

Muhammad Lukman Arifianto, S.S., M.A.

Muhammad Lukman Arifianto, S.S., M.A.

BAHASA ARAB MEDIA MASSA

BAHASA ARAB MEDIA MASSA



BAHASA ARAB MEDIA MASSA
(Pembelajaran Berbasis Proyek)

BAHASA ARAB MEDIA MASSA **(Pembelajaran Berbasis Proyek)**

Muhammad Lukman Arifianto, S.S., M.A.

Departemen Sastra Arab
Fakultas Sastra
Universitas Negeri Malang, 2022



BAHASA ARAB MEDIA MASSA
(Pembelajaran Berbasis Proyek)

© **Muhammad Lukman Arifianto, S.S., M.A.**

xi + 82 halaman, 14,8 x 21 cm
Yogyakarta, 2022

ISBN : 978-623-6275-41-2
Cetakan Pertama, Juni 2023

Desain Cover: Zia Zakaria R
Layout Isi : Zia Zakaria R

Diterbitkan :



TONGGAK MEDIA
Drono Gang Elang 6E Nomor 8 Sardonoharjo,
Ngaglik, Sleman, Yogyakarta 55581
Email: tonggakmedia@gmail.com

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbi al-'alamin*. Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa, yang mana atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya buku berjudul Bahasa Arab Media Massa: Pembelajaran Berbasis Proyek ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita nantikan syafaatnya kelak di hari kiamat.

Buku ini merupakan ungkapan kegelisahan atas minimnya bahan ajar yang dipakai sebagai pegangan untuk pembelajaran matakuliah Bahasa Arab Media Massa di Program Studi Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang. Buku ini juga merupakan hasil observasi dan refleksi dari proses pembelajaran yang telah dilakukan dengan harapan agar pembelajaran bahasa Arab media massa akan sebaik baik dan di masa-masa yang akan datang. Pada mulanya, buku ini berupa modul pembelajaran yang disiapkan oleh penulis untuk setiap materi yang diajarkan di kelas. Namun, dengan berbekal dorongan dari berbagai pihak, akhirnya modul/ bahan-bahan pembelajaran yang sudah ada tersebut kemudian disatukan dan diperbaiki sedemikian rupa sehingga menjadi bahan atau buku ajar sederhana untuk matakuliah Bahasa Arab Media Massa.

Berdasarkan hasil penelusuran, setidaknya ada beberapa bahan ajar. Meskipun sudah relatif lengkap dari segi materi dan evaluasi, bahan-bahan ajar tersebut nampaknya masih belum dikembangkan menjadi bahan ajar berbasis proyek yang dapat mengembangkan kemampuan berpikir tingkat tinggi dan mengasah keterampilan 4C (Creativity, Communication, Critical Thinking, & Collaboration). Dengan demikian, perlu sebuah usaha untuk mengembangkan bahan ajar berbasis proyek sehingga dapat meningkatkan kolaborasi.

Secara umum, buku sederhana ini terdiri dari kumpulan teks dan tautan video berbahasa Arab yang disadur dari berbagai sumber semisal Aljazeera, Al-Ahram, Youm 7, BBC Arabic, CNN Arabic, Youtube, dan lain sebagainya. Dengan mengenalkan teks dari berbagai situs tersebut diharapkan para mahasiswa dapat mengenal dan dengan sendirinya terbiasa membaca teks-teks jurnalistik berbahasa Arab sebagai sebuah kebutuhan pembelajaran.

Untuk itu, kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan dan penerbitan bahan ajar ini, terutama kepada Departemen Sastra Arab FS UM yang senantiasa mendukung penuh atas terbitnya buku ini, serta para instruktur dalam pelatihan Applied Approach (AA) yang diselenggarakan oleh Lembaga Pengembangan Pembelajaran dan Pendidikan Universitas Negeri Malang yang telah mengajarkan berbagai pengetahuan seputar kurikulum, pengembangan RPS dan SAP, pengembangan bahan ajar, pengembangan media pembelajaran,

pengembangan instrumen evaluasi, dan lain sebagainya. Semoga Allah SWT senantiasa menganugerahkan kesehatan dan pada kita semuanya.

Malang, 21 April 2023

**SAMBUTAN KETUA DEPARTEMEN SASTRA ARAB
FAKULTAS SASTRA UNIVERSITAS NEGERI MALANG**

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi teladan bagi umat manusia.

Selaku Ketua Departemen Sastra Arab FS UM, kami menyambut dengan gembira atas hadirnya bahan ajar yang sangat penting ini, berjudul "Bahasa Arab Media Massa: Pembelajaran Berbasis Proyek", yang ditulis oleh Muhammad Lukman Arifianto, S.S., M.A., dosen pengampu matakuliah Bahasa Arab Media Massa yang disajikan untuk mahasiswa pada Program Studi S1 Pendidikan Bahasa Arab, Departemen Sastra Arab, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang.

Buku ini lahir dari kegelisahan yang tulus atas minimnya bahan ajar yang dapat digunakan sebagai panduan dalam pembelajaran matakuliah Bahasa Arab Media Massa di Program Studi Pendidikan Bahasa Arab FS UM. Dalam era yang terus berkembang dengan pesatnya informasi dan teknologi, kemampuan berbahasa Arab yang kompeten dalam konteks media massa menjadi semakin penting. Namun, belum banyak bahan ajar yang memadai yang dapat membantu mahasiswa

memahami dan menguasai aspek bahasa Arab dalam lingkungan media massa.

Buku ini merupakan langkah terobosan yang berharga. Dengan ketekunan dan dedikasinya, penulis menyajikan kumpulan teks dan tautan video berbahasa Arab yang disadur dari berbagai sumber terkemuka, seperti Aljazeera, Al-Ahram, Youm 7, BBC Arabic, CNN Arabic, dan lain sebagainya. Hal ini memungkinkan para pembaca untuk terlibat dalam pembelajaran aktif yang melibatkan penggunaan teks media massa yang otentik dan kontemporer.

Metode pembelajaran berbasis proyek yang diusung dalam buku ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar dengan cara yang beragam dan menantang. Mereka akan diajak untuk mengembangkan keterampilan berbahasa Arab mereka melalui tugas-tugas proyek yang berfokus pada pemahaman teks, analisis media, produksi karya tulis, dan presentasi secara lisan. Dalam prosesnya, mahasiswa akan semakin terampil dalam menggunakan bahasa Arab secara efektif dan mengasah keterampilan kritis mereka dalam menganalisis media massa.

Saya percaya bahwa buku ini akan menjadi tonggak penting dalam pengajaran Bahasa Arab Media Massa. Dengan memperkaya sumber daya pembelajaran yang tersedia, kita membuka jalan bagi mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan komunikasi mereka dalam bahasa Arab, memahami nuansa linguistik dan budaya yang

terkandung dalam teks media, serta mengaplikasikan pengetahuan mereka dalam situasi nyata.

