



Développement de matériel pédagogique numérique sur Instagram comme média d'apprentissage alternatif pour le Français de l'hôtellerie et de la restauration

¹Aisyah Puteri AWLIYA, ²Im Siti KARIMAH, ³Ariessa RACMADHANY

^{1,2,3}Département de Français, Universitas Pendidikan Indonesia – Indonésie

puteriawliya@upi.edu

RÉSUMÉ - ABSTRACT

Cette recherche a pour objectifs : (1) de développer du matériel pédagogique basé sur Instagram pour l'apprentissage du français appliqué à l'hôtellerie et à la restauration ; (2) de décrire la portée du contenu de ce matériel pédagogique sur Instagram en tant que média d'apprentissage alternatif ; (3) d'évaluer les résultats de l'appréciation du matériel pédagogique par un expert conférencier. La méthode de recherche utilisée est celle de la Recherche et Développement, suivant le modèle de développement en quatre phases de Thiagarajan : Définir, Concevoir, Développer et Diffuser. Le contenu de ce support d'apprentissage alternatif s'inspire du plan d'apprentissage semestriel (RPS) du cours de Français de l'Hôtellerie et la Restauration Karimah (2022), qui couvre les thèmes suivants : Se présenter, Présenter quelqu'un, Parler de son métier ; Réserver une chambre ; Réserver une table au restaurant ; et Le menu au restaurant (cuisine indonésienne). Les résultats de l'évaluation de la faisabilité du matériel pédagogique sur Instagram @ecolehoteliere__ montrent que les critères sont jugés très adaptés à l'usage, avec un pourcentage de 88,75 % combinant les résultats des tests de faisabilité du matériel et des médias. En conclusion, cette recherche démontre que les médias d'apprentissage basés sur Instagram peuvent être considérés comme un support d'apprentissage alternatif approprié pour le cours de Français de l'hôtellerie et la restauration.

ARTICLE INFO

Article History:

Received 4 May 2024

Revised 25 May 2024

Accepted 13 Jun 2024

Available online 01 Jul 2024

Mots-clés :

FLE, FOS, Instagram, média d'apprentissage alternatif

To cite this paper (in APA style):

Awliya, A.P., Karimah, I. S., & Racmadhany, A. (2024).

Développement de matériel pédagogique numérique via les médias sociaux Instagram comme média d'apprentissage alternatif Français de l'hôtellerie et de la restauration. *Francisola*, 9(1), 37 – 46.

<https://doi.org/10.17509/francisola.v9i1.73876>

1. INTRODUCTION

L'apprentissage des langues étrangères, en particulier le français pour les non-francophones, ou Français Langue Étrangère (FLE), peut être subdivisé en plusieurs spécialisations, dont le Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) ou Français à finalité spécifique, notamment à vocation professionnelle. Au sein du département d'enseignement de la langue française de l'Université indonésienne d'éducation, le FOS est une spécialisation très demandée. Parmi les formations proposées dans cette spécialisation, le Français de l'Hôtellerie et de la Restauration occupe une place importante. De nombreux étudiants s'inscrivent à ces cours dans l'espoir de travailler dans ce secteur. Cependant, la disponibilité de supports pédagogiques adaptés à cette spécialisation reste limitée.

Le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) a considérablement influencé le domaine de l'éducation, notamment dans les méthodes d'apprentissage. Une innovation notable est l'intégration de la technologie numérique dans les processus éducatifs (Ambarwati et al., 2021). Aujourd'hui, Internet est omniprésent et touche tous les groupes sociaux, y compris les adolescents. Ces derniers sont souvent connectés à leurs appareils de communication, tels que les smartphones, qui leur permettent d'accéder à Internet. L'utilisation de cet outil pour accéder aux réseaux sociaux, consulter des informations, et surtout pour étudier ou faire leurs devoirs, est devenue courante chez les adolescents.

