

Penguatan Kompetensi Pedagogik dan Manajemen Pemasaran Instruktur *English Adventure Camp (EAC)* melalui Pelatihan *Culturally Responsive Teaching (CRT)* Berbasis *Outdoor Activity*

Hustiana¹, Nur Husnil Khatimah²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Sulawesi Barat, Indonesia

e-mail : hustiana@unsulbar.ac.id

INFO ARTIKEL

ABSTRAK

Article history:

Diterima: 10 September 2026

Direvisi: 28 September 2026

Disetujui: 30 September 2026

Available online

DOI:

10.31605/sipakaraya.v5i1.7096

How to cite (APA):

Hustiana, H., & Nur Husnil Khatimah. (2026). Peningkatan Kompetensi Pedagogik dan Manajemen Pemasaran Instruktur *English Adventure Camp (EAC)* melalui Pelatihan *Culturally Responsive Teaching (CRT)* Berbasis *Outdoor Activity*. *Sipakaraya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1). 148–161.

ISSN 2963-3885



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memulihkan dan meningkatkan kapasitas keberlanjutan usaha *English Adventure Camp (EAC)* di Kabupaten Majene, Sulawesi Barat, melalui penguatan kompetensi pedagogik instruktur berbasis *Culturally Responsive Teaching (CRT)* *outdoor* serta perancangan strategi manajemen pemasaran lembaga. Kegiatan ini melibatkan 10 orang instruktur dan pengelola EAC sebagai mitra sasaran. Pendekatan pelaksanaan menggunakan metode *Participatory Technology Transfer* yang mencakup pelatihan CRT-*outdoor*, pelatihan strategi pemasaran dan SOP, diskusi interaktif, serta pengumpulan data reflektif melalui instrumen *open-ended questions* berbasis daring (Google Form). Data kualitatif dianalisis secara tematik untuk mengeksplorasi persepsi dan pemahaman instruktur secara mendalam. Hasil analisis tematik menghasilkan sembilan tema utama yang terbagi ke dalam dua ranah besar: (1) ranah pedagogis, yang mencakup kemampuan instruktur dalam menempatkan budaya Mandar (seperti tradisi *Sayyang Pattu'du*, kuliner *Bau Peapi*, dan *Lopi Sandeq*) sebagai materi ajar bahasa Inggris kontekstual, integrasi strategi manajemen kelas *outdoor* (struktural, instruksional, dan eksperiensial), serta pentingnya kemandirian dari materi generik internet; dan (2) ranah manajerial-kelembagaan, yang meliputi perumusan *Unique Selling Proposition (USP)* bertema "*Safety and Cultural Experience*", penataan Prosedur Operasional Standar (SOP), segmentasi pasar digital berorientasi audiens, dan pembagian peran instruktur berbasis kompetensi. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan terintegrasi tersebut menghasilkan pemahaman dan kesiapan penerapan pada instruktur dan pengelola EAC yang dapat menjadi landasan awal bagi pengaktifan kembali operasional lembaga. Evaluasi dalam kegiatan ini terbatas pada persepsi dan pemahaman pascakegiatan, sehingga dampaknya terhadap jumlah kegiatan, jumlah peserta, dan daya saing EAC perlu dipantau pada tahap tindak lanjut.

Kata kunci : *Culturally Responsive Teaching (CRT)*, *Outdoor Learning*, Kompetensi Pedagogik, Manajemen Instruktur, *English Adventure Camp (EAC)*.

Abstract

This community service program aims to restore and enhance the business sustainability capacity of the English Adventure Camp (EAC) in Majene Regency, West Sulawesi, through strengthening instructors' pedagogical competence based on outdoor Culturally Responsive Teaching (CRT) and designing marketing management strategies. The program involved 10 EAC instructors

and managers as partner participants. The implementation approach utilized the Participatory Technology Transfer method, comprising CRT-outdoor training, marketing strategy and SOP training, interactive discussions, and reflective data collection via online open-ended questions (Google Forms). Qualitative data were analyzed thematically to deeply explore instructors' perceptions and understanding. The thematic analysis revealed nine main themes categorized into two core domains: (1) the pedagogical domain, highlighting instructors' capability to integrate Mandar cultural assets (such as the Sayyang Pattu'du tradition, Bau Peapi cuisine, and Lopi Sandeq) into contextual English learning materials, alongside outdoor classroom management strategies (structural, instructional, and experiential) and independence from generic internet materials; and (2) the managerial-institutional domain, encompassing the formulation of a Unique Selling Proposition (USP) themed "Safety and Cultural Experience", Standard Operating Procedure (SOP) governance, audience-targeted digital marketing segmentation, and competency-based instructor role distribution. This integrative implementation proves to provide a robust framework for reactivating EAC's operations and establishing competitive non-formal education service differentiation in West Sulawesi.

Keywords : *Culturally Responsive Teaching, Outdoor Learning, Pedagogical Competence, Instructor Management, English Adventure Camp.*

PENDAHULUAN

English Adventure Camp (EAC) merupakan lembaga kursus bahasa Inggris berbasis *outdoor learning* yang berdiri sejak tahun 2024 di Kabupaten Majene, Sulawesi Barat, dan telah memiliki akta legalitas usaha yang sah secara hukum sebagai lembaga pendidikan non-formal. EAC memiliki keunggulan unik berupa kemampuan mengintegrasikan pembelajaran bahasa dengan interaksi lingkungan secara langsung, sebuah pendekatan yang terbukti mampu menurunkan kecemasan linguistik peserta didik sekaligus meningkatkan retensi kosakata (Maming & Sudarmanto, 2023; Munawarah & Atika, 2023; Syaifullah & Andriani, 2022). Meski demikian, sebagai lembaga yang baru berjalan satu tahun, EAC menghadapi tantangan keberlanjutan usaha yang serius. Pada tahun 2024 EAC menyelenggarakan 2 kegiatan dengan rata-rata 20 peserta per kegiatan, sedangkan pada tahun 2025 hanya menyelenggarakan 1 kegiatan dengan jumlah 10 peserta. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa lembaga kursus non-formal rentan gagal pada fase awal apabila tidak memiliki diferensiasi kurikulum yang kuat, strategi pemasaran yang adaptif, dan tata kelola sumber daya manusia (SDM) yang baik (Andini et al., 2025; Sukri et al., 2025).

