KITABA: Journal of Interdisciplinary Arabic Learning, 03 (2): 57-65 (2025)
DOI: 10.18860/kitaba.v3i2.33246

Magister Pendidikan Bahasa Arab
Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang, Indonesia

KITABA
JOURNAL OF INTERDISCIPLINARY ARABIC LEARNING

# The Role of Short Videos on Social Media in Increasing Interest in Learning Arabic Among Generation Z: Opportunities and Challenges

**Siti Rif'atul Milah[1], Siti Zahrotul Azizah[2], Raudina Rihhadatul 'Aisy[3]**
[1,2,3] Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

**Article History:**
Received: 2025-05-22
Revised: 2025-08-05
Accepted: 2025-08-09
Published: 2025-08-15

**Keywords:**
Short-Form Video, Social Media, Learning Interest, Arabic Language, Generation Z, Opportunity, Challenge

*** Correspondence Address:**
Rifatulmilah2395@gmail.com

**Abstract:** The integration of social media into Arabic language learning has become a significant trend in the digital era, particularly among Generation Z, who have grown up as digital natives. This article examines the role of short-form videos on social media platforms—specifically TikTok, Instagram, and YouTube—in enhancing students' interest in learning Arabic, while identifying the accompanying pedagogical opportunities and challenges. The study employs a Systematic Literature Review (SLR) method based on the PRISMA framework, analyzing 18 scientific studies published between 2019 and 2024 sourced from Google Scholar, ERIC, and DOAJ databases. Data were analyzed thematically to identify patterns of effectiveness, student engagement, and pedagogical implications. The findings indicate that short-form videos on social media significantly increase learning interest through visually engaging, interactive, and contextual content delivery. TikTok excels in fostering creative engagement and active participation, YouTube supports self-directed learning and flexible access, while Instagram proves effective in vocabulary acquisition through visual representation. However, implementation faces serious challenges, including distractions from entertainment content, inconsistent quality of educational materials, privacy risks, and the emergence of a "digital empathy gap." Furthermore, the limited availability of content that promotes spiritual and character development remains a significant drawback. This article provides a comprehensive conceptual map and concrete pedagogical recommendations for educators, researchers, and developers of digital learning media. The findings affirm that social media is not merely a cognitive tool, but also holds potential for socio-spiritual transformation when used strategically.

## INTRODUCTION | مقدمة | PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang pesat, Generasi Z—yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010—mengalami transformasi mendasar dalam cara mereka mengakses informasi, berinteraksi sosial, dan memproses pembelajaran. Sebagai *digital natives*, mereka tumbuh dalam lingkungan yang selalu terhubung dengan internet, memiliki akses cepat ke perangkat mobile, dan sangat akrab dengan platform media sosial. Karakteristik ini membentuk preferensi belajar yang cenderung visual, cepat, interaktif, dan kontekstual, sehingga menuntut pendekatan pedagogis yang inovatif dan adaptif, terutama dalam pembelajaran Bahasa Arab, yang sering dianggap menantang oleh peserta didik modern (Muhammad Faiz, 2024).

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari Generasi Z, tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang belajar informal yang dinamis. Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube tidak hanya digunakan untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga semakin dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran informal dan formal. Survei terbaru menunjukkan bahwa TikTok (43,1%), Instagram (31%), dan YouTube (25,9%) merupakan platform media sosial yang paling sering digunakan untuk pembelajaran Bahasa Arab oleh

Generasi Z (Al-Rafi'i, 2023). Format konten video pendek yang dinamis, menarik, dan mudah diakses membuat platform-platform ini sangat efektif dalam menjangkau minat belajar siswa yang cenderung bosan dengan metode konvensional yang monoton.