Selon une enquête de l'Association indonésienne des fournisseurs de services Internet (APJII), en 2023, le taux de pénétration d'Internet en Indonésie a atteint 78,19 %, soit environ 215 626 156 personnes sur une population totale de 275 773 901 habitants. Parallèlement, des recherches menées par le We Are Social Institute (cité dans Nasrullah, 2015) ont révélé que le nombre d'utilisateurs d'Internet et de réseaux sociaux en Indonésie est assez élevé. Environ 15 % de la population, soit plus de 38 millions d'internautes, utilisent Internet, et environ 62 millions de personnes possèdent un compte sur le réseau social Facebook. En moyenne, un internaute indonésien passe près de trois heures par jour à naviguer sur les réseaux sociaux via son téléphone portable.

Les réseaux sociaux sont un moyen par lequel les individus communiquent entre eux, partagent du contenu qu'ils créent eux-mêmes, et choisissent ce qu'ils souhaitent montrer ou non à un cercle restreint ou à un large public (Pujiono, 2021). Parmi les réseaux sociaux les plus utilisés figure Instagram. Instagram est une application de partage de photos qui permet aux utilisateurs de prendre des clichés, d'appliquer des filtres numériques, et de les partager sur diverses plateformes sociales (Prihatiningsih, 2017).

Il est essentiel de développer du matériel pédagogique qui réponde aux besoins des enseignants et des élèves, afin d'améliorer la qualité de l'apprentissage dans les écoles (Ikhsani, 2023). Le développement de supports d'apprentissage se présente comme une alternative pratique et accessible, permettant aux apprenants d'acquérir des connaissances sans être limités par le temps ou le lieu (Akbar, 2018). Le développement du matériel pédagogique pour le Français de l'Hôtellerie et de la Restauration, basé sur Instagram, constitue une mise à jour des produits précédents. Ce matériel peut être partagé sur ce réseau social, accessible à tout moment et en tout lieu.

Des recherches antérieures sur le développement de matériel pédagogique numérique via les réseaux sociaux Instagram, comme média d'apprentissage alternatif pour le Français du Tourisme, ont été menées par Denisa (2023). Ses travaux ont abouti à la création du compte Instagram @devenirbontourisme, qui sert de support alternatif pour l'apprentissage du Français du Tourisme. Une autre étude, menée par Rangga (2019) et intitulée "Développement de matériel pédagogique sur l'hôtellerie française pour les écoles

professionnelles", a produit des supports pédagogiques utilisables pour l'apprentissage du français dans les écoles professionnelles, aidant ainsi les enseignants dans leur mission éducative. De même, la recherche sur le développement de multimédias interactifs pour les apprenants de français dans le secteur du tourisme, menée par Ahlisari (2019), a abouti à la création de matériels pédagogiques sous forme de multimédias interactifs.

Toutefois, bien que des développements aient été réalisés pour le secteur du tourisme ou les cours de Français du Tourisme, il n'existe pas encore de matériel pédagogique numérique pour le secteur de l'hôtellerie. C'est pourquoi l'auteur propose de développer un matériel pédagogique numérique similaire pour l'apprentissage du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration, offrant ainsi des solutions innovantes et pratiques pour l'apprentissage du FOS.

Dans ce contexte, le chercheur se propose de développer un matériel pédagogique numérique, basé sur Instagram, pour faciliter l'apprentissage du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration. Afin de préciser les objectifs de cette recherche, les questions suivantes ont été formulées : (1) Comment développer un matériel pédagogique basé sur Instagram pour l'apprentissage du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration ? (2) Quelle est la portée du matériel pédagogique qui peut être développé pour l'apprentissage du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration via Instagram ? et (3) Comment l'expert évalue-t-il ce matériel pédagogique ?

Pour soutenir cette recherche, des théories et des avis d'experts ont été mobilisés, notamment en ce qui concerne l'utilisation des médias sociaux Instagram comme média d'apprentissage alternatif dans l'enseignement du Français sur Objectifs Spécifiques (FOS), en particulier dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration. Dans le cadre de l'enseignement du français à l'Université indonésienne d'éducation, et plus spécifiquement du FOS, l'objectif est de fournir aux étudiants une compréhension et des compétences pratiques. Comme l'indique Karimah (2010), "Ce cours vise à garantir que les étudiants sont capables de comprendre et d'utiliser le français dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration. Nous abordons des thèmes pratiques que l'on retrouve dans les services de l'hôtellerie et de la restauration, tels que les réservations, l'accueil, les services, les réclamations et le départ." On en conclut qu'il est crucial de disposer de matériels pédagogiques adaptés aux besoins et objectifs d'apprentissage spécifiques.