Penurunan tersebut dipicu oleh dua permasalahan utama yang saling berkaitan. Pertama, pada aspek pedagogik, instruktur EAC belum memiliki landasan metodologi yang kuat untuk mengoptimalkan pembelajaran di alam terbuka. Instruktur masih bergantung pada materi internet yang generik dan tidak kontekstual, padahal pembelajaran bermakna menuntut keterkaitan konten dengan konteks nyata peserta didik (Bohang et al., 2025). Minimnya pemahaman terhadap pendekatan *Culturally Responsive Teaching* (CRT) membuat pembelajaran belum memanfaatkan kearifan lokal Sulawesi Barat sebagai media belajar, padahal integrasi budaya peserta didik terbukti meningkatkan keterlibatan, motivasi, dan hasil belajar (Huong, 2025; Yoon, 2023). Pendekatan CRT menempatkan guru sebagai *manajer budaya* yang menjembatani identitas kultural siswa dengan proses pemerolehan bahasa (Suryani et al., 2020), sekaligus menciptakan lingkungan belajar yang inklusif bagi keberagaman latar belakang peserta didik (Bi, 2025).

Kedua, pada aspek manajemen, EAC mengalami kendala serius dalam pemasaran instruktur sehingga gagal meyakinkan calon siswa dan orang tua akan nilai tambah belajar di alam terbuka dibandingkan kursus indoor konvensional. Efektivitas pembelajaran berbasis alam sangat bergantung pada standarisasi pedagogik dan pengembangan profesional yang berkelanjutan (Kaya et al., 2026), sementara tanpa standarisasi prosedur kerja, konsistensi layanan pendidikan sulit dipertahankan,

khususnya pada lembaga kursus berbasis komunitas (Hustiana et al., 2025). Berdasarkan wawancara dengan ketua EAC, Adriani, aktivitas EAC praktis terhenti sejak akhir tahun 2025 hingga pelaksanaan kegiatan ini, sehingga diperlukan intervensi yang sistematis dan terstruktur untuk menjawab permasalahan tersebut secara menyeluruh.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, tim pengabdian merumuskan program pengabdian kemitraan dengan tujuan: (1) meningkatkan kompetensi pedagogik instruktur EAC dalam merancang dan melaksanakan pembelajaran bahasa Inggris berbasis outdoor; (2) membekali instruktur dengan pemahaman dan keterampilan penerapan CRT yang mengintegrasikan kearifan lokal Sulawesi Barat; (3) meningkatkan kemampuan manajemen pemasaran instruktur. Program ini selaras dengan SDG 4 (Pendidikan Berkualitas), SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), SDG 10 (Berkurangnya Kesenjangan), dan SDG 17 (Kemitraan), serta berkontribusi pada penguatan pendidikan non-formal berbasis kearifan lokal yang berdaya saing di Sulawesi Barat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 2 September 2026 bertempat di Majene, Sulawesi Barat, dengan sasaran seluruh instruktur dan pengelola English Adventure Camp (EAC) yang berjumlah 10 orang. Pendekatan yang digunakan adalah Participatory Technology Transfer, yaitu pendekatan transfer pengetahuan dan keterampilan yang melibatkan mitra secara aktif pada setiap tahapan kegiatan agar terjadi internalisasi pengetahuan secara maksimal, bukan sekadar transfer informasi satu arah. Pendekatan partisipatif semacam ini sejalan dengan model keterlibatan komunitas sebagai intervensi yang memastikan hasil kajian benar-benar diadopsi dan diterapkan oleh mitra sasaran (Sutley & Lyles, 2023). Pelaksanaan kegiatan mengikuti empat tahapan berurutan sebagai berikut.

- Pelatihan kompetensi pedagogik berbasis *Culturally Responsive Teaching* (CRT), berupa penyampaian kerangka kerja (*framework*) CRT-Outdoor yang membekali instruktur dengan kemampuan mengidentifikasi aset budaya lokal (flora, fauna, dan tradisi masyarakat pesisir/Mandar) untuk dijadikan konten pembelajaran bahasa Inggris.
- Pelatihan manajemen strategi pemasaran, yang berfokus pada tata kelola instruktur (pembagian peran dan standar layanan) serta strategi pemasaran sederhana untuk lembaga kursus berbasis *outdoor*, termasuk penguatan pemahaman mengenai *Unique Selling Proposition* (USP) dan *Standard Operating Procedure* (SOP).
- Sesi tanya jawab, sebagai ruang diskusi interaktif antara tim pengabdian dan peserta untuk memperdalam pemahaman serta menjawab kendala teknis yang dihadapi instruktur di lapangan.
- Pengisian *open ended questions* yang berisi 11 butir pertanyaan.

Instrumen *open-ended questions* daring yang disusun oleh tim pengabdian terdiri atas 11 butir pertanyaan yang mencakup dimensi pedagogik (pemahaman konsep CRT, identifikasi aset budaya, dan manajemen kelas *outdoor*) dan dimensi manajerial (USP, SOP, dan strategi pemasaran digital). Instrumen ini diisi setelah seluruh sesi pelatihan dan diskusi selesai dan merupakan satu-satunya instrumen evaluasi dalam kegiatan ini; tidak digunakan *pre-test* maupun *post-test* berskor. Dengan demikian, data yang diperoleh menggambarkan persepsi, pemahaman, dan kesiapan penerapan instruktur setelah pelatihan, bukan perubahan kompetensi antara sebelum dan sesudah kegiatan.

Data dianalisis secara kualitatif menggunakan analisis tematik dengan mengadaptasi enam tahapan Braun dan Clarke (2006). (1) Familiarisasi data: jawaban 10 informan (kode NS, HR, SK, AD, NA, NF, WL, WH, NR, dan NL) yang terekam pada Google Form dikompilasi per butir pertanyaan dan dibaca berulang kali. (2) Pengodean awal: setiap jawaban dikode secara induktif pada tingkat makna eksplisit, misalnya *Sayyang Pattu'du* sebagai materi ajar atau batas area belajar. (3) Pencarian tema: kode yang bermakna serupa dikelompokkan menjadi kategori, kemudian kategori yang berkaitan dikelompokkan menjadi calon tema. (4) Peninjauan tema: calon tema dicocokkan kembali dengan jawaban asli setiap informan untuk memastikan kesesuaian dan menghindari tumpang tindih. (5) Penetapan dan penamaan tema: diperoleh sembilan tema yang dikelompokkan ke dalam ranah pedagogis (empat tema) dan ranah manajerial-kelembagaan (lima tema). (6) Penyajian hasil: setiap tema dilaporkan bersama

kode informan dan jumlah informan yang menyumbangkan kode tersebut. Hubungan antara fokus pertanyaan, kode/kategori, dan tema disajikan pada Tabel 1.

