



**JOURNAL OF TOURISM,
HOSPITALITY AND
ENVIRONMENT MANAGEMENT
(JTHER)**

www.gaexcellence.com/jthem



**ANALISIS VIDEO PELANCONGAN BAHASA ARAB:
KAJIAN TERHADAP PELAJAR FAKULTI PENGAJIAN
BAHASA UTAMA, USIM**

*ANALYSIS OF ARABIC TOURISM VIDEOS: A STUDY OF STUDENTS
FROM THE FACULTY OF MAJOR LANGUAGE STUDIES, USIM*

Zalika Adam^{1*}, Aida Hayati Mohd Sanadi², Siti Rosilawati Ramlan³, Suo Yan Ju⁴

¹Fakulti Pengajian Bahasa Utama (FPBU), University Sains Islam Malaysia (USIM), Nilai, Malaysia

 zalika@usim.edu.my

 <https://orcid.org/0000-0001-7502-4419>

²Fakulti Pengajian Bahasa Utama (FPBU), University Sains Islam Malaysia (USIM), Nilai, Malaysia

 aida.hayati@usim.edu.my

 <https://orcid.org/0000-0001-6392-6204>

³Fakulti Bahasa Utama (FPBU), University Sains Islam Malaysia (USIM), Nilai, Malaysia

 rosilawati@usim.edu.my

 <https://orcid.org/0000-0002-2602-2692>

⁴Fakulti Bahasa Utama (FPBU), University Sains Islam Malaysia (USIM), Nilai, Malaysia

 souyanju@usim.edu.my

 <https://orcid.org/0000-0002-4925-0452>

*Corresponding Author

Article Info:

Article history:

Received date: 30.07.2026

Revised date: 12.08.2026

Accepted date: 02.09.2026

Published date: 17.09.1016

Abstrak:

Kajian ini meneliti penggunaan video pelancongan dalam kalangan pelajar Sarjana Muda Bahasa Arab dengan Komunikasi (SMBAK) tahun tiga di Fakulti Pengajian Bahasa Utama (FPBU), USIM. Dalam konteks pembelajaran bahasa Arab sebagai bahasa asing, bahan tontonan video sering dianggap mencabar kerana gaya bahasa yang kompleks, unsur budaya asing, serta simbolisme yang tinggi. Isu utama timbul apabila pelajar bukan penutur jati menghadapi kesukaran dalam pertuturan bahasa Arab, sekali gus menjejaskan motivasi dan minat pembelajaran. Objektif kajian ini adalah untuk menganalisis video pelancongan bagi mengenalpasti praktikal penggunaan linguistik, menilai kemahiran komunikasi dalam kalangan pelajar dan menilai kandungan pelancongan. Kaedah kualitatif digunakan dalam kajian ini. Data daripada video pelancongan dianalisis secara tematik. Dapatan kajian menunjukkan bahawa video pelancongan berpotensi memperkukuh penguasaan kemahiran bahasa Arab, khususnya dalam aspek kosa kata, tatabahasa, sebutan, dan kreativiti komunikasi. Kesimpulannya, kajian ini mencadangkan strategi pembelajaran bahasa

To cite this document:

Adam, Z., Sanadi, A. H. M., Ramlan, S. R., & Suo, Y. J. (2026). Analisis Video Pelancongan Bahasa Arab: Kajian Terhadap Pelajar Fakulti Pengajian Bahasa Utama, USIM. *Journal of Tourism Hospitality and Environment Management*, 11 (45), 193-205.

DOI:10.35631/JTHER.1145012

Arab yang lebih efektif dengan memanfaatkan bahan video pelancongan sebagai medium pengajaran, sekali gus meningkatkan keberkesanan pedagogi bahasa Arab di peringkat universiti.

Kata Kunci:

Budaya, Komunikasi, Motivasi, Video

Abstract:

This study examines the use of tourism videos among third-year students of the Bachelor of Arabic Communication program (SMBAK) at the Faculty of Major Language Studies (FPBU), USIM. In the context of learning Arabic as a foreign language, video materials are often perceived as challenging due to complex linguistic styles, foreign cultural elements, and extensive symbolism. The main issue arises when non-native learners face difficulties in spoken Arabic, which in turn affects their motivation and interest in learning. The objective of this study is to analyze tourism videos to identify the practical application of linguistic features, communication skills among students, and the content of tourism discourse. A qualitative method was employed, with data from tourism videos analyzed thematically. The findings indicate that tourism videos have the potential to strengthen students' mastery of Arabic language skills, particularly in vocabulary, grammar, pronunciation, and creative communication. In conclusion, this study proposes more effective strategies for Arabic language learning by utilizing tourism videos as a teaching medium, thereby enhancing the overall effectiveness of Arabic pedagogy at the university level.