Le matériel pédagogique, en tant qu'élément central du processus d'apprentissage, joue un rôle déterminant en facilitant un apprentissage autonome et flexible pour les étudiants. Comme l'expliquent Magdalena et al. (2021) et Belawati (cité dans Magdalena et al., 2021), le matériel pédagogique permet aux étudiants d'apprendre sans être contraints par le temps ou l'espace, augmentant ainsi leur potentiel d'autonomie dans l'apprentissage. Dans le cadre de l'apprentissage du français pour l'hôtellerie et la restauration, des supports pédagogiques organisés de manière systématique et créative sont essentiels pour améliorer l'efficacité de l'apprentissage.

L'utilisation des médias sociaux Instagram comme outil d'apprentissage, comme le suggèrent Suarsini, Wesnawa et Kertih (2020), permet aux enseignants de créer des expériences d'apprentissage captivantes et interactives. Laily, Astutik et Hayanto (2022) ont expliqué qu'Instagram propose diverses fonctionnalités intéressantes, telles que les flux, les stories et les reels, qui peuvent être utilisées pour rendre le matériel d'apprentissage plus attrayant et créatif, incluant des images, des vidéos, et des exercices pratiques. Dans le contexte de l'apprentissage du français pour l'hôtellerie et la restauration, Instagram offre une opportunité unique d'intégrer du contenu visuel et d'encourager une interaction directe entre les enseignants et les étudiants, augmentant ainsi l'engagement et la motivation dans l'apprentissage.

2. MÉTHODE

Le modèle de recherche utilisé pour cette étude est celui de la Recherche et Développement (R&D). Les méthodes de recherche et développement sont utilisées pour créer des produits spécifiques et tester leur efficacité (Purnama, 2016). Borg et Gall (cités dans Kamal, 2020) expliquent que la recherche en développement éducatif est un modèle de recherche orienté produit, dans lequel la recherche est employée pour concevoir de nouveaux produits et processus. Ces derniers sont ensuite testés, évalués et ajustés sur le terrain jusqu'à ce que les critères d'efficacité, de qualité, et de conformité aux normes soient atteints. Le modèle de développement suivi dans cette recherche s'appuie sur le modèle 4D de Thiagarajan, qui comprend les quatre étapes suivantes :

1) Étape de définition :

Au cours de cette phase initiale, une analyse des besoins est réalisée pour orienter le développement du produit ou du matériel pédagogique. Le chercheur a recueilli les retours de 15 étudiants du programme de langue française concernant les supports d'apprentissage nécessaires pour le cours de Français de l'Hôtellerie et de la Restauration. Ces réponses ont été collectées en ligne via un formulaire Google.

2) Étape de conception :

Lors de cette phase, le chercheur a analysé les besoins des étudiants, ce qui a permis de définir la portée du produit. Il a également identifié et collecté des sources ou des références pertinentes pour le développement du produit, puis a réfléchi à la conception de ce dernier.

3) Étape de développement:

La troisième étape consiste en la production du produit. Cette phase inclut également une évaluation par un expert, qui porte sur l'adéquation du média en termes d'utilisabilité, de qualité du texte, de qualité des images/vidéos, de qualité de l'affichage, ainsi que sur les aspects linguistiques. L'expert évalue également la pertinence du contenu pédagogique diffusé via Instagram.

4) Étape de diffusion:

L'étape finale concerne la distribution du produit. Cette phase vise à promouvoir le produit en développement afin qu'il soit accepté par les utilisateurs, groupes, ou systèmes ciblés. La stratégie de promotion doit être soigneusement choisie pour assurer une distribution efficace des supports d'apprentissage

3. RÉSULTATS ET DISCUSSION

Le développement de matériel pédagogique du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration basé sur Instagram est une série de processus d'activités menés pour produire des supports d'apprentissage basés sur Instagram. Cette recherche en développement adopte le modèle de développement de Thiagarajani, à savoir le modèle 4D, qui comprend quatre étapes : définir, concevoir, développer et diffuser. Vous trouverez ci-dessous des détails sur chaque étape du développement de supports pédagogiques alternatifs basés sur Instagram.