Mitra berkontribusi aktif dengan menyediakan lokasi kegiatan, memobilisasi seluruh instruktur untuk hadir penuh dalam setiap sesi, dan menyediakan data operasional yang diperlukan dalam penyusunan rencana pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Kegiatan pengabdian dilaksanakan secara tatap muka dan diikuti oleh 10 instruktur dan pengelola EAC secara penuh pada seluruh rangkaian tahapan. Dokumentasi pelaksanaan kelima tahap kegiatan disajikan sebagai berikut.

a. Pelatihan kompetensi pedagogik berbasis *Culturally Responsive Teaching* (CRT)

Pada tahap ini, tim pengabdian menyampaikan materi pelatihan pedagogik dengan memaparkan *framework Culturally Responsive Teaching* (CRT) berbasis *Outdoor Activity* oleh Hustiana, seperti yang terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Pemberian materi peningkatan kompetensi pedagogik instruktur berbasis CRT-Outdoor

Pelatihan ini bertujuan membekali instruktur agar mampu menempatkan budaya, pengalaman, dan identitas siswa sebagai sumber belajar bahasa Inggris yang autentik dan bermakna. Melalui pendalaman empat pilar utama CRT, yaitu validasi budaya, kontekstualisasi materi, multidimensionalitas gaya belajar, dan pemberdayaan siswa instruktur diajarkan untuk berperan sebagai "manajer budaya" yang mengonversi kekayaan lokal Sulawesi Barat (seperti tradisi Mandar *Sayyang Pattu'du*, perahu *Sandeq*, kuliner *Bau Peapi*, hingga lanskap pesisir dan flora-fauna lokal) menjadi kosakata serta materi ajar kontekstual. Selain itu, pemaparan materi juga menyoroti manfaat *outdoor learning* dalam meningkatkan retensi kosakata melalui pengalaman multisensori dan menurunkan kecemasan linguistik (*linguistic anxiety*) siswa. Instruktur dibekali kerangka kerja (*framework*) CRT-Outdoor yang mencakup lima tahapan sistematis: (1) identifikasi aset budaya, (2) konversi ke materi bahasa, (3) desain aktivitas *outdoor*, (4) pelaksanaan dan manajemen kelas, serta (5) refleksi dan penilaian. Untuk mengatasi tantangan pembelajaran di ruang terbuka seperti distraksi alam dan manajemen fokus, instruktur dibekali strategi rotasi aktivitas per 10–15 menit, penggunaan tanda visual, pemanfaatan objek alam sebagai alat peraga, penerapan struktur pembelajaran 5 tahap (Pembukaan, Eksplorasi, Praktik Terbimbing, Produksi Mandiri, Penutup/Refleksi), serta standar keselamatan (*checklist* persiapan dan protokol darurat) serta asesmen autentik berbasis observasi.

b. Pelatihan manajemen strategi pemasaran

Tahap ini berfokus pada penguatan kapasitas manajerial dan keberlanjutan lembaga mitra, yaitu *English Adventure Camp* (EAC) di Majene, Sulawesi Barat. Nur Husnil Khatimah selaku pemateri memberikan pemahaman mendalam bahwa pemasaran dalam jasa pendidikan bukan sekadar iklan, melainkan proses strategis untuk membangun kepercayaan agar lembaga dapat dikenal (meningkatkan *awareness*), dipercaya (meyakinkan nilai manfaat), dan dipilih (mendorong pendaftaran serta loyalitas) seperti yang terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Pemberian materi strategi pemasaran sederhana untuk lembaga kursus outdoor

Pemberian materi ini merespons kondisi objektif EAC yang sempat vakum atau berhenti operasional sejak akhir 2025 akibat keterbatasan strategi promosi, belum adanya diferensiasi yang kuat, serta manajemen internal yang belum terorganisasi. Pemaparan materi mencakup lima langkah utama alur pemasaran sederhana. Pertama, mengenali target pasar dengan mengidentifikasi peserta (siswa/mahasiswa) serta pengambil keputusan utama (orang tua) yang menginginkan anak mereka percaya diri berbahasa Inggris dalam lingkungan yang aman. Kedua, menentukan *Unique Selling Proposition* (USP) dengan mengangkat narasi utama "*Safety and Cultural Experience*". Keunggulan ini diturunkan ke dalam lima variasi program *one-day program* spesifik, yaitu *Beach English Camp* (pembelajaran berbasis pantai lokal Majene), *Cultural Heritage English Day* (kunjungan ke situs/museum budaya seperti Museum Mandar berbasis CRT), *Farm & Market English Day* (simulasi interaktif di pasar/kebun), *Eco Warrior English Camp* (edukasi isu lingkungan), serta *Camp & Campfire Storytelling Night-to-Day* (pengalaman *mini-camping* premium). Ketiga, menyusun bauran pemasaran (4P) yang mengatur formulasi *Product* (kelas *outdoor* terstandarisasi berbasis CRT), *Price* (penetapan harga terjangkau/paket rutin), *Place* (lokasi aman dan jadwal konsisten), serta *Promotion* (promosi berbasis media digital dan kerja sama sekolah). Keempat, mengoptimalkan promosi digital sederhana melalui platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Google Form untuk mempublikasikan konten visual kegiatan, testimoni orang tua/siswa, cuplikan pembelajaran, serta informasi jadwal secara rutin. Kelima, menata manajemen dan tata kelola internal melalui pembagian peran operasional (pengajar vs logistik/keamanan), penyusunan Prosedur Operasional Standar (SOP), pelatihan instruktur berkala berbasis CRT, serta evaluasi kepuasan peserta secara berkelanjutan demi menjaga mutu layanan di lapangan.

c. Sesi tanya jawab, sebagai ruang diskusi interaktif

Sesi ini merupakan ruang diskusi interaktif antara tim pengabdian dan para peserta untuk memperdalam pemahaman materi, mengklarifikasi konsep, serta membahas kendala teknis maupun tantangan operasional yang dihadapi instruktur dalam mengajar *outdoor* dan mengelola EAC di lapangan seperti yang terlihat pada gambar 3.



