris untuk Tujuan Khusus (ESP), pendekatan Instruksi berbasis Konten (*Content-Based Instruction*) adalah cara yang bagus untuk menggabungkan penguasaan bahasa Inggris dengan materi bisnis.

## **2.2 Relevansi Materi Bahasa Inggris untuk Pengembangan dan Promosi Produk UMKM Indonesia**

Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui pendapat dosen terkait relevansi materi bahasa Inggris untuk pengembangan dan promosi produk UMKM Indonesia melalui interview kepada dosen pengajar. Hasil ini memberikan gambaran terkait perspektif dosen tentang bagaimana memahami apa yang dihadapi mahasiswa ketika proses pembuatan konten promosi produk UMKM dan seberapa siap mahasiswa menggunakan pengetahuan yang mereka peroleh untuk membantu pertumbuhan bisnis mereka di pasar global. Temuan ini diharapkan dapat memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan kurikulum yang lebih efektif dan relevan di masa mendatang. Dari hasil interview dengan dosen pengajar dapat dilihat seberapa relevannya materi yang mahasiswa terima dengan tantangan yang akan dihadapi oleh UMKM dalam menghadapi pasar global. Dari respon mahasiswa di kelas, dosen menyampaikan bahwa kebanyakan dari mahasiswa menunjukkan bahwa materi terkait konten promosi UMKM sangat relevan dengan kebutuhan sekarang terkait implementasi business english. Melalui materi yang mahasiswa terima, mereka dapat *insight* baru yang dapat membantu mereka dalam mengembangkan UMKM local dalam pasar internasional.

Penguasaan bahasa Inggris sangat penting bagi UMKM lokal untuk bersaing di pasar internasional di era globalisasi yang semakin berkembang, hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi materi bisnis dalam pembelajaran bahasa Inggris sangat berpengaruh dalam mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan dan peluang di pasar global, sekaligus memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan UMKM di lingkungan mereka.

*“Penggunaan CBI dalam pembelajaran materi English for Business, membantu mahasiswa untuk belajar sambil memahami konsep bisnis yang lebih relevan”*

Pembelajaran menggunakan CBI sangat membantu mahasiswa dalam memahami konsep bisnis, terutama dalam hal membantu UMKM lokal untuk promosi di tingkat global. Disini mahasiswa dituntut untuk menyangkut-pautkan tentang materi yang telah diberikan dengan konteks pengembangan UMKM lokal. Dari dosen pengajar, materi *English for Business* ini sangat relevan karena membantu mahasiswa pemilik UMKM mempromosikan produk UMKM, pasar internasional, bagaimana cara berkomunikasi dengan pelanggan asing, dan bagaimana cara memasarkan produk mereka secara efektif.

Berdasarkan dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan materi konsep CBI dalam materi *English for Business* dapat membantu para mahasiswa meningkatkan komunikasi dan memahami apa itu konsep dalam berbisnis, khususnya bisnis global. Dengan adanya materi ini, mahasiswa dapat membantu para UMKM dalam pemasaran produk secara global. Hal ini dikarenakan dalam pembelajaran, mereka diberitahu tentang bagaimana cara untuk memahami pasar internasional dan bagaimana cara berkomunikasi dengan pelanggan asing agar dalam mereka menawarkan produk mereka dapat dengan secara efektif mampu menarik *“engagement”* atau ketertarikan para pelanggan asing.

### **2.3 Tantangan yang Dihadapi Mahasiswa dalam Proses Pembuatan Konten Promosi UMKM Lokal**

Dalam menghadapi persaingan pasar global, dosen membekali mahasiswa dengan beberapa materi yang selaras dengan pengembangan dan promosi produk UMKM untuk memasuki pasar global. Dosen memberikan materi pembekalan berupa apa saja tantangan yang mungkin akan dihadapi oleh UMKM dan bagaimana cara menghadapi tantangan tersebut. Mahasiswa dituntut untuk dapat berpikir dengan kritis bagaimana cara yang tepat untuk menghadapi permasalahan yang akan mereka temui. Hal ini dikarenakan, berbagai macam tantangan akan mereka hadapi ketika UMKM sudah memasuki pasar global. Tantangan termasuk perbedaan budaya dan bahasa pasti akan ditemui dalam bisnis global. Oleh karena itu, bahasa Inggris dapat membantu UMKM dalam berkomunikasi dengan mitra internasional, memahami kebutuhan pasar, dan menjalin hubungan bisnis yang baik. Bahasa Inggris merupakan bahasa universal yang dipakai oleh orang dari seluruh dunia untuk berkomunikasi. Belajar bahasa Inggris akan sangat membantu mahasiswa untuk dapat *“survive”* atau bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis secara global. Bahasa Inggris dapat membantu UMKM dalam memahami kebutuhan pasar yang diperlukan dalam pasar global. Hal ini, dapat membantu UMKM untuk menjalin hubungan bisnis yang baik diantara mitra sehingga dapat memberikan kesepakatan bisnis yang menguntungkan satu sama lain.

### **2.4 Keterampilan Bahasa Inggris dalam Pengembangan Konten Promosi Produk UMKM Indonesia**

Terkait keterampilan dalam bahasa Inggris untuk konten promosi UMKM, dosen berpendapat bahwa semua keterampilan bahasa Inggris itu penting dalam proses pengembangan proyek konten promosi. Adapun keterampilan yang di maksud adalah kemampuan berbicara, mendengarkan, menulis, dan membaca. Namun, ketrampilan yang sangat penting ditingkatkan adalah kemampuan berkomunikasi. Ketika dosen melakukan refleksi pengajaran dapat disimpulkan kalau bahasa Inggris bisnis adalah satu satu elemen penting untuk mengembangkan dan promosi produk UMKM dalam skala global.

### **2.5 Keefektifan Penggunaan Media Sosial dalam Mempromosikan Produk UMKM Indonesia di Pasar Internasional**

Penggunaan sosial media seperti Instagram, tiktok, youtube, facebook, X sangatlah efektif dalam proses promosi produk UMKM Indonesia. Hal ini didukung oleh pendapat dari pengguna social media dan dosen pengajar bahwa sosial media memiliki ruang cakup yang luas sehingga promosi produk dapat berjalan dengan baik.

*“Media sosial merupakan sarana promosi yang sangat berguna saat ini. Disamping ruang cakup yang luas, media sosial juga bisa dibilang gratis. Hal ini membuat media sosial menjadi pilihan yang tepat untuk sarana promosi.”*

Dosen menyampaikan pendapat mereka tentang bagaimana strategi mahasiswa untuk pemasaran produk mereka. Hal ini diperlukan bagi mahasiswa untuk membangun kepercayaan mereka dengan *customer* dan bagaimana cara mereka dapat menarik perhatian pelanggan dan menjangkau pasar global. Media sosial memiliki jangkauan pasar yang luas. Melalui media sosial, produk yang ditawarkan oleh UMKM Indonesia akan dapat lebih ter-notice oleh para audiens di seluruh dunia. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi UMKM lokal mengambil peran yang sangat besar dalam perkembangan bisnis UMKM. Hal ini dikarenakan jangkauan media sosial yang sangatlah luas dan biaya yang dikeluarkan juga tidaklah besar. Media sosial menjadi kunci penting dalam promosi



produk UMKM Indonesia. Hal ini dikarenakan tingkat visibilitas produk yang sangat luas. Produk dapat dilihat oleh orang dari seluruh penjuru dunia. Orang-orang yang melihat iklan promosi tersebut juga bisa dengan bebas untuk bertanya kepada *seller* tentang ketersediaan, kualitas, dan spesifikasi produk yang ditawarkan oleh UMKM. Hal ini tentunya akan mempermudah dalam mempromosikan UMKM lokal di pasar internasional.

## 2.6 Sikap Mahasiswa dalam Proses Pembuatan video produk UMKM Indonesia untuk Konten Promosi

Sikap mahasiswa dalam proses pembuatan UMKM Indonesia untuk konten promosi dilihat dari kesiapan mereka dan juga motivasi mereka. Dalam hal kesiapan mahasiswa dalam proses pembuatan konten promosi UMKM lokal untuk pasar internasional, dosen melihat bahwa beberapa mahasiswa sudah siap untuk pengembangan konten promosi UMKM dengan materi yang mereka dapat. Namun, kebanyakan mahasiswa juga merasa kalau mereka masih belum siap untuk ikut serta dalam membantu pengembangan UMKM. Mereka yang belum siap berpendapat bahwa masih banyak yang harus mereka pelajari untuk ikut membantu pengembangan UMKM lokal. Hal ini dimaksudkan agar mereka lebih matang lagi ketika mereka ikut serta dalam pengembangan UMKM.

Selain kesiapan, dosen juga melihat motivasi mahasiswa terkait proses pembuatan konten promosi UMKM Indonesia. Dosen merasa bahwa mahasiswa optimis dapat menyelesaikan konten promosi UMKM Indonesia dengan baik, terutama setelah mereka mendapatkan bekal materi yang cukup untuk ikut serta dalam pengembangan UMKM. Materi yang mereka terima dirasa sangat membantu dalam pengembangan UMKM untuk menghadapi pasar internasional. Dari hasil refleksi diakhir kelas, mahasiswa sangat positif terhadap penerapan pendekatan instruksi berbasis konten dalam ESP menggunakan materi Bahasa Inggris untuk Bisnis. Mereka memahami pentingnya bahasa Inggris dalam berkomunikasi dan berbisnis di pasar global, serta cara menerapkan pengetahuan tersebut untuk membantu UMKM lokal.

## B. Dampak pembelajaran *Content-Based Instruction (CBI)* terhadap *Business English Communication Skills* mahasiswa

### 1. Penilaian Kemampuan Skill Berbicara Mahasiswa Pada Pre-Test

Tabel. 1

No	Video	Speaking Rubric																			
		Grammar					Vocabulary					Fluency					Pronunciation				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Mahasiswa 1	2					2					3					3				
2	Mahasiswa 2	4					3					3					5				
3	Mahasiswa 3	3					3					3					3				
4	Mahasiswa 4	3					2					2					1				
5	Mahasiswa 5	3					2					2					3				
6	Mahasiswa 6	5					5					5					5				
7	Mahasiswa 7	4					5					5					5				
8	Mahasiswa 8	2					3					2					2				
9	Mahasiswa 9	3					3					3					3				
10	Mahasiswa 10	2					3					3					3				

#### Mahasiswa 1

Secara keseluruhan tata bahasa yang digunakan tidak terlalu akurat serta memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan ide meski dengan bahasa yang kurang bervariasi. Penggunaan bahasa sebagian besar lancar meskipun kadang-kadang terputus-putus dalam menyampaikan ide. Aksen kedaerahan sangat terasa namun tidak terlalu mengganggu.

#### Mahasiswa 2

Mahasiswa 2 mampu menggunakan bahasa secara akurat kesalahan tata bahasa cukup jarang terjadi. Mahasiswa 2 mampu berbicara dalam topik tersebut dengan kosakata yang cukup. Kosa katanya cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba untuk menemukan sebuah kata. Meskipun ia harus berusaha dan mencari kata-kata, tidak terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Penyampaiannya sebagian besar lancar. Kadang-kadang terputus-putus tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Rentang ekspresinya cukup. Dalam pengucapan, mahasiswa 2 Setara dengan dan diterima sepenuhnya oleh penutur asli yang berpendidikan..

### **Mahasiswa 3**

Mahasiswa 3 memiliki penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara bahasa tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif dalam sebagian besar percakapan formal dan informal tentang topik-topik praktis, sosial, dan profesional. Mahasiswa 3 mampu berbicara dalam topik tersebut dengan kosakata yang cukup. Kosa katanya cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba untuk menemukan sebuah kata. Meskipun ia harus berusaha dan mencari kata-kata, tidak terlalu banyak jeda yang dilakukan. Penyampaiannya sebagian besar lancar. Kadang-kadang terputus-putus tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Rentang ekspresinya cukup. Aksentuasi yang digunakan terdengar asing namun dapat dipahami maknanya.

### **Mahasiswa 4**

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara dengan topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup. Memiliki perbendaharaan kata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa ujaran bertele-tele. Harus berusaha keras menemukan kosakata dengan jeda dalam waktu yang lama. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresinya sering kali terbatas. Kesalahan dalam pengucapan sering terjadi.

### **Mahasiswa 5**

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara dengan akurasi struktural yang cukup. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Harus berusaha keras mencari kosakata yang tepat untuk sebagian besar percakapan. Sering kali harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Aksennya terdengar asing.

### **Mahasiswa 6**

Tata bahasa setara dengan penutur asli yang berpendidikan. Ucapan di semua tingkatan diterima sepenuhnya oleh penutur asli yang berpendidikan dalam semua fiturnya termasuk keluasan kosakata dan idiom, bahasa sehari-hari, dan referensi budaya yang relevan. Berbicara tanpa terlalu banyak usaha mencari kosakata yang tepat dengan rentang ekspresi yang cukup luas. Mencari kata-kata sesekali tetapi hanya satu atau dua jeda yang tidak wajar. Setara dengan dan diterima sepenuhnya oleh penutur asli yang berpendidikan.

### **Mahasiswa 7**

Mampu menggunakan tata bahasa secara akurat di semua tingkatan yang biasanya berkaitan dengan kebutuhan profesional. Kesalahan tata bahasa cukup jarang terjadi. Ucapan di semua tingkatan diterima sepenuhnya oleh penutur asli yang berpendidikan dalam semua fiturnya termasuk keluasan kosakata dan idiom, bahasa sehari-hari, dan referensi budaya yang relevan. Berbicara tanpa terlalu banyak usaha mencari kosakata yang tepat dengan rentang ekspresi yang cukup luas. Mencari kata-kata sesekali tetapi hanya satu atau dua jeda yang tidak wajar. Setara dengan dan diterima sepenuhnya oleh penutur asli yang berpendidikan.

### **Mahasiswa 8**

Tata bahasa mahasiswa 8 dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh atau percaya diri. Mampu berbicara bahasa tersebut dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif dalam sebagian besar percakapan formal dan informal tentang topik-topik praktis, sosial, dan profesional. Kosakata cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata. Harus berusaha untuk sebagian besar waktu. Sering harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi sering terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali cukup sulit untuk diterima.

### **Mahasiswa 9**

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara bahasa tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif dalam sebagian besar percakapan formal dan informal tentang topik-topik praktis, sosial, dan profesional. Mampu berbicara topik tersebut dengan kosakata yang cukup. Kosa katanya cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata. Meskipun ia harus berusaha dan mencari kata-kata, tidak ada terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Penyampaiannya sebagian besar cukup lancar. Kadang-kadang terpotong-potong tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Rentang ekspresi yang cukup. Kesalahan tidak pernah mengganggu pemahaman dan jarang mengganggu penutur asli. Aksentuasi kedaerahan masih terasa.

### **Mahasiswa 10**

Mahasiswa 10 dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Mampu berbicara topik tersebut dengan kosakata yang cukup. Kosakata cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata. Meskipun ia harus berusaha dan mencari kata-kata, tidak ada terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Sebagian besar penyampaiannya cukup lancar. Kadang-kadang terpotong-potong

tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Rentang ekspresi yang cukup. Kesalahan pengucapan tidak pernah mengganggu pemahaman dan jarang mengganggu penutur asli. Aksent kedaerahan masih terasa.

**Tabel. 2**

No	Video	Speaking Rubric																			
		Grammar					Vocabulary					Fluency					Pronunciation				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11	Mahasiswa 11	3					4					4					4				
12	Mahasiswa 12	4					3					3					5				
13	Mahasiswa 13	2					3					2					2				
14	Mahasiswa 14	3					4					4					2				
15	Mahasiswa 15	2					2					2					3				
16	Mahasiswa 16	3					3					3					4				
17	Mahasiswa 17	2					2					1					2				
18	Mahasiswa 18	3					2					2					2				
19	Mahasiswa 19	3					5					3					3				
20	Mahasiswa 20	3					3					3					3				

#### **Mahasiswa 11**

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup. Dapat memahami dan berpartisipasi dalam percakapan apa pun dalam jangkauan pengalamannya dengan tingkat ketepatan kosakata yang tinggi. Kadang-kadang harus berusaha mencari kata-kata. Meskipun demikian, penyampaiannya lancar secara keseluruhan dan hanya ada beberapa jeda yang tidak wajar. Kesalahan dalam pengucapan cukup jarang terjadi.

#### **Mahasiswa 12**

Mampu menggunakan bahasa secara akurat di semua tingkatan yang biasanya berkaitan dengan kebutuhan profesional. Kesalahan tata bahasa cukup jarang terjadi. Mampu berbicara topik tersebut dengan kosakata yang cukup. Kosakata cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata. Meskipun ia harus berusaha dan mencari kata-kata, tidak ada terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Penyampaiannya sebagian besar cukup lancar. Kadang-kadang terputus-putus tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Pengucapannya setara dengan dan sepenuhnya diterima oleh penutur asli yang berpendidikan.

#### **Mahasiswa 13**

Mahasiswa 13 dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Mampu berbicara topik tersebut dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Kosakata yang dimiliki cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata. Dari segi kelancaran, penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi sering terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali membuat pengucapannya salah.

#### **Mahasiswa 14**

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Dapat memahami dan berpartisipasi dalam percakapan apa pun. Kadang-kadang harus berusaha mencari kata-kata. Meskipun demikian, penyampaiannya lancar secara keseluruhan dan hanya ada beberapa jeda yang tidak wajar. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali membuat pengucapannya salah.

#### **Mahasiswa 15**

Mahasiswa 15 dapat menangani konstruksi tata bahasa dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Dari segi kelancaran, Mahasiswa 15 berusaha keras untuk membuat kalimat. Sering harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi sering terbatas. Kesalahan pengucapan tidak pernah mengganggu pemahaman dan jarang mengganggu penutur asli. Aksennya cukup asing.

### Mahasiswa 16

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup serta mampu berbicara bahasa tersebut dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Kosa katanya cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata. Meskipun ia harus berusaha dan mencari kata-kata, tidak ada terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Penyampaiannya sebagian besar cukup lancar. Kadang-kadang terpotong-potong tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Dari segi kelancaran, kesalahan dalam pengucapan cukup jarang.

### Mahasiswa 17

Mahasiswa 17 dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Jeda yang lama saat mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali menyebabkan salah makna.

### Mahasiswa 18

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara dengan topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Harus berusaha keras untuk mencari makna dalam berbicara. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresinya sering kali terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali pengucapannya cukup salah.

### Mahasiswa 19

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara dengan topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Ucapan di semua tingkatan diterima sepenuhnya oleh penutur asli yang berpendidikan dalam semua fiturnya termasuk keluasan kosakata dan idiom, bahasa sehari-hari, dan referensi budaya yang relevan. Meskipun ia harus berusaha dan mencari kata-kata, namun tidak ada terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Sebagian besar penyampaiannya cukup lancar. Kadang-kadang terputus-putus tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Rentang ekspresinya cukup. Kesalahan pengucapan tidak pernah mengganggu pemahaman dan jarang mengganggu penutur asli. Aksen kedaerahan masih terlihat.

### Mahasiswa 20

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara dengan topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Mampu berbicara dengan topik tersebut dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif dalam sebagian besar percakapan formal dan informal. Kosa katanya cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata. Meskipun ia harus berusaha dan mencari kata-kata, namun tidak ada terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Penyampaiannya sebagian besar cukup lancar. Kadang-kadang penyampaiannya terpotong-potong tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Rentang ekspresi yang cukup. Kesalahan pengucapan tidak pernah mengganggu pemahaman dan jarang mengganggu penutur asli. Aksen kedaerahan masih terasa.

Tabel. 3

	Video	Speaking Rubric																			
		Grammar					Vocabulary					Fluency					Pronunciation				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
21	Mahasiswa 21	1					2					3					2				
22	Mahasiswa 22	3					2					3					1				
23	Mahasiswa 23	3					3					2					2				
24	Mahasiswa 24	3					2					2					2				
25	Mahasiswa 25	2					3					3					2				
26	Mahasiswa 26	2					2					2					2				
27	Mahasiswa 27	2					2					2					2				
28	Mahasiswa 28	3					2					2					2				
29	Mahasiswa 29	1					2					2					2				
30	Mahasiswa 30	1					2					2					2				

### **Mahasiswa 21**

Kesalahan tata bahasa sering terjadi, tetapi pembicara dapat dipahami oleh penutur asli yang terbiasa berbicara dengan orang asing yang mencoba berbicara dalam bahasanya. Mahasiswa 21 memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Meskipun ia harus berusaha dan mencari kata-kata yang tepat, namun tidak ada terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Penyampaiannya cukup lancar.