1) Définir l'étape (définition)

Le premier pas à franchir est la phase de définition ou d'analyse des besoins, qui peut être réalisée par l'analyse de recherches antérieures, des études de littérature et des questionnaires d'analyse des besoins. Les problèmes rencontrés par les étudiants inscrits au cours de Français de l'Hôtellerie et de la Restauration du Département d'Éducation en Langue Française de l'UPI, en particulier par les 15 étudiants de la promotion 2020, résident dans le besoin en matière de supports pédagogiques multimédias. Pour remédier à cela, une enquête sur l'analyse des besoins a été menée.

Les résultats de l'enquête analysée montrent que tous les étudiants (100 %) ont suivi le cours de Français de l'Hôtellerie et de la Restauration, ce qui témoigne d'un intérêt élevé pour ce cours. Les raisons pour lesquelles les étudiants ont choisi la concentration FOS par rapport à d'autres matières peuvent être résumées comme suit : la majorité des étudiants, soit 7 sur 15 (46,7 %), ont déclaré avoir choisi la concentration FOS en raison de leurs intérêts. Ensuite, un étudiant (6,7 %) a exprimé son désir d'approfondir ses connaissances en français à des fins spécifiques. De plus, 7 étudiants (46,7 %) ont déclaré vouloir améliorer leurs compétences en communication à travers la concentration FOS. Cela montre que l'intérêt et la motivation forts des étudiants sont les principaux facteurs dans le choix de cette concentration FOS.

Les étudiants rencontrent parfois des difficultés dans l'apprentissage du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration (73,3 %). Ensuite, 3 étudiants (20 %) ont déclaré rencontrer souvent des difficultés, et un étudiant (6,7 %) n'a jamais rencontré de difficultés. Le principal obstacle pour les étudiants dans l'apprentissage du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration est le vocabulaire. 6 étudiants sur 15 (40 %) ont déclaré que la maîtrise du vocabulaire spécifique à l'hôtellerie et à la restauration est le plus grand défi par rapport à d'autres facteurs. De plus, 4 étudiants (26,7 %) ont considéré la grammaire comme une difficulté dans ce cours. Il y a aussi 2 étudiants (13,3 %) qui ont souligné des difficultés en écriture, tandis que 2 autres étudiants (13,3 %) ont considéré la compréhension orale comme un défi majeur. Enfin, 1 étudiant (6,7 %) a rencontré des difficultés en expression orale. Ces résultats montrent que la compréhension du contenu, en particulier du vocabulaire, est la principale préoccupation pour surmonter les difficultés d'apprentissage des étudiants dans le cours de Français de l'Hôtellerie et de la Restauration.

Pour surmonter ces difficultés, les étudiants suivant le cours de Français de l'Hôtellerie et de la Restauration ont adopté diverses stratégies. Selon les résultats de l'enquête, la stratégie la plus courante adoptée par les étudiants est la recherche d'informations sur Internet via les réseaux sociaux, YouTube, etc., choisie par 12 étudiants sur 15 (80 %). La deuxième stratégie la plus courante est la pratique en répondant à des questions (13,3 %), tandis que la troisième stratégie est la lecture (6,7 %). Cependant, tous les étudiants sont d'accord sur l'importance de l'utilisation des supports pédagogiques dans la réussite du cours qu'ils suivent. Plus de la moitié des étudiants, soit 53,3 %, ont également déclaré que les enseignants utilisent activement des supports pédagogiques dans le processus d'enseignement, ce qui montre que cette approche est assez efficace pour offrir une meilleure compréhension aux étudiants. Ainsi, les stratégies d'apprentissage choisies par les étudiants montrent une tendance à intégrer la technologie et les supports pédagogiques dans l'apprentissage du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration.

Tous les étudiants (100 %) ont une connaissance des médias sociaux Instagram. Les réponses des étudiants sont très positives à l'idée de développer des supports pédagogiques alternatifs basés sur Instagram. Aucun étudiant n'a rejeté cette idée, tous (100 %) ont accepté de créer une plateforme d'apprentissage basée sur Instagram. Ils soutiennent cette idée en espérant que la plateforme contiendra du contenu audiovisuel tel que des vidéos et des exemples de dialogues, surtout ceux liés à l'hôtellerie et à la restauration, ainsi que du vocabulaire spécifique au cours de Français de l'Hôtellerie et de la Restauration. Les résultats de l'enquête montrent que les étudiants espèrent que cette plateforme fournira du contenu approfondi, à la fois vidéo et texte, décrivant des situations dans le contexte de l'hôtellerie et de la restauration.