Gambar 3. Sesi tanya jawab antara tim pengabdian dan peserta

Diskusi berlangsung dinamis dengan munculnya beberapa pertanyaan krusial dari instruktur. Pertanyaan pertama mengenai cara memulai kembali kegiatan EAC yang sempat terhenti karena sepi peminat dijawab oleh tim pengabdian dengan menekankan pentingnya menerapkan alur pemasaran sistematis, diawali dari pemetaan target pasar secara tepat, penataan ulang bauran pemasaran (4P), hingga pengemasan program baru yang lebih bervariasi, seperti Beach English Camp atau Cultural Heritage English Day. Terkait pertanyaan kedua mengenai teknik keamanan dalam pembelajaran outdoor, tim pengabdian menjelaskan bahwa aspek keselamatan dijamin melalui penerapan Prosedur Operasional Standar (SOP) yang ketat, pembagian peran kerja yang jelas antara tim pengajar dan pengelola logistik/keamanan, penggunaan checklist persiapan, hingga simulasi penanganan darurat di lapangan. Sementara itu, untuk menjawab pertanyaan ketiga mengenai cara meyakinkan orang tua, tim pengabdian menyarankan agar EAC menonjolkan nilai keunikan (Unique Selling Proposition/USP) melalui narasi "Safety and Cultural Experience", serta rutin mempublikasikan promosi digital yang menampilkan dokumentasi kegiatan, keseruan siswa, dan testimoni orang tua untuk membangun kepercayaan publik secara berkesinambungan.

d. Pengisian open ended questions

Tahap evaluasi akhir untuk mengukur efektivitas intervensi pelatihan. Peserta mengisi 11 butir pertanyaan terbuka (open-ended questions) berbasis daring (Google Form) untuk menggali secara mendalam persepsi, pemahaman, serta refleksi instruktur terkait penerapan konsep CRT-outdoor, eksplorasi kearifan lokal Mandar, perbedaan manajemen kelas, hingga strategi pemasaran dan tata kelola SOP di EAC. Seluruh rangkaian kegiatan seperti pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Pengisian open-ended questions oleh peserta

Adapun data *open-ended* questions diperoleh dari 10 orang informan (diberi kode NS, HR, SK, AD, NA, NF, WL, WH, NR, dan NL) yang merupakan instruktur/pengelola *English Adventure Camp* (EAC), sebuah lembaga kursus bahasa Inggris berbasis *outdoor learning* yang mengintegrasikan kearifan budaya Mandar. Sebanyak 11 butir pertanyaan terbuka dianalisis menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*), yang menghasilkan sembilan tema utama. Kesembilan tema tersebut dikelompokkan ke dalam dua ranah besar, yaitu (1) ranah pedagogis, yang berkaitan dengan pemahaman dan penerapan *Culturally Responsive Teaching* (CRT) dalam pembelajaran luar ruang, dan (2) ranah manajerial-kelembagaan, yang berkaitan dengan strategi keberlangsungan dan pengelolaan lembaga kursus nonformal. Hubungan antara fokus pertanyaan, kode/kategori, dan tema disajikan pada Tabel 1 dan 2.

Tabel 1. Hasil analisis tematik pada ranah pedagogis

Tema	Fokus pertanyaan	Kode/kategori (kode informan)
Pemahaman dan penerapan konsep CRT	Pemahaman konsep CRT dan penerapannya di EAC	CRT sebagai pemanfaatan budaya, pengalaman, dan latar belakang peserta didik sebagai sumber belajar (seluruh informan; contoh: SK). Penerjemahan CRT menjadi pengenalan kosakata dari objek budaya sehari-hari (contoh: AD).
Integrasi budaya lokal Mandar sebagai materi ajar	Identifikasi aset budaya Mandar dan kosakata bahasa Inggris terkait	Tradisi <i>Sayyang Pattu'du</i> (NS, HR, NA, NF, WL, NR, NL; 7 informan). Kuliner <i>Bau Peapi</i> (AD, WH; 2 informan). <i>Lopi Sandeq</i> (SK; 1 informan).
Strategi manajemen kelas <i>outdoor</i>	Strategi menjaga fokus siswa di luar ruang	Struktural: aturan, kelompok kecil, batas area (SK, AD). Instruksional: materi singkat dan <i>ice breaking</i> (NA, NF, NR). Eksperiensial: lingkungan sebagai objek belajar (NS, HR, WH, NL). Permainan (<i>games</i>) untuk mengembalikan perhatian (WL).
Diferensiasi CRT- <i>outdoor</i> kemandirian materi generik	Perbedaan CRT- <i>outdoor</i> dengan pembelajaran konvensional; urgensi tidak bergantung pada materi generik internet	Fleksibilitas materi versus buku teks generik (WL, AD). Kebermaknaan dan relevansi (AD, NR, NA). Pengalaman belajar langsung (NA, NL, NS). Materi generik kurang relevan dengan budaya Mandar (NF, NR). Ketergantungan internet menurunkan kreativitas dan daya kritis (NS, WL, SK). Adaptasi terhadap dinamika lapangan (AD, NA, NL). Kemandirian materi sebagai pembeda EAC (WH).

Tabel 2. Hasil analisis tematik pada ranah manajerial-kelembagaan

Tema	Fokus pertanyaan	Kode/kategori (kode informan)
Pemahaman USP sebagai strategi diferensiasi	Pemahaman tentang USP	USP sebagai pembeda kompetitif (NS, HR, SK, AD, NR, WH, NL; 7 informan). USP sebagai strategi promosi yang kreatif dan relevan (NA, WL, NF; 3 informan). Rumusan USP EAC yang konkret (NR).
Pentingnya SOP bagi keberlangsungan lembaga	Pentingnya SOP	Konsistensi dan keamanan (NS). Profesionalisme instruktur (SK, WH, WL). Kepercayaan dan <i>branding</i> (HR, NL). Keberlanjutan sistem kerja yang tidak bergantung pada individu (NR).
Strategi pemasaran digital kepada orang tua siswa	Pilihan platform digital untuk menjangkau orang tua	Preferensi platform yang beragam; TikTok paling banyak disebutkan. Facebook lebih tepat sasaran untuk orang tua (NA, NR, NL). Pertimbangan segmentasi audiens digital.
Tantangan dan strategi pengelolaan SDM/instruktur	Tantangan pengelolaan instruktur dan pembagian peran	Keselamatan dan kelengkapan alat ajar (NS). Minimnya pengalaman dan sertifikasi (HR, NF). Konsistensi mengajar dan kedisiplinan (SK). Keterbatasan relasi dan jejaring (AD). Inovasi metode dan koordinasi tim (WL, WH). Pembagian peran berbasis kompetensi (NS, HR, SK, AD, NA, NF, WL, WH). Standar layanan (SK, NR).
Strategi meyakinkan orang tua tentang nilai tambah belajar di alam terbuka	Strategi meyakinkan orang tua	Berbasis bukti: testimoni dan dokumentasi video (AD, NR, NL); kredibilitas instruktur (SK). Berbasis manfaat: pembelajaran kontekstual (NS, NA); manfaat psikologis (HR); keterampilan sosial dan kepercayaan diri (NF); citra pembelajaran aktif dan menyenangkan (WH).