© The authors (2026). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. For commercial re-use, please contact jthem@gaexcellence.com

Keywords:

Culture, Communication, Motivation, Video

Pendahuluan

Bahasa Arab di Malaysia berkembang sejak abad ke-14 melalui pengaruh Islam, pendidikan pondok, dan institusi moden seperti Sekolah Menengah Kebangsaan Agama (SMKA) serta Program Jawi, al-Quran, Bahasa Arab dan Fardu Ain (j-QAF), merupakan inisiatif pembelajaran agama Islam untuk sekolah-sekolah di Malaysia. Idea pelaksanaan program J-QAF yang dilancarkan oleh Datuk Seri Abdullah bin Haji Ahmad Badawi pada Disember 2003 adalah untuk memperkasa sistem pengajaran pendidikan Islam di sekolah. Program ini mula dirintis pada April 2004 selepas seminar perancangannya diadakan pada Mac

2004, sebelum dilaksanakan secara penuh pada 2005 oleh Kementerian Pendidikan Malaysia. (*JQAF*, 2025).

Bahasa Arab Pengurusan Teknologi BAR3163 merupakan salah satu kursus Wajib Program bagi Program Sarjana Bahasa Arab dengan Komunikasi, Fakulti Pengajian Bahasa Utama (FPBU), Universiti Sains Islam Malaysia. Sebelum ini kursus ini berasingan antara Bahasa Arab untuk Tujuan Pengurusan Ekonomi & Pelancongan dan Bahasa Arab Teknologi. Selepas semakan kurikulum dibuat, maka kedua-dua kursus ini disatukan menjadi Bahasa Arab Pengurusan Teknologi. Kursus ini merupakan salah satu daripada kursus bahasa Arab untuk tujuan khusus, selain daripada Bahasa Arab Kesihatan dan Kebudayaan. Melalui kursus ini, pelajar didedahkan dengan beberapa istilah berkaitan pengurusan, ekonomi, pelancongan dan teknologi. Selain daripada inovasi, pelajar juga dinilai dengan membuat video pelancongan secara berkumpulan.

Melalui video pelancongan, pelajar dapat menguasai beberapa kemahiran, antaranya kemahiran kerja berkumpulan, bertutur, mengedit video dan memasukkan teks terjemahan di dalam video. Pelajar juga menjalankan aktiviti luar kelas secara berkumpulan, menerangkan tempat-tempat pelancongan yang menarik di Malaysia. Proses pembelajaran seperti ini mendidik pelajar lebih berdikari dan pelajar mampu menghasilkan video pelancongan yang berimpak tinggi.

Projek video yang dilaksanakan oleh para pelajar ialah video berkaitan dunia pelancongan. Kawasan rakaman adalah seperti senario di Lapangan Terbang Antarabangsa KLIA dan beberapa kawasan pelancongan lain, misalnya Melaka dan Putrajaya yang sering dikunjungi pelancong asing dan tempatan. Melalui projek sebegini, pelajar USIM didedahkan dengan dunia pekerjaan sebagai duta kecil Malaysia kepada para pelancong, terutamanya pelancong dari Timur Tengah, selain masyarakat tempatan dapat mengambil manfaat seperti pengetahuan terhadap kawasan menarik di Malaysia, persekitaran serta kemudahan yang disediakan.

Projek ini mengambil kira CLO yang dipelajari iaitu: CLO1: Memperkenalkan laras-laras bahasa Arab (Kosa kata, istilah, frasa, peribahasa dll) yang digunakan dalam bidang pengurusan, ekonomi dan pelancongan. CLO2: Memahami asas-asas bahasa Arab (Kosa kata, istilah, frasa, peribahasa, dll.) bersama ciri-ciri yang terdapat pada bahasa tersebut melalui metode induktif. CLO 3: Melatih mengaplikasikan asas-asas bahasa Arab dalam bidang khusus pengurusan, ekonomi dan pelancongan secara praktikal.