2) Étape de conception

Cette étape est la première étape de la création de matériel pédagogique alternatif basé sur Instagram. L'objectif de cette étape est de déterminer la conception qui sera utilisée, telle que les éléments visuels, les audiovisuels et le matériel du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration comme matériel pédagogique alternatif à inclure dans les médias d'apprentissage basés sur Instagram au stade du développement. L'objectif est de déterminer l'étape de conception liée au procédé à mettre en œuvre. Cela peut aider les chercheurs à planifier structurellement la manière dont chaque publication sera structurée, y compris la sélection du contenu et l'ordre de publication.

En compilant le matériel, le chercheur s'est référé au Plan d'apprentissage semestriel (RPS) du cours de Français de l'Hôtellerie et de la Restauration préparé par Karimah (2022). Le contenu qui sera publié sur Instagram @ecolehoteliere__ fonctionnera comme une ressource pédagogique pour apprendre via les réseaux sociaux. Le matériel d'apprentissage est préparé en tenant compte des besoins des étudiants, en se référant aux principaux ouvrages sources tels que 1) Corbeau, Sophie et al. (2006). Hôtellerie-restauration.com. Paris : CLE International, 2) Corbeau, Sophie et al. (2006). Hôtellerie-restauration.com. Guide Pédagogique. Paris : CLE International, 3) Numérique FOS pdf. Institut Français. CCI Paris Ile-de-France. Le matériel d'apprentissage couvre divers aspects, notamment les activités communicatives dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration, comme se présenter, présenter les autres et parler de son travail (Se Présenter, présenter quelqu'un, et parler de son métier) ; commander une chambre d'hôtel (Réserver une chambre), réserver une table dans un restaurant (Réserver une table au restaurant) et un menu dans un restaurant (cuisine indonésienne) (Menu au restaurant). Les méthodes d'apprentissage utilisées comprennent des vidéos de jeux de rôle, du vocabulaire avec des images et des études de cas pertinentes au matériel.

Ensuite, les chercheurs ont identifié des éléments importants pour déterminer les plans de conception des supports d'apprentissage basés sur Instagram, tels que les composants de couleur, la police de caractères et le logo. Le chercheur a utilisé une palette de couleurs de tons terre. Ce choix vise à montrer l'identité française qui est souvent associée aux choses classiques, les tons terre donnent également une impression neutre ce qui permet de l'associer avec d'autres couleurs en harmonie. Outre les couleurs terreuses, les chercheurs ont également utilisé plusieurs couleurs pastel pour ajouter un élément amusant à l'apprentissage via Instagram. Puis en termes de police de caractères, le chercheur a choisi la police « Lovelace » pour le titre, « Times New Roman » pour le sous-titre et « Quicksand » pour le corps du texte. Enfin, dans le logo, le chercheur a mis le nom d'utilisateur Instagram dans le logo comme identité, et l'image au milieu du logo peut être une représentation forte et claire du cours de Français de l'Hôtellerie et de la Restauration, et du le texte 2023 représente l'année de création du compte Instagram.

Après avoir déterminé les besoins fondamentaux, les chercheurs ont également déterminé les applications de support qui seront utilisées dans le développement de médias d'apprentissage basés sur Instagram. Les chercheurs utilisent l'application Canva comme support principal pour développer du matériel pédagogique, Animaker comme support pour créer des animations animées et Clipchamp qui dispose d'une fonctionnalité d'intelligence artificielle (IA) capable de convertir du texte en parole et de sous-titres automatiques pour les conversations vidéo en français.

3) Étape de développement

Après la planification, cette étape consiste à créer des supports pédagogiques basés sur Instagram à l'aide d'un ordinateur portable et d'une application pré-planifiée, à savoir l'application Canva. Dans ce processus, les chercheurs ont utilisé une mesure carrée pour ajuster la taille des publications Instagram. En dehors de cela, les chercheurs ont également utilisé l'application Animaker pour créer des personnages animés pouvant bouger et l'application Clipchamp qui dispose d'une fonction de synthèse vocale.