Kadang-kadang terputus-putus tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Rentang ekspresi yang cukup. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapan.

### **Mahasiswa 22**

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara dengan topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Meskipun ia harus berusaha dan mencari kata-kata yang tepat, namun tidak ada terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Penyampaiannya sebagian besar cukup lancar. Kadang-kadang terputus-putus tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Rentang ekspresi yang cukup. Kesalahan dalam pengucapan sering terjadi tetapi dapat dipahami oleh penutur asli yang terbiasa berurusan dengan orang asing yang mencoba berbicara dalam bahasanya.

### **Mahasiswa 23**

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara dengan topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Mampu berbicara dengan topik tersebut dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Kosa katanya cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata. Sering kali harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresinya sering kali terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali cukup salah dalam pengucapannya.

### **Mahasiswa 24**

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara dengan topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Sering kali harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresinya sering kali terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapannya.

### **Mahasiswa 25**

Mahasiswa 25 dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Mampu berbicara dengan topik tersebut dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Kosakatanya cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata. Meskipun ia harus berusaha dan mencari kata-kata, namun tidak ada terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Sebagian besar penyampaiannya cukup lancar. Kadang-kadang terputus-putus tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Rentang ekspresi yang cukup. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali cukup salah dalam pengucapannya.

### **Mahasiswa 26**

Mahasiswa 26 memiliki kemampuan tata bahasa konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Sering harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresinya sering terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapannya.

### **Mahasiswa 27**

Mahasiswa 26 memiliki kemampuan tata bahasa konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Sering harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresinya sering terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapannya.

### **Mahasiswa 28**

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu berbicara dengan topik tersebut dengan akurasi struktural yang untuk berpartisipasi secara efektif. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Sering kali harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak

tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresinya sering kali terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapan.

**Mahasiswa 29** cukup

Kesalahan tata bahasa sering terjadi, tetapi pembicara dapat dipahami oleh penutur asli yang terbiasa berurusan dengan orang asing yang mencoba berbicara dalam bahasanya. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Sering kali harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi sering kali terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapannya.

**Mahasiswa 30**

Kesalahan tata bahasa sering terjadi, tetapi pembicara dapat dipahami oleh penutur asli yang terbiasa berurusan dengan orang asing yang mencoba berbicara dalam bahasanya. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Sering kali harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi sering kali terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah.

**Tabel. 4**

	Video	Speaking Rubric																			
		Grammar					Vocabulary					Fluency					Pronunciation				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
31	Mahasiswa 31	1					2					1					2				
32	Mahasiswa 32	2					2					1					3				
33	Mahasiswa 33	2					2					3					3				
34	Mahasiswa 34	2					1					1					2				
35	Mahasiswa 35	4					3					1					3				
36	Mahasiswa 36	2					3					2					2				
37	Mahasiswa 37	2					3					1					3				
38	Mahasiswa 38	2					2					1					3				
39	Mahasiswa 39	2					1					2					1				
40	Mahasiswa 40	3					2					1					2				

**Mahasiswa 31**

Kesalahan tata bahasa sering terjadi, tetapi pembicara dapat dipahami oleh penutur asli yang terbiasa berbicara dengan orang asing yang mencoba berbicara dalam bahasanya. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Mahasiswa 31 membutuhkan jeda yang lama saat mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Jangkauan ekspresi terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapan.

**Mahasiswa 32**

Biasanya dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Mahasiswa 32 memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Mahasiswa 32 membutuhkan jeda yang lama saat mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Meskipun terdapat banyak kesalahan dalam pengucapan, namun tidak mengganggu pemahaman meski beberapa ucapan cukup mengganggu penutur asli dalam memahami makna. Aksennya cukup asing untuk dipahami.

**Mahasiswa 33**

Mahasiswa 33 dapat menangani konstruksi dasar tata bahasa dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Seringnya harus berusaha dalam mencari kata-kata yang tepat, namun tidak ada terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Penyampaiannya cukup lancar. Kadang-kadang terputus-putus tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Rentang ekspresinya cukup. Kesalahan tidak pernah mengganggu pemahaman dan jarang mengganggu penutur asli. Aksen kedaerahan sangat terasa.

**Mahasiswa 34**

Mahasiswa 34 dapat menangani konstruksi dasar tata bahasa dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Kosakata yang digunakan tidak memadai untuk mengungkapkan apa pun kecuali kebutuhan yang paling mendasar. Harus berusaha keras untuk mengungkapkan sesuatu. Sering kali harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi sering kali terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali cukup salah dalam pengucapan.

**Mahasiswa 35**

Mahasiswa 35 mampu menggunakan bahasa secara akurat di semua tingkatan yang biasanya berkaitan dengan kebutuhan profesional. Kesalahan tata bahasa cukup jarang terjadi. Mampu berbicara bahasa tersebut dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Kosakata cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata. Mahasiswa 35 membutuhkan jeda yang lama saat ia mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Jangkauan ekspresi terbatas. Kesalahan pengucapan sering terjadi namun tidak mengganggu pemahaman dan jarang mengganggu penutur asli. Aksennya kedaerahan terlihat kental.

**Mahasiswa 36**

Mahasiswa 36 dapat menangani konstruksi dasar tata bahasa dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kontrol tata bahasa yang menyeluruh. Mahasiswa 36 mampu berbicara dengan topik tersebut dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Kosakata cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata namun sering harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi sering terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali cukup salah dalam pengucapan.

**Mahasiswa 37**

Mahasiswa 37 dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kontrol tata bahasa yang menyeluruh. Mampu berbicara bahasa tersebut dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Kosakata cukup, namun membutuhkan jeda yang lama saat ingin mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Jangkauan ekspresi terbatas. Meskipun sering melakukan kesalahan pengucapan, namun hal tersebut tidak pernah mengganggu pemahaman dan jarang mengganggu penutur asli. Aksennya mungkin jelas asing.

**Mahasiswa 38**

Mahasiswa 38 dapat menangani konstruksi dasar tata bahasa dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Mahasiswa 38 memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Mahasiswa 38 membutuhkan jeda yang lama saat mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Jangkauan ekspresinya terbatas. Sering membuat kesalahan pengucapan namun kesalahan tidak pernah mengganggu pemahaman dan jarang mengganggu penutur asli. Aksennya terlihat sangat asing.

**Mahasiswa 39**

Mahasiswa 39 dapat konstruksi dasar tata bahasa dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh atau meyakinkan. Kosakata bicara tidak memadai untuk mengungkapkan apa pun kecuali kebutuhan yang paling mendasar. Sering kali kesulitan saat harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi seringnya terbatas. Kesalahan dalam pengucapan sering terjadi tetapi dapat dipahami oleh penutur asli yang terbiasa berurusan dengan orang asing yang mencoba berbicara dalam bahasanya.

**Mahasiswa 40**

Penguasaan tata bahasanya baik. Dia mampu berbicara bahasa tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Mahasiswa 40 membutuhkan jeda yang lama saat mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Jangkauan ekspresi terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah.

Tabel. 5

	Video	Speaking Rubric																			
		Grammar					Vocabulary					Fluency					Pronunciation				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
41	Mahasiswa 41	1					2					2					1				
42	Mahasiswa 42	2					2					2					2				
43	Mahasiswa 43	2					2					1					2				
44	Mahasiswa 44	3					2					2					2				
45	Mahasiswa 45	2					2					1					2				
46	Mahasiswa 46	2					2					2					1				
47	Mahasiswa 47	2					2					1					2				
48	Mahasiswa 48	3					3					1					2				
49	Mahasiswa 49	2					1					1					2				
50	Mahasiswa 50	2					2					1					2				

**Mahasiswa 41**

Kesalahan tata bahasa sering terjadi, tetapi pembicara dapat dipahami oleh penutur asli yang terbiasa berurusan dengan orang asing yang mencoba berbicara dalam bahasanya. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya dan dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Sering kali harus berusaha keras dalam mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi sering kali terbatas. Kesalahan pengucapan sering terjadi tetapi dapat dipahami oleh penutur asli yang terbiasa berurusan dengan orang asing yang mencoba berbicara dalam bahasanya.

**Mahasiswa 42**

Mahasiswa 42 dapat menangani tata bahasa berupa konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh atau percaya diri. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Sering harus berusaha mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi sering terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapan.

**Mahasiswa 43**

Mahasiswa 43 dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Mahasiswa 43 memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Mahasiswa 43 memiliki jeda yang lama saat mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Jangkauan ekspresi terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali membuat pengucapannya salah.

**Mahasiswa 44**

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu membicarakan topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Sering kali harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresinya sering kali terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali cukup salah.

**Mahasiswa 45**

Mahasiswa 45 mampu menggunakan konstruksi dasar tata bahasa dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Mahasiswa 45 memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Mahasiswa 45 harus menggunakan jeda yang lama saat mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapan.

**Mahasiswa 46**

Mahasiswa 46 dapat menangani konstruksi dasar tata bahasa dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Mahasiswa 46 memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Mahasiswa 46 sering harus mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya agak tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi sering terbatas.



Kesalahan dalam pengucapan sering terjadi tetapi dapat dipahami oleh penutur asli yang terbiasa berurusan dengan orang asing yang mencoba berbicara dalam bahasanya.

#### Mahasiswa 47

Mahasiswa 47 dapat menangani konstruksi dasar tata bahasa dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Mahasiswa 47 memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Mahasiswa 47 membutuhkan jeda yang lama saat mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah menyebabkan salah pengucapan.

#### Mahasiswa 48

Penguasaan tata bahasanya baik. Mampu membicarakan topik tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif. Kosakatanya cukup luas sehingga ia jarang harus meraba-raba sebuah kata. Mahasiswa 48 membutuhkan jeda yang lama saat ia mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Jangkauan ekspresi terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapannya.

#### Mahasiswa 49

Mahasiswa 49 dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Kosakata yang digunakan tidak memadai untuk mengungkapkan apa pun kecuali kata-kata dasar. Jeda yang lama saat mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapan.

#### Mahasiswa 50

Mahasiswa 50 dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh. Mahasiswa 50 memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Mahasiswa 50 membutuhkan jeda yang lama saat mencari makna yang diinginkan. Penyampaiannya sering terputus-putus dan tersendat-sendat. Jangkauan ekspresinya terbatas. Aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah dalam pengucapannya.

## 2. Penilaian Kemampuan Skill Berbicara Mahasiswa Pada Post-Test

Tabel. 6

No	Video	Speaking Rubric																			
		Grammar					Vocabulary					Fluency					Pronunciation				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Mahasiswa 1	5					3					5					3				
2	Mahasiswa 2	5					5					5					5				
3	Mahasiswa 3	5					5					5					4				
4	Mahasiswa 4	4					3					3					3				
5	Mahasiswa 5	5					3					3					4				
6	Mahasiswa 6	5					5					5					5				
7	Mahasiswa 7	5					5					5					5				
8	Mahasiswa 8	5					5					5					5				
9	Mahasiswa 9	5					5					5					5				
10	Mahasiswa 10	4					5					5					3				

#### Mahasiswa 1

Data dari mahasiswa 1 menunjukkan latar berupa mahasiswa yang sedang membuat promosi berupa “Kripik Talas” yang diproduksi oleh “Kurnia Jaya”. Penggunaan grammar yang dilakukan nyaris tidak memiliki kesalahan sehingga grammatikal yang digunakan setara dengan penutur asli. Mahasiswa 1 memiliki kosakata yang cukup dalam menyampaikan pesan yang efektif. Kosakata yang digunakan dalam mempromosikan produk sesuai dengan maksud promosi yang ingin disampaikan. Hanya saja penggunaan kosakata yang digunakan memiliki banyak repetisi. Sehingga meskipun penggunaan kosakata cukup tepat, namun kosakata yang digunakan secara berulang-ulang menunjukkan kurangnya wawasan dalam membuat kalimat. Dalam aspek kelancaran, mahasiswa 1

menunjukkan bahwa dia berbicara tanpa kesulitan. Filler seperti kata “ehmm” juga menunjukkan kewajaran sebagai bentuk ekspresi menampilkan peran agar iklan lebih menarik dan bukan disebabkan kebingungan dalam mencari kosakata atau melakukan kesalahan lainnya. Pada segi pronunciation, terdapat beberapa kesalahan namun makna yang disampaikan tetap dapat dipahami. Aksen kedaerahan juga masih sangat terasa.

### **Mahasiswa 2**

Data dari mahasiswa 2 menunjukkan latar berupa mahasiswa yang sedang membuat video promosi berupa “Bandeng Juwana” yang diproduksi oleh “Toko Erlina”. Penggunaan grammar yang dilakukan nyaris tidak memiliki kesalahan sehingga grammatikal yang digunakan setara dengan penutur asli. Mahasiswa 2 memiliki kosakata yang cukup dalam menyampaikan pesan secara efektif. Kosakata yang digunakan dalam mempromosikan produk sesuai dengan maksud promosi yang ingin disampaikan. Penggunaan kosakata juga beragam dan tidak monoton sehingga menunjukkan kekayaan kosakata yang dimiliki. Dalam aspek kelancaran, mahasiswa 2 menunjukkan bahwa dia berbicara tanpa menemui kesulitan. Tidak ditemukan filler dari video promosi tersebut. Pada segi pronunciation, terdapat terdapat beberapa kesalahan namun makna yang disampaikan tetap dapat dipahami. Aksen kedaerahan juga masih sangat terasa.

### **Mahasiswa 3**

Data dari mahasiswa 3 menunjukkan latar berupa mahasiswa yang sedang membuat video promosi berupa “Kue Bandung”. Penggunaan grammar yang dilakukan nyaris tidak memiliki kesalahan sehingga grammatikal yang digunakan setara dengan penutur asli. Mahasiswa 3 memiliki kosakata yang cukup dalam menyampaikan pesan yang efektif. Kosakata yang digunakan dalam mempromosikan produk sesuai dengan maksud promosi yang ingin disampaikan. Mahasiswa 3 memiliki kosakata yang cukup dalam menyampaikan pesan secara efektif. Kosakata yang digunakan dalam mempromosikan produk sesuai dengan maksud promosi yang ingin disampaikan. Penggunaan kosakata juga beragam dan tidak monoton sehingga menunjukkan kekayaan kosakata yang dimiliki. Dalam aspek kelancaran, mahasiswa 3 menunjukkan bahwa dia berbicara tanpa menemui kesulitan. Tidak ditemukan filler dari video promosi tersebut. Pada segi pronunciation, terdapat terdapat beberapa kesalahan.

### **Mahasiswa 4**

Data dari mahasiswa 4 menunjukkan latar berupa mahasiswa yang sedang membuat video promosi berupa “Teh Desa”. Penggunaan grammar cukup akurat dan jarang terjadi kesalahan. Mahasiswa 4 memiliki kosakata yang cukup untuk menyampaikan pesan. Kosakata yang digunakan kurang bervariasi dan beberapa kali membutuhkan filler untuk meraba-raba untuk menemukan sebuah kata yang tepat. Kekurangan pada kosakata berdampak pada aspek kelancaran yang membuat mahasiswa 4 sesekali terputus dalam menyampaikan makna. Dalam aspek pronunciation, akses lokal masih terlihat kental serta ditemukan beberapa kali kesalahan dalam pengucapan meskipun tidak terlalu mengganggu pemahaman makna.

### **Mahasiswa 5**

Data dari mahasiswa 5 menunjukkan latar berupa mahasiswa yang sedang membuat video promosi berupa “Kue Aroma Nopia” Khas Banyumas. Penggunaan grammar cukup akurat dan jarang terjadi kesalahan. Mahasiswa 4 memiliki kosakata yang cukup dalam menyampaikan pesan. Kosakata yang digunakan cukup bervariasi hanya saja terdapat penggunaan kalimat yang tidak di terjemahkan kedalam Bahasa Inggris serta beberapa kali perlu meraba dalam mencari kata yang tepat. Kekurangan pada kosakata berdampak pada aspek kelancaran yang membuat mahasiswa 4 sesekali terputus dalam menyampaikan makna. Dalam aspek pronunciation, pengucapan cukup jarang terdapat kesalahan.

### **Mahasiswa 6**

Data dari mahasiswa 6 menunjukkan latar berupa mahasiswa yang membuat video promosi berupa “Wingko Babat” yang diproduksi oleh “NN Meniko”. Penggunaan grammar sangat akurat dan tidak menunjukkan adanya kesalahan sehingga grammatikal yang digunakan setara dengan penutur asli. Mahasiswa 6 memiliki kosakata yang baik dan luas. Dari aspek kelancaran, tidak ditemukan adanya kesulitan dalam menyampaikan pesan. Dari aspek pengucapan, mahasiswa 6 setara dengan penutur asli dan tidak menunjukkan adanya kesalahan serta logat kedaerahan.

### **Mahasiswa 7**

Mahasiswa 7 menunjukkan latar berupa mahasiswa yang menunjukkan latar mempromosikan “Serabi Cirebon” dan “Sambal Goreng Cirebon”. Penggunaan grammar sangat akurat dan tidak menunjukkan adanya kesalahan sehingga grammatikal yang digunakan setara dengan penutur asli. Mahasiswa 7 memiliki kosakata yang baik dan luas. . Dari aspek kelancaran, tidak ditemukan adanya kesulitan dalam menyampaikan pesan. Dari aspek pengucapan, mahasiswa 6 setara dengan penutur asli dan tidak menunjukkan adanya kesalahan serta logat kedaerahan.

### Mahasiswa 8

Mahasiswa 8 menunjukkan latar mempromosikan “Kupat Tahu” yang diproduksi oleh “Kupat Tahu Pak Jali”. Penggunaan grammar sangat akurat dan tidak menunjukkan adanya kesalahan sehingga gramatikal yang digunakan setara dengan penutur asli. Mahasiswa 8 memiliki kosakata yang luas sehingga berdampak pada aspek kelancaran yang baik. Dari segi pengucapan, mahasiswa 6 setara dengan penutur asli dan tidak menunjukkan adanya kesalahan serta logat kedaerahan.

### Mahasiswa 9

Mahasiswa 9 menunjukkan latar berupa mahasiswa yang membuat pesan promosi berupa “Rengginang Mpok Nini” Yang diproduksi oleh “Mpok Nini”. Penggunaan grammar yang dilakukan nyaris tidak memiliki kesalahan sehingga grammatikal yang digunakan setara dengan penutur asli. Mahasiswa 9 memiliki kosakata yang cukup dalam menyampaikan pesan yang efektif. Kosakata yang digunakan dalam mempromosikan produk sesuai dengan maksud promosi yang ingin disampaikan. Kosakata yang digunakan cukup luas dan tidak terdapat pengulangan yang mengganggu. Dalam aspek kelancaran, mahasiswa menunjukkan bahwa dia berbicara tanpa kesulitan. Filler seperti kata “ehmm” juga menunjukkan kewajaran sebagai bentuk ekspresi menampilkan peran agar iklan lebih menarik dan bukan disebabkan kebingungan dalam mencari kosakata atau melakukan kesalahan lainnya. Dalam segi pengucapan, mahasiswa 9 setara dengan penutur asli dan tidak menunjukkan adanya kesalahan serta logat kedaerahan.

### Mahasiswa 10

Mahasiswa 10 menunjukkan latar berupa mahasiswa yang membuat pesan promosi berupa “Ecozym antiseptik spray” yang diproduksi oleh “UKM UNNES”. Penggunaan grammar yang digunakan cukup akurat dan hanya ditemukan beberapa kesalahan saja. Mahasiswa 10 memiliki kosakata yang cukup dalam menyampaikan pesan yang efektif. Kosakata yang digunakan dalam mempromosikan produk sesuai dengan maksud promosi yang ingin disampaikan. Kosakata yang digunakan cukup luas dan tidak terdapat pengulangan yang mengganggu. Dalam aspek kelancaran, mahasiswa 1 menunjukkan bahwa dia berbicara tanpa kesulitan. Dalam segi pengucapan, mahasiswa 10 setara dengan penutur asli dan tidak menunjukkan adanya kesalahan serta logat kedaerahan. Dalam pengucapan, kesalahan cukup banyak dilakukan namun tidak mengganggu pemahaman makna.