Terakhir, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada penulis atas upayanya yang tak kenal lelah dalam menyusun buku ini. Semoga buku ini menjadi sumber inspirasi dan panduan yang berharga bagi para pembaca, dan memberikan kontribusi *Wassalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh*

Ketua Departemen Sastra Arab

Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang

Dr. Mohammad Ahsanuddin, S.Pd., M.Pd

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR	iii
SAMBUTAN KETUA DEPARTEMEN SASTRA ARAB FS UM	vii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB 1: KARAKTERISTIK BAHASA ARAB MEDIA MASSA DAN PEMBELAJARAN BERBASIS PROYEK	1
BAB 2: TEKS BERITA (REPORTASE) TEMA POLITIK	15
BAB 3: TEKS BERITA (REPORTASE) TEMA PENDIDIKAN.....	23
BAB 4: TEKS BERITA (REPORTASE) TEMA TEKNOLOGI.....	29
BAB 5: TEKS BERITA (REPORTASE) TEMA HIBURAN & OLAHRAGA	37
BAB 6: TEKS OPINI PEMBACA (AHLI)	45
BAB 7: TEKS TAJUK RENCANA	53
BAB 8: IKLAN KOMERSIAL	63
BAB 9: IKLAN LAYANAN MASYARAKAT	71
DAFTAR PUSTAKA	79
BIODATA PENULIS	83

BAB I

KARAKTERISTIK BAHASA ARAB MEDIA MASSA DAN PEMBELAJARAN BERBASIS PROYEK

Bahasa Arab kini menjadi medium penting di berbagai media massa, baik cetak maupun elektronik. Sebagai salah satu dari enam bahasa resmi Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB), bahasa Arab kini tidak hanya digunakan sebagai medium pengajaran agama Islam, namun juga digunakan di semua aspek kehidupan manusia modern saat ini. Oleh karena itu, sebagai pendahuluan, bab ini menjelaskan beberapa konsep dasar seputar media massa, karakteristik bahasa Arab yang digunakan di media massa, dan juga penjelasan singkat seputar pembelajaran berbasis proyek sebelum membahas inti kajian bahasa Arab media massa berbasis proyek.

A. Media Massa

Media massa merupakan salah satu layanan publik yang memiliki peranan penting dalam kehidupan sehari-hari (Romli, 2017). Melalui media massa, masyarakat bisa mendapatkan beragam informasi yang dibutuhkan. Mulai dari informasi kesehatan, pendidikan, ekonomi, hingga politik. Bukan hanya itu, dengan media massa masyarakat juga bisa mengetahui perkembangan informasi di belahan negara lain (Zahid, 2019).

Hingga kini, berbagai media massa yang terbilang sudah lama seperti radio, televisi, masih bertahan dan beroperasi. Meskipun

keberadaan internet dan media sosial kian menguat, namun media massa konvensional ini masih dibutuhkan oleh masyarakat. Meskipun memang saat ini media cetak seperti koran dan majalah sudah semakin tidak diminati oleh generasi muda (Pramesti, 2021).

Dalam memberikan manfaatnya pada publik, terdapat beberapa fungsi media massa yang perlu diketahui dan dipelajari. Dalam hal ini, media massa dapat berfungsi bisa sebagai pembentuk opini publik, menjadi media komunikasi antara pemerintah dan rakyat, menjalankan fungsi pengawasan, hingga melakukan misi sosialisasi untuk edukasi masyarakat (Kadarsih, 2008; Syarief 2017). Masing-masing fungsi media massa ini mempunyai tujuan dan manfaatnya tersendiri.

Dengan begitu, peranan media massa di masyarakat kian jelas dengan adanya beberapa fungsi tersebut. Dalam hal ini, independensi media massa harus dapat terjaga agar bisa berperan netral di masyarakat (Susanto, 2021; Syarief, 2017).

B. Jenis-Jenis Media Massa

Berdasarkan bentuknya, secara umum ada dua jenis media massa, yaitu media massa cetak dan media massa elektronik (Romli, 2017). Perbedaan utama media cetak dengan elektronik adalah bentuk medianya. Dalam media cetak, penyampaian informasinya dilakukan lewat publikasi ceta, sedangkan dalam media elektronik pesan disampaikan lewat perangkat elektronik, seperti radio dan televisi. Berikut masing-masing penjelasannya:

1. Media Massa Cetak

Media massa cetak atau dikenal juga dengan *printed media* mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan lain sebagainya (Saragih, 2019). Hagijanto (1999) dalam artikelnya menyebutkan bahwa media cetak adalah media bersifat statis yang mengutamakan pesan visual. Media ini memuat sejumlah kata, gambar atau foto dalam tata warna serta halaman putih. Pesan visual artinya pesan atau informasi yang hanya bisa dilihat menggunakan indra penglihatan. Informasi yang termuat dalam media cetak sifatnya umum dan tidak terbatas pada ruang lingkup atau kelompok tertentu saja.

2. Media Massa Elektronik

Media massa elektronik adalah jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara (audio) atau gambar hidup (video) dengan menggunakan teknologi elektro, yakni radio, televisi, dan film (Lase & Rio, 2014; Ahmad, 2015). Sebagian ahli memasukkan media online seperti situs atau portal berita sebagai media massa elektronik karena harus diakses dengan media elektronik, namun sebagian mengelompokkannya menjadi jenis media massa tersendiri (Arifianto, 2020).

C. Produk Media Massa (Jurnalistik)

Adapun jenis-jenis teks jurnalistik di antaranya adalah:

1. Berita

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media internet (Rani, 2013). Junaedi (2014) dan Halim (2019) menambahkan bahwa berita adalah informasi terkini tentang suatu kejadian atau peristiwa yang benar-benar terjadi dalam rentang waktu yang singkat atau disebut juga dengan *straight news*, sedangkan reportase merupakan laporan tentang fakta bersifat menyeluruh yang ditinjau dari berbagai aspek.

2. Reportase

Reportase adalah aktivitas atau kegiatan dari reporter/jurnalis untuk turun ke lapangan melakukan observasi langsung dan tidak langsung, mengumpulkan fakta-fakta dan data mengenai sebuah peristiwa/isu yang sedang terjadi, lalu merangkainya menjadi sebuah bahan laporan/tulisan (Naufal, 2016; Halim, 2019). Dalam konteks jurnalistik, reportase adalah proses pengumpulan data untuk menyusun berita. Reportase bisa dikatakan merupakan proses jurnalistik terpenting karena dari proses inilah terkumpul bahan-bahan atau informasi untuk diberitakan.

3. Artikel Opini

Artikel opini adalah sebuah karya jurnalistik yang di dalamnya memuat pandangan, pendapat, atau pikiran

seseorang yang diuraikan dalam bentuk artikel dimana dalam pembuatannya lebih mengedepankan pada pendapat yang didukung dengan data dan fakta (Utama, 2019; Khumaedi, 2020). Setidaknya ada dua jenis opini dalam media massa, yaitu opini umum dibuat oleh masyarakat pada umumnya, dan opini khusus yang ditulis oleh anggota dari media atau orang diluar media tersebut. Pada opini umum masyarakat dapat mengirimkan tulisannya kepada sebuah media untuk dipublikasikan, sedangkan pada opini khusus hanya diperuntukkan bagi orang-orang tertentu misalnya berupa tajuk rencana yang ditulis oleh editorial board dari sebuah media (Arifianto, 2019).