Objektif Kajian

Berikut adalah beberapa objektif kajian iaitu:

- Menganalisis video pelancongan yang dihasilkan oleh kumpulan pelajar. Analisis ini merangkumi:
- Mengenalpasti praktikal penggunaan linguistik dalam rakaman.
- Menilai komunikasi di kalangan pelajar dalam rakaman.
- Menilai kandungan pelancongan dalam rakaman.

Kajian Literatur

Kajian literatur menunjukkan bahawa penggunaan video dan rakaman terbukti meningkatkan minat, interaksi, serta kemahiran bertutur pelajar dalam pembelajaran bahasa Arab. Namun,

kebanyakan kajian terdahulu lebih menekankan aspek linguistik semata-mata tanpa memberi perhatian mendalam terhadap integrasi visual dan audio dalam konteks bahasa Arab. Kajian ini meneliti peranan video sebagai medium promosi pelancongan, kedudukan bahasa Arab dalam konteks pelancongan, serta strategi linguistik dan visual yang digunakan. Fokus diberikan kepada jurang kajian yang masih wujud, iaitu kurangnya analisis kritikal terhadap penggunaan bahasa Arab dalam video pelancongan.

Pelancongan dan Media Digital

Penghasilan video pelancongan dapat memberikan impak yang baik kepada pelajar kerana ia merupakan medium promosi yang berkesan dengan menggabungkan naratif visual, audio, dan emosi. Berbanding teks atau brosur, video memberikan pengalaman imersif yang lebih dekat dengan realiti destinasi (Laib, 2025). Platform media sosial seperti YouTube, TikTok, dan Instagram menjadi saluran utama promosi pelancongan kerana capaian global dan interaktiviti tinggi. Video pendek dengan elemen kreatif lebih mudah menarik perhatian audiens muda, namun isu kredibiliti kandungan dan kecenderungan dianggap sebagai iklan semata-mata masih menjadi cabaran besar (Safitri, Sagala, Erlina, & Koderi, 2025). Oleh itu, penghasilan video memerlukan naratif yang jelas dan autentik untuk membina hubungan emosional dengan audiens.

Bahasa Arab mempunyai kedudukan yang tinggi dalam bidang pelancongan kerana ia merupakan bahasa keenam paling banyak digunakan di dunia dan menjadi lingua franca bagi pelancong dari Timur Tengah. Penggunaan bahasa Arab dalam pelancongan meningkatkan rasa inklusif dan hospitaliti (Alramadeen & Rasidik, 2026). Walau bagaimanapun, kekurangan tenaga kerja fasih berbahasa Arab serta terjemahan yang tidak tepat dalam video promosi menimbulkan salah faham budaya dan menjejaskan pengalaman pelancong.

Strategi menghasilkan video pelancongan melibatkan pemilihan kosa kata yang mudah difahami, penggunaan gaya bahasa santai untuk menarik audiens muda, serta narasi formal bagi mengekalkan kredibiliti. Penggunaan istilah budaya Arab membantu membina identiti destinasi (Safitri et al., 2025).

Dalam penghasilan video, pendekatan semiotik menekankan simbol budaya, manakala analisis wacana melihat bagaimana bahasa digunakan untuk membentuk naratif destinasi. Retorik visual pula menilai bagaimana imej dan bunyi digabungkan untuk mempengaruhi audiens (Laib, 2025). Muzik latar, narasi suara, dan simbol budaya (contoh: masjid, pakaian tradisional) memainkan peranan penting dalam membentuk persepsi pelancong.

Kajian terdahulu banyak menekankan aspek linguistik, tetapi kurang memberi perhatian kepada integrasi visual, audio, dan semiotik dalam konteks bahasa Arab. Hal ini membuka ruang kepada kajian multidisiplin yang lebih holistik.

Kajian dalam bahasa Inggeris dan Mandarin menunjukkan bahawa bahasa memainkan peranan penting dalam membina kredibiliti destinasi. Video yang menggunakan bahasa ibunda pelancong lebih berkesan dalam meningkatkan niat melancong (Safitri et al., 2025). Kajian di Asia Tenggara pula menekankan kepentingan menyediakan aplikasi pelancongan berbahasa Arab dan melatih pemandu pelancong dengan kemahiran bahasa Arab. Namun, analisis mendalam terhadap strategi bahasa Arab dalam video promosi masih terhad dan kurang disokong oleh data empirikal.