Tabel. 7

No	Video	Speaking Rubric																				
		Grammar					Vocabulary					Fluency					Pronunciation					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
11	Mahasiswa 11			4					4					4						4		
12	Mahasiswa 12			5					4					4							4	
13	Mahasiswa 13			5					4					4							3	
14	Mahasiswa 14			4					5					5							5	
15	Mahasiswa 15			4					5					4							4	
16	Mahasiswa 16			5					5					4							5	
17	Mahasiswa 17			4					4					3							3	
18	Mahasiswa 18			4					4					3							2	
19	Mahasiswa 19			4					5					4							4	
20	Mahasiswa 20			4					4					4							4	

### Mahasiswa 11

Video promosi sirup Kartika menyajikan manfaat dan fitur produk dengan baik dalam video tersebut. Ia menunjukkan penguasaan bahasa yang baik, dengan tata bahasa dan kosakata yang tepat. Meskipun ada beberapa kesalahan tata bahasa seperti "locate, should be located" namun hal ini tidak mengurangi koherensi pesan secara keseluruhan. Kosakata yang digunakan sangat mengesankan, meskipun ada kalanya mereka mencoba mencari kata, yang sedikit memengaruhi kelancaran penyampaian. Namun, penyampaian secara keseluruhan lancar, hanya dengan sedikit jeda. Dalam pengucapan, ia menyampaikan produk secara keseluruhan dengan lancar, meskipun ada beberapa contoh pengucapan yang salah, seperti "has, such as, produce".

### Mahasiswa 12

Dalam mempromosikan Kopi Temanggung, ia menunjukkan keterampilan berbahasa yang sangat baik, dengan penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks. Ia mampu memahami dan fasih dalam percakapan yang

dilakukannya saat mencari informasi produk. Pengucapannya sangat fasih, hanya dengan beberapa kesalahan pada kata-kata seperti "daerah" dan "hasil". Namun, penyampaiannya secara keseluruhan sangat lancar dan hanya ada beberapa jeda yang tidak wajar, seperti "eee.". Ekspresi wajah dan kontak mata sangat ekspresif dan sebagian besar menghadap kamera sehingga dapat menarik perhatian audiens. Promosi ini menunjukkan bahwa ia menyampaikan dengan fokus pada asal produk, informasi produk, cara membeli, dan keunggulan produk tersebut.

### **Mahasiswa 13**

Dalam mempromosikan Kacang Bagares, ia menyampaikan dengan kemampuan berbahasa yang baik, dengan penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks. Ia dapat memahami produk apa yang sedang dipromosikannya. Pengucapannya lancar, meskipun masih terdapat beberapa kesalahan pengucapan pada kata-kata seperti "curious", "directly", "video". Namun, penyampaiannya secara keseluruhan masih sangat percaya diri dan jelas. Hanya terdapat beberapa jeda yang tidak wajar. Ekspresi wajah dan kontak mata yang cukup ekspresif dan sebagian besar menghadap kamera sehingga dapat menarik perhatian audiens. Meskipun lebih banyak cuplikan video yang diambil daripada wajahnya. Presentasi ini menunjukkan bahwa ia menyampaikan secara fokus tentang proses pembuatan produk, informasi produk, dan cara pembelian. Detail dan contoh yang dipilih sangat baik dan mendukung setiap ide atau poin penting sehingga presentasi menjadi sangat persuasif.

### **Mahasiswa 14**

Dalam mempromosikan Spinach Chips, ia melakukan promosi dengan menggunakan keterampilan berbahasa yang baik, dengan penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks. Ia juga dapat memahami produk dengan baik dalam penyampaiannya. Ia dapat menyampaikan pelafalannya dengan lancar, dengan sikap yang sangat percaya diri dan jelas. Kemudian, ekspresi wajah dan kontak mata sangat ekspresif dan sebagian besar menghadap kamera. Ia juga mencoba untuk memakan produk tersebut secara langsung. Hal tersebut dapat meningkatkan minat audiens. Presentasi ini menekankan bahwa ia dapat menyampaikan informasi yang terfokus tentang produk tersebut, seperti bagaimana cara membelinya, dan apa saja kelebihan produk tersebut.

### **Mahasiswa 15**

Dalam mempromosikan berbagai produk rajutan, terutama tas, ia dapat menyampaikan promosi dengan keterampilan berbahasa yang baik, dan penggunaan bahasa yang baik sesuai konteks. Ia dapat menyampaikan informasi produk dengan baik dan jelas. Pengucapannya sangat fasih, dengan gestur yang sangat percaya diri dan jelas.

### **Mahasiswa 16**

Dalam mempromosikan berbagai produk bros manik-manik buatan tangan, ia dapat menyampaikan promosi produknya dengan menjelaskan berbagai bentuk dan warna dengan keterampilan berbahasa yang sangat baik, serta penggunaan bahasa yang baik sesuai konteks. Ia dapat menyampaikan informasi produk dengan baik, meskipun terdapat beberapa kesalahan tata bahasa. Pengucapannya sangat lancar, dengan gestur yang sangat percaya diri dan jelas. Namun, masih ada beberapa pengucapan yang kurang tepat, seperti "pembelian, mesin". Terdapat beberapa jeda dengan "eee".

### **Mahasiswa 17**

Dalam mempromosikan suatu produk makanan, yaitu jenang dari Kudus. Ia dapat menyampaikan promosi produk tersebut dengan kemampuan bahasa yang cukup baik, dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks. Ia juga menyampaikan informasi produk dengan baik, meskipun terdapat beberapa kesalahan tata bahasa saat diucapkan. Pengucapannya kurang lancar dan kurang jelas saat mengucapkan kata-kata, meskipun penyampaiannya cukup percaya diri. Namun, ada beberapa pengucapan yang kurang tepat, seperti "packaging, such as, flour, granulated". Tidak terlalu banyak jeda, tetapi penyampaiannya sangat santai.

### **Mahasiswa 18**

Dalam mempromosikan produk makanan yaitu cemilan makaroni dengan merk "Ananta". Ia menyampaikan promosi produknya dengan kemampuan berbahasa yang baik dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks. Ia dapat menyampaikan informasi produk dengan baik, meskipun terdapat beberapa kesalahan tata bahasa dan pengucapan saat diucapkan. Pengucapannya kurang lancar dan kurang jelas saat mengucapkan kata, meskipun penyampaiannya cukup percaya diri. Akan tetapi, banyak pengucapan yang kurang tepat, seperti "introduce, all, invite". Tidak lancar saat berbicara dalam video, terdapat beberapa kali jeda, tetapi penyampaiannya sangat menarik.

### **Mahasiswa 19**

Dalam mempromosikan produk makanan tradisional yaitu Serabi Solo, beliau menyampaikan promosi produknya dengan kemampuan berbahasa yang sangat baik, dan penggunaan bahasa yang sangat tepat dan sesuai dengan

konteks. Beliau dapat menyampaikan informasi produk dengan pemahaman yang sangat baik. Kemudian penyusunan kalimatnya sangat baik dari segi tata bahasa dan pengucapan. Untuk pengucapannya sangat fasih seperti native dan sangat jelas dalam mengucapkan kata-kata.

### Mahasiswa 20

Dalam mempromosikan produk oleh-oleh khas Wonosobo yaitu Carica, ia menyampaikan promosi produknya dengan kemampuan bahasa yang cukup baik dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks. Ia dapat menyampaikan informasi produk dengan pemahaman yang sangat baik. Kemudian penyusunan kalimatnya sangat baik dari segi tata bahasa dan pengucapan. Pengucapannya sangat lancar dan jelas saat mengucapkan kata-kata yang akan dipromosikan. Meskipun ada beberapa pengucapan yang masih kurang tepat seperti “fruit, which is”.

Tabel. 8

	Video	Speaking Rubric																			
		Grammar					Vocabulary					Fluency					Pronunciation				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
21	Mahasiswa 21	3					4					4					3				
22	Mahasiswa 22	5					4					3					2				
23	Mahasiswa 23	5					5					5					4				
24	Mahasiswa 24	5					4					4					3				
25	Mahasiswa 25	3					3					3					2				
26	Mahasiswa 26	2					3					4					3				
27	Mahasiswa 27	3					3					4					3				
28	Mahasiswa 28	4					3					3					3				
29	Mahasiswa 29	4					4					2					2				
30	Mahasiswa 30	3					3					3					3				

### Mahasiswa 21

Dalam aspek grammatikal, terdapat beberapa kesalahan grammar pada penggunaan *to be*, *preposition*, *verb*, serta susunan kalimat yang diucapkan, namun; mahasiswa 21 tanggap dan percaya diri untuk membenarkan dan mempunyai kontrol atas aspek grammar, sehingga mahasiswa 1 dapat menyatakan idenya dengan efektif dan terstruktur dalam Bahasa Inggris.

Mahasiswa 21 memiliki kosa kata yang luas dan presisi untuk mengantarkan penonton ke inti video serta mendeskripsikan rasa dari makanan yang sedang dipromosikan. Kosa kata yang digunakan juga sesuai dengan maksud promosi yang sedang disampaikan sehingga promosi berjalan secara efektif dan tidak ada kosa kata berulang. Selain kosa kata yang luas dan variatif, mahasiswa 21 juga mendeskripsikan produk dengan lancar. Walaupun terkadang tampak sedang mencari kata yang tepat, namun promosi dapat tersampaikan secara lancar tanpa jeda yang tidak natural. Pada aspek pengucapan, terdapat beberapa kesalahan di huruf vokal dan aksent yang terdengar seperti bukan penutur jati, tetapi; promosi masih bisa dapat dipahami dengan baik.

### Mahasiswa 22

Dalam promosinya, mahasiswa 22 menggunakan aspek grammatikal yang akurat setara dengan penutur jati dan tidak ada kesalahan penggunaan grammar, sehingga; kalimat promosi dan ide pada video dapat disampaikan secara terstruktur dalam Bahasa Inggris. Mahasiswa 22 memiliki kosa kata cukup luas untuk mengantarkan penonton ke inti video. Kosa kata yang digunakan juga sesuai dengan maksud promosi yang sedang disampaikan. Mahasiswa 22 dapat mendeskripsikan makanan serta kondisinya dengan baik, sehingga promosi berjalan secara efektif. Tetapi terdapat sebagian kecil kosa kata yang diulang dalam video pada jumlah yang wajar dan tidak mengurangi tingkat pemahaman penonton atas promosi yang dilakukan. Pada aspek kelancaran, terdapat beberapa jeda tidak natural dan mahasiswa 22 tampak sedang mencari kata yang tepat. Kendati demikian, inti dari promosi dan deskripsi produk dapat tersampaikan dengan baik. Berlawanan dengan penguasaan kosa kata, dalam pengucapan kosa kata terdapat banyak kesalahan. Mahasiswa 22 cenderung menggabungkan dua atau tiga kata tanpa jeda, sehingga; penonton sulit memahami kalimat yang diucapkan. Selain itu, pengucapan huruf vokal dan beberapa kosa kata panjang tidak tepat dan aksent pengucapan tidak terdengar seperti penutur asli.

### Mahasiswa 23

Mahasiswa 23 menggunakan aspek grammatikal yang akurat setara dengan penutur jati dan tidak ada kesalahan penggunaan grammar, sehingga; kalimat promosi dan ide pada video dapat disampaikan secara terstruktur dalam

Bahasa Inggris. Dalam pemilihan kosa kata, mahasiswa 3 memakai kosa kata yang bervariasi dan presisi untuk mengantarkan penonton ke inti video. Kosa kata yang digunakan juga sesuai dengan maksud promosi yang sedang disampaikan melibatkan idiom dan referensi budaya. Selain itu, tidak ada pengulangan kata dalam video. Selain kosa kata yang luas dan variatif, mahasiswa 3 juga mengekspresikan kalimat promosi dengan lancar tanpa menunjukkan kesulitan. Dalam kalimatnya, tidak ada jeda tidak natural dan mahasiswa 3 tidak tampak terhenti untuk mencari kata yang tepat. Pada aspek pengucapan, terjadi sangat sedikit kesalahan sehingga kata yang diucapkan mudah di mengerti dan diucapkan hampir seperti penutur jati.

#### **Mahasiswa 24**

Dalam promosinya, mahasiswa 24 menggunakan aspek grammatikal yang akurat setara dengan penutur jati dan tidak ada kesalahan penggunaan grammar, sehingga; kalimat promosi dan ide pada video dapat disampaikan secara terstruktur dalam Bahasa Inggris. Mahasiswa 24 memiliki kosa kata yang luas dan presisi untuk mengantarkan penonton ke inti video serta mendeskripsikan rasa dari berbagai makanan makanan yang sedang dipromosikan. Kosa kata yang digunakan juga sesuai dengan maksud promosi yang sedang disampaikan sehingga promosi berjalan secara efektif. Tetapi terdapat sebagian kecil kosa kata yang diulang dalam video pada jumlah yang wajar dan tidak mengurangi tingkat pemahaman penonton atas promosi yang dilakukan. Pada aspek kelancaran, mahasiswa 24 mengantarkan dan mendeskripsikan produk dengan lancar. Dalam promosi tidak terdapat kesulitan untuk mencari kosa kata, namun; masih ada beberapa jeda tidak natural. Untuk pengucapan kosa kata, terdapat beberapa kesalahan di huruf vocal, huruf V, dan kosa kata Panjang. Aksen mahasiswa 24 juga terdengar seperti bukan penutur asli, tetapi; promosi masih bisa dapat dipahami dengan baik.

#### **Mahasiswa 25**

Pada video, mahasiswa 25 menggunakan aspek grammatikal yang baik meskipun terdapat sedikit kesalahan penggunaan *adjective* dan kata kerja setelah *to*. Terlepas dari hal tersebut, susunan kalimat tetap dapat dimengerti dan disampaikan secara terstruktur dalam Bahasa Inggris. Mahasiswa 25 menggunakan kosa kata yang kurang bervariasi dalam kegiatan promosinya sehingga terjadi pengulangan pada sebagian besar kosa kata. Pilihan kata yang digunakan untuk menjelaskan penginapan tersebut juga kurang menjadi daya jual untuk kegiatan promosi. Dalam aspek kelancaran, terdapat banyak jeda tidak natural dan mahasiswa 25 tampak sedang mencari kosa kata yang sesuai. Karena hal tersebut, penonton cenderung tidak memperhatikan kalimat promosi. Untuk pengucapan kosa kata, terdapat banyak kesalahan meliputi pengucapan huruf vocal, pengucapan huruf "th", pengucapan huruf V, serta pengucapan kosa kata Panjang. Akibatnya, aksen yang terdengar tidak seperti penutur jati.

#### **Mahasiswa 26**

Dalam aspek grammatikal, mahasiswa 26 banyak menggunakan kata kerja yang tidak sesuai dengan struktur kalimat. Selain itu, terdapat beberapa kekeliruan di preposisi, kata artikel dan penggunaan kata kerja setelah modal. Selain itu, mahasiswa 26 tidak mempunyai kontrol dalam aspek grammatikal sehingga tidak segera membenarkan penggunaan grammar yang tidak sesuai. Mahasiswa 26 menggunakan kosa kata yang kurang bervariasi dalam kegiatan promosinya sehingga terjadi pengulangan pada sebagian besar kosa kata. Namun, pilihan kata yang digunakan tetap dapat mendeskripsikan tampilan dan rasa makanan dengan baik. Terlepas dari beberapa kekeliruan di aspek grammatikal, mahasiswa 26 melakukan promosi dengan lancar dan bisa mendeskripsikan produk dengan fasih. Namun terkadang terdapat jeda yang kurang natural dan mahasiswa 6 tampak berusaha untuk mencari kosa kata yang tepat. Pada aspek pengucapan, terdapat beberapa kesalahan di huruf vokal dan aksen yang terdengar seperti bukan penutur jati, tetapi; promosi masih bisa dapat dipahami dengan baik.

#### **Mahasiswa 27**

Dalam aspek grammatikal, mahasiswa 26 banyak menggunakan kata kerja yang tidak sesuai dengan struktur kalimat. Selain itu, terdapat beberapa kekeliruan di preposisi, kata artikel dan penggunaan kata kerja setelah modal. Selain itu, mahasiswa 26 tidak mempunyai kontrol dalam aspek grammatikal sehingga tidak segera membenarkan penggunaan grammar yang tidak sesuai. Mahasiswa 26 menggunakan kosa kata yang kurang bervariasi dalam kegiatan promosinya sehingga terjadi pengulangan pada sebagian besar kosa kata. Namun, pilihan kata yang digunakan tetap dapat mendeskripsikan tampilan dan rasa makanan dengan baik. Terlepas dari beberapa kekeliruan di aspek grammatikal, mahasiswa 26 melakukan promosi dengan lancar dan bisa mendeskripsikan produk dengan fasih. Namun terkadang terdapat jeda yang kurang natural dan mahasiswa 6 tampak berusaha untuk mencari kosa kata yang tepat. Pada aspek pengucapan, terdapat beberapa kesalahan di huruf vokal dan aksen yang terdengar seperti bukan penutur jati, tetapi; promosi masih bisa dapat dipahami dengan baik.

### Mahasiswa 28

Mahasiswa 28 menggunakan grammar yang akurat walaupun terdapat sedikit kesalahan dalam penggunaan kata kerja. Secara garis besar, promosi dapat terlaksana menggunakan struktur yang baik dalam Bahasa Inggris. Untuk kosa kata, penggunaannya cenderung monoton dan terdapat kosa kata berulang. Mahasiswa 28 juga memilih beberapa kosa kata yang kurang sesuai untuk mendeskripsikan makanan sehingga deskripsi makanan kurang bisa menggambarkan rasa serta tekstur makanan tersebut. Pada aspek kelancaran, terdapat banyak jeda tidak natural dan mahasiswa 28 tampak sedang mencari kosa kata yang sesuai. Karena hal tersebut, penonton cenderung tidak memperhatikan kalimat promosi. Dalam pengucapan, terdapat banyak kesalahan meliputi pengucapan huruf vocal, pengucapan huruf “th”, pengucapan huruf “v”, serta pengucapan kosa kata Panjang. Akibatnya, aksentuasi yang terdengar tidak seperti penutur jati.

### Mahasiswa 29

Dalam promosinya, mahasiswa 29 menggunakan grammar yang akurat walaupun terdapat sedikit kesalahan dalam penggunaan kata kerja. Secara garis besar, promosi dapat terlaksana menggunakan struktur yang baik dalam Bahasa Inggris. Mahasiswa 29 memiliki kosa kata cukup luas untuk mengantarkan penonton ke inti video. Kosa kata yang digunakan juga sesuai dengan maksud promosi yang sedang disampaikan. Mahasiswa 29 dapat mendeskripsikan branding dari Es Teh Desa tersebut melalui kosa kata yang lumayan bervariasi serta menggunakan idiom. Tetapi terdapat sebagian kecil kosa kata yang diulang dalam video pada jumlah yang wajar dan tidak mengurangi tingkat pemahaman penonton atas promosi yang dilakukan. Pada aspek kelancaran, terdapat banyak jeda tidak natural dan mahasiswa 29 tampak sedang mencari kosa kata yang sesuai. Mahasiswa 29 juga menyampaikan promosinya dengan kecepatan berbicara yang relatif lambat. Karena hal tersebut, penonton cenderung tidak memperhatikan kalimat promosi. Untuk pengucapan kosa kata, terdapat banyak kesalahan meliputi pengucapan huruf vocal, pengucapan huruf “th”, pengucapan huruf “v”, serta pengucapan kosa kata Panjang. Akibatnya, aksentuasi yang terdengar tidak seperti penutur jati.

### Mahasiswa 30

Pada video, mahasiswa 30 menggunakan aspek grammatikal yang baik meskipun terdapat sedikit kesalahan penggunaan *adjective* dan *kata kerja*. Terlepas dari hal tersebut, susunan kalimat tetap dapat dimengerti dan disampaikan secara terstruktur dalam Bahasa Inggris.

Mahasiswa 30 menggunakan kosa kata yang kurang bervariasi dalam kegiatan promosinya sehingga terjadi pengulangan pada sebagian besar kosa kata. Pemilihan kata juga kurang menarik untuk mendeskripsikan produk yang dipromosikan. Dalam aspek kelancaran, terdapat banyak jeda tidak natural dan mahasiswa 30 tampak sedang mencari kosa kata yang sesuai. Karena hal tersebut, penonton cenderung tidak memperhatikan kalimat promosi. Untuk pengucapan kosa kata, terdapat banyak kesalahan di huruf vokal, huruf “v”, huruf “th” dan kosa kata Panjang. Aksentuasi mahasiswa 30 juga terdengar seperti bukan penutur jati dan promosi cenderung sulit dipahami.