4. Iklan Komersial

Iklan komersial adalah suatu bentuk pesan pemasaran yang ditujukan untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek tertentu kepada khalayak atau konsumen potensial (Suhariyanto, 2014; Nirmala, 2020). Tujuan utama iklan komersial adalah untuk meningkatkan kesadaran, mempengaruhi preferensi, dan mendorong tindakan pembelian atau interaksi dengan produk atau layanan yang diiklankan.

Produsen akan bekerja sama dengan jasa pembuat iklan untuk memasarkan dan mengenalkan produknya pada khalayak atau konsumen. Sebuah perusahaan akan berusaha untuk

menjual barangnya, salah satu cara paling ampuh adalah dengan mengiklankan produknya.

5. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat atau juga disebut dengan iklan non-komersial adalah iklan berisi pesan-pesan moral atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau menghindari sesuatu (Habsari, 2016; Inderasari dkk., 2021). Iklan ini sama sekali tidak akan menawarkan jasa atau barang dalam iklannya namun, iklan ini mengajak masyarakat untuk lebih memperhatikan lingkungan dan memiliki hidup yang lebih baik. Dengan demikian, iklan layanan masyarakat memiliki tujuan yang berbeda dengan iklan komersial, yang mana pada umumnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

D. Bahasa Arab Media Massa

Bahasa media massa atau disebut juga bahasa jurnalistik adalah bahasa yang digunakan wartawan dalam menulis berita. Disebut juga bahasa komunikasi massa, yaitu bahasa yang digunakan dalam komunikasi melalui media massa, baik secara lisan di media elektronik seperti radio dan televisi, maupun secara tertulis melalui berbagai media cetak. Ragam bahasa media massa (jurnalistik) memiliki aturan khusus yang membedakannya dengan bahasa lain. Ciri-ciri utamanya adalah singkat, padat, sederhana, jelas, lugas, dan menarik (Shapiro, 2010; Van Hout, dkk., 2016).

Hal ini tentunya sejalan dengan tujuan utama penggunaan bahasa media massa itu sendiri yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak dan menarik perhatian mereka. Namun, diperlukan keterampilan khusus untuk dapat membaca dan menyerap informasi yang disajikan, serta untuk berlatih menulis.

Bahasa yang digunakan dalam media massa memiliki beberapa karakteristik khas yang membedakannya dari bahasa yang digunakan dalam konteks lainnya. Berikut adalah beberapa karakteristik utama bahasa pada media massa:

1. Jelas dan Padat; Bahasa media massa cenderung menggunakan gaya bahasa yang jelas dan kompak. Tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi dengan efektif dan efisien kepada pembaca atau pendengar. Penggunaan kalimat yang singkat, padat, dan langsung ke intinya menjadi ciri khas bahasa media massa. Kata-kata yang tidak perlu atau berlebihan sering kali dihindari untuk mempertahankan kejelasan dan keefektifan komunikasi.
2. Sederhana; Bahasa media massa cenderung menggunakan kosakata yang umum dan mudah dipahami oleh khalayak luas. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dijangkau dan dipahami oleh sebanyak mungkin pembaca atau pendengar.

- Penggunaan frasa atau idiom yang rumit atau khusus sering kali dihindari agar tidak menghambat pemahaman.
3. Gaya Berita; Bahasa pada media massa, terutama dalam konteks berita, memiliki ciri khas gaya pemberitaan yang objektif dan netral. Bahasa yang digunakan berfokus pada fakta dan kejadian yang relevan. Penggunaan opini pribadi atau penekanan pada sudut pandang tertentu sering kali dihindari untuk menjaga integritas berita. Gaya berita ini memastikan bahwa informasi disampaikan secara obyektif kepada pembaca atau pendengar.
 4. Penggunaan Istilah Khusus; Bahasa pada media massa sering kali melibatkan penggunaan istilah khusus atau jargon yang terkait dengan topik yang sedang dibahas. Misalnya, dalam berita olahraga, istilah-istilah seperti "gol," "penalti," atau "kartu kuning" digunakan untuk menyampaikan informasi dengan singkat dan tepat kepada pembaca atau pendengar yang familiar dengan dunia olahraga. Penggunaan istilah-istilah ini mempercepat pemahaman dan menghindari kebingungan.
 5. Persuasif; Bahasa pada media massa sering kali menggunakan gaya penulisan persuasif yang bertujuan untuk menarik perhatian pembaca atau pendengar. Pemilihan kata yang tepat, penggunaan retorika yang

efektif, dan penggunaan bahasa figuratif seperti metafora atau simbol sering kali digunakan untuk menciptakan efek yang kuat dan membangkitkan emosi pada audiens. Tujuan utamanya adalah untuk mempengaruhi dan memikat pembaca atau pendengar agar terlibat dalam konten yang disajikan.

6. Penerjemahan dan Adaptasi; Bahasa pada media massa sering kali melibatkan penerjemahan dan adaptasi teks dari bahasa asli ke bahasa yang dituju. Dalam konteks berita internasional, misalnya, teks dari sumber asli seperti Aljazeera atau BBC Arabic diterjemahkan dan disadur ke dalam bahasa Arab. Proses ini membutuhkan keahlian dalam mempertahankan makna asli dan mengkomunikasikannya dengan tepat dalam bahasa sasaran.

Umumnya, bahasa jurnalistik menggunakan bahasa baku atau standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah setempat. Jadi, jika kita mengacu pada bahasa Arab di media massa, tentunya bahasa yang digunakan adalah Modern Standard Arabic (MSA) (Lahlali, 2017; Elbousty, 2021). Bahasa Arab itu sendiri adalah salah satu komponen terpenting dari jurnanisme dan transmisi radio Arab. Meluasnya penggunaan MSA telah secara signifikan dibantu oleh perluasan media massa Arab sejak 1950-an. Mayoritas penduduk

Arab melek dalam bahasa ini, yang digunakan di surat kabar dan media elektronik.

Jika dilihat dari urutan penyajian pembelajaran dalam struktur kurikulum Pendidikan Bahasa Arab di Universitas Negeri Malang, bahasa Arab media massa termasuk dalam bahasa Arab tingkat lanjut. Selain disampaikan di akhir masa pembelajaran, pembelajaran juga mencakup penguatan empat keterampilan berbahasa yang telah disampaikan sebelumnya, yaitu (1) mendengarkan, (2) membaca, (3) berbicara, dan (4) menulis (Arifianto dkk., 2023). Di sisi lain, bahasa Arab di media massa juga disajikan sebagai paket tujuan khusus mata kuliah bahasa Arab, sehingga hanya mahasiswa tertentu yang dapat memilih untuk mengambil mata kuliah tersebut.