Le matériel de vocabulaire est conçu avec des images pour faciliter la compréhension et la mémorisation du vocabulaire par les étudiants. Le matériel de dialogue est présenté sous forme de

chat pour offrir une expérience d'apprentissage plus agréable et intéressante aux lecteurs, car il présente des situations de communication similaires à la vie réelle. Matériel de rédaction par courrier électronique avec un véritable format de courrier électronique, les étudiants peuvent comprendre la structure et la grammaire utilisées dans la communication écrite, ainsi qu'apprendre des phrases ou un vocabulaire typique dans cette situation. Dans le matériel du menu du restaurant, il est présenté avec des éléments montrant un livre de menu ouvert, aidant les étudiants à vivre une expérience visuelle réaliste.

Matériel vidéo de dialogue sur la réservation d'une chambre d'hôtel ou d'une table de restaurant sous la forme d'une image d'une conversation téléphonique entre un réceptionniste et un client. Cette approche offre une expérience d'apprentissage plus impliquée et plus approfondie car elle présente des situations réalistes et pertinentes pour la vie quotidienne.

Cette phase comprend également l'étape d'expertise des supports et matériels. Test de faisabilité du support d'apprentissage du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration basé sur Instagram par un professeur d'enseignement de la langue française, à savoir Yadi Mulyadi, M.Pd. en remplissant une fiche de diligence raisonnable d'un expert en médias, qui comprend quatre aspects : l'apparence, la présentation, l'accessibilité et l'utilisation de la langue. Le tableau suivant présente les données des tests de faisabilité des médias.

Tableau 1. Résultats des données des tests de faisabilité des medias

Non	Aspects	Score total	Score max	%	Critères
1	Affichage des médias	36	40	90%	Très digne
2	Présentation aux médias	10	10	100%	Très digne
3	Accessibilité de l'utilisation des médias	18	20	90%	Très digne
4	l'Utilisation de la langue	17	20	85%	Très digne
Total		81	90	91,25	Très digne

Sur la base des données ci-dessus, les résultats du test de faisabilité des médias réalisé par des experts en médias sur le matériel pédagogique basé sur Instagram étaient de 91,25 %, le gain le plus élevé étant de 100 % pour l'aspect présentation des médias et le gain le plus faible étant de 85 % pour l'aspect utilisation de la langue. Après cela, tous les éléments globaux obtenus ont été ajustés aux critères de faisabilité et, dans l'ensemble, l'adéquation du test de faisabilité des médias d'apprentissage a abouti à une catégorie très adaptée à l'utilisation.

Le test de faisabilité du matériel Français de l'Hôtellerie et de la Restauration sur les médias d'apprentissage basés sur Instagram a également été évalué au moyen d'une fiche de test de faisabilité d'un expert en matériaux par le professeur d'enseignement de la langue française. qui comprend quatre aspects : pertinence du contenu, simplicité du contenu, présentation du matériel et utilisation de la langue. Le tableau suivant présente les données sur les résultats des tests de faisabilité des matériaux.

Tableau 2. Résultats des données des tests de faisabilité des matériaux

Non	Aspects	Score total	Score max	%	Critères
1	Adéquation du contenu	9	10	90%	Très digne
2	Simplicité du contenu	12	15	80%	Digne
3	Présentation du matériel	18	20	90%	Très digne
4	L'utilisation de la langue	13	15	85%	Très digne
Total		52	60	86,26%	Très digne

Sur la base des données ci-dessus, les résultats de la faisabilité matérielle dans le matériel pédagogique du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration basé sur Instagram ont reçu une valeur de présentation de 86,26 %. Le résultat le plus élevé au test de faisabilité concernait l'aspect de l'adéquation du contenu et de la présentation du matériel, avec un score de présentation de 90 %, et le résultat le plus bas au test de faisabilité concernait l'aspect de la simplicité du contenu, avec un score de présentation de 80 %. Les résultats du test de faisabilité réalisé par des experts en matériaux au stade du test de faisabilité ont obtenu un score de 86,26 % et ont été classés comme étant très appropriés pour une utilisation comme matériel pédagogique basé sur Instagram.