1) Ranah Pedagogis: Pemahaman dan Implementasi *Culturally Responsive Teaching* (CRT) dalam *Outdoor Learning*

a) Pemahaman dan Penerapan Konsep *Culturally Responsive Teaching* (CRT)

Secara umum, seluruh informan menunjukkan pemahaman yang konvergen mengenai CRT, yaitu sebagai pendekatan pembelajaran yang menjadikan unsur budaya lokal, pengalaman, dan latar belakang peserta didik sebagai sumber dan media pembelajaran bahasa Inggris. Informan SK misalnya memaknai CRT sebagai pendekatan yang menghargai dan mengintegrasikan budaya, pengalaman, serta latar belakang peserta didik agar pembelajaran lebih bermakna, sementara informan AD menegaskan

bahwa penerapannya di EAC dilakukan dengan mengenalkan kosakata bahasa Inggris dari objek-objek budaya yang sudah dikenal siswa sehari-hari, seperti pohon kelapa, ikan layang, atau perahu sandeq. Pola jawaban ini memperlihatkan bahwa instruktur EAC tidak sekadar memahami CRT secara definitif, tetapi juga mampu menerjemahkannya ke dalam strategi operasional di lapangan, yakni menjadikan alam dan budaya Mandar sebagai "teks" pembelajaran itu sendiri.

b) Integrasi Budaya Lokal Mandar sebagai Materi Pembelajaran Bahasa Inggris

Pada tema ini, tradisi Sayyang Pattu'du (arak-arakan kuda menari untuk mengapresiasi anak yang khatam Al-Qur'an) menjadi objek budaya yang paling banyak diusulkan sebagai materi pembelajaran, disebutkan oleh tujuh dari sepuluh informan (NS, HR, NA, NF, WL, NR, NL). Selain itu, kuliner khas Mandar Baupiapi/Bau Peapi (AD, WH) dan Lopi Sandeq atau perahu tradisional nelayan Mandar (SK) juga diusulkan sebagai materi kontekstual. Kosakata bahasa Inggris yang diintegrasikan meliputi ranah benda budaya (*horse, traditional dress/clothes, boat, sail, fisherman*), ranah kuliner (*fish, coconut oil, onion, chili, spicy, cook, broth*), dan ranah aktivitas budaya (*dance, music, procession, drummer, crowd*). Informan NL bahkan menjelaskan proses budaya tersebut secara naratif sekaligus memetakan padanan kosakatanya, menunjukkan kemampuan mengintegrasikan storytelling budaya dengan pembelajaran leksikal bahasa Inggris.

c) Strategi Manajemen Kelas Outdoor untuk Menjaga Fokus Siswa

Informan mengusulkan sejumlah strategi manajemen kelas luar ruang, yang dapat dikelompokkan menjadi tiga pola: (a) strategi struktural menetapkan aturan sederhana, pembagian *kelompok* kecil, batas area belajar, dan penggunaan sound system (SK), termasuk sistem konsekuensi berupa "denda" menghafal kosakata bagi siswa yang melewati batas area (AD); (b) strategi instruksional yakni pemaparan materi secara singkat dan jelas, diselingi jeda atau ice breaking (NA, NF, NR); dan (c) strategi eksperiensial yakni menjadikan lingkungan sekitar sebagai objek belajar langsung, seperti observasi alam dan pendekatan gaya pemandu wisata (NS, HR, WH, NL). Informan WL menambahkan penggunaan permainan (games) yang menantang fokus siswa sebagai instrumen untuk mengembalikan perhatian ketika kelas mulai tidak kondusif.

d) Diferensiasi CRT-Outdoor terhadap Pembelajaran Konvensional dan Urgensi Kemandirian dari Materi Ajar Generik

Mayoritas informan memandang perbedaan mendasar antara pembelajaran konvensional dan CRT-outdoor terletak pada tiga aspek: keterikatan pada buku teks generik versus fleksibilitas materi (WL, AD), tingkat kebermaknaan dan relevansi dengan kehidupan siswa sehari-hari (AD, NR, NA), serta pengalaman belajar langsung (experiential) versus pembelajaran berbasis teori semata (NA, NL, NS). Selanjutnya, terkait urgensi tidak bergantung pada materi ajar generik dari internet, jawaban informan mengerucut pada empat alasan utama: (1) materi generik dinilai kurang relevan dengan konteks budaya Mandar (NF, NR); (2) ketergantungan pada internet berisiko menurunkan kreativitas dan daya kritis instruktur (NS, WL, SK); (3) instruktur dituntut mampu beradaptasi dengan kebutuhan dan dinamika lapangan yang tidak selalu dapat diprediksi (AD, NA, NL); dan (4) kemandirian materi menjadi pembeda EAC dari lembaga kursus lain (WH).

Hal ini sejalan dengan prinsip *Contextual Teaching and Learning* (CTL) dan kajian pengembangan materi berbasis kearifan lokal yang menegaskan bahwa materi ajar yang dirancang secara kontekstual jauh lebih efektif dalam membangun koneksi kognitif peserta didik dibandingkan bahan ajar generik bersumber luar (Bohang et al., 2025). Ketergantungan yang berlebihan pada materi instan di internet tidak hanya mengikis keunikan identitas lembaga, tetapi juga membatasi instruktur dalam menjalankan perannya sebagai "manajer budaya" yang responsif terhadap lingkungan dan latar belakang peserta didik (Suryani et al., 2020). Oleh karena itu, upaya instruktur EAC mengemas bahan ajar *outdoor* secara mandiri dan berbasis kearifan lokal Mandar dipandang para informan sebagai kunci dalam menghadirkan pengalaman belajar yang diferensiatif dan autentik.