E. Pembelajaran Berbasis Proyek

Pembelajaran berbasis proyek adalah pendekatan pembelajaran yang melibatkan siswa dalam proyek dunia nyata untuk mendapatkan pengetahuan dan mengembangkan keterampilan (Bell, 2010; Goodman & Stivers, 2010; Boss & Krauss, 2014; Kokotsaki dkk., 2016). Model pembelajaran ini menekankan pada kegiatan pembelajaran yang bersifat aktif, kritis, kolaboratif, dan berfokus pada pemecahan masalah. Dalam konteks kegiatan pembelajaran bahasa Arab media massa, pembelajaran berbasis proyek dapat menjadi metode yang sangat efektif bagi siswa untuk mengeksplorasi dan memahami berbagai aspek media Arab

dengan berpartisipasi aktif dalam proyek-proyek yang sudah direncanakan bersama, antara dosen dan mahasiswa.

Berikut ini beberapa langkah sederhana yang perlu disiapkan dalam mengimplementasikan pembelajaran berbasis proyek dalam matakuliah bahasa Arab media massa sebagaimana disampaikan oleh Arifianto dkk. (2023), yaitu (1) menetapkan tujuan pembelajaran, (2) menyiapkan bahan pembelajaran, (3) menyiapkan tugas proyek kelompok dan petunjuknya, dan (4) menyiapkan lembar kerja mahasiswa dan instrumen evaluasinya. Berikut ini masing-masing penjelasannya:

1. Penetapan Tujuan Pembelajaran

Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah enentukan tujuan utama dari pengalaman belajar berbasis proyek dalam mata kuliah media massa bahasa Arab. Misalnya untuk mengembangkan pemahaman mahasiswa tentang berbagai aspek seputar media massa, seperti produk-produk jurnalistik, penyiaran, atau periklanan. Selanjutnya, tujuan utama tersebut dijabarkan kembali menjadi tujuan pembelajaran yang lebih kecil dan terukur. Misalnya, mengembangkan pemahaman dan kemampuan mahasiswa melalui penelitian tentang organisasi media berbahasa Arab tertentu, analisis konten media massa bahasa Arab, atau menyusun teks jurnalistik berbahasa Arab.

2. Penyiapan Materi Pembelajaran

Kumpulkan berbagai bahan pembelajaran yang selaras dengan tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan. Materi pembelajaran dapat mencakup buku teks, artikel, video, podcast, atau sumber-sumber *online*

yang terkait dengan media massa berbahasa Arab semisal situs berita online Aljazeera, BBC Arabic, Al-Ahram, dan lain sebagainya. Setelah itu, susun materi pembelajaran tersebut secara terstruktur, sehingga memudahkan siswa untuk mengaksesnya. Pertimbangkan untuk membuat folder atau platform online agar mahasiswa dapat menemukan semua sumber daya yang diperlukan.

3. Penyiapan Tugas Proyek Kelompok dan Petunjuknya

Tentukan beberapa topik proyek yang berkaitan dengan media massa berbahasa Arab yang selaras dengan tujuan pembelajaran. Tawarkan kepada untuk memilih topik proyek yang menarik bagi mereka, atau pilihkan topik berdasarkan keterampilan dan kemampuan mereka. Selanjutnya, kembangkan petunjuk pelaksanaan yang jelas dengan menguraikan syarat dan ketentuan beserta tenggat waktu pengerjaan dan pengumpulannya.

4. Penyiapan Lembar Tugas Mahasiswa dan Instrumen Evaluasinya

Rancanglah lembar kerja yang dapat memandu mahasiswa dalam mengerjakan tugas-tugas pembelajaran berbasis proyek. Lembar kerja ini harus menyertakan petunjuk atau pertanyaan untuk membantu mereka menyusun penelitian mereka, menganalisis data, atau membuat komponen proyek. Di sisi lain, kembangkan pula instrument penilaian yang selaras dengan tujuan pembelajaran. Instrumen tersebut dapat mencakup rubrik atau daftar periksa (*checklist*) untuk mengevaluasi

berbagai aspek proyek, seperti keterampilan penelitian, kemahiran bahasa, kreativitas, dan kualitas presentasi.

BAB II

BERITA (REPORTASE) TEMA POLITIK

Sebagaimana disampaikan pada bagian pendahuluan, berita adalah informasi terkini tentang suatu kejadian atau peristiwa yang benar-benar terjadi dalam rentang waktu yang singkat atau disebut juga dengan *straight news*, sedangkan reportase merupakan laporan tentang fakta bersifat menyeluruh yang ditinjau dari berbagai aspek (Junaedi, 2014; Halim, 2019). Dengan mempelajari teks berita atau reportase, mahasiswa diharapkan dapat melatih kemahiran berbahasa mereka, sekaligus membiasakan mereka untuk membaca secara cepat dan cermat.

Pada bab ini disajikan cuplikan teks berita seputar isu-isu politik dan juga beberapa latihan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan mahasiswa. **Adapun tujuan pembelajarannya** adalah agar mahasiswa memahami dan mampu menganalisis teks-teks berita di bidang politik dan mengenal beberapa istilah di bidang tersebut. Selain itu, mahasiswa juga diharapkan dapat menggunakan hasil analisis dan pemerolehan kosa kata yang telah dipelajari tersebut dalam kemahiran menulis berita berbahasa Arab.

A. Bacalah teks berita (reportase) berikut ini:

>>الأزمة الأوكرانية.. أردوغان في كييف اليوم بمسعى للحل
وتنسيق أميركي فرنسي لمواجهة الحشد الروسي<<

تعهد الرئيس الأميركي جو بايدن ونظيره الفرنسي إيمانويل ماكرون الأربعاء بتنسيق ردهما على الحشود العسكرية الروسية عند الحدود الأوكرانية، بينما توجه الرئيس التركي رجب طيب أردوغان إلى العاصمة الأوكرانية كييف اليوم الخميس، في مسعى لحل الأزمة بين روسيا وأوكرانيا. وأكد الرئيس التركي في مؤتمر صحفي عقده في أنقرة صباح الخميس قبيل توجهه في زيارة رسمية إلى أوكرانيا، دعوة بلاده جميع الأطراف في الأزمة الروسية الأوكرانية إلى ضبط النفس والحوار من أجل إرساء السلام في المنطقة.

وأضاف أردوغان أنه يتابع التوتر بين روسيا وأوكرانيا عن كثب ويعبر في كل منصة عن دعم بلاده لوحدة أراضي أوكرانيا وسيادتها. وتأتي زيارة أردوغان بمناسبة مرور 30 عاماً على بدء العلاقات بين تركيا وأوكرانيا، وخلالها ستعقد النسخة العاشرة من اجتماع المجلس الإستراتيجي رفيع المستوى بمشاركة رئيسي البلدين. بدورها، قالت الخارجية التركية في بيان إن كييف حليف إستراتيجي، وإن تركيا تدعم وحدة أراضي أوكرانيا وسيادتها، ولا تعترف بالضم "غير الشرعي" لشبه جزيرة القرم (من قبل روسيا)، أمّا في دونباس (شرقي أوكرانيا)، فإنها تؤيد إيجاد حل سلمي يتوافق مع القانون الدولي.