Penelitian menunjukkan bahwa video pendek berdurasi 1–3 menit di TikTok mampu meningkatkan kemampuan pelafalan dan pemahaman bahasa secara efektif melalui penyajian konten visual dan interaktif (Priantiwi & Abdurrahman, 2023). Sementara itu, YouTube menawarkan fleksibilitas belajar mandiri, di mana siswa dapat mengulang video, mengakses materi kapan saja, dan menyesuaikan kecepatan belajar sesuai kebutuhan mereka (Daraini & Masnawati, 2024). Fitur *YouTube Shorts* juga semakin memperluas jangkauan platform ini ke Generasi Z, menawarkan format video pendek yang mirip TikTok namun tetap terintegrasi dengan ekosistem pembelajaran yang lebih luas. Instagram, dengan fitur *story*, *reels*, dan *carousel*, memungkinkan penyampaian kosakata dan tata bahasa secara ringkas, menarik, dan kontekstual (Sulfikar & Fawzan, 2023). Selain itu, integrasi teknologi seperti Wondershare Quiz Creator telah terbukti memperkaya pengalaman belajar siswa (Muhammad Faiz, 2024).

Namun, meskipun beberapa studi telah mengkaji pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran Bahasa Arab, masih terbatas kajian yang secara khusus menganalisis peran video pendek dalam meningkatkan minat belajar pada Generasi Z, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan pedagogis yang menyertainya. Banyak penelitian fokus pada satu platform atau aspek keterampilan bahasa, namun belum memberikan peta konseptual komprehensif tentang efektivitas dan implikasi penggunaan video pendek lintas platform. Selain itu, aspek afektif seperti minat, motivasi, dan empati sosial—yang sangat penting dalam pembelajaran bahasa—masih kurang dieksplorasi dalam konteks media sosial.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut melalui tinjauan literatur sistematis. Penelitian ini mengkaji peran video pendek di media sosial—khususnya TikTok, Instagram, dan YouTube—dalam meningkatkan minat belajar Bahasa Arab pada Generasi Z, serta menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Temuan diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pendidik, peneliti, dan pengembang media pembelajaran digital dalam merancang strategi pembelajaran yang relevan dengan karakteristik digital native. Artikel ini juga berkontribusi pada literatur pendidikan bahasa dengan mengintegrasikan aspek teknologi, psikologi belajar, dan nilai spiritual dalam satu kerangka analisis.

## METHOD | منهج | METODE

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) berdasarkan protokol PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) untuk memastikan transparansi, reproducibility, dan kualitas sintesis temuan. SLR dipilih karena mampu memberikan sintesis komprehensif dan kritis terhadap literatur yang relevan, serta mengidentifikasi tren, celah, dan kontribusi penelitian sebelumnya. Metode ini lebih kuat dibandingkan literature review konvensional karena melibatkan prosedur sistematis dalam pencarian, seleksi, dan analisis data.

**Langkah 1: Identifikasi Sumber dan Strategi Pencarian**

Pencarian literatur dilakukan pada tiga database akademik utama: Google Scholar, ERIC (Education Resources Information Center), dan DOAJ (Directory of Open Access Journals). Kata kunci yang digunakan dalam kombinasi Boolean meliputi:

- *("video pendek" OR "short video" OR "short-form video")*
- *("media sosial" OR "social media")*
- *("pembelajaran Bahasa Arab" OR "Arabic language learning")*
- *("Generasi Z" OR "Generation Z")*

Pencarian dibatasi pada publikasi dalam bahasa Indonesia dan Inggris, dengan rentang waktu 2019–2024 untuk memastikan relevansi dengan konteks digital terkini.

**Langkah 2: Kriteria Inklusi dan Eksklusi**

- Kriteria Inklusi:
    1. Artikel jurnal ilmiah (nasional terakreditasi atau internasional)
    2. Publikasi antara tahun 2019–2024
    3. Fokus pada pemanfaatan video pendek di media sosial untuk pembelajaran Bahasa Arab
    4. Menyebutkan Generasi Z sebagai subjek atau konteks penelitian
- Kriteria Eksklusi:
    1. Studi yang tidak relevan dengan Bahasa Arab
    2. Artikel populer, blog, atau media non-ilmiah
    3. Publikasi di luar rentang waktu yang ditentukan
    4. Studi yang tidak menyediakan data empiris atau analisis tematik

**Langkah 3: Seleksi dan Sintesis Literatur**

Proses seleksi mengikuti alur PRISMA:

1. Identifikasi dari database: 87 hasil awal
2. Screening judul dan abstrak: 55 hasil setelah penghapusan duplikat
3. Evaluasi penuh (full-text): 32 artikel lolos screening
4. Inklusi akhir: 18 artikel memenuhi kriteria untuk dianalisis lebih lanjut

**Langkah 4: Analisis Tematik**

Data dari 18 artikel dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik untuk mengidentifikasi tema utama terkait:
(1) Efektivitas video pendek dalam meningkatkan minat belajar
(2) Peluang pedagogis per platform (TikTok, Instagram, YouTube)
(3) Tantangan penggunaan media sosial dalam pembelajaran
(4) Implikasi untuk pengembangan media pembelajaran digital

Tema-tema ini kemudian disintesis secara naratif dan disajikan dalam bentuk tabel temuan (lihat Tabel 1).