Sur la base des résultats de l'analyse du processus de validation ci-dessus, le matériel pédagogique développé a un pourcentage de 91,25%, ce qui est dans la catégorie très réalisable et les résultats du test de faisabilité du matériel pédagogique montrent un pourcentage de 86,26%, ce qui le place dans la catégorie très réalisable. Tous les aspects de l'évaluation des supports pédagogiques du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration basés sur Instagram sont dans la catégorie très réalisable, de sorte que les supports d'apprentissage qui ont été développés peuvent être utilisés comme supports d'apprentissage alternatifs pour le Français de l'Hôtellerie. et de la Restauration.

4) Étape de diffusion

Au stade de la diffusion du modèle de développement du matériel pédagogique 4D, il est très important d'élargir la portée et de garantir que le matériel d'apprentissage développé soit accessible efficacement au public cible. Dans ce contexte, les chercheurs ont pris diverses mesures stratégiques pour diffuser le matériel pédagogique préparé, notamment via les plateformes de médias sociaux Instagram et WhatsApp.

Compte Instagram @ecolehoteliere__ comme principal canal de diffusion du matériel pédagogique. En utilisant des comptes dédiés au contenu autour du secteur de l'hôtellerie et de la restauration, les chercheurs peuvent s'assurer que le matériel d'apprentissage sera trouvé par le bon public, à savoir ceux intéressés et impliqués dans l'industrie.

Ensuite, les chercheurs ont utilisé la fonctionnalité d'histoires d'Instagram pour promouvoir le matériel d'apprentissage. Grâce aux histoires, les chercheurs peuvent fournir de courts extraits de matériel d'apprentissage, attirer l'attention des utilisateurs et les inciter à trouver plus d'informations dans le profil de compte associé. Les histoires permettent également aux chercheurs d'interagir directement avec leurs abonnés. En dehors de cela, les chercheurs utilisent également les groupes WhatsApp comme canal supplémentaire pour diffuser du matériel d'apprentissage. En partageant des informations sur les médias d'apprentissage avec les membres du groupe, les chercheurs peuvent atteindre un public plus large et plus diversifié, y compris ceux qui ne sont peut-être pas actifs sur d'autres plateformes de médias sociaux.

Après la distribution, la réponse positive des utilisateurs d'Instagram, manifestée à travers des commentaires et des likes, a fourni un retour précieux aux chercheurs. Cela montre que le matériel d'apprentissage a été bien accueilli par les lecteurs et qu'ils ont trouvé de la valeur et de la pertinence dans le contenu présenté. Cette réponse positive peut également être utilisée pour encourager les chercheurs à continuer d'améliorer et de développer davantage le matériel d'apprentissage, en fonction des besoins et des intérêts du public.

4. CONCLUSION

Le développement de médias d'apprentissage basés sur Instagram comme alternative à l'apprentissage du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration est réalisé en appliquant le modèle de développement 4D, à savoir Définir, Concevoir, Développer et Disséminer. Le processus de création de matériel pédagogique à l'aide d'un ordinateur portable à l'aide des applications Canva, Animaker et Clipchamp. Après avoir terminé le développement du matériel pédagogique, le produit final a été réalisé sous la forme d'un matériel pédagogique du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration basé sur Instagram avec le nom d'utilisateur @ecolehoteliere__.

Le matériel utilisé par les chercheurs fait référence au Plan d'Apprentissage Semestriel (RPS) du cours Français de l'Hôtellerie et de la Restauration préparé par Karimah (2022). Le matériel est axé sur le niveau A2 et couvre divers aspects de l'apprentissage, y compris les activités de communication dans les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration. Le matériel utilisé est Se Présenter, présenter quelqu'un, et parler de son métier ; Réserver une chambre; Réserver une table au restaurant; et Menu au restaurant (cuisine indonésienne).

Sur la base des résultats du test de faisabilité réalisé sur le matériel pédagogique du Français de l'Hôtellerie et de la Restauration basé sur Instagram, il a été constaté que les critères étaient très adaptés à l'utilisation. Avec un pourcentage de 88,75% résultant de la combinaison des résultats des tests de faisabilité matérielle et des résultats des tests de faisabilité médiatique, ainsi que conformément aux critères de validité établis, le matériel pédagogique est très approprié pour être utilisé comme média d'apprentissage alternatif.