Tabel. 9

	Video	Speaking Rubric																			
		Grammar					Vocabulary					Fluency					Pronunciation				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
31	Mahasiswa 31			3				3					3						3		
32	Mahasiswa 32			4				4					4						4		
33	Mahasiswa 33			3				3					3						4		
34	Mahasiswa 34			3				3					3						3		
35	Mahasiswa 35			4				3					4						4		
36	Mahasiswa 36			4				4					4						4		
37	Mahasiswa 37			4				4					4						4		
38	Mahasiswa 38			4				4					4						4		
39	Mahasiswa 39			4				3					3						3		
40	Mahasiswa 40			4				4					4						4		

**Mahasiswa 31**

Manfaat dan kualitas produk ditunjukkan secara efektif dalam video iklan Kecap Banteng. mahasiswa 31 menunjukkan penguasaan bahasa yang baik, menggunakan kosakata dan struktur yang tepat. Kosakata yang digunakan mengesankan, tetapi terkadang mahasiswa 31 kesulitan menemukan kata-kata, yang agak mengganggu alur penyampaian. Meskipun demikian, tidak banyak jeda dalam penyampaian secara keseluruhan, yang lancar. Secara keseluruhan, ia menyampaikan materi dengan jelas dan efektif.

**Mahasiswa 32**

Dalam mempromosikan Wedang Ronde Nyonya Ong, mahasiswa 32 menggunakan keterampilan berbahasa yang baik, dengan penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks. Mahasiswa 32 juga dapat memahami produk dengan baik dalam penyampaiannya. Mahasiswa 32 dapat menyampaikan pelafalannya dengan lancar, dengan sikap yang sangat percaya diri dan jelas.

**Mahasiswa 33**

Dalam mempromosikan UMKM, yaitu Mie Sarjana. Mahasiswa 33 menyampaikan promosi produknya dengan keterampilan berbahasa yang baik dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks. Mahasiswa 33 dapat menyampaikan informasi produk dengan baik, meskipun terdapat beberapa kesalahan tata bahasa dan pengucapan saat diucapkan.

**Mahasiswa 34**

Dalam mempromosikan UMKM yaitu Bubur Ayam. Mahasiswa 34 tidak menunjukkan ekspresi apa pun, wajahnya tidak tertarik. Dia tidak melakukan kontak mata dengan audiens. Dia dapat menguasai tata bahasa dan dapat berbicara dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif dalam sebagian besar percakapan formal dan informal tentang topik praktis, sosial, dan profesional. Penjelasannya terlalu sederhana karena membahas semua aspek

**Mahasiswa 35**

Penjelasannya gagal karena Mahasiswa 35 tidak menyebutkan siapa dia atau apa yang ingin disampaikan. Maksud dan tujuan video tidak sepenuhnya jelas. Gagasan utama tidak didukung dengan baik oleh data atau contoh.

**Mahasiswa 36**

Dalam mempromosikan UMKM yaitu Keripik Belut, mahasiswa 36 mampu menyampaikan promosi produk dengan kemampuan bahasa yang cukup baik, dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks. Mahasiswa 36 juga menyampaikan informasi produk dengan baik, meskipun terdapat beberapa kesalahan tata bahasa saat diucapkan. Pengucapannya kurang lancar dan kurang jelas saat mengucapkan kata-kata, meskipun penyampaiannya cukup percaya diri.

**Mahasiswa 37**

Dalam mempromosikan makanan yaitu Telur Asin. Mahasiswa 37 menggunakan kosakata yang cukup baik. Kosakatanya cukup luas sehingga mahasiswa 37 jarang harus meraba-raba untuk menemukan sebuah kata. Mahasiswa 37 juga dapat memahami produk dengan baik dalam informasinya. Dia dapat menyampaikan pelafalannya dengan lancar,

**Mahasiswa 38**

Dalam mempromosikan UMKM yaitu Mini Molen Banana. Mahasiswa 38 menunjukkan penguasaan bahasa yang baik, dengan tata bahasa dan kosa kata yang tepat.

**Mahasiswa 39**

Dalam mempromosikan UMKM yaitu Risol Sayur. Ucapannya menunjukkan pemahaman terhadap tugas meskipun tidak lengkap. Tujuan dan fokus presentasinya tidak jelas. Beberapa detail atau contoh mendukung ide-ide penting, dan hanya sedikit yang efektif. Hanya satu daya tarik—logika, emosi, atau etika—yang digunakan.

**Mahasiswa 40**

Dalam mempromosikan UMKM yaitu Lumpia. Penyajiannya menunjukkan pemahaman yang jelas dan lengkap tentang tugasnya. Penyajiannya tidak menyimpang dari tujuan dan fokus yang sangat jelas dan eksplisit. - Rincian atau contoh yang dipilih dengan baik mendukung setiap ide atau poin penting. Logika, emosi, dan etika semuanya digunakan sebagai daya tarik. Penyajiannya meliputi pendahuluan yang menarik perhatian, isi yang kuat, dan kesimpulan yang jelas dan logis yang meyakinkan pendengar.



Tabel .10

	Video	Speaking Rubric																			
		Grammar					Vocabulary					Fluency					Pronunciation				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
41	Mahasiswa 41	3					3					4					3				
42	Mahasiswa 42	3					2					3					3				
43	Mahasiswa 43	3					3					4					3				
44	Mahasiswa 44	3					3					3					3				
45	Mahasiswa 45	3					3					3					3				
46	Mahasiswa 46	3					4					4					3				
47	Mahasiswa 47	3					3					2					2				
48	Mahasiswa 48	4					3					2					3				
49	Mahasiswa 49	3					3					3					2				
50	Mahasiswa 50	3					3					2					2				

**Mahasiswa 41**

Mahasiswa 41 memiliki kemampuan gramatikal yang cukup akurat namun memiliki kekurangan dalam hal kosakata serta filler.. Aksennya dapat dimengerti meskipun sering kali sedikit salah.

**Mahasiswa 42**

Mahasiswa 42 memiliki tata bahasa yang kurang meskipun masih dapat dipahami oleh pendengar.. Mahasiswa 42 memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan pesan. Tidak ada terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Penyampaiannya sebagian besar cukup lancar. Kadang-kadang terputus-putus tetapi berhasil menyampaikan makna umum.

**Mahasiswa 43**

Mahasiswa 43 dapat mengendalikan tata bahasanya. Penjelasannya memiliki struktur yang baik. Dia dapat berbicara bahasa tersebut dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif dalam sebagian besar percakapan formal dan informal tentang topik-topik praktis, sosial, dan profesional.

Mahasiswa 43 berbicara dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif dalam sebagian besar pesan. Dia harus berusaha keras untuk mencari kata-kata. Meskipun demikian, penyampaiannya lancar secara keseluruhan dan hanya ada beberapa jeda yang tidak wajar.

**Mahasiswa 44**

Mahasiswa 44 memiliki kemampuan gramatikal yang cukup akurat. Mahasiswa 44 memiliki kosakata bicara yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata bertele-tele. Mahasiswa 44 memiliki kosakata yang kurang. Sering kali, dia harus mencari makna yang diinginkan. Dia menyampaikan dengan tersendat-sendat dan terputus-putus. Jangkauan ekspresi sering kali terbatas. Ketika dia berbicara, aksennya dapat dipahami meskipun sering kali salah.

**Mahasiswa 45**

Mahasiswa 45 memiliki struktur kalimat yang cukup baik dan dapat menguasai tata bahasa. Dia dapat berbicara bahasa tersebut dengan akurasi struktural yang memadai. Dia dapat berbicara bahasa tersebut dengan kosakata yang cukup meskipun terdapat beberapa filler. Sebagian besar penyampaiannya cukup lancar. Kadang-kadang terpotong-potong tetapi berhasil menyampaikan makna umum.

**Mahasiswa 46**

Mahasiswa 46 dapat mengendalikan tata bahasa ketika penjelasan dan struktur kalimatnya bagus dan kosakata yang baik meskipun terdapat beberapa filler dan aksen kedaerahan yang cukup kental.

**Mahasiswa 47**

Dia mungkin dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh atau percaya diri. Kosakata bicaranya tidak memadai.

**Mahasiswa 48**

Dia dapat menggunakan bahasa tersebut secara akurat. Kesalahan tata bahasa cukup jarang terjadi. Kosakatanya cukup luas namun ucapannya cukup lambat dan terputus-putus.

**Mahasiswa 49**

Dia menguasai tata bahasa dan berbicara dengan cukup presisi. Dia dapat berbicara dengan kosakata yang cukup memadai meskipun terdapat beberapa filler. Secara umum, penyampaiannya berjalan cukup lancar. Aksent kedaerahan masih cukup kental.

**Mahasiswa 50**

Dia dapat menguasai tata bahasa dan dapat berbicara dengan akurasi struktural yang memadai. Dia memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana. Aksent kedaerahan masih terasa, namun tidak mengganggu penyampaian pesan.

**3. Penilaian Kemampuan Konten Promosi Produk UMKM Indonesia**

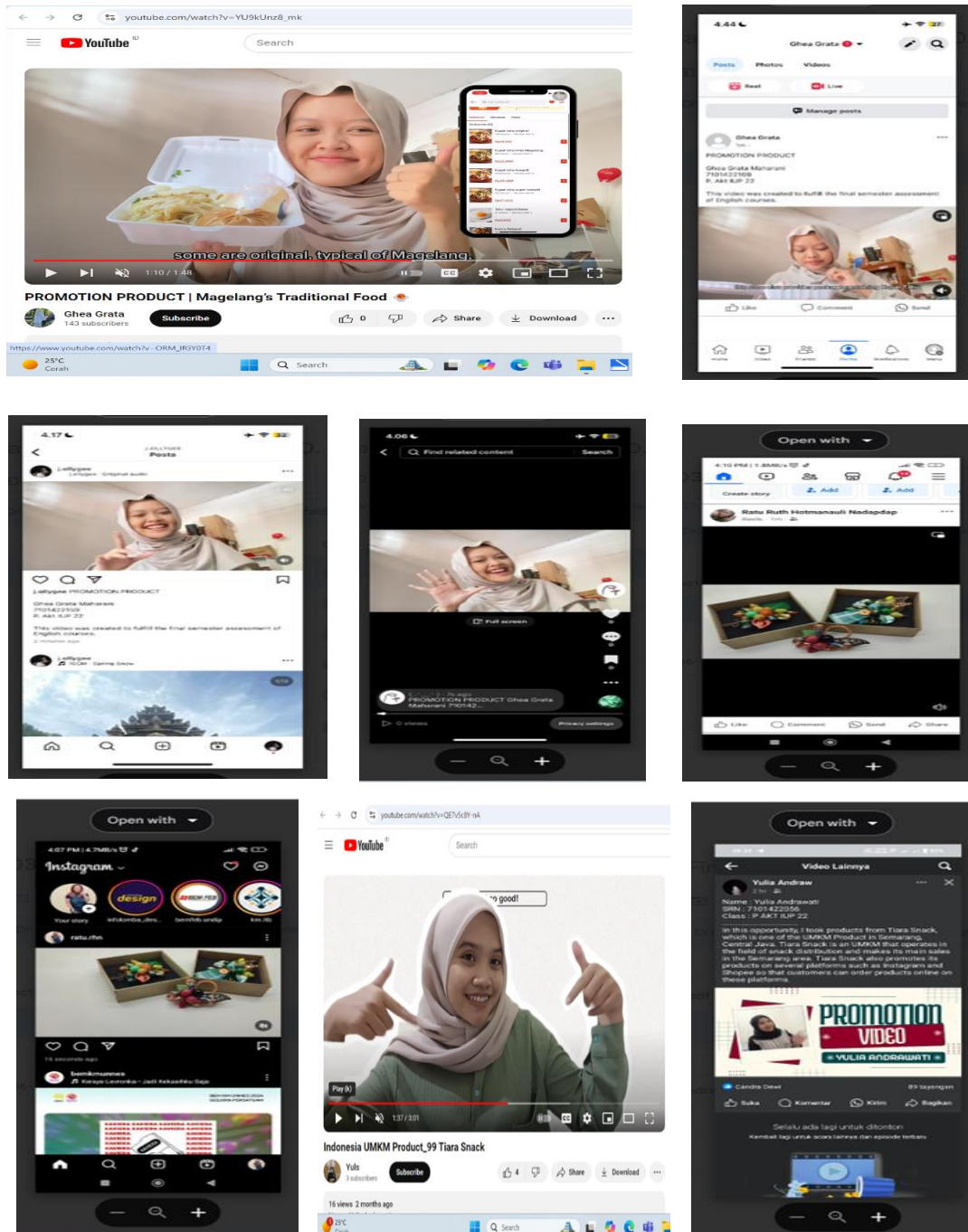


Figure. 2. Promosi Produk UMKM di YouTube, Instagram, Facebook, TikTok

**Tabel. 11**

No	Video	Content Video Rubric											
		Facial Expression & Eye Contact						Content of Persuasive Presentation					
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	Mahasiswa 1	5						3					
2	Mahasiswa 2	4						5					
3	Mahasiswa 3	4						2					
4	Mahasiswa 4	5						4					
5	Mahasiswa 5	2						1					
6	Mahasiswa 6	3						3					
7	Mahasiswa 7	5						1					
8	Mahasiswa 8	5						5					
9	Mahasiswa 9	5						2					
10	Mahasiswa 10	5						5					

**Mahasiswa 1**

Mahasiswa 1 menggunakan ekspresi wajah dan kontak mata dengan sangat baik. Wajah ditampilkan dengan ekspresi yang disesuaikan dengan konten sehingga selaras dengan makna persuasif yang ingin disampaikan dan didukung dengan kontak mata yang komprehensif, langsung, dan berkelanjutan sesuai dengan latar yang diperlihatkan. Proporsi dalam menatap layar dan objek lain seimbang dan sesuai. Dalam menampilkan konten berbentuk iklan yang persuasif, video menunjukkan bahwa mahasiswa 1 menunjukkan tujuan dan fokus yang jelas. Penyajian yang digunakan meliputi pendahuluan, isi, dan kesimpulan yang logis sehingga meyakinkan pendengar. Alat bantu visual yang digunakan tidak terlalu banyak, namun objek yang dipromosikan tetap terlihat. Mahasiswa 1 juga menutup video dengan memberi kalimat-kalimat yang memancing pendengar untuk membeli produk tersebut.

**Mahasiswa 2**

Mahasiswa 2 menggunakan ekspresi wajah dan kontak mata dengan baik. Wajah ditampilkan dengan ekspresi wajah yang menunjukkan adanya persuasif dengan kontak mata yang selalu memandang kamera, hanya saja kontak mata tidak menunjukkan adanya mengarah ke produk yang dipromosikan. Sehingga proporsi melihat ke pendengar dengan objek lain tidak seimbang. Dalam menampilkan konten berbentuk iklan yang persuasif, video menunjukkan bahwa mahasiswa 2 menunjukkan tujuan dan fokus yang jelas. Penyajian yang digunakan meliputi pendahuluan, isi, dan kesimpulan yang logis sehingga meyakinkan pendengar. Alat bantu visual yang diperlihatkan cukup beragam sehingga membuat video promosi menjadi menarik dan informatif. Produk yang dipromosikan serta alamat untuk membeli produk disampaikan dengan sangat baik.

**Mahasiswa 3**

Mahasiswa 3 memiliki ekspresi wajah dan kontak mata yang baik. Wajah ditampilkan dengan ekspresi wajah yang menunjukkan adanya persuasif. Namun, proporsi kontak mata selalu menghadap kamera dan hanya sedikit sekali menunjukkan kontak mata ke produk. Dalam menunjukkan konten persuasif, produk yang diperlihatkan tidak tersorot dan tidak memperlihatkan fokus dari produk yang dipromosikan sehingga menunjukkan tidak terdapat kejelasan barang yang dipromosikan.

**Mahasiswa 4**

Mahasiswa 4 memiliki ekspresi wajah dan kontak mata yang baik. Wajah ditampilkan dengan ekspresi yang persuasif. Wajah ditampilkan dengan ekspresi yang disesuaikan dengan konten sehingga selaras dengan makna persuasif yang ingin disampaikan dan didukung dengan kontak mata yang komprehensif, langsung, dan berkelanjutan sesuai dengan latar yang diperlihatkan. Proporsi dalam menatap layar dan objek lain seimbang dan sesuai. Dalam menampilkan konten berbentuk iklan yang persuasif, video menunjukkan bahwa mahasiswa 4 menunjukkan tujuan dan fokus yang jelas. Alat bantu visual yang diperlihatkan tidak terlalu banyak, namun barang yang dipromosikan jelas dan informasi tambahan berupa alamat yang dicantumkan.

### **Mahasiswa 5**

Mahasiswa 5 menunjukkan ekspresi wajah dan kontak mata yang kurang. Wajah tidak terlalu ditampilkan sehingga tidak memperlihatkan ekspresi persuasif serta tidak ditemukan adanya kontak mata. Alat bantu visual diperlihatkan, barang yang dipromosikan sebagai detail untuk mendukung gagasan namun tidak meyakinkan.

### **Mahasiswa 6**

Mahasiswa 6 memiliki ekspresi wajah dan kontak mata yang cukup. Wajah yang diperlihatkan menunjukkan ekspresi yang baik hanya saja kontak mata tidak mengarah ke kamera maupun ke produk. Alat bantu visual berupa produk diperlihatkan namun tidak memperlihatkan adanya daya tarik karena kurangnya alat bantu visual lainnya sehingga pesan visual yang diperlihatkan kurang lengkap walaupun sebagian video promosi sesuai.

### **Mahasiswa 7**

Mahasiswa 7 memiliki ekspresi wajah dan kontak mata yang baik. Wajah menunjukkan ekspresi yang persuasif dan diiringi dengan kontak mata yang seimbang yaitu mengarah ke pendengar dan melihat ke produk yaitu menyeluruh, langsung dan berkelanjutan. Konten menunjukkan sedikit pemahaman tentang tugas promosi yang diberikan. Mahasiswa hanya menunjukkan review makanan, bukan UMKM yang dipromosikan.

### **Mahasiswa 8**

Mahasiswa 8 menunjukkan ekspresi wajah yang persuasif dan diiringi dengan kontak mata yang seimbang yaitu mengarah ke pendengar dan melihat ke produk yaitu menyeluruh, langsung dan berkelanjutan. Proporsi kontak mata kepada pendengar dengan produk seimbang. Video menunjukkan konten visual yang baik dan lengkap yang diiringi dengan informasi pemesanan produk lewat aplikasi online serta alamat dari tempat produksi.

### **Mahasiswa 9**

Mahasiswa 9 menunjukkan ekspresi wajah yang persuasif dan diiringi dengan kontak mata yang seimbang yaitu mengarah ke pendengar dan melihat ke produk yaitu menyeluruh, langsung dan berkelanjutan. Proporsi kontak mata kepada pendengar dengan produk seimbang. Dalam video promosi yang diperlihatkan oleh mahasiswa 9, alat bantu visual berupa produk hanya satu kali digunakan sehingga tidak menunjukkan fokus promosi. Serta tidak terlihat adanya detail, detail yang mendukung poin-poin persuasif.

### **Mahasiswa 10**

Mahasiswa 10 memiliki ekspresi wajah dan kontak mata yang baik. Wajah ditampilkan dengan ekspresi yang persuasif. Wajah ditampilkan dengan ekspresi yang disesuaikan dengan konten sehingga selaras dengan makna persuasif yang ingin disampaikan dan didukung dengan kontak mata yang komprehensif, langsung, dan berkelanjutan sesuai dengan latar yang diperlihatkan. Dalam menampilkan konten berbentuk iklan yang persuasif, video menunjukkan bahwa mahasiswa 10 menunjukkan tujuan dan fokus yang jelas. Alat bantu visual yang diperlihatkan beragam dan menampilkan poin-poin penting yang berkaitan dengan informasi produk.

**Tabel. 12**

No	Video	Content Video Rubric											
		Facial Expression & Eye Contact						Content of Persuasive Presentation					
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	Mahasiswa 11	4						4					
2	Mahasiswa 12	5						6					
3	Mahasiswa 13	5						6					
4	Mahasiswa 14	6						5					
5	Mahasiswa 15	5						6					
6	Mahasiswa 16	5						6					
7	Mahasiswa 17	5						5					
8	Mahasiswa 18	5						6					
9	Mahasiswa 19	5						6					
10	Mahasiswa 20	4						5					

### **Mahasiswa 11**

Ekspresi wajah dan kontak mata cukup ekspresif, dengan sebagian besar kontak mata diarahkan ke kamera. Hal ini dapat membantu mempertahankan perhatian audiens. Presentasi ini memberikan fokus yang jelas, terperinci,

dan informatif pada produk yang dipromosikan. Ide-ide tersebut didukung oleh beberapa detail dan contoh, meskipun mungkin tidak sepenuhnya meyakinkan. Ada beberapa alat yang digunakan dalam video yang mendukung konten presentasi. Secara keseluruhan, presentasi ini menarik dan relevan dengan pokok bahasan, sehingga sangat efektif dalam mempromosikan sirup Kartika.