**Validitas dan Reliabilitas**

Untuk memastikan kredibilitas, dua peneliti independen melakukan screening dan coding awal. Diskrepansi diselesaikan melalui diskusi hingga mencapai konsensus. Seluruh proses didokumentasikan secara transparan untuk memungkinkan replikasi.

## RESULTS | نتائج | TEMUAN

Berdasarkan analisis tematik terhadap 18 studi yang memenuhi kriteria inklusi, temuan penelitian ini disajikan dalam tiga tema utama sesuai platform media sosial: TikTok, YouTube,

dan Instagram. Setiap platform menunjukkan potensi unik dalam meningkatkan minat belajar Bahasa Arab pada Generasi Z, namun juga memiliki karakteristik dan efektivitas yang berbeda.

**Efektivitas TikTok dalam Meningkatkan Minat Belajar Bahasa Arab**

TikTok muncul sebagai platform paling menarik bagi Generasi Z dalam konteks pembelajaran Bahasa Arab. Dengan format video pendek berdurasi 15–60 detik, TikTok mampu menyajikan materi secara visual, dinamis, dan mudah dicerna. Penelitian menunjukkan bahwa video edukatif di TikTok dapat meningkatkan keterlibatan siswa hingga 68% dibandingkan dengan media konvensional (Priantiwi & Abdurrahman, 2023). Fitur interaktif seperti *duet*, *stitch*, *rekam suara*, dan *filter* memungkinkan siswa tidak hanya menonton, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam pembelajaran, khususnya dalam pelatihan keterampilan berbicara (*maharah kalam*).

Hashtag edukatif seperti #BelajarArab, #ArabicChallenge, dan #BahasaArabHariIni menjadi wadah bagi siswa untuk menemukan konten pembelajaran secara mandiri dan membangun komunitas belajar digital (Maulida Azizah, 2022). Survei oleh Al-Rafi'i (2023) menunjukkan bahwa 43,1% peserta didik menyatakan TikTok sebagai platform media sosial paling sering digunakan untuk pembelajaran Bahasa Arab, terutama karena kontennya yang kreatif, singkat, dan relevan dengan tren terkini.

Selain itu, TikTok mendukung pembelajaran berbasis proyek, di mana siswa dapat membuat video penjelasan kosakata, dialog sederhana, atau tantangan pengucapan. Hal ini tidak hanya meningkatkan minat, tetapi juga membangun kepercayaan diri dan kreativitas dalam menggunakan Bahasa Arab secara praktis.

**Potensi YouTube sebagai Media Pembelajaran Mandiri**

YouTube menempati posisi kedua dalam hal penggunaan untuk pembelajaran Bahasa Arab, dengan 25,9% responden dalam survei Al-Rafi'i (2023) memanfaatkannya secara aktif. Keunggulan utama YouTube terletak pada fleksibilitas waktu dan kedalaman materi. Siswa dapat mengakses video pembelajaran kapan saja, mengulang bagian yang sulit, dan memilih konten sesuai tingkat kemampuan.

Studi di Malaysia menemukan bahwa penggunaan YouTube dalam pembelajaran Bahasa Arab meningkatkan keterampilan siswa hingga 30% dibandingkan metode konvensional (AZIZ, 2024). Platform ini cocok untuk pembelajaran mandiri (*self-directed learning*), terutama melalui video tutorial, *vlog* edukatif, dan *live streaming* kelas daring.

Fitur YouTube Shorts juga semakin memperluas jangkauan YouTube ke Generasi Z, menawarkan format video pendek yang mirip TikTok namun tetap terintegrasi dengan ekosistem pembelajaran yang lebih luas. Namun, tantangan utama YouTube adalah persaingan konten hiburan, yang membuat siswa rentan terdistraksi jika tidak memiliki manajemen waktu yang baik (Mujianto, 2019).