Jurang Kajian

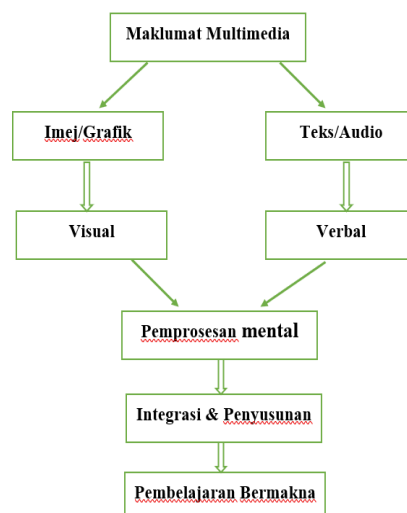
Walaupun terdapat usaha menyediakan perkhidmatan berbahasa Arab, kajian empirikal tentang keberkesanan video pelancongan masih kurang. Jurang utama ialah ketiadaan kajian kritis yang menggabungkan analisis linguistik, visual, audio, dan semiotik secara serentak dalam konteks video pelancongan berbahasa Arab. Oleh itu, kajian ini berpotensi mengisi kekosongan tersebut dengan pendekatan multidisiplin yang lebih menyeluruh.

Metodologi Kajian

Analisis

Kajian ini menggunakan analisa video yang diambil daripada 10 kumpulan. Kumpulan diambil daripada pelajar tahun tiga yang mengikuti kursus Bahasa Arab untuk Pengurusan Teknologi. Walaupun kumpulan yang boleh dinilai melebihi daripada 10 kumpulan, namun memadai diambil kumpulan yang ditarget kerana berlaku pengulangan dapan kajian. Tema dapatan berdasarkan rubrik yang telah diberikan sebagai penilaian kepada kajian ini.

Berikut adalah teori yang digunakan dalam kajian ini menurut Richard Mayer.



Rajah 1: Teori Kognitif Multimedia (Richard Mayer)

Rajah 1 di atas menunjukkan Teori Kognitif Multimedia oleh Richard Mayer. Dalam teori ini terdapat prinsip utama iaitu pelajar belajar lebih baik apabila maklumat disampaikan melalui gabungan teks, audio, dan visual. Implikasi, iaitu video, membantu mengurangkan beban kognitif dengan memvisualisasikan konsep abstrak. Contohnya, animasi cerita Upin dan Ipin jika diterjemahkan ke dalam bahasa Arab, dan pelajar berulang kali menontonnya, secara tidak langsung pelajar dapat memperoleh perbendaharaan kata dan tatabahasa yang baharu.

Melalui video pelancongan yang dibuat, pelajar dapat mengesan kesalahan bahasa yang dibuat dan akan mengambil perhatian agar tidak mengulangi kesilapan itu lagi. Secara tidak langsung, pelajar dapat mempraktikkan bahasa Arab dengan baik.

Berikut adalah huraian kaedah/rubrik analisis video pelancongan yang dibuat mengikut kumpulan yang terpilih:

1. Aspek Linguistik (15 markah)

Sebutan: Pastikan pelajar menyebut perkataan Arab dengan betul, jelas, dan konsisten.

Tatabahasa: Analisis penggunaan struktur ayat yang tepat.

Kosa Kata: Perhatikan sama ada pelajar menggunakan istilah pelancongan yang sesuai (contoh: *turath, thaqafah, ma`alim siyahiyyah*).

2. Aspek Komunikasi (15 markah)

- Kelancaran (Fluency): Adakah pelajar bertutur tanpa terlalu banyak berhenti atau mengulang?
- Intonasi & Nada Suara: Sesuai dengan konteks promosi pelancongan (bersemangat, meyakinkan).
- Interaksi: Jika video berbentuk dialog, nilai keupayaan pelajar berinteraksi secara spontan.

3. Aspek Kandungan Pelancongan (15 markah)

- Ketepatan Maklumat: Fakta pelancongan yang disampaikan mesti benar dan relevan.
- Daya Tarikan Promosi: Adakah bahasa yang digunakan mampu menarik minat pelancong Arab?
- Konteks Budaya: Sesuaikan dengan sensitiviti budaya Arab dan Islam.