وفي 21 يناير/كانون الثاني الماضي أعلن أردوغان أن أنقرة مستعدة للقيام بالوساطة لنزع فتيل التوتر بين روسيا وأوكرانيا. وأعرب عن أمله في ألا تقدم روسيا على عمل عسكري ضد أوكرانيا، مشددا على ضرورة حل القضية عبر الحوار وتجنب استخدام القوة، لأن نشوب حرب لن يعود بالنفع على الدولتين ولا على المنطقة.

(مصدر: الجزيرة)



(<https://www.aljazeera.net/news/politics/2022/2/3/%D8%A7%D8%A7-775>)

B. Kosakata

<i>Krisis</i>	الأزمة
<i>Koordinasi</i>	تنسيق
<i>Ibu Kota</i>	العاصمة
<i>Konferensi Pers</i>	مؤتمر صحفي
<i>Ketegangan</i>	التوتر
<i>Platform</i>	منصة
<i>Sekutu</i>	حليف
<i>Hukum Internasional</i>	القانون الدولي

C. Jawablah pertanyaan berikut ini!

1. ما رأي الخارجية التركية عن كيف؟

2. من أعلن أن أنقرة مستعدة للقيام بالوساطة لنزع فتيل التوترين روسيا وأوكرانيا؟

3. لماذا توجه الرئيس التركي رجب طيب أردوغان إلى كيف؟

4. لماذا يشدد أردوغان على ضرورة حل القضية عبر الحوار وتجنب استخدام القوة؟

5. متى تعهد جو بايدن وإيمانويل ماكرون بتنسيق ردهما على الحشود العسكرية الروسية عند الحدود الأوكرانية؟

D. Carilah makna dari kosa kata atau ungkapan berikut dan isikan pada kolom yang masih kosong, baik dalam bahasa Indonesia maupun Arab

Indonesia	Arab	Indonesia	Arab
	وزارة الخارجية	Ukraina	

Harapan			القضية
Recep Thayyib Erdogan			غير الشرعي
	جو بايدن	Presiden	
Kunjungan resmi			المنطقة

E. Terjemahkan penggalan teks berikut ini ke dalam bahasa Indonesia!

1. وأكد الرئيس التركي في مؤتمر صحفي عقده في أنقرة صباح الخميس قبيل توجهه في زيارة رسمية إلى أوكرانيا
2. وأضاف أردوغان أنه يتابع التوتر بين روسيا وأوكرانيا عن كثب
3. وتأتي زيارة أردوغان بمناسبة مرور 30 عاماً على بدء العلاقات بين تركيا وأوكرانيا
4. وإن تركيا تدعم وحدة أراضي أوكرانيا وسيادتها
5. وأعرب عن أمله في ألا تقدم روسيا على عمل عسكري ضد أوكرانيا

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

BAB III

TEKS BERITA (REPORTASE) TEMA PENDIDIKAN

Masih dalam jenis teks yang sama dengan BAB II, pada bab ini disajikan cuplikan teks berita dengan tema pendidikan dan juga beberapa latihan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan mahasiswa. Adapun **tujuan pembelajarannya** adalah agar mahasiswa memahami dan mampu menganalisis teks-teks berita di bidang pendidikan dan mengenal beberapa istilah di bidang tersebut. Selain itu, mahasiswa diharapkan dapat menggunakannya dalam kemahiran menulis berita berbahasa Arab dengan tema pendidikan.

A. Bacalah teks berita (reportase) berikut ini!

<<الجزائر تعتمد الإنجليزية في التعليم الابتدائي>>

أمر الرئيس الجزائري عبد المجيد تبون، خلال ترأسه الأحد الماضي اجتماعا لمجلس الوزراء، باعتماد اللغة الإنجليزية بدءا من الطور الابتدائي، وهذا بعد "دراسة عميقة للخبراء والمختصين"، وفق بيان لرئاسة الجمهورية. وتسجل المدارس الجزائرية أكثر من 10 ملايين تلميذ، من بينهم قرابة 6 ملايين منتسب إلى المرحلة الابتدائية التي تمتد من السنة الأولى إلى الخامسة، يدرسون حاليا الفرنسية لغة أجنبية وحيدة بداية من العام الدراسي الثالث، قبل الاستفادة من التكوين في الإنجليزية لغة ثانية في الطور الثاني (الإعدادي).

وكانت وزارة التعليم العالي أعلنت عام 2019 عن التوجه لتكثيف تعليم الإنجليزية، في إطار التحضير مرحليا لاستبدالها بالفرنسية في الدراسات العليا والتخصصات الدقيقة التي يتم تدريسها حاليا باللغة الأجنبية. ولقيت إرادة وزارة التعليم العالي تأييدا وسط الأسرة الجامعية، في انتظار أن تجد طريقها للتنفيذ التدريجي، مثلما يؤكد مسؤولو القطاع.

وسبق للجزائر تعليم الإنجليزية في المرحلة الأولى من التعليم العام بصفة اختيارية وتجريبية محدودة، مطلع التسعينيات من القرن الماضي. وارتفعت في السنوات الأخيرة مطالب الإعلام والنخب ونقابات التعليم وجمعيات أولياء التلاميذ بضرورة تدشين الانتقال اللغوي في الجزائر، بزحزة الفرنسية - ولو تدريجيا- لصالح الإنجليزية في كل الأطوار التعليمية، بصفتها لغة أجنبية وليست لغة تدريس بديلة من العربية.

لذلك حظي القرار الجديد بترحيب واسع على كافة المستويات النخبوية والتعليمية والشعبية، غير أن هاجس التجربة الأولى يظل حاضرا في الأذهان، مما يفرض -بحسب الخبراء والشركاء- توفير شروط موضوعية لتأمين العملية.

(المصدر: الجزيرة)



(<https://www.aljazeera.net/news/cultureandart/2022/6/23/> - الجزائر-تحضر-
(للإنجليزية-في-التعليم)

B. Kosakata

<i>Mengadopsi</i>	اعتمد/يعتمد
<i>Berafiliasi</i>	منتسب (إلى)
<i>Kementerian Pendidikan Tinggi</i>	وزارة التعليم العالي
<i>Mengintensifkan</i>	تكثيف
<i>Opsional</i>	اختيارية
<i>Eksperimental</i>	تجريبية
<i>Secara Bertahap</i>	تدرجي
<i>Fase-fase Pendidikan</i>	الأطوار التعليمية
<i>Alternatif</i>	بديلة
<i>Level (Kalangan) Elit</i>	المستويات النخبوية

C. Berilah tanda (v) jika benar dan (x) jika salah, lalu betulkan jawaban yang salah berdasarkan teks tersebut!

1. () أمر الرئيس الجزائري عبد المجيد تبون باعتماد اللغة الإنجليزية
بدءا من الطور الثانوي
الصحيح:

2. () أعلنت وزارة التربية والثقافة عن التوجه لتكثيف تعليم الفرنسية الصحيح:

3. () وسبق للجزائر تعليم الإنجليزية في المرحلة الأولى من التعليم العام بصفة اختيارية وتجريبية محدودة الصحيح:

4. () هناك مطالب الإعلام والنخب ونقابات التعليم وجمعيات أولياء التلاميذ بضرورة تدشين الانتقال اللغوي في الجزائر، بزحزحة الإنجليزية لصالح الفرنسية الصحيح:

5. () ولذلك حظي القرار الجديد بترحيب واسع على كافة المستويات النخبوية والتعليمية والشعبية الصحيح:

D. Jawablah pertanyaan berikut ini!

1. في أي مرحلة يبدأ التلاميذ أن يدرسوا الفرنسية كلغة أجنبية حاليا في الجزائر؟

2. متى أعلنت وزارة التعليم العالي عن التوجه لتكثيف تعليم الإنجليزية؟

3. كيف تنفيذ استخدام الإنجليزية في المرحلة الجامعية؟

4. كيف مطالب الإعلام والنخب ونقابات التعليم وجمعيات أولياء التلاميذ بضرورة تدشين الانتقال اللغوي في الجزائر؟

5. لماذا تم الترحيب بالقرار الجديد (بزحزة الفرنسية لصالح الإنجليزية) على نطاق واسع على جميع مستويات النخبة والتعليمية والشعبية؟

E. Bacalah teks berita tersebut layaknya pembaca berita profesional, lalu unggah ke dalam folder Google Drive (disiapkan oleh dosen), dengan ketentuan berikut:

1. Berpenampilan rapi dan sopan
2. Video dilengkapi dengan salam pembuka dan penutup
3. Bacalah teks tersebut dengan jelas dan cermat
4. Buatlah folder dengan nama lengkap & NIM Anda, lalu unggah video pada folder tersebut

F. Terjemahkan kalimat-kalimat berikut ini ke dalam bahasa Arab!

1. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia menegaskan bahwa mata kuliah Bahasa Indonesia menjadi mata kuliah wajib di pendidikan tinggi

2. Presiden Aljazair, Abdelmadjid Tebboune, telah menginstruksikan untuk memasukkan mata pelajaran bahasa Inggris yang dimulai di tingkat sekolah dasar

3. Untuk pertama kalinya dalam sejarah pelajaran bahasa Inggris diajarkan di sekolah-sekolah Aljazair

4. Menurut keputusan presiden Aljazair, bahasa Inggris akan menjadi bahasa asing kedua yang diajarkan di tingkat dasar, bersama dengan bahasa Prancis

5. Dalam beberapa tahun terakhir, media, serikat pendidikan, dan asosiasi orang tua siswa menuntut pemerintah agar transisi bahasa di Aljazair segera dilaksanakan.

BAB IV

TEKS BERITA (REPORTASE) TEMA TEKNOLOGI

Masih sama dengan jenis teks sebelumnya, pada BAB IV masih menyajikan teks berita atau reportase. Pada bab ini disajikan cuplikan teks berita dengan tema perkembangan teknologi dan juga beberapa latihan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan mahasiswa. Adapun **tujuan pembelajarannya** adalah agar mahasiswa memahami dan mampu menganalisis teks-teks berita di bidang perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, mengenal beberapa kosa kata dan istilah di bidang tersebut, serta dapat menggunakannya dalam kemahiran menulis berita berbahasa Arab dengan tema perkembangan teknologi.

A. Bacalah teks berita (reportase) berikut ini!

>>السعودية وماليزيا والصين في الصدارة.. دراسة تكشف

الدول الأعلى في معدلات إدمان الهواتف الذكية<<

يتزايد عدد مستخدمي الهواتف الذكية في جميع أنحاء العالم، وهو ما يعني بالضرورة زيادة وقت استخدامها. في المقابل، لم تكن هناك سوى دراسات قليلة عالمياً تتناول موضوع إدمان هذه الأجهزة.

وبحسب تقرير لصحيفة "ديلي ميل" (Daily Mail) البريطانية، فقد أجرى باحثون كنديون تحليلاً إحصائياً يجمع دراسات علمية متعددة لاستخدام الهواتف الذكية الذي ينطوي

على مشاكل، مع التركيز على الشباب. وأظهرت النتائج أن استخدام الهواتف الذكية المثير للمشاكل أخذ في الازدياد في جميع أنحاء العالم. وسجلت الصين والمملكة العربية السعودية وماليزيا أعلى معدلات استخدام للهواتف الذكية، في حين سجلت ألمانيا وفرنسا أقلها.

واستخدم الباحثون -في "جامعة ماكغيل" (McGill University) في مونتريال بكندا- بيانات عن استخدام الهواتف الذكية بين عامي 2014 و2020 لما يقرب من 34 ألف مشارك من 24 دولة حول العالم. واحتلت المملكة المتحدة المرتبة 16 من بين 24 دولة، في حين كانت الولايات المتحدة في المرتبة 18.

ويقول الفريق -في الورقة البحثية التي نُشرت في مجلة "كومبيوترز إن هيومان بهافير" (Computers in Human Behavior)- "أجرينا تحليلاً لاستخدام الهاتف الذكي الذي ينطوي على مشاكل، مع التركيز على الشباب". وتابع الباحثون "زاد استخدام الهواتف الذكية الذي ينطوي على مشاكل في جميع أنحاء العالم بين عامي 2014 و2020، ونتوقع أن يستمر هذا الاتجاه".

ونظر الفريق في 81 دراسة منشورة سابقاً عن استخدام المراهقين والشباب للهواتف، وجميعها تستند إلى "مقياس إدمان الهواتف الذكية" (SAS). ويعد مقياس إدمان الهواتف الذكية المقياس الأكثر استخداماً لإدمان الهواتف الذكية، للسؤال عن استخدام الهاتف الذكي في ما يتعلق باضطرابات الحياة اليومية وفقدان السيطرة وأعراض الانسحاب.

وتراوحت أعمار المشاركين من 15 إلى 35 عاماً (لأنهم يميلون إلى قضاء أكثر الوقت أمام الشاشة، ولديهم أعلى معدلات

ملكية للهواتف الذكية)، على الرغم من أن متوسط العمر الإجمالي كان 28.8 عاما، وكان معظم المشاركين من الإناث (60%). وحدد الباحثون لكل دولة درجة لاستخدام الهاتف الذكي المثير للمشاكل، التي تتراوح من 10 إلى 60. واحتلت الصين المرتبة الأعلى، برصيد 36 من أصل 60.

وكانت إيران في المرتبة السادسة برصيد 31.52، كما لدى كندا (بناء على عينة تم أخذها في جامعة ماكغيل) معدلات عالية جدا أيضا، حيث احتلت المرتبة السابعة، وتلتها تركيا في المرتبة الثامنة، ثم مصر برصيد 29.54 من أصل 60. ويعتقد الباحثون أن التفسير المحتمل للاختلافات قد يكون تباين الأعراف الاجتماعية والتوقعات الثقافية المحيطة بأهمية البقاء على اتصال بانتظام من خلال الهواتف الذكية.