**Peran Instagram dalam Penguasaan Kosakata dan Tata Bahasa**

Instagram, dengan 31% penggunaan untuk pembelajaran Bahasa Arab (Al-Rafi'i, 2023), menunjukkan efektivitas tinggi dalam penyampaian materi yang bersifat visual dan kontekstual. Platform ini sangat efektif untuk penguasaan *mufradat* (kosakata) dan *qawaid* (tata bahasa) melalui konten seperti *story*, *reels*, dan *carousel*.

Penelitian Sulfikar & Fawzan (2023) menunjukkan bahwa penggunaan Instagram meningkatkan retensi kosakata hingga 40% dibandingkan metode hafalan tradisional. Konten berupa gambar ilustratif, kalimat sehari-hari, dan video pendek dengan teks dan audio

memperkuat memori visual dan auditori siswa.

Fitur *story* memungkinkan guru menyajikan kuis harian, tantangan pengucapan, atau *polling* interaktif, sehingga pembelajaran menjadi lebih menyenangkan dan partisipatif. Selain itu, Instagram memfasilitasi pembentukan komunitas belajar melalui *highlight* materi, *bio link*, dan *direct message*, yang mendukung interaksi informal antara guru dan siswa.

**Tabel 1: Sintesis Literatur Temuan Utama (2019–2024)**

| Penulis (Tahun) | Metode | Platform | Temuan Utama |
|---|---|---|---|
| **Priantiwi & Abdurrahman (2023)** | Kualitatif | TikTok | Video pendek 1–3 menit efektif tingkatkan pelafalan dan minat belajar |
| **Al-Rafi'i (2023)** | Survei | TikTok, Instagram, YouTube | TikTok (43,1%) paling sering digunakan untuk belajar Bahasa Arab |
| **Maulida Azizah (2022)** | Studi Literatur | TikTok | Hashtag edukatif tingkatkan keterlibatan dan aksesibilitas konten |
| **AZIZ (2024)** | Eksperimen | YouTube | Peningkatan keterampilan belajar hingga 30% dibanding metode konvensional |
| **Daraini & Masnawati (2024)** | Deskriptif | YouTube | Fleksibilitas belajar mandiri dan akses global jadi keunggulan utama |
| **Sulfikar & Fawzan (2023)** | Kuantitatif | Instagram | Peningkatan retensi kosakata hingga 40% melalui konten visual |
| **Syarofi & Syuhadak (2023)** | Kualitatif | TikTok, Instagram, YouTube | Ketiga platform efektif tingkatkan keterlibatan aktif siswa |
| **Muhammad Faiz (2024)** | Literatur | TikTok | Integrasi Wondershare Quiz Creator tingkatkan pengalaman belajar |
| **Taubah (2020)** | Studi Kasus | TikTok | Fitur duet dan rekam suara efektif untuk latihan maharah kalam |
| **Ramdani et al. (2021)** | Survei | TikTok | 55,36% siswa setuju TikTok relevan sebagai media pembelajaran |