1. Kreativiti (5 markah)

- Menunjukkan kreativiti luar biasa seperti menemuramah pelancong Arab menyelitkan sedikit Bahasa pasar dalam rakaman video.

Jadual 1: Senarai Link Video Pelancongan Kumpulan

No	No pendaftaran	Link Video Pelajar
1	A221-025	https://youtu.be/YBefydz3iaQ
2	A231-022	https://youtu.be/LctzNK3dSdg
3	A321-026	https://youtu.be/GOY8n5H92JY?si=Qy1TLCuwExnwaR1P
4	A211-014	https://youtu.be/GNZvdAH9K4g?si=Ab4VrC-C3x92qEXn
5	A221-029	https://youtu.be/XVfSP4lhTdw?si=Mk1q5nf57VjhlEKG
6	A221-010	https://youtu.be/WD_ABaXcfK4?si=VUEpAv9KHIlbdA3
7	A231-006	https://youtu.be/jsQGzqanQrY?feature=shared
8	A211-038	https://youtu.be/DFsv9mvUeZk?si=xcX_df9hW0hezG4h
9	A211-043	https://youtu.be/-jPg5M-jjNI?si=zr9kpkIgUrLLo9oz
10	A211-011	https://youtu.be/cpt7RgNYDog?si=W08wJ911hCbUqvsJ

Jadual 1 di atas menunjukkan senarai link yang dipilih melalui “Capaian link Youtube: Musabaqah Video FPBU”. Link tersebut memaparkan tempat-tempat menarik di Cameron Highlands, Pahang, Negeri Sembilan, Perak, Putrajaya dan Melaka. Link video dipilih secara rawak dalam senarai capaian link. Kumpulan 4, 5 dan 6 adalah tempat yang sama iaitu Putrajaya. Tetapi ketiga-tiga kumpulan memilih tempat yang berbeza untuk dipersembahkan dalam rakaman video kerana Putrajaya mempunyai kawasan yang luas untuk dilawati.

Dapatan Kajian

Objektif 1: Mengenalpasti praktikal penggunaan linguistik. (Sebutan, tatabahasa dan kosakata) Berdasarkan 10 kumpulan video yang dinyatakan berikut adalah ringkasan seperti pada jadual 3 di bawah:

Jadual 2: Analisis Aspek Linguistik

Kumpulan	Sebutan (5m)	Tatabahasa (5m)	Kosakata (5m)	Total
1 Cameron Highland	4	4	4	12
2 Kuala Pilah	4	3	3	10
3 Kelantan	4	4	4	12
4 Putrajaya	4	4	4	12
5 Putrajaya	4	4	4	12
6 Putrajaya	3	3	4	10
7 Terengganu	3	3	4	10
8 Tadom Hills, N9	3	3	4	10
9 Melaka	3	3	4	10
10 Kuak Hill, Perak	4	4	4	12

Jadual 2 di atas menunjukkan analisis dari aspek linguistik. Markah keseluruhan semua kumpulan hampir sama. Namun, terdapat beberapa kumpulan yang menunjukkan permasalahan dari segi sebutan huruf dan kesilapan menyebut perkataan menggunakan baris yang salah. Kumpulan satu menyebut (*anta uhibbu*), sepatutnya (*anta tuhibbu*). Kumpulan sembilan menggunakan perkataan (*fitraat* sepatutnya *fatrah*). Kumpulan dua menyebut ayat (*Kuala Pilah baldatun jamaal jiddan*) sepatutnya (*Kuala Pilah mantiqah jamiilah jiddan*). Kerana Kuala Pilah bukan sebuah negara tetapi hanya satu tempat menarik di Negeri Sembilan. Kumpulan lapan menggunakan (*hayya nushahid ma`ana da`na nazhab ma`ahibbaiikum*), *nusyahid* perlu ditukar kepada *tushahid* kesilapan struktur ayat yang salah digunakan dari segi tatabahasa. Video yang tidak jelas (bising dengan gangguan persekitaran) seperti yang ditunjukkan oleh kumpulan enam menyebabkan suara pelajar tidak jelas ketika menerangkan sesuatu tempat. Proses mengedit video memerlukan kecekapan dan kemahiran agar video yang dihasilkan menarik. Masalah ini berlaku apabila kumpulan pelajar merakam video tanpa merujuk senikata kepada tenaga pengajar dan hanya mengharapkan bantuan terjemahan Google Translate atau

kecerdasan buatan (AI). Apabila masa yang ada tidak dapat digunakan dengan baik, video yang dihasilkan akan bermasalah dari segi linguistik.