REMERCIEMENTS

Je tiens à exprimer ma plus profonde gratitude à Madame Iim Siti Karimah, ma directrice de recherche, pour son encadrement exceptionnel, ses conseils avisés, et son soutien indéfectible tout au long de la réalisation de cette recherche. Je remercie également Madame Ariessa Racmadhany, ma co-directrice de recherche, pour ses suggestions précieuses, sa disponibilité constante, et son aide inestimable dans l'amélioration de cet article. Leur expertise et leur dévouement ont grandement contribué à la qualité de ce travail, et je leur en suis profondément reconnaissant(e).

RÉFÉRENCES

- Akbar, R. R. A. (2018). *Pengembangan video pembelajaran matematika berbantuan media sosial Instagram sebagai alternatif pembelajaran* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Ambarwati, D., Wibowo, U. B., Arsyadanti, H., & Susanti, S. (2021). Studi literatur: Peran inovasi pendidikan pada pembelajaran berbasis teknologi digital. *Jurnal inovasi teknologi pendidikan*, 8(2), 173-184.
- Asyhari, A., & Silvia, H. (2016). Pengembangan media pembelajaran berupa buletin dalam bentuk buku saku untuk pembelajaran IPA terpadu. *Jurnal ilmiah pendidikan fisika a-biruni*, 5(1), 1.
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala Likert. *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, 2(2), 127-133.
- Febrita, Y., & Ulfah, M. (2019). Peranan media pembelajaran untuk meningkatkan motivasi belajar siswa. In *diskusi panel nasional pendidikan matematika*, 5(1).

- Ikhsani, A. (2023). Pengembangan media pembelajaran infografis berbasis Instagram pada kajian materi tumbuhnya jiwa nasionalisme. *JEJAK: Jurnal pendidikan sejarah & sejarah*, 3(1), 19-26.
- Kamal, M. (2020). Research and development (R&D) tadribat/drill madrasah aliyah class x teaching materials Arabic language. *Santhet: Jurnal sejarah, pendidikan, dan humaniora*, 4(1), 10-18.
- Karimah. (2022). *Francais de l'hôtellerie et de la restauration*. Universitas Pendidikan Indonesia. http://silabus.upi.edu/Direktori/FPBS/Pendidikan_Bahasa_Perancis/Fran%20ais%20de%20l%27h%20tellerie%20et%20de%20la%20restauration.pdf
- Karo-Karo, I. R., & Rohani, R. (2018). Manfaat media dalam pembelajaran. *AXIOM: Jurnal Pendidikan dan Matematika*, 7(1).
- Laily, I. M., Astutik, A. P., & Haryanto, B. (2022). Instagram sebagai media pembelajaran digital agama Islam di era 4.0. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 160-174.
- Magdalena, I., Prabandani, R. O., Rini, E. S., Fitriani, M. A., & Putri, A. A. (2020). Analisis pengembangan bahan ajar. *Nusantara*, 2(2), 180-187.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial; perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial Instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51-65.
- Pujiono, A. (2021). Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1-19.
- Purnama, S. (2016). Metode penelitian dan pengembangan (pengenalan untuk mengembangkan produk pembelajaran bahasa Arab). *LITERASI (Jurnal ilmu pendidikan)*, 4(1), 19-32.
- Resmini, S., Satriani, I., & Rafi, M. (2021). Pelatihan penggunaan aplikasi Canva sebagai media pembuatan bahan ajar dalam pembelajaran bahasa Inggris. *Abdimas Siliwangi*, 4(2), 335-343.
- Sri, A. (2008). *Media pembelajaran*. UPT UNS Press Universitas Sebelas Maret.
- Suarsini, N. W. D., Wesnawa, I. G. A., & Kertih, I. W. (2020). Pengembangan media pembelajaran geografi berbasis media sosial Instagram untuk peningkatan motivasi dan hasil belajar siswa. *Jurnal Pendidikan IPS Indonesia*, 4(2), 72-81.
- Survei APJII pengguna internet di Indonesia tembus 215 juta orang. (2023). Diakses pada 8 Oktober 2023 dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>