## DISCUSSION | مناقشة | DISKUSI

### Interpretasi Temuan: Mengapa Video Pendek Efektif?

Efektivitas video pendek dalam meningkatkan minat belajar Bahasa Arab pada Generasi Z tidak dapat dipahami hanya dari sisi teknologi, melainkan harus dianalisis melalui lensa psikologi kognitif, pedagogi digital, dan budaya media. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan video pendek terletak pada kemampuannya memenuhi tiga prinsip utama pembelajaran modern: keterlibatan aktif, kemudahan akses, dan kontekstualisasi konten. Pertama, keterlibatan aktif menjadi kunci utama dalam menarik perhatian Generasi Z, yang cenderung pasif dalam konteks kelas tradisional namun sangat responsif terhadap aktivitas kreatif. TikTok, dengan fitur seperti *duet*, *stitch*, dan *rekam suara*, mengubah siswa dari posisi penerima informasi menjadi produsen konten. Mereka tidak hanya menonton video kosakata, tetapi juga membuat versi mereka sendiri, merekam pelafalan, dan berkolaborasi dengan teman melalui *duet*. Fenomena ini sejalan dengan teori *constructivist learning* yang menekankan bahwa pengetahuan dibangun melalui pengalaman, eksplorasi, dan ekspresi diri (Syarofi & Syuhadak, 2023). Dalam konteks pembelajaran Bahasa Arab, proses ini sangat penting karena melibatkan aspek afektif seperti kepercayaan diri, motivasi intrinsik, dan identitas linguistik. Kedua, kemudahan akses yang ditawarkan YouTube memenuhi kebutuhan Generasi Z akan fleksibilitas dan otonomi dalam belajar. Platform ini memungkinkan siswa untuk mengulang video, menghentikan di bagian yang sulit, dan belajar sesuai ritme pribadi—prinsip inti dari *self-directed learning*. Dalam pembelajaran bahasa, di mana penguasaan tata bahasa (*qawaid*) atau pemahaman wacana membutuhkan waktu dan pengulangan, fleksibilitas ini menjadi keunggulan strategis. Ketiga, kontekstualisasi konten melalui visualisasi menjadi daya tarik utama Instagram.

Platform ini mampu menyampaikan materi seperti kosakata (*mufradat*) dan ekspresi harian dalam bentuk *carousel*, *story*, atau *reels* yang menggabungkan teks, gambar, audio, dan animasi. Pendekatan ini mendukung teori *dual coding* yang menyatakan bahwa informasi lebih mudah diingat ketika diproses melalui saluran verbal dan visual secara bersamaan (Sulfikar & Fawzan, 2023). Dengan demikian, video pendek bukan sekadar tren media, tetapi representasi dari transformasi epistemologis dalam cara Generasi Z memperoleh, memproses, dan mempertahankan pengetahuan.

**Implikasi Pedagogis: Rekomendasi untuk Pendidik Bahasa Arab**

Temuan penelitian ini membawa implikasi pedagogis yang konkret dan praktis bagi pendidik Bahasa Arab yang ingin memanfaatkan media sosial secara strategis. Alih-alih menghindari platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, pendidik sebaiknya melihatnya sebagai *extension* dari ruang kelas yang dapat memperluas jangkauan dan kedalaman pembelajaran. Rekomendasi pertama adalah mengintegrasikan TikTok sebagai media kreatif pembelajaran. Guru dapat membuat konten edukatif 30–60 detik yang fokus pada kosakata harian, ungkapan sehari-hari, atau tantangan pelafalan, lalu mendorong siswa untuk membuat video respons melalui fitur *duet*. Misalnya, guru dapat membuat video tentang doa pagi (*du'a al-sabah*) dengan pelafalan yang benar, lalu menantang siswa untuk merekam ulang dengan ekspresi mereka sendiri. Penggunaan hashtag seperti #BelajarArabHariIni atau #ArabicChallenge tidak hanya memperluas jangkauan, tetapi juga membangun komunitas belajar digital yang saling mendukung. Kedua, YouTube harus dimanfaatkan sebagai platform pembelajaran mandiri. Guru dapat mengunggah video tutorial singkat (5–10 menit) yang menjelaskan topik seperti *isim maushul*, *fi'il amr*, atau tata cara wudhu dalam Bahasa Arab, dilengkapi dengan *caption* dan terjemahan. Siswa dapat mengaksesnya kapan saja, mengulang bagian yang sulit, dan bahkan menggunakannya sebagai bahan ujian lisan. Ketiga, Instagram Story dapat digunakan untuk kuis harian dan interaksi informal. Setiap hari, guru dapat memposting kuis berbentuk *polling* ("Apa arti 'asyhadu anna Muhammadan rasulullah'?"), *quiz* ("Pilih pelafalan yang benar"), atau tantangan ("Rekam suara Anda membaca Surah Al-Ikhlas"). Fitur *highlight* juga dapat digunakan untuk mengarsipkan materi penting. Namun, penting bagi guru untuk melakukan kurasi konten sebelum merekomendasikannya kepada siswa, karena tidak semua konten edukatif di media sosial akurat atau sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Terakhir, pendekatan *blended learning* harus diadopsi untuk menggabungkan keunggulan dunia digital dan konvensional. Sesi kelas dapat dimulai dengan diskusi atas konten TikTok yang dibuat siswa, dilanjutkan dengan latihan tertulis di kelas, dan ditutup dengan tugas mandiri di YouTube. Dengan demikian, media sosial tidak menggantikan guru, tetapi memperkuat perannya sebagai fasilitator pembelajaran abad ke-21.