والبلدان التي لديها أقل مشكلة في استخدام الهواتف الذكية، ألمانيا وفرنسا، تعد "فردية ومنفصلة ثقافيا"، لذلك قد لا تشارك في مثل هذه المعايير. وبشكل عام، أظهرت النتائج أن استخدام الهواتف الذكية المثير للمشاكل أخذ في الازدياد في جميع أنحاء العالم، وهو ما قد تكون له "عواقب نفسية".

وخلص الباحثون إلى أنه "نظرا لأن المؤسسات تتبع مقاييس موضوعية، مثل ملكية الهواتف الذكية ووقت الشاشة، فمن المهم أيضا تقييم الجوانب الذاتية والعواقب النفسية لهذا الانتشار". ويأمل الفريق أن تساعد هذه النتائج الباحثين وصانعي السياسات على تحديد وتوقع استخدام الهواتف الذكية المثير للمشاكل في جميع أنحاء العالم. كما أطلق الفريق مؤخرا موقعا على شبكة الإنترنت للجمهور لتقييم إدماهم للهواتف الذكية مقارنة

بالأخريين حول العالم. ويقدم الموقع أيضا توصيات للأشخاص الذين يتطلعون إلى تقليل وقت استخدامهم للشاشة والاطلاع على أنشطة بديلة، وربما صحية أكثر.

(مصدر: الجزيرة)



(<https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2022/2/13> -السعودية-
(وماليزيا-والصين-في-الصدارة

B. Kosakata

<i>Terdepan</i>	الصدارة
<i>Kecanduan</i>	إدمان
<i>Smartphone</i>	الهواتف الذكية
<i>Laporan</i>	تقرير
<i>Analisis Statistik</i>	تحليل إحصائيا
<i>Amerika Serikat</i>	الولايات المتحدة
<i>Uni Emirat Arab</i>	المملكة المتحدة العربية
<i>Ekspektasi budaya</i>	لتوقعات الثقافية
<i>Konsekuensi psikologis</i>	عواقب نفسية
<i>Pengukuran objektif</i>	مقاييس موضوعية

C. Jawablah pertanyaan berikut ini!

6. هل الزيادة في عدد مستخدمي الهواتف الذكية تتناسب طرديا مع وقت استخدامها؟ لماذا؟

7. أي بلد سجلت أعلى معدلات استخدام الهواتف الذكية وأقلها؟

8. كيف استخدام الهواتف الذكية بين عامي 2014 و2020؟

9. ما هي الدرجة التي حصلت عليها الصين تحتل المرتبة الأعلى في استخدام الهواتف الذكية التي تنطوي على مشاكل؟

10. لماذا أطلق الفريق مؤخرا موقعا على شبكة الإنترنت للجمهور لتقييم إدمانهم للهواتف الذكية؟

D. Carilah makna dari kosa kata atau ungkapan berikut dan isikan pada kolom yang masih kosong, baik dalam bahasa Indonesia maupun Arab

Indonesia	Arab	Indonesia	Arab
Francis		Website	
	جامعة ماكغيل		شبكة الإنترنت

	الأعراف الاجتماعية	Pengguna	
Reportase		Artikel Penelitian	
Statistik			مونتريال

E. Buatlah kalimat lengkap dengan menggunakan kata atau ungkapan berikut ini!

1. الهواتف الذكية

2. أظهر(أظهرت)

3. في المقابل

4. حول العالم

5. في المرتبة الأعلى

F. Mini Proyek: Penelitian Bahasa (Arabisasi)

Lakukanlah penelitian secara berkelompok tentang Arabisasi dalam teks berita berbahasa Arab dengan mengikuti langkah-langkah berikut ini:

1. Buatlah kelompok yang terdiri dari 3-4 orang

2. Bacalah tentang konsep Arabisasi (*at-ta'rib*) (akan dibriefing oleh dosen terkait konsep tersebut)
3. Temukan dan catat kata-kata yang menurut Anda dihasilkan dari proses Arabisasi pada teks bacaan di atas
4. Amati dan analisislah dari segi perubahan konsonannya
5. Buatlah laporan hasil penelitian, lalu dikumpulkan pada tempat dan waktu yang telah disepakati

BAB V

TEKS BERITA (REPORTASE) TEMA HIBURAN & OLAHRAGA

Masih sama dengan jenis teks sebelumnya, pada BAB V ini masih menyajikan teks berita atau reportase. Pada bab ini disajikan cuplikan teks berita dengan tema hiburan dan olahraga, serta beberapa latihan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan mahasiswa. Adapun **tujuan pembelajarannya** adalah agar mahasiswa memahami dan mampu menganalisis teks-teks berita berbahasa Arab di bidang hiburan, rekreasi, dan olahraga, mengenal beberapa kosa kata dan istilah di bidang tersebut, serta dapat menggunakannya dalam kemahiran menulis berita berbahasa Arab dengan tema serupa.

A. Bacalah teks berita (reportase) berikut ini!

<<كابوس كريستيانو رونالدو مستمر مع مانشستر يونايتد>>

تستمر مسيرة كريستيانو رونالدو الصعبة مع مانشستر يونايتد، إذ يمر النجم البرتغالي الآن بفترة تراجع عصبية، وأطول فترة ابتعاد عن هز الشباك منذ موسم 2008-2009. وبعد أداء مخيب آخر ضد بيرنلي مساء الثلاثاء، يصل النجم البرتغالي إلى المباراة الخامسة على التوالي دون تسجيل أي هدف، على غير عادته.

لم تكن عودة رونالدو إلى أولد ترافورد بعد انتقاله الصيف الماضي من يوفنتوس كما كان مخططاً لها تماماً، حيث كانت بعيدة

كل البعد عن القصص الخيالية التي كان يأملها الكثيرون بإعادته فريقه القديم لمنصات التتويج الغائب عنها منذ 4 سنوات. بدلاً من ذلك، كان موسمًا محبطًا لكل من النادي واللاعب، وفي الأسابيع الأخيرة بدأ الحلم يتحول إلى ما يشبه الكابوس، حيث يحتل الشياطين الحمر حاليًا المركز الخامس في الدوري الإنجليزي الممتاز، وهو أمر محبط للأمال خاصة أن الفريق يتقدم بـ 3 نقاط فقط عن توتنهام، صاحب المركز السابع، الذي خاض 3 مباريات أقل مما يعني أنه قد يطيح به من هذا المركز قريبًا جدًا.

تلقى رونالدو الكثير من الاستحسان في وقت سابق من الموسم لأنه غالبًا ما كان ينقذ يونايتد الباهت من المواقف الصعبة، ولا تزال أرقامه البالغة 14 هدفًا وتمريراته الحاسمة في 26 مباراة محل إشادة. لكن ذلك لن يستمر طويلًا بعد أن خاض الآن 5 مباريات دون أن يسجل لمان يونايتد، في تراجع لم يحدث له منذ نحو 13 عامًا. وفشل رونالدو في هز شبك فرق: ولفرهامبتون، وبرينتفورد، وويستهام، وبيرنلي (في الدوري الإنجليزي الممتاز) وميدلسبره (في كأس الاتحاد الإنجليزي)، حتى أنه أهدر ركلة جزاء ضد الأخير.