Objektif 2: Menilai kemahiran komunikasi dalam kalangan pelajar melalui penghasilan video. (kelancaran & intonasi/nada dan interaksi).

Berdasarkan 10 kumpulan video yang dinyatakan, berikut adalah ringkasan aspek komunikasi seperti pada jadual 4 di bawah:

Jadual 3: Analisa Aspek Komunikasi

Kumpulan	Kelancaran (5m)	Intonasi/Nada (5m)	Interaksi (5m)	Total
1	4	5	5	14
2	4	3	4	11
3	4	5	4	13
4	4	4	2	10
5	4	4	3	11
6	3	4	3	10
7	3	3	3	9
8	3	3	3	9
9	2	2	3	7
10	4	3	4	11

Jadual 3 di atas menunjukkan analisis dari aspek komunikasi. Terdapat kumpulan yang menunjukkan markah yang rendah apabila kelancaran penerangan video tidak dapat disampaikan dengan baik. Intonasi dan nada juga adalah mendatar serta tiada interaksi ditunjukkan dalam rakaman video. Terdapat beberapa video yang hanya menggunakan suara latar berbanding dengan menunjukkan narator. Narator perlu berada di tempat yang menarik sambil menerangkan kecantikan tempat tersebut. Bibik dengan muka yang menarik juga dapat menarik minat pelancong untuk datang ke Malaysia. Manakala kumpulan lapan lebih kerap menggunakan bahasa Inggeris pada rakaman dan audio yang digunakan.

Objektif 3: Menilai isi video pelancongan (maklumat, daya tarikan dan konteks budaya). Berdasarkan 10 kumpulan video yang dinyatakan berikut adalah ringkasan seperti di jadual:

Jadual 4: Analisis Aspek Isi Video Pelancongan

Kumpulan	Ketepatan maklumat (5m)	Daya tarikan promosi (5m)	Konteks budaya (5m)	Total
1	5	5	4	14
2	5	4	4	13
3	5	4	5	14
4	4	3	4	11
5	5	4	4	13
6	4	3	3	10
7	4	3	3	10

8	3	2	3	8
9	4	2	4	10
10	5	3	4	12

Jadual 4 di atas menunjukkan analisis aspek isi video pelancongan. Kumpulan 8 menunjukkan markah yang rendah apabila tidak menunjukkan isi berkaitan pelancongan dengan baik. Pemilihan tempat yang baik dan huraian yang tepat tentang tempat pelancongan tersebut menjadikan pelancong tertarik dan berminat untuk menziarahi tempat-tempat menarik di Malaysia.

**Jadual 5: Markah keseluruhan bagi ketiga-tiga aspek
(Linguistik, Komunikasi dan Isi)**

Kumpulan	Aspek Linguistik	Aspek Komunikasi	Aspek Isi Video	Kretiviti	Total
1	12	14	14		40
2	10	11	13		34
3	12	13	14		39
4	12	10	11		33
5	12	11	13		36
6	10	10	10		30
7	10	9	10		29
8	10	9	8		27
9	10	7	10		27
10	12	11	12		35

Berdasarkan jadual 5 di atas menunjukkan markah keseluruhan kumpulan berdasarkan ketiga-tiga aspek iaitu linguistik, komunikasi dan isi. Kumpulan pertama mendapat markah tertinggi (40 markah), tempat kedua kumpulan tiga (39 markah), tempat ketiga kumpulan lima (36 markah), diikuti kumpulan sepuluh (35 markah). Seterusnya kumpulan dua, kumpulan empat, kumpulan enam, kumpulan tujuh, dan kumpulan sembilan. Kumpulan terendah ialah kumpulan lapan dan sembilan iaitu markah yang sama (27) markah hanya berbeza pada bahagian komunikasi dan isi. Tiada Kumpulan mendapat markah kreativiti.