**Tantangan Kritis: Dari Distraksi hingga Digital Empathy Gap**

Meskipun menjanjikan, implementasi media sosial dalam pembelajaran Bahasa Arab tidak bebas dari tantangan struktural dan psikososial yang serius. Tantangan pertama adalah distraksi akibat dominasi konten hiburan. Algoritma rekomendasi di TikTok, Instagram, dan YouTube dirancang untuk memaksimalkan *engagement*, bukan edukasi. Akibatnya, siswa yang membuka TikTok untuk belajar kosakata bisa dengan cepat terjebak dalam *scrolling* tanpa arah, teralihkan oleh konten tarian, komedi, atau *challenge* viral. Fenomena ini menciptakan apa yang disebut *attention economy*, di mana waktu dan fokus siswa menjadi komoditas yang diperebutkan oleh platform dan kreator hiburan (Ramadhan, 2020a). Tanpa manajemen waktu yang baik dan bimbingan dari guru, media sosial justru dapat mengurangi produktivitas belajar. Tantangan kedua adalah kualitas dan validitas konten edukatif yang tidak terjamin. Banyak konten

pembelajaran Bahasa Arab dibuat oleh individu yang bukan ahli linguistik atau pendidik, sehingga mengandung kesalahan pelafalan, tata bahasa, atau bahkan interpretasi keagamaan yang keliru. Misalnya, video yang mengajarkan doa dengan pelafalan yang tidak sesuai kaidah *tajwid* dapat menyesatkan siswa. Oleh karena itu, guru harus berperan sebagai *gatekeeper* digital yang memverifikasi dan menyaring konten sebelum digunakan dalam pembelajaran. Tantangan ketiga adalah risiko privasi dan etika digital, terutama ketika siswa membuat konten pribadi atau berinteraksi dengan audiens yang tidak dikenal. Pengungkapan identitas, lokasi, atau aktivitas pribadi dapat membuka peluang untuk *cyberbullying*, *doxxing*, atau eksploitasi. Pendidik perlu memberikan pelatihan literasi digital yang mencakup aspek keamanan, etika, dan tanggung jawab digital. Yang paling kritis adalah digital empathy gap—penurunan empati sosial akibat minimnya interaksi tatap muka (Putra, 2021). Generasi Z yang terbiasa berkomunikasi melalui layar cenderung kurang sensitif terhadap ekspresi wajah, nada suara, atau konteks emosional lawan bicara. Mereka mungkin mahir membuat video kreatif, tetapi kesulitan memahami perasaan teman yang sedang bersedih atau berduka. Kondisi ini mengancam pembangunan karakter sosial dan nilai-nilai kemanusiaan yang seharusnya menjadi bagian integral dari pendidikan bahasa.

**Aspek Spiritual dan Karakter: Ruang untuk Pengembangan Nilai**

Salah satu temuan paling signifikan dalam diskusi ini adalah minimnya konten edukatif yang membangun nilai spiritual dan karakter. Sebagian besar konten di media sosial masih berfokus pada hiburan, keterampilan teknis, atau pencitraan diri, sementara aspek afektif dan spiritual dalam pembelajaran Bahasa Arab terabaikan. Padahal, Bahasa Arab bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga sarana pendekatan spiritual melalui Al-Qur'an, hadis, doa, dan sastra keislaman. Belajar Bahasa Arab seharusnya tidak hanya menghasilkan kemampuan linguistik, tetapi juga memperdalam pemahaman terhadap nilai-nilai *taqwa*, *ikhlas*, *shiddiq*, dan *amanah*. Namun, kenyataannya, konten yang menggabungkan pembelajaran bahasa dan nilai spiritual masih sangat terbatas. Banyak video tentang kosakata atau tata bahasa yang tidak menyentuh makna substansial di balik kata-kata tersebut. Misalnya, video tentang kata *rahmah* (kasih sayang) mungkin hanya menjelaskan artinya, tanpa mengajak siswa untuk merenungkan bagaimana *rahmah* diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan agar pendidik memanfaatkan media sosial sebagai media transformasi spiritual, bukan hanya kognitif. Guru dapat membuat konten seperti video pendek tentang arti surah-surah pendek, refleksi harian dari ayat Al-Qur'an, atau tantangan membaca doa dengan pelafalan yang benar dan perenungan maknanya. Konten semacam ini tidak hanya meningkatkan minat belajar, tetapi juga membentuk karakter (*akhlak al-karimah*) dan identitas keagamaan siswa. Dengan demikian, media sosial dapat diubah dari ruang hiburan menjadi *ruang ibadah digital* yang memadukan ilmu, amal, dan adab. Jika tidak, pembelajaran Bahasa Arab berisiko menjadi proses teknis yang hampa makna, jauh dari tujuan utama pendidikan Islam: *tarbiyah al-nafs* (pembinaan jiwa).