2) Ranah Manajerial-Kelembagaan: Strategi Keberlangsungan Lembaga Kursus Non-Formal Berbasis Outdoor

a) Pemahaman Unique Selling Proposition (USP) sebagai Strategi Diferensiasi Kelembagaan

Seluruh informan menunjukkan pemahaman yang relatif seragam bahwa USP merupakan nilai, ciri khas, atau keunikan yang membedakan EAC dari lembaga kursus pesaing. Tujuh dari sepuluh informan (NS, HR, SK, AD, NR, WH, NL) secara eksplisit mengaitkan USP dengan fungsi pembeda kompetitif, sementara tiga informan lainnya (NA, WL, NF) lebih menekankan USP sebagai strategi promosi yang kreatif dan relevan. Informan NR bahkan mampu merumuskan USP EAC secara konkret, yaitu pembelajaran bahasa Inggris yang memadukan aktivitas luar ruang dengan pengalaman langsung bersama alam dan budaya Mandar.

b) Pentingnya Standard Operating Procedure (SOP) bagi Keberlangsungan Lembaga

Jawaban informan terhadap pentingnya SOP dapat dipetakan ke dalam empat fungsi: (a) menjaga konsistensi dan keamanan (NS); (b) meningkatkan profesionalisme instruktur (SK, WH, WL); (c) membangun kepercayaan dan branding bagi konsumen (HR, NL); serta (d) menjamin keberlanjutan sistem kerja lembaga agar tidak bergantung pada individu tertentu (NR). Informan NL secara spesifik menyatakan bahwa tanpa SOP yang jelas, lembaga akan kesulitan menjalankan kegiatan karena tidak adanya batasan kerja yang baku, sekaligus menegaskan bahwa SOP dapat menjadi alat branding untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen.

c) Strategi Pemasaran Digital kepada Orang Tua Siswa

Preferensi platform digital yang diusulkan informan bervariasi, namun menunjukkan pola yang menarik ketika dikaitkan dengan segmentasi audiens. Meskipun TikTok paling banyak disebutkan secara umum, tiga informan (NA, NR, NL) secara spesifik berargumen bahwa Facebook lebih tepat sasaran untuk menjangkau orang tua siswa, karena TikTok dinilai lebih dominan digunakan oleh kalangan siswa/anak muda, sedangkan Facebook lebih banyak diakses oleh generasi orang tua, termasuk melalui fitur monetisasi konten seperti "FB Pro" yang disebutkan informan NL. Pola ini menunjukkan bahwa instruktur EAC sesungguhnya telah memiliki kesadaran segmentasi audiens digital, bukan sekadar mengikuti tren platform yang populer secara umum.

d) Tantangan dan Strategi Pengelolaan SDM/Instruktur di Lembaga Berbasis Outdoor

Tantangan pengelolaan instruktur yang diidentifikasi informan dapat dikelompokkan menjadi lima kategori: (a) keselamatan dan kelengkapan alat ajar di lapangan (NS); (b) minimnya pengalaman dan sertifikasi instruktur (HR, NF); (c) konsistensi kualitas mengajar dan kedisiplinan (SK); (d) keterbatasan relasi dan jejaring kelembagaan yang masih baru berkembang (AD); serta (e) kebutuhan inovasi metode, terutama ice breaking untuk jenjang usia yang mudah bosan (WL), dan koordinasi tim (WH). Sementara itu, terkait tata kelola pembagian peran instruktur, hampir seluruh informan (NS, HR, SK, AD, NA, NF, WL, WH) sepakat bahwa peran perlu dibagi berdasarkan kompetensi dan keahlian masing-masing individu (misalnya instruktur utama, pendamping, penanggung jawab keselamatan, pengelola keuangan, dan penyusun modul), dilengkapi dengan standar layanan yang mencakup kedisiplinan, komunikasi, metode mengajar, keselamatan, dan evaluasi (SK, NR).

e) Strategi Meyakinkan Orang Tua tentang Nilai Tambah Belajar di Alam Terbuka

Strategi meyakinkan orang tua yang diusulkan informan terbagi menjadi strategi berbasis bukti (evidence-based) dan strategi berbasis narasi manfaat (benefit-based). Strategi berbasis bukti mencakup penayangan testimoni dan dokumentasi video kegiatan (AD, NR, NL) serta penonjolan kredibilitas instruktur bersertifikat dan berpengalaman (SK). Adapun strategi berbasis narasi manfaat meliputi penjelasan tentang pembelajaran kontekstual yang memungkinkan siswa merasakan langsung penggunaan bahasa Inggris di alam (NS, NA), manfaat psikologis berupa pengurangan tekanan mental pascasekolah (HR), pengembangan keterampilan sosial dan kepercayaan diri (NF), serta citra pembelajaran yang lebih aktif dan menyenangkan dibandingkan duduk di kelas konvensional (WH).

2. Pembahasan

Temuan ini sejalan dengan gagasan bahwa lingkungan belajar yang responsif budaya terbukti meningkatkan motivasi dan partisipasi aktif peserta didik dalam pembelajaran bahasa dimana ketika strategi pengajaran mencerminkan identitas budaya peserta didik, pemahaman yang dihasilkan cenderung lebih mendalam, keterlibatan lebih tinggi, dan penguasaan bahasa lebih bertahan lama (Yuliantari & Huda, 2023). Dengan demikian, jawaban para instruktur setelah pelatihan menunjukkan

pemahaman terhadap konsep *CRT-outdoor* dan kesiapan menerapkannya, yaitu mengonversi aset lokal Mandar menjadi media pembelajaran bahasa Inggris yang relevan dan inklusif. Karena evaluasi dalam kegiatan ini tidak memuat pengukuran sebelum dan sesudah pelatihan, temuan tersebut belum dapat dinyatakan sebagai peningkatan kompetensi pedagogik, dan dampaknya terhadap retensi belajar peserta didik belum diuji.

Dominannya Sayyang Pattu'du sebagai pilihan materi mengindikasikan bahwa instruktur cenderung memilih artefak budaya yang paling dekat dan bermakna secara sosial-religius bagi komunitas, bukan sekadar objek visual semata. Temuan ini konsisten dengan gagasan bahwa materi berbasis budaya lokal menjadi jalur pembelajaran kontekstual yang efektif dalam pengajaran bahasa Inggris serta memperkuat kajian yang menegaskan pentingnya integrasi kearifan lokal ke dalam praktik pendidikan di konteks Indonesia guna menumbuhkan relevansi dan kebermaknaan belajar (Mare & Koten, 2026; Warmadewi et al., 2021). Sejalan dengan itu, kajian kebutuhan (*needs analysis*) pada siswa vokasi di Indonesia Timur turut menemukan bahwa peserta didik mengalami kesulitan pada teks yang minim relevansi budaya dan sangat membutuhkan topik yang familiar secara kultural serta dukungan kosakata kontekstual, sehingga materi berbasis kearifan lokal dinilai signifikan meningkatkan literasi membaca (Putri, 2023). Temuan pelatihan EAC melengkapi kajian tersebut dengan menghadirkan konteks budaya Mandar, Sulawesi Barat. Namun, karena bersumber dari persepsi 10 instruktur, temuan ini menggambarkan materi yang diusulkan instruktur dan belum menunjukkan efektivitasnya terhadap hasil belajar peserta didik.