Kepentingan Kajian terhadap Komuniti Setempat

Berikut adalah kepentingan kajian terhadap komuniti setempat:

1. Dapat menarik minat pelancong dari dalam dan luar negeri untuk datang melancong ke sesebuah kawasan. Penerangan jelas berserta gambar dapat dirujuk pada bila-bila masa setelah projek dimuat turun di platform YouTube.
2. IPTA/S mendapat manfaat daripada penghasilan video. Video yang dimuatkan dalam channel YouTube dengan terjemahan dalam bahasa Inggeris ini dapat membantu para pensyarah dan para pelajar dalam proses pengajaran dan pembelajaran (PnP) kerana laras bahasa yang digunakan adalah laras bahasa komunikasi bagi tujuan komunikasi pelancongan (bahasa Arab (komunikasi) dan bahasa Inggeris (terjemahan)).
3. Pelajar dapat mengaplikasikan kemahiran insaniah (soft skill): Pelajar menerima kemahiran secara tidak langsung dalam penghasilan video. Para pelajar dalam kumpulan kecil berusaha sendiri mencari bajet, menentukan tarikh, merancang perjalanan,

menghubungi sendiri pihak berwajib serta menyediakan sendiri teks dan dialog serta proses rakaman dan suntingan dalam dwibahasa Arab dan Inggeris secara berkumpulan dan sebagai satu pasukan.

4. Secara tidak langsung, melalui projek video ini, pelajar dapat mempromosikan serta melibatkan komuniti seperti Islamic Tourism Centre (ITC) di bawah Kementerian Pelancongan Malaysia, Fakulti Pengajian Bahasa Utama, USIM serta ISESCO, iaitu meletakkan syarat wajib bagi logo tersebut di akhir video yang dipertandingkan.
5. Selain daripada menghasilkan video, pelajar juga berpeluang menemu ramah pelancong yang datang ke tempat-tempat pelancongan dari dalam dan luar negeri. Ada juga di kalangan kumpulan yang menemu bual pelancong Arab dan menanyakan perasaan mereka tentang berkunjung ke Malaysia dan menerima komen untuk penambahbaikan seperti meletakkan papan tanda dalam bahasa Arab bagi memudahkan pelancong dari Timur Tengah berkunjung ke Malaysia.

Penutup

Kajian ini menunjukkan bahawa bahasa Arab bukan sekadar medium komunikasi, tetapi juga strategi pemasaran dan simbol hospitaliti dalam sektor pelancongan. Jurang kajian yang dikenal pasti ialah kurangnya analisis kritikal terhadap penggunaan bahasa Arab dalam video pelancongan dari perspektif linguistik dan visual. Kajian ini akan mengisi jurang tersebut dengan meneliti strategi bahasa Arab dalam video pelancongan serta kesannya terhadap audiens. Projek aktiviti video pelancongan ini memberikan banyak kesan positif kepada para pelajar, terutamanya dalam membina kemahiran insaniah yang merangkumi kemahiran intrapersonal dan interpersonal, seperti kerja berpasukan, komunikasi, inovasi, daya tahan, dan integriti. Projek berkumpulan ini turut memberikan impak positif kepada para pensyarah yang bertindak sebagai penyelia projek. Kemahiran menggunakan bahasa Arab membolehkan pelajar mengasah minat dalam bidang teknologi maklumat melalui penghasilan video pelancongan, di samping berkomunikasi dengan masyarakat dan pihak pengurusan setempat untuk memohon kebenaran merakam video. Melalui rakaman video yang dihasilkan dan dimuat naik ke platform media sosial seperti YouTube, pelajar dapat membantu memperkenalkan Malaysia di persada dunia.

Penghargaan:	Penulis merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada [Fakulti Pengajian Bahasa Utama (FPBU)/Universiti Sains Islam Malaysia (USIM)] atas sokongan dan kemudahan yang diberikan sepanjang kajian ini dijalankan.
Penyataan Pembiayaan:	Kajian ini menerima sokongan kewangan daripada [PTJ/Fakulti Pengajian Bahasa Utama (FPBU)/Universiti Sains Islam Malaysia (USIM)] di bawah Nombor Geran [PPPI/PTJ/FPBU/USIM/16826].
Pernyataan Konflik Kepentingan:	Penulis mengisytiharkan bahawa tiada konflik kepentingan berkaitan penerbitan kertas kerja ini. Semua penulis telah menyumbang kepada kajian ini dan telah meluluskan versi akhir manuskrip untuk penyerahan kepada Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management (JTHER).
Pernyataan Etika:	Kajian ini tidak melibatkan sebarang responden manusia, haiwan, atau data sensitif yang memerlukan kelulusan etika. Penulis mengesahkan bahawa penyelidikan ini telah dijalankan selaras dengan prinsip integriti akademik dan piawaian etika penerbitan yang diterima umum.
Pernyataan Sumbangan Penulis:	Semua penulis telah menyumbang secara signifikan terhadap pembangunan manuskrip ini. [Penulis A: Zalika binti Adam] bertanggungjawab terhadap pengkonsepan, metodologi dan penyeliaan keseluruhan kajian. [Penulis B: Aida Hayati binti Mohd Sanadi] mengendalikan pengumpulan data, analisis serta tafsiran dapatan kajian. [Penulis C dan D: Siti Rosilawati binti Ramlan dan Suo Yan Ju] menyumbang kepada sorotan literatur, penyediaan draf, dan semakan kritikal manuskrip. Semua penulis telah membaca dan meluluskan versi akhir manuskrip sebelum penyerahan.