#### **Mahasiswa 12**

Ekspresi wajah dan kontak mata mahasiswa 12 sangat ekspresif dan sebagian besar menghadap kamera sehingga mampu menarik perhatian audiens. Promosi ini menunjukkan bahwa mahasiswa 12 menyampaikan dengan fokus pada asal produk, informasi produk, cara membeli, dan keunggulan produk tersebut. Detail dan contoh yang dipilih sangat baik dan mendukung poin-poin penting, sehingga presentasi menjadi sangat persuasif. Alat-alat yang digunakan sangat mendukung dalam menyajikan produk dalam bentuk asli, pengolahan, dan pengemasan, hingga setelah diolah menjadi minuman. Presentasi ini sangat menarik bagi audiens dan sangat sesuai dengan objek yang dibahas. Tampilan video secara keseluruhan sangat baik, dengan mengenalkan kopi sebelum diolah, proses pengolahan, hingga dikemas. Dan sangat informatif, sehingga audiens dapat memahami dengan baik tentang Kopi Temanggung.

#### **Mahasiswa 13**

Ekspresi wajah dan kontak mata mahasiswa 13 cukup ekspresif dan sebagian besar menghadap kamera sehingga mampu menarik perhatian audiens. Meskipun lebih banyak cuplikan video yang diambil daripada wajahnya. Presentasi ini memperlihatkan bahwa mahasiswa 13 menyampaikan secara fokus tentang proses pembuatan produk, informasi produk, hingga cara pembelian. Detail dan contoh yang dipilih sangat baik dan mendukung setiap ide atau poin penting sehingga presentasi menjadi sangat persuasif. Alat bantu yang digunakan sangat mendukung dalam menyampaikan produk. Presentasi ini sangat menarik bagi audiens dan sangat sesuai dengan objek yang dibahas. Tampilan video secara keseluruhan sangat baik dan kreatif, memperkenalkan kacang-kacangan saat diolah hingga dikemas. Dan sangat informatif, sehingga audiens bisa mendapatkan informasi yang cukup lengkap tentang produk.

#### **Mahasiswa 14**

Mahasiswa 14 memiliki ekspresi wajah dan kontak mata yang sangat ekspresif dan sebagian besar menghadap kamera. Ia juga mencoba memakan produk secara langsung. Hal tersebut dapat meningkatkan minat audiens. Presentasi ini menekankan bahwa ia dapat menyampaikan informasi yang terfokus mengenai produk, seperti cara membelinya, dan apa saja kelebihan produk tersebut. Detail dan contoh yang dipilih sangat baik dan mendukung setiap ide atau poin penting sehingga presentasi menjadi sangat persuasif dalam konteks promosi produk. Beberapa alat bantu yang digunakan juga sangat mendukung dalam mempromosikan produk. Presentasi ini sangat menarik bagi audiens dan sangat sesuai dengan produk yang sedang dibahas. Keseluruhan produksi video sangat baik, dengan menjadikan produk sebagai solusi dari suatu masalah, seperti pada produk ini ia tidak memasak nasi untuk dimakan, sehingga alternatifnya adalah memakan keripik bayam ini yang sehat karena terbuat dari sayuran. Ia juga menjelaskan secara rinci bagaimana cara mendapatkan produk ini, tetapi tidak menyebutkan apa saja isi atau bahan yang digunakan. Isinya sudah baik tetapi dalam menyampaikan informasi masih kurang informatif.

#### **Mahasiswa 15**

Ekspresi wajah dan kontak mata mahasiswa 15 sangat ekspresif, namun mayoritas matanya tidak selalu menghadap kamera (sebagai audiens). Presentasi ini menekankan bahwa mahasiswa 15 dapat menyampaikan informasi yang terfokus mengenai produk, cara membeli, cara menggunakan dan apa saja kelebihan produk tersebut. Detail dan contoh yang dipilih sangat baik dalam mendukung setiap poin penting dalam mempromosikan produk, sehingga penjelasan yang disampaikan sangat persuasif dalam konteks mempromosikan produk. Model yang digunakan dalam video juga sangat mendukung dalam mempromosikan produk, saat mempraktikkan cara penggunaannya secara langsung. Presentasi ini sangat menarik bagi audiens dan sangat sesuai dengan produk yang dibahas. Keseluruhan produksi video ini sangat baik untuk melengkapi kebutuhan fashion sehari-hari. Dalam video tersebut beliau juga menjelaskan secara detail bagaimana cara membeli produk ini dan apa saja keuntungan menggunakan produk ini, namun tidak menyebutkan harga dari produk tersebut sehingga kurang informatif dalam memperkenalkan produk tersebut.

#### **Mahasiswa 16**

Ekspresi wajah dan kontak mata yang ditampilkan sangat ekspresif, meskipun mayoritas matanya tidak selalu menghadap kamera (sebagai audiens). Pemaparan ini menegaskan bahwa mahasiswa 16 dapat menyampaikan informasi yang terfokus mengenai produk, siapa yang membuatnya, bagaimana cara membelinya, dan apa saja keunikan produk tersebut. Detail gambar produk yang diambil sangat baik dalam mendukung nilai promosi produk, sehingga penjelasan yang diberikan cukup persuasif. Keseluruhan produksi video sangat baik untuk melengkapi kebutuhan fashion sehari-hari. Dalam video tersebut, mahasiswa 16 juga menjelaskan secara detail

bagaimana cara membeli produk ini dan apa saja kelebihan menggunakan produk ini, namun tidak menyebutkan harga produk tersebut sehingga kurang informatif dalam memperkenalkan produk tersebut.

#### **Mahasiswa 17**

Ekspresi wajah dan kontak mata cukup ekspresif, kemudian sebagian besar mata sering menghadap kamera saat mempromosikan produk. Presentasi ini menekankan bahwa mahasiswa 17 dapat menyampaikan produk dengan baik dengan memberikan informasi produk secara rinci tentang tekstur, bentuk, cara mengonsumsinya, cara membelinya, berapa harganya, dan apa saja rasa yang dimiliki produk tersebut. Detail gambar dan rekaman video saat mengonsumsi produk yang diambil sangat baik dalam mendukung nilai promosi produk, sehingga penjelasan yang diberikan cukup persuasif dan informatif.

#### **Mahasiswa 18**

Ekspresi wajah dan kontak mata beliau cukup ekspresif, kemudian mayoritas matanya sering menghadap kamera saat mempromosikan produknya dan juga saat membawa produknya. Presentasi ini menegaskan bahwa mahasiswa 18 dapat menyampaikan produknya dengan baik dengan memberikan informasi produk secara detail mulai dari cara pembuatan, bahan, bentuk, cara konsumsi, tempat pembelian, harga dan apa saja varian rasa yang ada pada produk tersebut. Gambar dan video detail yang diambil saat mengonsumsi produk sangat baik dalam menunjang nilai promosi produk sehingga penjelasan yang diberikan cukup persuasif dan informatif.

#### **Mahasiswa 19**

Gestur tubuh mahasiswa 19 sangat bersemangat saat memperlihatkan video produk dan produk yang dipegangnya. Ekspresi wajah dan kontak mata cukup ekspresif, kemudian mayoritas matanya kerap kali menghadap kamera saat mempromosikan produk dan juga saat membawa produk. Pemaparan ini menegaskan bahwa dirinya dapat menyampaikan promosi yang baik tentang produk dengan memberikan informasi produk secara detail mengenai asal usul sejarah makanan ini, cara pembuatannya, bahan-bahannya, bentuknya, cara mengonsumsinya, tempat membelinya, dan apa saja rasa yang dimiliki produk tersebut. Akan tetapi, dirinya tidak menjelaskan harga dari produk tersebut, sehingga kurang informatif bagi audiens yang ingin mengetahui harganya. Gambar detail dan video produk yang diambil sangat baik dalam menunjang nilai promosi produk, sehingga penjelasan yang diberikan cukup persuasif.

#### **Mahasiswa 20**

Gestur mahasiswa 20 sangat bersemangat saat memperlihatkan gambar produk dan produk yang dipegangnya. Ekspresi wajah dan kontak matanya cukup ekspresif, kemudian sebagian besar mata juga sering menghadap kamera saat mempromosikan produk. Mahasiswa 20 dapat memberikan informasi dalam promosi yang baik tentang produk dengan memberikan informasi produk secara detail tentang asal usul sejarah makanan ini, bahan-bahannya, bentuknya, menjelaskan secara detail tempat membelinya, dan harganya. Gambar detail dan penggunaan alat dalam mempromosikan produk diambil dengan sangat baik untuk memberikan nilai promosi produk yang menarik, sehingga penjelasan yang disampaikan cukup persuasif.

**Tabel. 13**

No	Video	Content Video Rubric											
		Facial Expression & Eye Contact						Content of Persuasive Presentation					
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	Mahasiswa 21	5						5					
2	Mahasiswa 22	4						4					
3	Mahasiswa 23	3						3					
4	Mahasiswa 24	4						6					
5	Mahasiswa 25	3						4					
6	Mahasiswa 26	5						5					
7	Mahasiswa 27	5						5					
8	Mahasiswa 28	3						3					
9	Mahasiswa 29	5						3					
10	Mahasiswa 30	3						4					

### **Mahasiswa 21**

Mahasiswa 21 menggunakan ekspresi wajah yang sangat baik sesuai dengan deskripsi produk sehingga penonton dapat terpengaruh akan rasa dan tekstur dari makanan yang dipromosikan. Selain itu, mahasiswa 1 juga selalu melakukan kontak mata yang langsung dan berkelanjutan ke kamera untuk menarik penonton agar selalu memperhatikan kegiatan promosi tersebut.

Dalam menyajikan konten, mahasiswa 21 dapat menyampaikan maksudnya dengan jelas dan memilih contoh produk yang baik. Penyampaian konten runtut dan fokus terdiri dari pendahuluan, isi, serta kesimpulan persuasif yang meyakinkan penonton atas produk yang sedang dipromosikan. Alat bantu visual selain produk tidak ditampilkan, namun hal itu membuat penonton fokus pada produk yang ditunjukkan dengan jelas. Terdapat teks bawah yang membantu penonton untuk lebih memahami maksud dari video tersebut. Pada akhir video mahasiswa 1 mengajak penonton untuk membeli produk tersebut dan mencantumkan alamat serta cuplikan lokasi dengan jelas.

### **Mahasiswa 22**

Mahasiswa 22 cenderung menggunakan ekspresi wajah yang sama dan kurang memengaruhi penonton akan rasa dari makanan yang dipromosikan. Tetapi, mahasiswa 22 selalu melakukan kontak mata yang langsung dan berkelanjutan ke kamera untuk menarik penonton agar selalu memperhatikan kegiatan promosi tersebut. Dalam menyajikan konten, mahasiswa 22 dapat menyampaikan promosi agar mudah dimengerti oleh penonton. Penyampaian konten runtut tetapi kurang fokus dikarenakan panjangnya pendahuluan dan pendeknya isi konten. Mahasiswa 22 memberikan kesimpulan persuasif yang meyakinkan penonton atas produk yang sedang dipromosikan. Alat bantu visual selain produk tidak ditampilkan dan demonstrasi produk berdurasi pendek sehingga promosi kurang menyorot produk saat sedang dinikmati. Terdapat teks bawah yang membantu penonton untuk lebih memahami maksud dari video tersebut. Pada akhir video mahasiswa 22 mengajak penonton untuk membeli produk tersebut dan mencantumkan alamat serta gambar cuplikan dengan jelas.

### **Mahasiswa 23**

Mahasiswa 23 cenderung menggunakan ekspresi wajah yang sama dan kurang memengaruhi penonton akan kualitas dan perasaan saat memakai sepatu yang dipromosikan. Tetapi, mahasiswa 23 selalu melakukan kontak mata yang langsung dan berkelanjutan ke kamera untuk menarik penonton agar selalu memperhatikan kegiatan promosi tersebut. Dalam penyajiannya, konten disampaikan secara tidak utuh karena tidak ada demonstrasi pemakaian produk dan tidak dijelaskan lebih lanjut mengenai kualitas, kenyamanan, dan keunggulan dari produk tersebut. Fokus pada video juga lebih menyorot mengenai limbah mode daripada produk yang sedang disampaikan. Pendahuluan konten terlalu Panjang dan produk kurang diberikan perhatian sehingga kegiatan promosi tidak terlaksana dengan baik. Tidak terdapat teks bawah untuk memudahkan penonton dalam memahami video tersebut. Pada akhir video mahasiswa 23 mengajak penonton untuk membeli produk tersebut dan mencantumkan akun Instagram toko.

### **Mahasiswa 24**

Mahasiswa 24 tidak banyak menayangkan cuplikan dirinya dalam video promosi. Saat masuk ke frame, mahasiswa 24 berekspresi dengan baik sesuai dengan apa yang diucapkan sehingga memengaruhi penonton akan rasa makanan yang dideskripsikan. Namun demikian, tidak banyak kontak mata yang dilakukan dalam video promosi tersebut. Dalam menyajikan konten, mahasiswa 24 menyampaikan maksudnya dengan jelas dan terfokus kepada objek promosi. Contoh makanan yang bervariasi dan cuplikan yang diambil juga menarik penonton untuk memperhatikan isi video tersebut. Promosi disampaikan secara logis dan runtut melalui pendahuluan, isi dan kesimpulan yang mengajak penonton untuk membeli produk yang dipromosikan. Konten dibuat sehingga penonton memberikan perhatiannya ke toko dan produk yang sedang ditampilkan. Terdapat teks bawah yang membantu penonton untuk lebih memahami maksud dari video tersebut. Pada akhir video mahasiswa 24 mengajak penonton untuk membeli produk tersebut dan mencantumkan alamat serta cuplikan lokasi dengan jelas.

### **Mahasiswa 25**

Ekspresi mahasiswa 25 dalam kegiatan promosi cenderung sama dan kurang ekspresif dalam menyampaikan idenya. Namun, kontak mata terus terjadi pada saat cuplikan dirinya di tampilkan sehingga meminta penonton untuk memperhatikan kegiatan promosi tersebut.

Dalam penyajian konten, mahasiswa 25 menjelaskan keunggulan penginapan dengan cara yang mudah dimengerti serta mencantumkan info promosi dari penginapan tersebut. Terlepas dari itu, promosi yang dilakukan kurang berfokus pada penginapan karena potongan cuplikan yang acak dan terdapat potongan cuplikan yang ditayangkan dua kali. Alat bantu lain juga tidak digunakan serta promosi kurang runtut sehingga kurang menarik penonton. Terdapat teks bawah yang membantu penonton untuk lebih memahami maksud dari video tersebut. Pada akhir video mahasiswa 25 mengajak penonton untuk mengunjungi penginapan tersebut dan mencantumkan alamat serta cuplikan lokasi dengan jelas.

### **Mahasiswa 26**

Mahasiswa 26 menggunakan ekspresi wajah yang sangat baik sesuai dengan deskripsi produk sehingga penonton dapat terpengaruh akan rasa dan tekstur dari makanan yang dipromosikan. Selain itu, mahasiswa 26 juga selalu melakukan kontak mata yang langsung dan berkelanjutan ke kamera untuk menarik penonton agar selalu memperhatikan kegiatan promosi tersebut. Dalam menyajikan konten, mahasiswa 26 dapat menyampaikan maksudnya dengan jelas dan memilih contoh produk yang baik. Penyampaian konten runtut dan fokus terdiri dari pendahuluan, isi, serta kesimpulan persuasif yang meyakinkan penonton atas produk yang sedang dipromosikan. Alat bantu visual selain produk tidak ditampilkan, namun hal itu membuat penonton fokus pada produk yang ditunjukkan dengan jelas. Terdapat teks bawah yang membantu penonton untuk lebih memahami maksud dari video tersebut. Pada akhir video mahasiswa 26 mengajak penonton untuk membeli produk tersebut dan mencantumkan alamat Instagram dari Dapur Amalia.

### **Mahasiswa 27**

Mahasiswa 27 menggunakan ekspresi wajah yang sangat baik sesuai dengan deskripsi produk sehingga penonton dapat terpengaruh akan rasa dan tekstur dari makanan yang dipromosikan. Selain itu, mahasiswa 27 juga selalu melakukan kontak mata yang langsung dan berkelanjutan ke kamera untuk menarik penonton agar selalu memperhatikan kegiatan promosi tersebut. Dalam menyajikan konten, mahasiswa 27 dapat menyampaikan maksudnya dengan jelas dan memilih contoh produk yang baik. Penyampaian konten runtut dan fokus terdiri dari pendahuluan, isi, serta kesimpulan persuasif yang meyakinkan penonton atas produk yang sedang dipromosikan. Alat bantu visual selain produk tidak ditampilkan, namun hal itu membuat penonton fokus pada produk yang ditunjukkan dengan jelas. Terdapat teks bawah yang membantu penonton untuk lebih memahami maksud dari video tersebut. Pada akhir video mahasiswa 27 mengajak penonton untuk membeli produk tersebut dan mencantumkan alamat Instagram dari Dapur Amalia.

### **Mahasiswa 28**

Ekspresi mahasiswa 28 dalam kegiatan promosi cenderung sama dan kurang ekspresif dalam menyampaikan idenya. Namun, ada kontak mata yang berkelanjutan dari awal hingga akhir video sehingga meminta penonton untuk memperhatikan kegiatan promosi tersebut. Dalam penyajiannya, konten disampaikan secara tidak utuh karena mahasiswa 28 tidak terlihat menyicip makanan yang sedang dipromosikan. Konten disusun secara runtut, namun; isi video terlalu panjang dan makanan yang dipromosikan tidak dihadirkan dalam penjelasan mahasiswa 28 sehingga promosi tidak terlaksana dengan baik dan tidak menarik penonton untuk membeli makanan ringan tersebut. Pada video terdapat teks bawah untuk memudahkan penonton dalam memahami video tersebut. Pada akhir video mahasiswa 28 mengajak penonton untuk membeli produk tersebut dan mencantumkan nomor Carino Cireng.

### **Mahasiswa 29**

Mahasiswa 29 menggunakan ekspresi wajah yang menarik pada bagian pendahuluan. Tetapi, kontak mata yang terjadi sangat sedikit karena cuplikan video sebagian besar diambil dari platform social media Es The Desa. Penyajian konten mahasiswa 29 disampaikan secara tidak utuh karena mahasiswa 29 tidak terlihat menampilkan dan menyicip minuman yang sedang dipromosikan. Meskipun disusun secara runtut, tetapi mahasiswa 29 banyak mengambil cuplikan yang diposting oleh Es The Desa dan konten lebih berfokus pada branding merk tersebut daripada rasa minuman dan deskripsi minuman. Alat bantu visual dan minuman tidak ditampilkan sama sekali sehingga promosi kurang menarik dan tidak memengaruhi penonton untuk membeli minuman tersebut. Pada video terdapat teks bawah untuk memudahkan penonton dalam memahami video tersebut. Pada akhir video mahasiswa 29 juga tidak mengajak penonton untuk membeli produk tersebut dan tidak ada kesimpulan dari video promosi. Video juga tidak diimbuhkan teks bawah dan tidak memudahkan penonton untuk memahami video tersebut. Selain itu, alamat pembelian juga tidak ditampilkan dalam video.

### **Mahasiswa 30**

Ekspresi mahasiswa 30 dalam kegiatan promosi cenderung sama dan kurang ekspresif dalam menyampaikan idenya. Namun, kontak mata terus terjadi pada saat cuplikan dirinya di tampilkan sehingga meminta penonton untuk memperhatikan kegiatan promosi tersebut. Penyajian konten mahasiswa 30 disampaikan secara tidak utuh karena mahasiswa 30 tidak terlihat menyicip makanan yang sedang dipromosikan. Konten juga tidak disusun secara runtut sehingga pembukaan, isi, dan kesimpulan kurang bisa dibedakan. Alat bantu visual selain box makanan tidak ditampilkan sehingga promosi kurang menarik karena tidak menampilkan makanan yang dipromosikan. Latar suara music juga terdengar lebih jelas dari suara mahasiswa 30 yang menyebabkan penonton sulit untuk mendengar kalimat promosi. Pada akhir video mahasiswa 30 juga tidak mengajak penonton untuk membeli produk tersebut dan tidak ada kesimpulan dari video promosi. Video juga tidak diimbuhkan teks bawah dan tidak memudahkan penonton untuk memahami video tersebut. Selain itu, alamat pembelian juga tidak ditampilkan dalam video.