Pola temuan ini relevan dengan tinjauan sistematis mengenai pembelajaran luar ruang berbasis alam yang menegaskan bahwa aktivitas belajar di alam terbuka memberikan manfaat sosio-emosional, akademik, dan kesejahteraan yang terukur bagi siswa sekolah, dengan catatan bahwa penerapannya perlu disesuaikan dengan konteks lokal (Gunawan et al., 2026). Lebih dari sekadar teori, perpaduan strategi struktural, instruksional, dan eksperiensial ini membekali instruktur EAC dengan taktik pengendalian kelas yang aplikatif di lapangan. Hal ini menunjukkan bahwa instruktur telah memikirkan cara mengantisipasi potensi distraksi di alam terbuka secara terencana melalui pengaturan batas area yang jelas serta penyajian aktivitas interaktif; efektivitasnya dalam menjaga suasana belajar tetap terarah, aman, dan kondusif perlu diamati pada penerapan di lapangan.

Pemahaman informan mengenai USP ini sejalan dengan kajian pemasaran yang menempatkan *unique selling proposition* sebagai strategi untuk membedakan produk atau layanan dari pesaing (Anggrianto et al., 2018). Dengan formulasi USP bertema "*Safety and Cultural Experience*", EAC memiliki landasan pesan pemasaran yang lebih terarah untuk dikomunikasikan secara konsisten kepada masyarakat luas; efektivitas pesan tersebut terhadap minat pendaftar belum diukur dalam kegiatan ini.

Selain USP, hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa instruktur memandang SOP sebagai bagian penting dalam keberlangsungan lembaga. urgensi SOP yang dipersepsikan instruktur EAC bukan sekadar formalitas administratif, melainkan instrumen mitigasi risiko organisasi yang berimplikasi langsung pada mutu layanan dan keberlanjutan lembaga dalam jangka panjang.

Temuan ini memperkuat kajian yang menyebutkan bahwa strategi pemasaran media sosial melalui Instagram dan TikTok terbukti mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*) lembaga pelatihan di tengah persaingan era digital (Sari, 2025). Pandangan sebagian informan EAC bahwa Facebook lebih tepat untuk audiens orang tua memberi nuansa terhadap anggapan umum bahwa TikTok merupakan platform ideal bagi seluruh segmen pasar pendidikan, dan menunjukkan pentingnya strategi multi-platform yang disesuaikan dengan karakteristik audiens sasaran; pandangan ini bersifat persepsi dan belum diuji efektivitasnya.

Selain aspek pemasaran, keberlangsungan EAC juga dipengaruhi oleh kapasitas sumber daya manusia yang menjalankan kegiatan pembelajaran dan operasional lembaga. Tantangan minimnya pengalaman dan sertifikasi instruktur yang dilaporkan informan sejalan dengan temuan bahwa lembaga kursus dan pelatihan non-formal di Indonesia kerap menghadapi keterbatasan sumber daya manusia sebagai salah satu hambatan utama dalam menjaga mutu pembelajaran. Pengembangan SDM pada lembaga pendidikan non-formal, termasuk lembaga berbasis komunitas, umumnya ditempuh

melalui pembinaan berkelanjutan, pelatihan, dan kompetisi edukatif bagi tenaga pengajar. Pembagian peran instruktur berbasis kompetensi yang diusulkan mayoritas informan EAC turut menegaskan prinsip manajemen SDM klasik mengenai kesesuaian orang dan tugas (*the right man on the right job*) sebagai fondasi efektivitas organisasi non-formal yang beroperasi dengan sumber daya terbatas.

Sementara itu, strategi instruktur dalam meyakinkan orang tua menunjukkan bahwa aspek kualitas layanan perlu dikomunikasikan melalui bukti dan proposisi nilai yang jelas. Jawaban informan menunjukkan bahwa instruktur EAC secara intuitif telah menerapkan prinsip komunikasi pemasaran jasa pendidikan yang memadukan bukti sosial (*social proof*) melalui testimoni dengan proposisi nilai (*value proposition*) yang menonjolkan manfaat holistik akademik, psikologis, dan sosial dari pembelajaran berbasis alam dan budaya. Kombinasi strategi ini relevan dengan prinsip USP yang telah dibahas pada tema sebelumnya, di mana keunikan pengalaman belajar EAC perlu dikomunikasikan secara konsisten kepada orang tua sebagai pengambil keputusan utama pendaftaran peserta didik pada kursus non-formal.

Keterbatasan dan indikator tindak lanjut. Seluruh temuan di atas bersumber dari jawaban 10 instruktur dan pengelola pada satu kali pengisian pascakegiatan, sehingga menggambarkan persepsi, pemahaman, dan kesiapan penerapan, bukan perubahan kompetensi atau kinerja lembaga. Pengukuran sebelum dan sesudah pelatihan serta indikator operasional EAC, seperti jumlah kegiatan, jumlah peserta, frekuensi publikasi promosi, dan penerapan SOP, belum tersedia pada kegiatan ini dan direkomendasikan sebagai bahan evaluasi tindak lanjut.

KESIMPULAN

Program pengabdian kemitraan ini telah berhasil menjawab tantangan keberlanjutan usaha *English Adventure Camp* (EAC) di Majene melalui intervensi menyeluruh pada ranah pedagogis dan manajerial-kelembagaan. Pada ranah pedagogis, pelatihan berbasis *Culturally Responsive Teaching* (CRT) *outdoor* terbukti meningkatkan pemahaman dan keterampilan instruktur dalam mengonversi kearifan lokal Mandar, seperti tradisi *Sayyang Pattu'du*, kuliner *Bau Peapi*, dan perahu *Lopi Sandeq* menjadi materi pembelajaran bahasa Inggris yang berterima, kontekstual, dan bermakna. Di samping itu, instruktur mampu merumuskan kombinasi strategi manajemen kelas luar ruang (struktural, instruksional, dan eksperiensial) untuk meminimalkan distraksi alam serta menyadari pentingnya kemandirian dari materi ajar generik bersumber internet guna menjaga identitas unik lembaga.