Rujukan

- Alramadeen, M., & Rasidik, N. N. (2026). Language and Tourism in Southeast Asia: A Sociolinguistic Approach to Arabic Language Services for Muslim Travelers. *Journal of Contemporary Tourism and Hospitality Research*.
- Badrul Hisham A.O. & Mohd Nasruddin B. (2016). Amalan Pengajaran dan Pembelajaran Abad ke 21 dalam kalangan Pensyarah Institut Pendidikan Guru Kampus Ipoh, *Penyelidikan Dedikasi*, 10 (1), 1-25, Retrived from <https://wordpress.com/abad-21-ipg-ipoh.pdf>
- Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) & Jabatan Pendidikan Tinggi (JPT). (2019). *SULAM Service Learning Malaysia - University for Society*.
- Kementerian Pendidikan Malaysia .(2013). *Pelan Pembangunan 2013-2025*. Capaian pada 24 Mei 2026 daripada <http://moe.gov.my>.
- Laib, O. (2025). The Employment of Language in Promotional Tourism Videos: A Pragmatic Linguistic Study. *University of Algiers*.
- Mohd Najib Jaafar, Rasyid Kirambwe, Zalika Adam. (2025). *Bahasa Arab Pengurusan Teknologi*, e-book, Universiti Sains Islam malaysia, Nilai. Penerbit USIM.
- Muhammad Haron H. (2014). *Kemahiran Pengajaran Bahasa Arab*. Open University Malaysia.
- Safitri, E., Sagala, R., Erlina, & Koderi. (2025). Arabic Language Competence in Tourism: Strategic Approaches and Literature Insights. *Al-Irfan Journal of Arabic Literature and Islamic Studies*.
- Sejarah J-QAF. *Kembara Dunia Ilmu J-QAF*, Dicapai pada 2025-04-15
- SK-Institut Pendidikan Guru Malaysia Perlis. (n.d.). *Pembelajaran Abad ke-21 (PAK-21)*. Diakses pada 20 Mei, 2023, dari <https://skipgmperlis.edu.my>
- SULAM. Dicapai pada 1 Mei 2025 <http://sulam.mohe.gov.my/web/index.php?fle=xtv>
- Wagner, R. W. (1970). *Edgar Dale: Professional Theory into Practice*. Vo. 9 No. 2, Edgar Dale, 89–95. Diakses dari <https://www.jstor.org/pss/1475566>
- Wan Azura Awan Ahmad (Ed). (2016). *Inovasi dalam Pengajaran dan Pembelajaran: Isu dan Cabaran*. Universiti Sains Islam Malaysia.
- Wan Azura W.A., Lubna A. R., Arnida A. B., & Ahmad Pangedoan N. (2005). *Pendekatan & Strategi Efektif dalam Penguasaan Bahasa Arab*. Universiti Sains Islam Malaysia.
- Wardyawaty Rajikali, & Mohd Isa Hamzah. (2020). Kajian sistematik Pengajaran Abad ke-21 (PAK21) dalam kalangan guru Pendidikan Islam (GPI). *Attarbawiy: Malaysia Online Journal of Education*, 4(2), 103–113.

Lampiran: Gambar dan QR Code Link Youtube Video Pelancongan Pelajar

Gambar 1 & 2: Poster pertandingan video peringkat fakulti dan Gambar Juri Pertandingan



Gambar 3: QR untuk video Pelancongan