Tabel. 14

No	Video	Content Video Rubric											
		Facial Expression & Eye Contact						Content of Persuasive Presentation					
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	Mahasiswa 31	3						3					
2	Mahasiswa 32	5						5					
3	Mahasiswa 33	3						3					
4	Mahasiswa 34	3						3					
5	Mahasiswa 35	3						3					
6	Mahasiswa 36	4						4					
7	Mahasiswa 37	4						4					
8	Mahasiswa 38	4						4					
9	Mahasiswa 39	4						4					
10	Mahasiswa 40	4						4					

#### Mahasiswa 31

Fokusn pandangan kadang-kadang menjauh dari kamera sehingga berdampak pada audiens menjadi kurang tertarik. Pesan yang di sampaikan jelas, akurat, dan edukatif pada produk yang diiklankan. Beberapa contoh dan detail mendukung teori, namun mungkin tidak sepenuhnya meyakinkan. Video tersebut menggunakan sejumlah alat yang membantu substansi presentasi. Secara keseluruhan, presentasi tersebut secara efektif mempromosikan Kecap Banteng karena menarik dan terkait dengan topik yang dibahas.

#### Mahasiswa 32

Video dikemas dengan menarik, dengan suntingan yang asyik dan menghibur, dengan tambahan subtitle agar penonton memahami isi video. Presentasinya memberikan fokus yang jelas, akurat, dan edukatif terhadap produk yang diiklankan. Beberapa contoh dan detail mendukung teori, namun mungkin tidak sepenuhnya meyakinkan. Penjelasannya tidak hanya menarik, tetapi juga lengkap karena mahasiswa 32 menjelaskan dan memberi tahu penonton tentang jam buka, menu dan harga serta alamatnya. Video ini memanfaatkan sejumlah alat yang membantu substansi presentasi. Secara keseluruhan, presentasi ini efektif mempromosikan Wedang Ronde Nyonya Ong karena menarik dan terkait dengan topik yang dibahas.

#### Mahasiswa 33

Mahasiswa 33 tidak menunjukkan ekspresi apa pun. Dia tidak melakukan kontak mata dengan audiens. Dia perlu berusaha untuk menemukan kata-kata, tidak ada jeda yang canggung. Secara umum, penyampaiannya berjalan lancar. Kadang-kadang terputus-putus, tetapi efektif dalam mengomunikasikan konsep keseluruhan. Rentang ekspresi yang wajar. Aksennya dapat dimengerti, meskipun sering salah. Gambar-gambar terperinci dan video produk yang diambil sangat baik dalam mendukung nilai promosi produk, sehingga penjelasan yang diberikan cukup meyakinkan.

#### Mahasiswa 34

Diperlukan lebih banyak kreativitas untuk video visual. Penjelasannya tidak sesuai dengan audiens dan topiknya, serta kurang menarik. Proyek ini seharusnya tidak menggunakan pengisi suara karena fokusnya seharusnya pada mencoba kuliner UMKM. Dia tidak menghafal teks dan tidak menguasai materi dengan baik. Tidak ada pula teks terjemahan dalam video tersebut.

#### Mahasiswa 35

Bantuan visual bukanlah bagian dari pesan yang kuat. Secara keseluruhan, video ini kreatif. Meskipun agak menarik, penjelasannya tidak selalu relevan dengan pokok bahasan yang dibahas. Tidak ada teks terjemahan dalam video, dan suaranya tidak cukup jelas.

#### Mahasiswa 36

Dia tidak menunjukkan ekspresi apa pun. Dia tidak melakukan kontak mata dengan audiens. Dia perlu berusaha untuk menemukan kata-kata yang tepat, tidak ada jeda yang canggung. Secara umum, penyampaiannya berjalan

lancar. Kadang-kadang terputus-putus, tetapi efektif dalam mengomunikasikan konsep keseluruhan. Rentang ekspresi yang wajar. Aksennya dapat dimengerti, meskipun sering salah. Gambar-gambar terperinci dan video produk yang diambil sangat baik dalam mendukung nilai promosi produk, sehingga penjelasan yang diberikan cukup meyakinkan.

**Mahasiswa 37**

Ekspresi wajah dan kontak mata sangat ekspresif dan sebagian besar menghadap kamera. Ia juga mencoba memakan produk secara langsung. Hal itu dapat meningkatkan ketertarikan penonton.

**Mahasiswa 38**

Alat bantu visual disesuaikan dengan konten presentasi. Presentasi menarik bagi audiens dan disesuaikan dengan pokok bahasan. Presentasi umumnya disesuaikan dengan audiens. Tindakan audiens disarankan.

**Mahasiswa 39**

Alat bantu visual digunakan tetapi tidak terintegrasi dengan pesan persuasif. Penyajiannya agak menarik tetapi tidak selalu sesuai dengan subjeknya.

**Mahasiswa 40**

Alat bantu visual terintegrasi dengan sempurna dan disesuaikan dengan konten (misalnya, contoh musik dengan foto artis yang tampil). Presentasi sangat menarik bagi audiens dan disesuaikan dengan subjek.

**Tabel. 15**

No	Video	Content Video Rubric											
		Facial Expression & Eye Contact						Content of Persuasive Presentation					
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	Mahasiswa 41	4						3					
2	Mahasiswa 42	3						3					
3	Mahasiswa 43	4						4					
4	Mahasiswa 44	3						3					
5	Mahasiswa 45	2						3					
6	Mahasiswa 46	4						4					
7	Mahasiswa 47	2						2					
8	Mahasiswa 48	5						3					
9	Mahasiswa 49	3						3					
10	Mahasiswa 50	1						1					

**Mahasiswa 41**

Wajahnya tampak ekspresif di seluruh video. Kontak mata dilakukan dengan setiap bagian kerumunan. Dia menunjukkan pemahaman dasar tentang tugas tersebut, tetapi tidak jelas. Tujuan dan penekanan video tersebut masih belum jelas. Beberapa fakta atau contoh mendukung prinsip-prinsip utama, dan hanya sedikit yang berhasil. Hanya satu daya tarik—logika, emosi, atau etika—yang disampaikan. Video tersebut memiliki alat bantu visual yang tidak dipadukan dengan konten yang menarik. Penjelasannya cukup menarik, tetapi tidak selalu relevan dengan masalah tersebut.

**Mahasiswa 42**

Wajahnya jarang ekspresif dan kontak matanya tidak menentu dan tidak berkesinambungan. Penjelasannya menunjukkan pemahaman terhadap tugas, tetapi tidak jelas. Tujuan dan fokus video tidak jelas. Beberapa detail atau contoh mendukung gagasan penting, dan hanya sedikit yang efektif. Hanya satu daya tarik—logika, emosi, atau etika—yang digunakan. Video tersebut memiliki alat bantu visual yang digunakan tetapi tidak terintegrasi dengan pesan persuasif. Penjelasannya agak menarik tetapi tidak selalu sesuai dengan subjek. Perlu lebih banyak kreativitas dalam mengedit video agar penonton tidak bosan.

### **Mahasiswa 43**

Wajahnya ekspresif hampir sepanjang waktu. Kontak matanya dilakukan dengan semua segmen audiens. Penjelasannya menunjukkan pemahaman dasar tentang tugas tersebut. Dia memiliki tujuan dan fokus, tetapi tidak selalu eksplisit. Logika, emosi, atau etika dapat digunakan sebagai daya tarik, tetapi tidak semuanya. Penjelasannya mencakup pendahuluan, isi, dan kesimpulan yang dapat diidentifikasi. Alat bantu visual umumnya disesuaikan dengan konten presentasi, tetapi dia harus mencoba membuat video lebih kreatif.

### **Mahasiswa 44**

Wajahnya jarang ekspresif dan, kontak matanya tidak menentu dan tidak mendukung setiap ucapan. Sebenarnya, penjelasannya menunjukkan pemahaman terhadap tugas tersebut, tetapi tidak lengkap. Tujuan dan fokus presentasinya tidak jelas. Beberapa detail atau contoh mendukung ide-ide penting namun kurang efektif. Hanya satu daya tarik—logika, emosi, atau etika—yang digunakan. Penjelasannya mencakup pendahuluan, isi, dan kesimpulan, tetapi tidak mudah dikenali. Penjelasannya agak menarik tetapi tidak selalu sesuai dengan pokok bahasan dan membuat audiens bosan.

### **Mahasiswa 45**

Dia tidak memiliki ekspresi di setiap video, wajahnya tidak terlibat karena dia mengisi suara di video tersebut. Jadi, dia melakukan sedikit kontak mata dengan penonton. Penjelasannya menunjukkan pemahaman terhadap tugas tersebut, tetapi tidak lengkap. Tujuan dan fokus presentasi tidak jelas. Beberapa detail atau contoh mendukung ide-ide penting, dan hanya sedikit yang efektif. Hanya satu daya tarik—logika, emosi, atau etika—yang digunakan. Penjelasannya mencakup pendahuluan, isi, dan kesimpulan, tetapi tidak mudah dikenali. Visualnya cukup bagus tetapi tidak terintegrasi dengan pesan yang persuasif.

### **Mahasiswa 46**

Wajahnya ekspresif hampir sepanjang waktu. Kontak matanya dilakukan dengan semua segmen audiens. Penjelasannya menunjukkan pemahaman menyeluruh tentang tugas tersebut. Akan tetapi, tujuan dan fokusnya tidak cukup jelas. Ia memberikan fakta atau contoh untuk mendukung tema utama. Audiensnya menerima setidaknya dua dari tiga daya tarik persuasif utama—logika, emosi, dan etika. Penjelasannya terdiri dari pendahuluan, isi, dan kesimpulan logis yang meyakinkan audiens. Alat bantu visual disesuaikan dengan materi presentasi. Penjelasannya menarik bagi pendengar dan relevan dengan subjek.

### **Mahasiswa 47**

Wajahnya tanpa ekspresi. Ia jarang melakukan kontak mata. Hampir tidak ada alasan atau bukti pendukung yang diberikan. Daya tariknya tidak diketahui. Tidak ada awal, tengah, atau akhir, dan ia tidak mengidentifikasi dirinya sendiri. Alat bantu visual tidak relevan dan tidak menarik. Hanya beberapa alasan dan bukti pendukung yang diberikan. Daya tariknya tidak diketahui. Penjelasannya jarang menghibur dan sering kali tidak sesuai dengan topik.

### **Mahasiswa 48**

Ekspresinya terlihat menarik. Kontak matanya menyeluruh dan lugas. Penjelasannya menunjukkan pemahaman tentang proyek tersebut, tetapi tidak lengkap karena dia tidak mengidentifikasi dirinya atau apa yang ingin dicapainya dengan promosi yang dibuatnya. grafik dan alat bantu kurang efektif.

### **Mahasiswa 49**

Wajahnya kurang ekspresif. Alat bantu visual digunakan, tetapi tidak dimasukkan ke dalam pesan yang menarik. Secara keseluruhan, video tersebut inovatif. Penjelasannya cukup menarik, tetapi tidak selalu relevan dengan topiknya.

### **Mahasiswa 50**

Mahasiswa 50 tidak menunjukkan ekspresi apa pun. Dia tidak melakukan kontak mata dengan audiens. Video visual kurang menarik bagi audiens karena kurangnya elemen visual yang digunakan.

## **4. Perbandingan Nilai antara Pre-Test dan Post-Test Dalam *Content-Based Instruction***

### **4.1. Penilaian Pre-Test Terhadap Business English Communication Skills Mahasiswa**

Tabel. 16

No	Video	Speaking Rubric			
		Grammar	Vocabulary	Fluency	Pronunciation
1	Mahasiswa 1	2	2	3	3
2	Mahasiswa 2	4	3	3	5
3	Mahasiswa 3	3	3	3	3
4	Mahasiswa 4	3	2	2	1
5	Mahasiswa 5	3	2	2	3
6	Mahasiswa 6	5	5	5	5
7	Mahasiswa 7	4	5	5	5
8	Mahasiswa 8	2	3	2	2
9	Mahasiswa 9	3	3	3	3
10	Mahasiswa 10	2	3	3	3
11	Mahasiswa 11	3	4	4	4
12	Mahasiswa 12	4	3	3	5
13	Mahasiswa 13	2	3	2	2
14	Mahasiswa 14	3	4	4	2
15	Mahasiswa 15	2	2	2	3
16	Mahasiswa 16	3	3	3	4
17	Mahasiswa 17	2	2	1	2
18	Mahasiswa 18	3	2	2	2
19	Mahasiswa 19	3	5	3	3
20	Mahasiswa 20	3	3	3	3
21	Mahasiswa 21	1	2	3	2
22	Mahasiswa 22	3	2	3	1
23	Mahasiswa 23	3	3	2	2
24	Mahasiswa 24	3	2	2	2
25	Mahasiswa 25	2	3	3	2
26	Mahasiswa 26	2	2	2	2
27	Mahasiswa 27	2	2	2	2
28	Mahasiswa 28	3	2	2	2
29	Mahasiswa 29	1	2	2	2
30	Mahasiswa 30	1	2	2	2
31	Mahasiswa 31	1	2	1	2
32	Mahasiswa 32	2	2	1	3
33	Mahasiswa 33	2	2	3	3
34	Mahasiswa 34	2	1	1	2
35	Mahasiswa 35	4	3	1	3
36	Mahasiswa 36	2	3	2	2
37	Mahasiswa 37	2	3	1	3
38	Mahasiswa 38	2	2	1	3
39	Mahasiswa 39	2	1	2	1
40	Mahasiswa 40	3	2	1	2
41	Mahasiswa 41	1	2	2	1
42	Mahasiswa 42	2	2	2	2

43	Mahasiswa 43	2	2	1	2
44	Mahasiswa 44	3	2	2	2
45	Mahasiswa 45	2	2	1	2
46	Mahasiswa 46	2	2	2	1
47	Mahasiswa 47	2	2	1	2
48	Mahasiswa 48	3	3	1	2
49	Mahasiswa 49	2	1	1	2
50	Mahasiswa 50	2	2	1	2
Rata-Rata		2,46	2,5	2,18	2,48

Pada penilain pre-test, rentang penilaian yang dilakukan adalah dari angka 1 sebagai angka terendah, angka 4 sebagai angka tertinggi. Rata-rata penggunaan grammar mahasiswa berada pada angka 2,46 dimana angka 2 berarti dapat menangani konstruksi dasar dengan cukup akurat tetapi tidak memiliki kendali tata bahasa yang menyeluruh sedangkan rentang 3 berarti mahasiswa memiliki kontrol tata bahasanya bagus, mampu berbicara bahasa tersebut dan dalam hal ini bahasa Inggris dengan struktural yang cukup serta akurasi untuk berpartisipasi efektif dalam sebagian besar percakapan formal dan informal mengenai praktik, sosial, dan topik profesional. Dalam hal ini pre-test menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan berada di angka 2.

Dari segi kosakata, pre-test menunjukkan bahwa mahasiswa berada di angka 2,5. Angka 2 bermakna bahwa mahasiswa memiliki kosakata yang cukup untuk mengekspresikan dirinya secara sederhana dengan beberapa kata-kata yang berbelit-belit sedangkan rentang 3 berarti mahasiswa mampu berbicara Bahasa Inggris dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif dalam sebagian besar percakapan formal dan informal mengenai topik praktis, sosial, dan profesional serta kosakatanya cukup luas sehingga jarang harus mencari-cari kosakata. Dalam hal ini mahasiswa berada diantara kedua rentang angka tersebut.

Dari segi kefasihan, pre-test menunjukkan bahwa mahasiswa berada di angka 2,18. Angka 2 bermakna bahwa mahasiswa perlu berusaha keras dan seringkali harus mencari makna atau kata yang diinginkan, membutuhkan banyak jeda, dan memiliki jangkauan ekspresi terbatas. Sedangkan pada rentang angka 3 menunjukkan makna bahwa mahasiswa membutuhkan usaha dalam mencari kata yang tepat, tidak terlalu banyak jeda yang tidak wajar. Penyampaian sebagian besar cukup lancar. Kadang kadang terbata-taba tetapi berhasil menyampaikan maksud umum, Mahasiswa rata-rata cenderung berada pada rentang angka 2.

Dari segi pengucapan, pre-test menunjukkan bahwa mahasiswa rata-rata berada di angka 2,48. Angka 2 memiliki makna bahwa aksent dapat dimengerti meskipun pengucapan seringkali salah. Sedangkan untuk rentang 3 memiliki makna bahwa kesalahan penngucapan tidak pernah mengganggu pemahaman dan jarang mengganggu penutur asli. Aksennya juga jelas terasa asing. Kemampuan mahasiswa berada pada rentang tersebut, namun sedikit condong di angka 2.

#### 4.2. Penilaian Post-Test dan Dampak Pembelajaran *Content-Based Instruction* Terhadap *Business English Communication Skills* Mahasiswa

Tabel.17

No	Video	Speaking Rubric			
		Grammar	Vocabulary	Fluency	Pronunciation
1	Mahasiswa 1	5	3	5	3
2	Mahasiswa 2	5	5	5	5
3	Mahasiswa 3	5	5	5	4
4	Mahasiswa 4	4	3	3	3
5	Mahasiswa 5	5	3	3	4
6	Mahasiswa 6	5	5	5	5
7	Mahasiswa 7	5	5	5	5
8	Mahasiswa 8	5	5	5	5
9	Mahasiswa 9	5	5	5	5

10	Mahasiswa 10	4	5	5	3
11	Mahasiswa 11	4	4	4	4
12	Mahasiswa 12	5	4	4	4
13	Mahasiswa 13	5	4	4	3
14	Mahasiswa 14	4	5	5	5
15	Mahasiswa 15	4	5	4	4
16	Mahasiswa 16	5	5	4	5
17	Mahasiswa 17	4	4	3	3
18	Mahasiswa 18	4	4	3	2
19	Mahasiswa 19	4	5	4	4
20	Mahasiswa 20	4	4	4	4
21	Mahasiswa 21	3	4	4	3
22	Mahasiswa 22	5	4	3	2
23	Mahasiswa 23	5	5	5	4
24	Mahasiswa 24	5	4	4	3
25	Mahasiswa 25	3	3	3	2
26	Mahasiswa 26	2	3	4	3
27	Mahasiswa 27	3	3	4	3
28	Mahasiswa 28	4	3	3	3
29	Mahasiswa 29	4	4	2	2
30	Mahasiswa 30	3	3	3	3
31	Mahasiswa 31	3	3	3	3
32	Mahasiswa 32	4	4	4	4
33	Mahasiswa 33	3	3	3	4
34	Mahasiswa 34	3	3	3	3
35	Mahasiswa 35	4	3	4	4
36	Mahasiswa 36	4	4	4	4
37	Mahasiswa 37	4	4	4	4
38	Mahasiswa 38	4	4	4	4
39	Mahasiswa 39	4	3	3	3
40	Mahasiswa 40	4	4	4	4
41	Mahasiswa 41	3	3	4	3
42	Mahasiswa 42	3	2	3	3
43	Mahasiswa 43	3	3	4	3
44	Mahasiswa 44	3	3	3	3
45	Mahasiswa 45	3	3	3	3
46	Mahasiswa 46	3	4	4	3
47	Mahasiswa 47	3	3	2	2
48	Mahasiswa 48	4	3	2	3
49	Mahasiswa 49	3	3	3	2
50	Mahasiswa 50	3	3	2	2
Rata-rata		3,92	3,78	3,72	3,44
Rata-rata peningkatan		1,46	1,28	1,54	0,96

Pada penelitian post-test, rentang penilaian yang dilakukan adalah dari angka 1 sebagai angka terendah, dan angka 4 sebagai angka tertinggi. Rata-rata penggunaan grammar mahasiswa berada pada rentang angka 3,92. Angka 3 memiliki makna bahwa mahasiswa memiliki kontrol tata bahasa yang bagus. Mahasiswa mampu berbicara bahasa dengan akurasi struktural yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif dalam sebagian besar

percakapan formal dan informal mengenai topik praktis, sosial, dan profesional. Sedangkan angka 4 bermakna bahwa mahasiswa mampu menggunakan bahasa secara akurat di semua tingkatan yang biasanya berkaitan dengan kebutuhan profesional. Kesalahan dalam tata bahasa cukup jarang terjadi. Dalam penerapannya, terdapat hasil positif berupa peningkatan 1,46 dalam penggunaan grammar dan membuat mahasiswa cenderung ke angka 4.