Pada ranah manajerial-kelembagaan, informan menunjukkan pemahaman mengenai perumusan *Unique Selling Proposition* (USP) bertema "*Safety and Cultural Experience*", pentingnya penyusunan Prosedur Operasional Standar (SOP) sebagai jaminan keselamatan dan mutu, strategi pemasaran digital yang sesuai dengan audiens (seperti penggunaan Facebook untuk menjangkau orang tua sebagai pengambil keputusan), serta pembagian peran kerja instruktur berbasis kompetensi (*the right man on the right job*). Data yang diperoleh terbatas pada persepsi dan pemahaman pascakegiatan tanpa pengukuran sebelum dan sesudah pelatihan; oleh karena itu, belum dapat disimpulkan bahwa program ini telah meningkatkan kompetensi instruktur, mengaktifkan kembali operasional EAC, atau meningkatkan daya saing lembaga. Sebagai rekomendasi, pengelola EAC diharapkan menjaga konsistensi penerapan SOP dan pengajaran berbasis CRT serta rutin mempublikasikan dokumentasi dan testimoni kegiatan di media sosial, sedangkan evaluasi tindak lanjut perlu memasukkan *pre-test/post-test* kompetensi dan indikator operasional, seperti jumlah kegiatan, jumlah peserta, dan frekuensi promosi digital, untuk menilai keberlanjutan usaha EAC.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sulawesi Barat atas dukungan pendanaan Skim Pengabdian Kemitraan tahun 2026. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Instruktur English Adventure Camp (EAC) yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, serta kepada seluruh anggota tim pengabdian yang telah membantu pelaksanaan kegiatan di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, D. R., Fitrianti, E., Lestari, E. A., & Brutu, D. (2025). Peran Organisasi Pendidikan di Luar Sekolah dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Non-Formal: Studi kasus di lembaga kursus dan pelatihan. *Jurnal Inovasi, Evaluasi dan Pengembangan Pembelajaran (JIEPP)*, 5(1), 158–163. <https://doi.org/10.54371/jiepp.v5i1.794>
- Anggrianto, C., Shaari, N., & Abdul Hamid, N. B. (2018). Faktor Terpenting dalam Membangun Unique Selling Proposition untuk Menjangkau Konsumen Kelas Menengah Indonesia. *Nirmana*, 17(1), 30. <https://doi.org/10.9744/nirmana.17.1.30-36>
- Bi, X. (2025). Fostering inclusive learning environments through culturally responsive pedagogy for international students in U.S. higher education. *Journal of International Students*, 15(6), 21–38. <https://doi.org/10.32674/bd7brj48>
- Bohang, M. B. A., Khatha, A., Alfian, H., Marhamah, M., Reskiawan, B., Hustiana, H., & Mustari, S. H. (2025). Contextual teaching and learning (CTL) in offline settings: Enhancing business English fluency for women entrepreneurs through real-world scenarios. *Klasikal: Journal of Education, Language Teaching and Science*, 7(1), 303–315. <https://doi.org/10.52208/klasikal.v7i1.1289>
- Gunawan, A. S., Munggaran, A. B., Pratama, A. A., Wiguna, P. A., & Wirayuda, R. A. (2026). Pengaruh Aktifitas Outdoor Education Terhadap Social skills dalam pembelajaran pendidikan jasmani. *Kampus Akademik Publisng: Jurnal Ilmiah Research Students (JIRS)*, 3(1), 277–288. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jirs.v3i1.8617>
- Huong, N. T. M. (2025). Culturally Responsive Teaching in English Classrooms: Practices, Perceptions and Challenges. *International Journal on Studies in English Language and Literature (IJSELL)*, 13(6), 23–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.20431/2347-3134.1306004>
- Kaya, V. H., Bulut, M. A., & Göçen, A. (2026). An innovative non-formal learning model based on nature and science: Content, pedagogy and continuous professional development. *Humanities and Social Sciences Communications*, 13(1), 352. <https://doi.org/10.1057/s41599-026-06823-x>
- Maming, K. & Sudarmanto. (2023). Program Outdoor English Meeting Club (Oemc) dalam Mendukung Aktivitas Pembelajaran Bahasa Inggris Siswa pada Kelompok Belajar “Aelbe English Private.” *Resona: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35906/resona.v7i1.1022>
- Mare, F. J., & Koten, P. K. (2026). Pembelajaran Bahasa Inggris Kontekstual Tentang Places and Proffesion di Desa Dengan Tema My Village And Me. *COMMUNITY: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 1032–1044. <https://doi.org/10.51878/community.v6i2.11021>
- Munawarah, S. & Atika. (2023). Pengaruh Pembelajaran Outdoor Terhadap Perkembangan Bahasa Anak Usia 4-5 Tahun di TK Negeri Pembina 2 Kecamatan Bengkalis. *Kaisa: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 3(2), 80–88. <https://doi.org/10.56633/kaisa.v3i2.652>
- Putri, M. E. (2023). The Effectiveness of Local Wisdom-Based English Reading Teaching Materials in Improving Reading Literacy of Deaf Students. *Journal of Languages and Language Teaching*, 11(4), 762. <https://doi.org/10.33394/jollt.v11i4.9028>
- Sari, T. H. (2025). Implementasi Strategi Social Media Marketing dalam Menungkatkan Loyalitas Pelanggan pada UMKM. *MANAJEMEN*, 5(1), 33–41. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v5i1.976>
- Sukri, M., Ramdhani, A. S., Azwan, A. A., & Ansar, A. (2025). Potret Manajemen Pendidikan Non-Formal di Lembaga Kursus. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(02). <https://doi.org/https://doi.org/10.33751/jmp.v13i2.12988>
- Suryani, A., Soedarso, S., Diani, K. T., & Rosmawati, R. (2020). English Teaching in Social and Cultural Contexts: Language Teachers as Cultural Managers. *LLT Journal: A Journal on Language and Language Teaching*, 23(2), 273–292. <https://doi.org/10.24071/llt.v23i2.2470>
- Sutley, E. J., & Lyles, L. W. (2023). Theory of change: Community engagement as an intervention to create disaster resilience. *Frontiers in Built Environment*, 9, 1172659. <https://doi.org/10.3389/fbuil.2023.1172659>

- Syaifullah, & Andriani, R. (2022). Pengajaran Bahasa Inggris Berbasis Sekolah Alam Di RT03/RW01 Kelurahan Tuahmadani Kecamatan Tampan Pekanbaru. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 20–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.54951/comsep.v3i1.166>
- Warmadewi, A. A. I. M., Kardana, I. N., Raka, A. A. G., & Artana, N. L. G. M. A. D. (2021). Pembelajaran Bahasa Inggris Komunikatif Berbasis Budaya. *Jurnal Abdidas*, 2(4), 743–751. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i4.354>
- Yoon, B. (2023). Research Synthesis on Culturally and Linguistically Responsive Teaching for Multilingual Learners. *Education Sciences*, 13(6), 557. <https://doi.org/10.3390/educsci13060557>
- Yuliantari, S., & Huda, T. (2023). Integration of Culturally-Responsive Teaching in English Learning. *Pubmedia Jurnal Pendidikan Bahasa Inggris*, 1(1). <https://doi.org/10.47134/jpbi.v1i1.17>