## CONCLUSIONS | خاتمة | SIMPULAN

Artikel ini telah mengkaji peran video pendek di media sosial—TikTok, Instagram, dan YouTube—dalam meningkatkan minat belajar Bahasa Arab pada Generasi Z. Hasil tinjauan literatur sistematis menunjukkan bahwa ketiga platform tersebut efektif dalam meningkatkan keterlibatan, motivasi, dan retensi siswa melalui penyajian konten yang visual, interaktif, dan kontekstual. TikTok unggul dalam kreativitas dan partisipasi aktif, YouTube dalam pembelajaran

mandiri, dan Instagram dalam penguasaan kosakata melalui visualisasi.

Namun, implementasinya dihadapkan pada tantangan serius, termasuk distraksi akibat konten hiburan, kualitas konten yang tidak terjamin, risiko privasi, dan munculnya digital empathy gap. Selain itu, masih terbatasnya konten yang membangun nilai spiritual dan karakter menjadi kelemahan signifikan dalam ekosistem pembelajaran digital saat ini.

Kontribusi utama artikel ini adalah menyediakan peta konseptual komprehensif tentang potensi dan hambatan penggunaan video pendek dalam pembelajaran Bahasa Arab, serta menawarkan rekomendasi pedagogis yang konkret bagi pendidik. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan media pembelajaran digital yang tidak hanya efektif secara kognitif, tetapi juga bermakna secara sosial dan spiritual.

Keterbatasan penelitian mencakup sifatnya yang bersifat literatur (non-empiris), fokus pada tiga platform utama, serta ketergantungan pada sumber berbahasa Indonesia dan Inggris. Oleh karena itu, penelitian lanjutan sangat dianjurkan untuk: 1) melakukan kajian empiris tentang dampak video pendek terhadap aspek afektif dan spiritual siswa; 2) mengembangkan kerangka pedagogis untuk integrasi media sosial dalam kurikulum Bahasa Arab; 3) meneliti strategi mitigasi digital empathy gap dalam konteks pembelajaran daring.

## ACKNOWLEDGEMENTS | شكر وتقدير | TERIMA KASIH

Kami sebagai penulis mengucapkan terima kasih kami kepada dosen pengampu mata kuliah Teknologi dan Media Pembelajaran Bahasa Arab kami yakni bapak Ubaidillah M. Pd. I dan juga dukungan dari orang tua, keluarga dan teman-teman terkasih kami yang telah mendoakan kami untuk kelancaran jurnal ini. Kami harap jurnal ini bermanfaat bagi siapa pun yang membutuhkan terutama bagi mahasiswa pendidikan bahasa Arab dan lainnya dalam meneliti media teknologi sebagai media dalam pembelajaran bahasa Arab.

## BIBLIOGRAPHY | مراجع | DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Z., & Matori. (2024). Peluang Dan Tantangan Media Sosial Tiktok Dalam Pendidikan Agama Islam Pada Era Society 5.0. *Jurnal : Inspirasi*, *08*(01), 78.

Al-Rafi'i, M. S. (2023). *Pengaruh Media Sosial YouTube Terhadap Pembelajaran Kosakata Bahasa Arab : Studi Literature Review*. *6*(2).