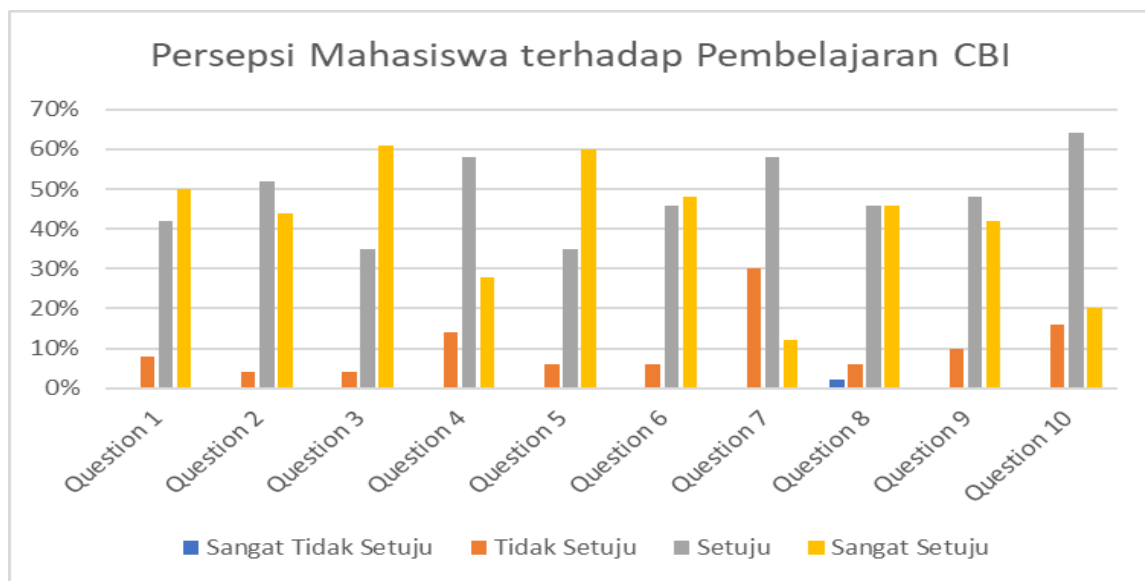
Dari segi kosakata, post-test menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa berada di angka 3,78. Angka 3 bermakna bahwa mahasiswa mampu berbicara Bahasa Inggris dengan kosakata yang cukup untuk berpartisipasi secara efektif dalam sebagian besar percakapan formal dan informal mengenai topik praktis, sosial, dan profesional. Kosa kata cukup luas sehingga dia jarang harus mencari-cari kata. Sedangkan angka 4 menunjukkan bahwa mahasiswa dapat memahami dan berpartisipasi dalam percakapan apa pun dalam rentang pengalamannya dengan tingkat ketelitian kosa kata yang tinggi. Dalam penerapannya, terdapat hasil positif berupa peningkatan 1,28 dalam penggunaan kosakata dan membuat mahasiswa cenderung berada di angka 4.

Dari segi kefasihan, post-test menunjukkan bahwa mahasiswa berada di angka 3,72. Angka 3 menunjukkan makna bahwa meskipun mahasiswa membutuhkan usaha dalam mencari kata-kata. Tidak banyak jeda yang tidak wajar. Kadang-kadang terputus dalam penyampaian tetapi berhasil menyampaikan makna umum. Penggunaan rentang ekspresi cukup wajar. Sedangkan rentang angka 4 menunjukkan mahasiswa beberapa kali harus berusaha mencari kata-kata. Meskipun demikian, penyampaiannya secara keseluruhan lancar dan hanya ada beberapa jeda yang tidak wajar. Dalam penerapannya, terdapat hasil positif berupa peningkatan 1,54 dalam segi kefasihan dan membuat mahasiswa cenderung berada di angka 4.

Dari segi pengucapan, post-test menunjukkan bahwa mahasiswa berada di angka 3,44. Angka 3 menunjukkan makna bahwa kesalahan pengucapan tidak mengganggu pemahaman dan jarang mengganggu penutur asli. Aksentuasi juga terdengar asing.

## B. Persepsi mahasiswa terhadap pembelajaran *Content-Based Instruction*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 50 mahasiswa Fakultas Ekonomi, maka hasilnya sebagai berikut:



Graphic. 1

### 1. Respon Mahasiswa terhadap Pembelajaran CBI untuk Pembuatan Video UMKM sebagai Promosi di Kelas Bahasa Inggris

Respon mahasiswa terhadap pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM sebagai konten promosi di kelas bahasa Inggris diambil dari dua pengumpulan data yaitu kuesioner dan interview. Sebanyak 50 mahasiswa ikut serta pengambilan data yang bertujuan untuk mendapatkan persepsi mahasiswa terkait pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM sebagai konten promosi.

Terkait respon mahasiswa terhadap pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM sebagai konten promosi di kelas bahasa Inggris dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa menikmati pembelajaran CBI dan juga pembuatan video UMKM untuk promosi. Sebanyak 50% mahasiswa merespon sangat setuju dan 42% dari mereka merespon setuju. Mahasiswa menunjukkan respon positif terhadap pembelajaran. Hanya 8% dari mahasiswa yang merespon tidak menikmati pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM sebagai konten promosi di kelas bahasa Inggris. Hal ini juga didukung dengan

hasil interview yang menunjukkan bahwa mahasiswa menunjukkan respon positif terhadap pembelajaran dan pembuatan konten video promosi UMKM. Mahasiswa menikmati pembelajaran dan proses pembuatan video karena kegiatan tersebut relevan dengan konteks penggunaan bahasa Inggris untuk praktek nyata di lapangan terutama untuk konteks bisnis. Seperti yang dapat dilihat dari respon mahasiswa berikut ini.

“Saya merasa bahwa menggunakan video UMKM sebagai materi promosi di kelas Bahasa Inggris sangat bermanfaat, video dapat memberikan contoh nyata tentang penggunaan bahasa Inggris dalam konteks bisnis. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan dan memberikan konteks yang lebih praktis bagi saya untuk mempelajari bahasa Inggris. Selain itu, penggunaan video juga memotivasi untuk menunjukkan bagaimana bahasa Inggris diterapkan dalam dunia nyata.”

Selain itu, mereka menikmati kegiatan tersebut karena bermanfaat untuk menambah ilmu terkait *business English* dan juga untuk membantu UMKM sekitar dan perekonomian negara. Oleh karena itu, apa yang mereka lakukan tidak hanya bermanfaat untuk mereka sendiri terkait peningkatan keterampilan bahasa Inggris tetapi juga meningkatkan kebermanfaatannya yang mereka hasilkan untuk masyarakat sekitar. Ini terlihat dari respon mahasiswa berikut ini:

“Setuju, karena ini merupakan matkul inggris bisnis, tentunya akan bermanfaat juga jika menggunakan video UMKM untuk pembelajaran di kelas, selain menambah ilmu tentang bisnis juga bisa membantu UMKM sekitar dan akan secara langsung membantu perekonomian negara. Selain itu dengan menggunakan video UMKM kelas juga menjadi tidak monoton dan membosankan.”

Sedangkan untuk mahasiswa yang tidak menikmati pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM sebagai konten promosi di kelas bahasa Inggris mengungkapkan bahwa kurang suka terhadap konten pembelajaran murni dikarenakan karena kurangnya kemampuan bahasa Inggrisnya sehingga menyebabkan mahasiswa tersebut tidak bisa memahami makna pembelajaran dan proses pembuatan video promosi UMKM. Ini terlihat dari respon mahasiswa berikut ini:

“Tidak setuju karena saya kurang memahami bahasa inggris, jadi saya takut tidak paham dengan makna video tsb.”

## **2. Respon Mahasiswa terkait Video promosi UMKM Menarik Untuk Kamu Ketika Belajar Bahasa Inggris.**

Respon mahasiswa terhadap pernyataan “Video promosi UMKM Menarik Untuk Kamu Ketika Belajar Bahasa Inggris” cukup positif dengan rincian yang didapat yaitu 44% mahasiswa menunjukkan respon sangat setuju, 52% menunjukkan bahwa mahasiswa berpendapat mereka setuju dengan pernyataan tersebut sedangkan hanya 4% yang menunjukkan ketidaksetujuan. Mahasiswa yang sangat setuju dan setuju berpendapat bahwa video promosi dianggap menarik dalam belajar Bahasa Inggris karena perpaduan audio dan visual membuat pembelajaran menjadi menarik begitu juga kesempatan dalam menulis skrip untuk promosi video. Hal tersebut terlihat dalam hasil wawancara sebagai berikut:

“Setuju. Perpaduan audio dan visual yang menarik membuat belajar bahasa inggris lebih menyenangkan dan tidak monoton”

“Setuju. Karena dalam proses pembuatan video, saya perlu menulis skrip, berkomunikasi secara lisan dengan berbahasa Inggris. Aktivitas ini dapat membantu improve dalam kosakata, dan melatih speaking”.

Di sisi lain, mahasiswa yang tidak setuju beranggapan bahwa pembelajaran

“Saya tidak setuju, saya lebih tertarik dengan metode ceramah ataupun presentasi yang dua arah”.

## **3. Respon Mahasiswa Terhadap Pernyataan Kamu Dapat Meningkatkan Kosakata Bahasa Inggris Ketika Dosen Menggunakan Video UMKM.**

Respon mahasiswa terhadap pernyataan “Kamu dapat meningkatkan kosakata Bahasa Inggris ketika dosen menggunakan video UMKM” Mayoritas menunjukkan respon yang sangat positif. Dari 50 mahasiswa, 61% diantaranya berpendapat bahwa mereka sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 35% setuju, sedangkan hanya 4% yang tidak setuju. Mahasiswa yang sangat setuju dan setuju beropini bahwa mahasiswa dapat meningkatkan kosakata Bahasa Inggris ketika dosen menggunakan video UMKM beranggapan bahwa kosakata mereka bertambah, terlebih lagi kosakata yang berkaitan dengan bahasa inggris untuk bisnis serta kosakata yang mendeskripsikan tampilan dan rasa yang berkaitan dengan produk yang mereka promosikan. Seperti pada pernyataan berikut:

“Sangat setuju, karena banyak kosakata baru terutama kosakata yang berkaitan dengan bahasa bisnis yang saya pelajari.”

“Sangat setuju, karena selama saya membuat penugasan video ini saya merasakan bahwa kosakata bahasa inggris saya semakin bertambah terutama kosakata yang berkaitan dengan dunia usaha (khususnya kuliner) seperti kosakata yang digunakan untuk mendeskripsikan tampilan dan rasa suatu produk, kosakata yang digunakan untuk membuat kalimat promosi, serta masih ada beberapa lainnya”



Dalam pernyataan tersebut, terdapat juga opini yang berlawanan dengan alasan tidak ada perbedaan yang signifikan baik menggunakan metode tersebut maupun metode ceramah konvensional

“Tidak setuju, bagi saya tidak ada perbedaan yang berarti baik dalam menggunakan metode video UMKM maupun ceramah”.

#### **4. Respon Mahasiswa Terhadap Pernyataan Karena video UMKM, Kamu Dapat Meningkatkan Kemampuan dalam Berbicara Bahasa Inggris.**

Respon mahasiswa terhadap pernyataan “Karena video UMKM, kamu dapat meningkatkan kemampuan dalam berbicara Bahasa Inggris” mayoritas menunjukkan respon yang positif. Dimana hasil tersebut dapat dilihat dari respon mahasiswa yang sangat setuju sejumlah 28%, setuju sejumlah 58%, dan tidak setuju sejumlah 14%. Mahasiswa yang sangat setuju dan setuju beranggapan bahwa tugas tersebut memaksa mereka untuk berlatih berbicara Bahasa Inggris, sehingga mau tidak mau mereka harus belajar. Hal tersebut membuat kemampuan berbicara mereka meningkat. Selain itu mereka juga beranggapan bahwa hal itu meningkatkan kreatifitas menulis mereka, karena mereka harus memastikan skrip mereka layak untuk ditampilkan. Hal tersebut dapat dilihat dalam pernyataan mahasiswa sebagai berikut:

“Sangat setuju, karena dengan membuat video promosi kita mau tidak mau harus berlatih berbicara bahasa Inggris yang baik dan benar sehingga hal ini meningkatkan kemampuan saya dalam berbicara bahasa Inggris”

“Setuju, selain meningkat dalam hal speaking, saya merasa metode tersebut juga meningkatkan skill menulis saya. Karena saya harus berlatih untuk menyusun kalimat terlebih dahulu dan saya harus membuat teks untuk dibaca nantinya”.

Dari sudut pandang yang berbeda, hanya ditemukan mahasiswa yang tidak setuju, dan tidak ada yang sangat tidak setuju. Mereka berpendapat bahwa kemampuan bahasa harusnya dua arah sedangkan video tidak. Selain itu penugasan dapat di ulang sampai mendapat hasil yang terbaik sehingga perubahan kemampuan berbahasa tidak terlalu terlihat. Berikut adalah opini mereka yang tidak setuju:

“Tidak setuju, karena kemampuan berbicara Bahasa Inggris sebaiknya dilakukan dua arah, sedangkan video UMKM tergolong ke komunikasi satu arah”

“Tidak setuju, karena dalam hal tersebut video dapat di take ulang sehingga perubahan dalam kemampuan berbahasa tidak terlalu terlihat”

#### **5. Respon Mahasiswa Terkait Video UMKM memberikan tantangan ketika kamu ikut serta dalam proyek pembelajaran.**

Respon mahasiswa terhadap pernyataan “Video UMKM memberikan tantangan ketika kamu ikut serta dalam proyek pembelajaran” memberikan respon yang sangat positif. Dimana 60% mahasiswa sangat setuju, 35% mahasiswa setuju dan hanya 6% mahasiswa saja yang tidak setuju. Mahasiswa yang sangat setuju dan setuju mengungkapkan bahwa tantangan tersebut memaksa untuk berbicara di depan umum dan melatih keberanian serta sebagai sarana untuk menunjukkan sisi kreatifitas mahasiswa dimana mereka harus Berbicara bahasa Inggris dan berusaha menyampaikan pesan dengan waktu yang terbatas. Berikut adalah pernyataan yang mengindikasikan hal tersebut:

“Setuju, karena meningkatkan keberanian saat berbicara di depan umum”.

“Setuju, karena penugasan tersebut membuat saya harus memikirkan ide-ide yang menarik untuk melakukan kegiatan promosi terutama bahasa yang digunakan adalah bahasa Inggris. Minimal durasi yang diberikan juga merupakan suatu tantangan bagi saya sebab harus membuat konsep video yang pas agar memenuhi minimal durasi yang diminta”.

Sedangkan untuk mahasiswa yang kontra memiliki opini berupa penggunaan video hanya mempersulit mahasiswa yang tidak memiliki latar editing. Seperti yang ditulis dalam opini tersebut:

“Penugasan video bermaksud baik, namun saya tidak setuju karena saya kesulitan dalam mengedit video”

#### **6. Respon mahasiswa terhadap Video promosi UMKM memberikan keuntungan selama proyek pembelajaran.**

Respon mahasiswa terhadap video promosi UMKM berdampak dalam memberikan keuntungan selama proyek pembelajaran menunjukkan respon yang mayoritas positif. Hal ini dapat dilihat dari rincian berupa 48% mahasiswa menyatakan bahwa mereka sangat setuju, 46% mahasiswa menunjukkan bahwa mereka setuju, dan hanya 6% menunjukkan mahasiswa tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Mahasiswa yang setuju dan sangat setuju menunjukkan bahwa mereka melihat adanya relevansi antara penggunaan Bahasa Inggris dan konteks bisnis yang nyata, selain itu, mahasiswa merasa bahwa mereka dipaksa untuk percaya diri dalam berbicara, hal yang selalu menjadi penghalang bagi mereka untuk belajar Bahasa Inggris. Hal itu dapat dilihat dari opini mereka sebagai berikut:

“Pembelajaran menggunakan video memberikan konteks praktis yang sangat relevan. Video bisa membantu memahami bagaimana bahasa Inggris digunakan dalam konteks bisnis nyata, memperkenalkan kosakata dan frasa yang berguna, serta memberi contoh konkret tentang cara menyampaikan pesan dalam situasi profesional. Keuntungan ini bisa termasuk peningkatan keterampilan bahasa, pemahaman yang lebih baik tentang materi, dan motivasi tambahan.”

“Setuju, karena dapat membantu saya untuk lebih banyak berbicara dalam bahasa Inggris.”

Disisi lain untuk yang tidak setuju, mereka beropini bahwa proyek pembelajaran berbasis video tidak cocok karena dalam penggunaannya terdapat persiapan, jadi tidak menunjukkan skill asli. Berikut adalah opini yang disampaikan oleh mahasiswa tersebut:

“Dalam pembuatan video, kita hanya dinilai terkait kreativitas kita saja, karena tidak ada unsur spontanitas di dalamnya”.

“Keuntungan yang didapat mahasiswa adalah adanya waktu untuk persiapan, namun tidak ada unsur berbicara secara langsung. Hal ini jelas berbeda”.

#### **7. Respon Mahasiswa terhadap Pembelajaran CBI untuk Pembuatan promosi UMKM membuat lebih percaya diri menggunakan Bahasa Inggris di kehidupan sehari hari setelah mempelajari video promosi UMKM**

Respon mahasiswa terhadap pembelajaran CBI untuk pembuatan promosi UMKM dapat meningkatkan percaya diri menggunakan Bahasa Inggris di kehidupan sehari hari diambil dari dua pengumpulan data yaitu kuesioner dan interview. Sebanyak 50 mahasiswa ikut serta pengambilan data yang bertujuan untuk mendapatkan persepsi mahasiswa terkait pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM sebagai konten promosi. Terkait respon mahasiswa terhadap pembelajaran CBI untuk pembuatan video promosi UMKM dapat membuat lebih percaya diri menggunakan Bahasa Inggris di kehidupan sehari hari setelah mempelajari video promosi UMKM dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa 12% mahasiswa merespon sangat setuju dan 58% dari mereka merespon setuju. Kemudian, 30% dari mahasiswa yang merespon tidak menarik pembelajaran CBI untuk meningkatkan percaya diri menggunakan Bahasa Inggris di kehidupan sehari hari. Hal ini juga didukung dengan hasil interview yang menunjukkan bahwa mahasiswa menunjukkan respon positif terhadap pembelajaran dan pembuatan konten video promosi UMKM. Mahasiswa senang pembelajaran dan proses pembuatan video karena dapat menggunakan kosa kata secara langsung dan membantu dalam berkomunikasi. Seperti yang dapat dilihat dari respon mahasiswa berikut ini.

“karena video promosi ini membuat kita mempraktekkan langsung kosakata yang sudah kita pelajari sehingga pembelajaran tidak monoton hanya mendengarkan saja.”

Selain itu, mereka setuju pembuatan video promosi dapat menambah ilmu terkait *business English* dan juga sangat menantang. Oleh karena itu, apa yang mereka lakukan tidak hanya bermanfaat untuk mereka sendiri terkait peningkatan keterampilan bahasa Inggris tetapi juga menambah semangat belajar. Ini terlihat dari respon mahasiswa berikut ini:

“Setuju, karena video promosi UMKM sangat menantang karena harus turun ke lokasi langsung”

Sedangkan untuk mahasiswa yang tidak menikmati pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM mengungkapkan bahwa kurang suka karena sudah ada scriptnya. Ini terlihat dari respon mahasiswa berikut ini:

“Tidak setuju karena dalam pembuatan video promosi kita hanya menggunakan script jadi sama seperti tugas video pada umumnya.”

#### **8. Respon Mahasiswa terhadap Pembelajaran CBI untuk Pembuatan promosi UMKM membuat pembelajaran Bahasa Inggris menjadi lebih menarik.**

Respon mahasiswa terhadap pembelajaran CBI untuk pembuatan promosi UMKM dapat membuat pembelajaran Bahasa Inggris menjadi lebih menarik diambil dari dua pengumpulan data yaitu kuesioner dan interview. Sebanyak 50 mahasiswa ikut serta pengambilan data yang bertujuan untuk mendapatkan persepsi mahasiswa terkait pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM sebagai konten promosi.

Terkait respon mahasiswa terhadap pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM dapat membuat pembelajaran Bahasa Inggris menjadi lebih menarik dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa senang pembelajaran CBI. Sebanyak 46% mahasiswa merespon sangat setuju dan 46% dari mereka merespon setuju. Mahasiswa menunjukkan respon positif terhadap pembelajaran. 6 % dari mahasiswa yang merespon kurang menarik pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM. 2% mahasiswa merespon pembuatan video UMKM membuat pembelajaran tidak menarik. Hal ini juga didukung dengan hasil interview yang menunjukkan bahwa mahasiswa menunjukkan respon positif terhadap pembelajaran dan pembuatan konten video promosi UMKM. Mahasiswa senang pembelajaran dan proses pembuatan video karena dapat menggunakan kosa kata secara langsung dan membantu dalam berkomunikasi. Seperti yang dapat dilihat dari respon mahasiswa berikut ini.

“karena video promosi ini membuat kita mempraktekkan langsung kosakata yang sudah kita pelajari sehingga pembelajaran tidak monoton hanya mendengarkan saja.”