Andriani, W. (2021). Penggunaan Metode Sistematik Literatur Review Dalam Penelitian Ilmu Sosiologi. *Jurnal PTK Dan Pendidikan*, *07*(02), 125. https://doi.org/DOI:10.18592/ptk.v7i2.5632

Athiyah, U., Handayani, A. P., Yusril, M., Aldean, Putra, N. P., & Ramadhani, R. (2021). Sistem Inferensi Fuzzy : Pengertian, Penerapan, dan Manfaatnya. *Jurnal Of Dinda*, *01*(02), 74. https://doi.org/https://doi.org/10.20895/dinda.v1i2.201

AZIZ, A. (INSTITUT A. I. P. (INSIP) J. T. . (2024). *Pembelajaran Bahasa Arab Era Digital: Problematika Dan Solusi Dalam Pengembangan Media*.

Daraini, N. S., & Masnawati, E. (2024). Peran Media Sosial Youtube Sebagai Media Edukasi Dalam Pendidikan Generasi Z. *Mind : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Kebudayaaan*, *4*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.55266/jurnalmind.v4i2.417

Maulida Azizah, N. U. (2022). TikTok sebagai Media Pembelajaran Bahasa Asing: Potensi dan Tantangannya. *Universitas Negeri Semarang*.

Muhammad Faiz, J. A. (2024). Tantangan dan Strategi Pemahaman Bahasa Arab untuk Pendidikan Generasi Z: Analisis dan Prospek Masa Depan. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, *05*(04), 158. https://doi.org/I: https://doi.org/10.59141/japendi.v5i4.2749

Mujianto, H. (2019). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Dalam Meningkatkan Minat Dan Motivasi Belajar. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, *5*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.10358/jk.v5i1.588

Priantiwi, T. N., & Abdurrahman, M. (2023). Analisis Konten Pembelajaran Bahasa Arab Pada Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, *8*(3), 1365–1371. https://doi.org/10.29303/jipp.v8i3.1502

Putra. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Empati Sosial Siswa. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling*, *7*(2), 89–98.

Ramadhan. (2020a). Dampak Negatif Media Sosial terhadap Konsentrasi Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, *6*(1), 45–53.

Ramadhan, R. (2020b). Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Arab Baru Dizaman Digital. *Jurnal : Munasbauai*, *03*(01).

Ramdani, N. S., Hadiapurwa, A., & Nugraha, H. (2021). Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring. *Akademika : Jurnal Teknologi Pendidikan*, *10*(02). https://doi.org/10.34005/akademika.v10i02.1406

Sulfikar, & Fawzan., N. (2023). Pemanfaatan Instagram Dalam Meningkatkan Penguasaan Mufradat Mahasiswa. *Jurnal Tahsinia*, *4*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.57171/jt.v4i1.337

Syaifullah. (2022). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Karakter Spiritual Siswa. *Jurnal Pendidikan Agama Islam (JPAI)*, *9*(2), 123–134.

Syarofi, A., & Syuhadak. (2023). Pembelajaran Bahasa Arab Berbasis Audio-Visual melalui Media Sosial: Youtube, TikTok, Instagram, Facebook. *KITABA : Journal of Interdisciplinary Arabic Learning*, *01*(01), 04. https://doi.org/10.18860/kitaba.v1i1.20901

Taubah, M. (2020). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Maharah Kalam. *Mu'allim Jurnal Pendidikan Islam : Endidikan Agama Islam*, *02*(01), 62.

Ubaidillah, U. (2020). Pembelajaran Istima' Berbasis Online; Blended Learning dalam Istima' I. *AL-ITTIJAH*, *12*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.32678/al-ittijah.v12i01.2931

Ubaidillah, U., Muflih, M., Fajri, N., Jaili, H., & Azimah, N. (2025). The Importance of Digital Media in Arabic Language Learning; The Use of Canva in Vocabulary Learning. *JURNAL AL-MAQAYIS*, *10*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.18592/jams.v10i1.8675

Uyuni, Y. R., & Amalia, N. (2024). Social Media Language Trends: A Study of Changes in the Meaning of Contemporary Arabic Words in the Digital Era. *… Journal of Arabic Language …*. https://e-journal.metrouniv.ac.id/IJALT/article/view/9925

Zunurahma, F. C., & Fahrezi, G. (2023). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Dalam Segmen #Belajarbarengcita*. *1*(2).