Selain itu, mereka setuju pembuatan video promosi dapat menambah ilmu terkait *business English* dan juga sangat menantang. Oleh karena itu, apa yang mereka lakukan tidak hanya bermanfaat untuk mereka sendiri terkait peningkatan keterampilan bahasa Inggris tetapi juga menambah semangat belajar. Ini terlihat dari respon mahasiswa berikut ini:

“Setuju, karena video promosi UMKM sangat menantang karena harus turun ke lokasi langsung”

Sedangkan untuk mahasiswa yang tidak menikmati pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM dapat membuat pembelajaran Bahasa Inggris menjadi lebih menarik mengungkapkan bahwa kurang suka karena sudah ada scriptnya. Ini terlihat dari respon mahasiswa berikut ini:

“Tidak setuju karena dalam pembuatan video promosi kita hanya menggunakan script jadi sama seperti tugas video pada umumnya.”

#### **9. Respon Mahasiswa terhadap Pembelajaran CBI untuk Pembuatan promosi UMKM dapat meningkatkan kemampuan komunikasi dalam berbisnis.**

Respon mahasiswa terhadap pembelajaran CBI untuk pembuatan promosi UMKM dapat meningkatkan kemampuan komunikasi dalam berbisnis diambil dari dua pengumpulan data yaitu kuesioner dan interview. Sebanyak 50 mahasiswa ikut serta pengambilan data yang bertujuan untuk mendapatkan persepsi mahasiswa terkait pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM sebagai konten promosi.

Terkait respon mahasiswa terhadap pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM dapat meningkatkan kemampuan komunikasi dalam berbisnis dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa senang pembelajaran CBI dan juga pembuatan video UMKM dapat meningkatkan kemampuan komunikasi dalam berbisnis. Sebanyak 42% mahasiswa merespon sangat setuju dan 48% dari mereka merespon setuju. Hanya 5 % dari mahasiswa yang merespon tidak menikmati pembelajaran CBI untuk meningkatkan kemampuan komunikasi dalam berbisnis. Hal ini juga didukung dengan hasil interview yang menunjukkan bahwa mahasiswa menunjukkan respon positif terhadap pembelajaran dan pembuatan konten video promosi UMKM. Mahasiswa senang pembelajaran dan proses pembuatan video karena dapat membantu meningkatkan kosa kata dan membantu dalam berkomunikasi. Seperti yang dapat dilihat dari respon mahasiswa berikut ini.

“Kosakata yang saya dapatkan sangat membantu saya dalam belajar untuk komunikasi dalam bisnis.”

Selain itu, mereka setuju pembuatan video promosi dapat menambah ilmu terkait *business English* dan juga untuk menambah kosakata bisnis. Oleh karena itu, apa yang mereka lakukan tidak hanya bermanfaat untuk mereka sendiri terkait peningkatan keterampilan bahasa Inggris tetapi juga meningkatkan kebermanfaatannya yang mereka hasilkan untuk masyarakat sekitar. Ini terlihat dari respon mahasiswa berikut ini:

“Setuju, karena dalam video promosi UMKM ini banyak bahasa bisnis baru yang saya pelajari sehingga menambah kosakata bisnis yang saya pelajari dan membuat kemampuan komunikasi bisnis saya meningkat..”

Sedangkan untuk mahasiswa yang tidak menikmati pembelajaran CBI untuk pembuatan video UMKM dapat meningkatkan kemampuan komunikasi dalam berbisnis mengungkapkan bahwa kurang suka terhadap konten pembelajaran murni dikarenakan video promosi yang dilakukan oleh sebagian besar mahasiswa hanya kata sifat sebagai bentuk review. Ini terlihat dari respon mahasiswa berikut ini:

“Tidak setuju karena video promosi yang dilakukan oleh sebagian besar mahasiswa hanya kata sifat sebagai bentuk review.”

#### **10. Respon Mahasiswa terhadap Video Promosi UMKM menjadi Salah Satu Strategi Pedagogical Untuk Meningkatkan Kemampuan Bahasa Inggris**

Respon mahasiswa terhadap video promosi UMKM menjadi salah satu strategi pedagogical untuk meningkatkan kemampuan bahasa Inggris di kelas bahasa Inggris diambil dari dua pengumpulan data yaitu kuesioner dan interview. Sebanyak 50 mahasiswa ikut serta pengambilan data yang bertujuan untuk mendapatkan persepsi mahasiswa terkait video promosi UMKM sebagai strategi pembelajaran berbahasa Inggris.

Terkait respon mahasiswa terhadap video promosi UMKM untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa setuju bahwa video promosi UMKM menjadi salah satu strategi pedagogical yang efektif untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris mereka. Dengan rincian 64% mahasiswa menunjukkan bahwa mereka setuju dengan pernyataan tersebut, 20% sangat setuju sedangkan 16% mahasiswa tidak setuju. Hasil tersebut didukung dengan interview mahasiswa yang menganggap bahwa selain meningkatkan Bahasa Inggris, mereka menyadari bahwa penerapannya tepat dan menambah motivasi untuk belajar Bahasa Inggris dan penerapannya. Hal tersebut dapat dilihat dari respon sebagai berikut:

“Sangat setuju, Saya merasa bahwa menggunakan video UMKM sebagai materi promosi di kelas Bahasa Inggris sangat bermanfaat, video dapat memberikan contoh nyata tentang penggunaan bahasa Inggris dalam konteks bisnis. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan dan memberikan konteks yang lebih praktis bagi saya untuk mempelajari bahasa Inggris. Selain itu, penggunaan video juga memotivasi untuk menunjukkan bagaimana bahasa Inggris diterapkan dalam dunia nyata”.

Kelebihan dari video promosi UMKM yang membuat mahasiswa merasa dapat meningkatkan Bahasa Inggris mereka adalah adanya praktik langsung bagaimana Bahasa Inggris digunakan dalam mempromosikan produk dan membuat pembelajaran tidak membosankan. Hal tersebut dapat diketahui dari pernyataan mahasiswa berikut ini:

“Setuju, saya menikmatinya karena membuat saya bisa belajar dan mempraktikannya secara langsung bagaimana bahasa inggris digunakan dalam lingkup mempromosikan produk atau UMKM. Hal tersebut juga membuat suasana belajar menjadi fresh”.

Namun, tidak sepenuhnya mahasiswa menunjukan respon positif. Beberapa menyatakan bahwa mereka tidak setuju dengan pernyataan video promosi UMKM dapat meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris . Seperti yang terlihat pada respon mahasiswa berikut:

“Saya tidak setuju, karena selain belajar Bahasa Inggris, saya juga harus dituntut untuk melakukan edit video yang sebenarnya bukan latar belakang saya”.

**D. STATUS LUARAN:** Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada) yang dijanjikan. Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta mengunggah bukti dokumen ketercapaian luaran melalui BIMA.

Capain luaran:

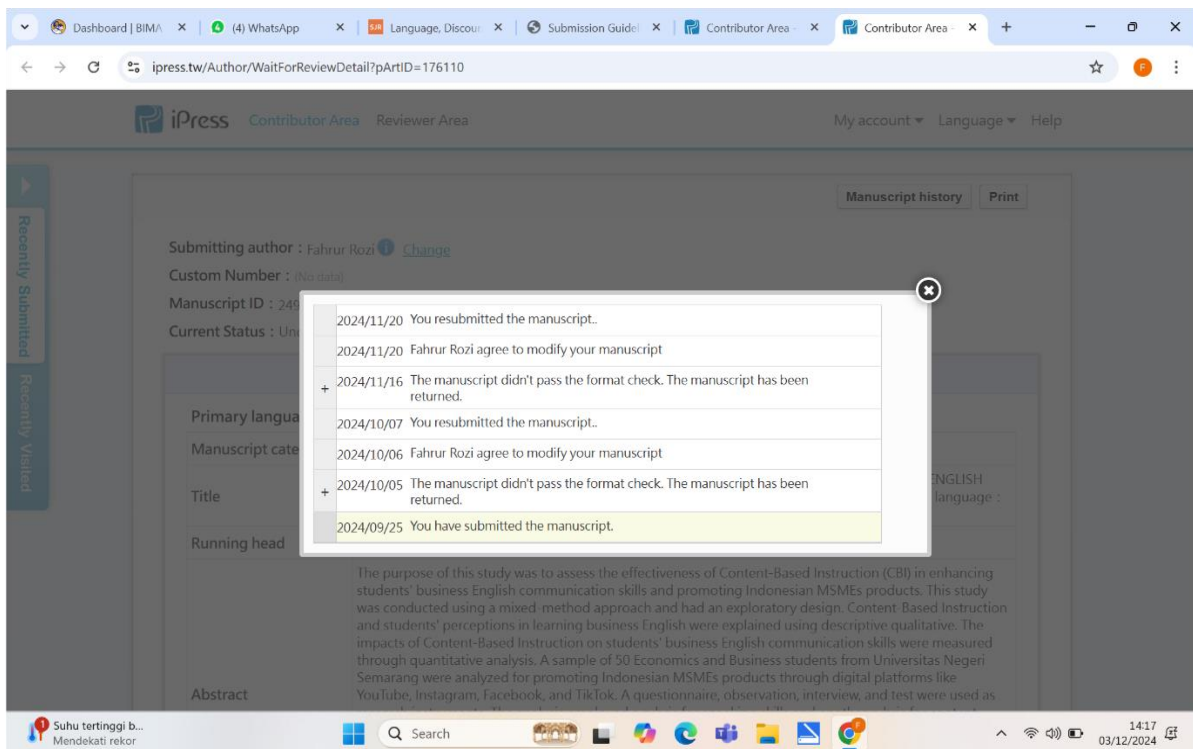
Manuskrip hasil penelitian sudah di submit di Jurnal:

**Taiwan International ESP Journal**



Bukti Submit:

Manuscript dalam proses review:



**E. PERAN MITRA:** Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* serta mengunggah bukti dokumen pendukung sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra dapat diunggah melalui BIMA.

**Catatan:**

*Bagian ini wajib diisi untuk penelitian terapan, untuk penelitian dasar (Fundamental, Pascasarjana, PKDN, Dosen Pemula) boleh mengisi bagian ini (tidak wajib) jika melibatkan mitra dalam pelaksanaan penelitiannya*

.....

.....

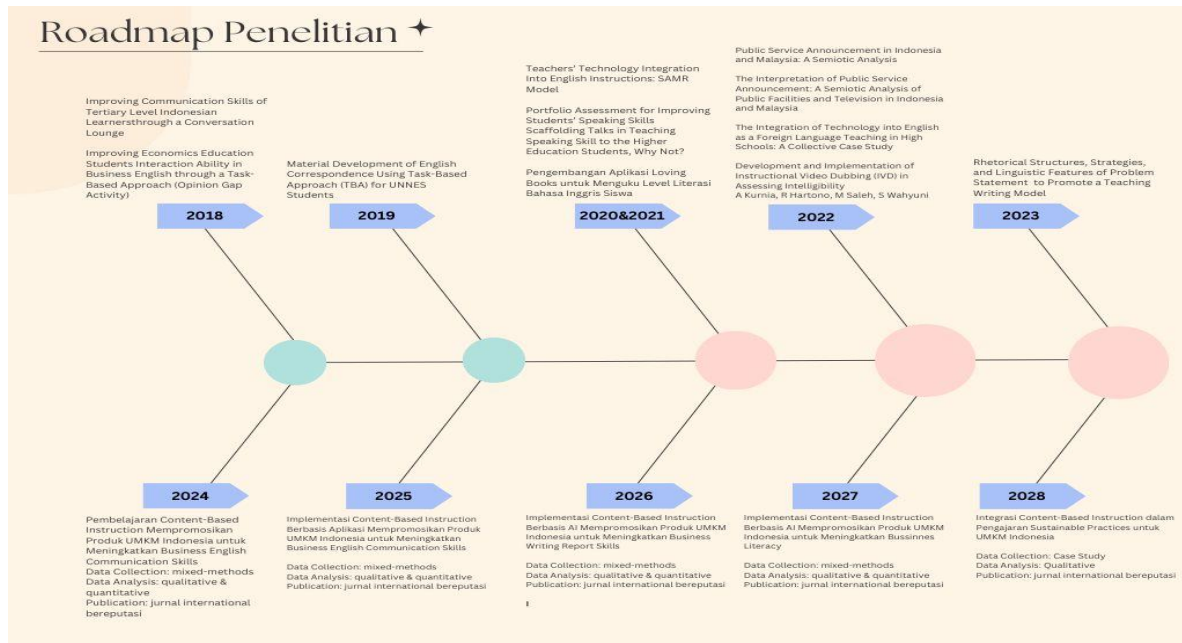
.....

.....

**F. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN:** Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

Pada saat ini belum ada kendala yang dialami selama proses penelitian

**G. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA:** Tuliskan dan uraikan rencana penelitian selanjutnya berdasarkan indikator luaran yang telah dicapai, rencana realisasi luaran wajib yang dijanjikan dan tambahan (jika ada) di tahun berikutnya serta *roadmap* penelitian keseluruhan. Pada bagian ini diperbolehkan untuk melengkapi penjelasan dari setiap tahapan dalam metoda yang akan direncanakan termasuk jadwal berkaitan dengan strategi untuk mencapai luaran seperti yang telah dijanjikan dalam proposal. Jika diperlukan, penjelasan dapat juga dilengkapi dengan gambar, tabel, diagram, serta pustaka yang relevan. Jika laporan kemajuan merupakan laporan pelaksanaan tahun terakhir, pada bagian ini dapat dituliskan rencana penyelesaian target yang belum tercapai.



Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa indikator yang perlu ditindaklanjuti di penelitian selanjutnya untuk memberikan dampak yang maksimal terhadap kemampuan komunikasi bahasa Inggris bisnis mahasiswa dalam proses pembelajaran menggunakan strategi Content-Based Instruction (CBI). Penelitian (2025) selanjutnya adalah penggunaan CBI berbasis APLIKASI dalam mempromosikan produk UMKM Indonesia untuk meningkatkan Business English communication skills. Target luaran penelitian ini adalah Publikasi di Jurnal Internasional bereputasi yaitu jurnal Scopus Q2. Kemudian dilanjutkan dengan penelitian (2026) penggunaan Content-Based Instruction (CBI) berbasis Artificial Intelligence (AI) dalam mempromosikan produk UMKM Indonesia untuk meningkatkan kemampuan Writing Report Skills. Target luaran penelitian adalah Publikasi di Jurnal Internasional bereputasi yaitu jurnal Scopus Q2. Tahun berikutnya dilanjutkan dengan penelitian (2027) penggunaan Content-Based Instruction (CBI) berbasis Artificial Intelligence (AI) dalam mempromosikan produk UMKM Indonesia untuk meningkatkan kemampuan Business Literacy. Target luaran penelitian adalah Publikasi di Jurnal Internasional bereputasi yaitu jurnal Scopus Q2. Untuk penelitian tahun (2028), peneliti akan melakukan penelitian integrasi Content-Based Instruction (CBI) dalam Pengajaran Sustainable Practice untuk mempromosikan produk UMKM Indonesia. Target luaran penelitian ini adalah Publikasi di Jurnal Internasional bereputasi yaitu jurnal Scopus Q1

**H. DAFTAR PUSTAKA:** Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan kemajuan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

- Achmad, A. Z., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di kelurahan Sidokumpul, kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://jurnalfdk.uinsa.ac.id/index.php/JIK/article/view/359>
- Aco, A., & Endang, H. (2017). Analisis bisnis e-commerce pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)*, 2(1). <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/insypro/article/view/3246>

3. Anisa, A., & Murtadlo, N. (2022). Pengaruh gaya bahasa pada iklan promosi “Shopee COD”. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Ilmu Pendidikan*, 1(3), 12–20. <https://doi.org/10.58192/sidu.v1i3.127>
4. Basta, J. (2017). Role of case studies in teaching English for business and economics. *The Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 5(3), 553-566. <https://doi.org/10.22190/JTESAP1703553B>
5. Chapple, L., & Curtis, A. (2000). Content-based instruction in Hong Kong: Student responses to film. *System*, 28(3), 419-433. [https://doi.org/10.1016/S0346-251X\(00\)00021-X](https://doi.org/10.1016/S0346-251X(00)00021-X)
6. Amady, M. R. E. (2022). Peran media daring pada konflik sumber daya alam di Riau. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 181–196. <https://doi.org/10.24002/jik.v19i2.3692>
7. Gupta, S. (2014). Developing young business leaders/entrepreneurs with special focus on English. *Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 2(3), 515-517. <https://espeap.junis.ni.ac.rs/index.php/espeap/article/view/177>
8. Hapsari, E. D. (2022). Analisis gaya bahasa iklan pada karya infografis mahasiswa teknik informatika. *Jurnal Sinestesia*, 12(1), 124-135. <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/157>
9. Jara, L. F., & Putra, M. R. (2021). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness menggunakan metode object-oriented analysis and design pada UMKM tekstil kota Padang. *Jurnal KomtekInfo*, 8(2), 110-117. <https://doi.org/10.35134/komtekinfo.v8i2.105>
10. Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan omset penjualan melalui diversifikasi produk dan strategi promosi pada UMKM kerajinan souvenir khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36-43. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
11. Louhiala-Salminen, L. (1996). The business communication classroom vs reality: What should we teach today?. *English for Specific Purposes*, 15(1), 37-51. [https://doi.org/10.1016/0889-4906\(95\)00024-0](https://doi.org/10.1016/0889-4906(95)00024-0)
12. Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231. <https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
13. Prasojo, A. A., & Hidayah, S. (2023). Adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital oleh pedagang tradisional di pasar lama kota Banjarmasin. *Huma: Jurnal Sosiologi*, 2(4), 376-383. <https://doi.org/10.20527/h-js.v2i4.178>
14. Rahayu, R. S. (2018). Studi literatur: Peranan bahasa Inggris untuk tujuan bisnis dan pemasaran. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(4), 149-158. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/1553>
15. Rahmawati, R., Rapi, M., & Asnidar, A. (2022). Analisis gaya bahasa online shop di media sosial instagram. *Jurnal Konsepsi*, 11(1), 29-35. <https://doi.org/10.30605/onoma.v7i2.1255>
16. Rozi, F. (2018). Improving communication skills of tertiary level Indonesian learners through a conversation lounge. *Asian EFL Journal*, 20(3) 247-265. <https://www.asian-efl-journal.com/monthly-editions-new/2018-teaching-articles/volume-20-issue-4-2018/index.htm>
17. Rozi, F., & Oktarina, N. (2018). Improving economics education students’ interaction ability in business English through a task-based approach (opinion gap activity). *Dinamika Pendidikan*, 13(1), 80-89. <https://doi.org/10.15294/dp.v13i1.15114>
18. Sri, N., Ramba, Y. G. S., Titania, L., Raggil, F., Pusparani, A. F., & Ikhsani, N. D. (2022). Pelatihan bahasa Inggris dan digital marketing pada komunitas pemulung di kampung Pemulung Pinang Ranti Jakarta Timur. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2), 475-482. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/370>
19. Tangkary, S. (2019, February 27). Kemkominfo: Pertumbuhan e-commerce Indonesia capai 78 persen. Kominfo. <https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-capai-78-persen>
20. Veselinova, A. (2016). Designing final tasks and acquiring the communicative competence with the task-oriented approach in the business English classroom. *Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 4(3), 561-572. <https://espeap.junis.ni.ac.rs/index.php/espeap/article/view/401>
21. Villalobos, O. B. (2013). Content-based instruction: A relevant approach of language teaching. *Innovaciones educativas*, 15(20), 71-83. <https://doi.org/10.22458/ie.v15i20.515>
22. Wijoyo, H., Ariyanto, A., Wongso, F., Indrawan, I., Musnaini., Akbar, M.F., Angraini, N., Suherman., Suryanti., & Devi, W.S.G.R. (2021). *Strategi pemasaran UMKM di masa pandemi*. Insan Cendekia Mandiri.
23. Williams, E. J. (2014). English for marketing communication. *The Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 2(3), 371-378. <https://espeap.junis.ni.ac.rs/index.php/espeap/article/view/158>
24. Yogatama, A., Anggraheni, D., & Anandha, A. (2023). Ragam bahasa komunikasi pemasaran produk pada media sosial TikTok studi kasus akun UMKM di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2900-2911. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/5656>

25. Zulianti, I., Fatmawati, M., Wahyuningtyas, A. W., Sari, N., Wulandari, I. (2022). Analisis penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa pemasaran dalam bisnis TikTok shop. *Academica Journal of Multidisciplinary Studies*, 6(2), 303-318. <https://doi.org/10.22515/academica.v6i2.5708>