ويخشى أن يكون تراجع رونالدو، نتيجة تقدمه في السن حيث أكمل في الخامس من الشهر الجاري 37 عامًا، وبداية انفرط عقد نجوميته وتحوله من الأرقام القياسية الإيجابية إلى مثلثها السلبية، إذ لم يحدث أن لعب 5 مباريات دون أن يسجل سواء في يوفنتوس أو ريال مدريد.

(مصدر: الجزيرة)



(<https://www.aljazeera.net/sport/football/2022/2/9/>-كابوس-
كريستيانو-رونالدو-مستمر-في

B. Kosakata

<i>Perjalanan (karir)</i>	مسيرة
<i>Mimpi buruk</i>	كابوس
<i>Old Trafford</i>	أولد ترافورد
<i>Klub</i>	النادي
<i>Liga Primer Inggris (EPL)</i>	الدوري الإنجليزي الممتاز
<i>FA Cup</i>	كأس الاتحاد الإنجليزي
<i>Tendangan penalti</i>	ركلة جزاء
<i>Catatan positif</i>	الأرقام القياسية الإيجابية
<i>Mencetak gol</i>	سجّل - يسجّل
<i>Real Madrid</i>	ريال مدريد

C. Jawablah pertanyaan berikut ini!

1. متى تكون مسيرة كريستيانو رونالدو صعبة مع مانشستر يونايتد؟

2. كيف يبدو كريستيانو رونالدو ضد بيرنلي مساء الثلاثاء؟

3. لماذا لم تكن عودة رونالدو إلى أولد ترافورد بعد انتقاله الصيف الماضي من يوفنتوس كما كان مخططا لها تماما؟

4. ما المراد بالكابوس من هذا النص؟

5. بناءً على النص ، كم عدد المباريات التي فشل رونالدو في تسجيلها؟

D. Lengkapi kalimat di bawah ini dengan kata-kata yang sesuai!

المواقف الصعبة	تقارير	الأسبوع الأخير
الرحيل	ويستهام	الأرقام القياسية

1. كشفت (.....) إسبانية موقف المهاجم الجابوني بيير إيمريك أوباميانج من الرحيل عن برشلونة

2. وبحسب صحيفة "موندو ديپورتيفو" الإسبانية، لا يرغب أوباميانج في (.....) عن برشلونة، ويرغب في إكمال عقده مع البرسا

3. وأضاف "أشياء غريبة" بضعة ملايين من ساعات المشاهدة إلى أرقامه القياسية السابقة في (.....)

4. وفشل رونالدو في هز شباك فرق: ولفرهامبتون، وبرينتفورد،
و(.....)، وبيرنلي، وميدلسبره، حتى أنه أهدر ركلة جزاء ضد الأخير

5. تلقى رونالدو الكثير من الاستحسان في وقت سابق من الموسم لأنه غالبًا
ما كان ينقذ يونايتد الباهت من (.....)

E. Terjemahkan kalimat berikut ke dalam bahasa Indonesia!

1. لم تكن عودة رونالدو إلى أولد تر افورد بعد انتقاله الصيف الماضي من
يوفنتوس كما كان مخططا لها تماما

2. وقال دي لورينتيس يوم الثلاثاء الماضي إنه لن يتعاقد مع لاعبين أفارقة
بعد الآن ما لم يوافقوا على الغياب عن كأس أمم أفريقيا

3. وقال كوليبالي لصحيفة الغارديان "تحدثت مع المالك باحترام وأبلغته أنني أريد المغادرة إلى تشلسي لكنه أخبرني أن ذلك لن يكون ممكناً

4. وشهدت مباراة نهائي دوري أبطال أوروبا الأخيرة بين ليفربول وريال مدريد إلغاء هدف لريال مدريد بداعي التسلسل، في ظل تشكيك كبير من خبراء التحكيم في أنحاء العالم في هذا القرار.

5. وقال الاتحاد الدولي (فيفا) الشهر الماضي إن هذا النظام سيستخدم في كأس العالم هذا العام في قطر، ووعد بقرارات أكثر دقة وأسرع بكثير.

BAB VI

ARTIKEL OPINI (PEMBACA/AHLI)

Sebagaimana disampaikan pada bagian pendahuluan, artikel opini adalah tulisan lepas yang berisi pendapat atau komentar pembaca yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu. Artikel opini dapat berbentuk kolom khusus opini, surat pembaca, atau bahkan dari redaktur surat kabar itu sendiri (dibahas secara khusus pada bab selanjutnya tentang tajuk rencana).

Pada teks berita seorang penulis tidak boleh menyampaikan pendapat subjektifnya, namun dalam artikel opini penulis dapat menyampaikan sudut pandang, argumen, atau bahkan keberpihakannya terhadap proposisi/fenomena yang sedang dibahas. Dengan mempelajari artikel-artikel opini, mahasiswa diharapkan dapat mengetahui sikap/perspektif pembaca atau masyarakat pada umumnya terhadap suatu peristiwa yang aktual.

Pada bab ini disajikan cuplikan teks artikel opini yang ditulis oleh salah seorang pembaca (kontributor) pada surat kabar *Youm 7 (al-Yaum as-Sabi')* dan juga beberapa latihan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan mahasiswa. Adapun **tujuan pembelajarannya** adalah agar mahasiswa memahami karakteristik dan mampu menganalisis teks-teks opini berbahasa Arab, mengenal beberapa kosa kata baru yang digunakan dalam tulisan tersebut, serta dapat

menggunakannya dalam kemahiran menulis artikel opini berbahasa Arab.

A. Bacalah teks artikel opini berikut ini!

>>الحوار الوطني وسياسة "بناء الاستقرار" في "الجمهورية الجديدة"<<

ربما كان التزامن بين انطلاق الحوار الوطني، والاحتفال بذكرى ثورة 30 يونيو، أحد العلامات الهامة، التي عكست ارتباط "الجمهورية الجديدة"، بتحقيق التوافق السياسي والمجتمعي، بدءً من يوم ميلادها، وحتى اللحظة الراهنة، خاصة وأنه السنوات الـ9 الماضية، كانت بمثابة عملية متكاملة لما يمكننا تسميته بـ"بناء الحوار"، عبر إشراك العديد من الفئات، كل على حدة، في عملية حوارية، تهدف أولاً إلى اطلاعهم على حجم التحديات التي تواجه الدولة المصرية، لضمان مشاركتهم الفعلية، فيما يتعلق بمواجهة تلك التحديات، بالإضافة إلى كونها بمثابة فرصة لإعداد الكوادر المؤهلة من كافة الفئات المجتمعية، سواء الشباب أو المرأة، أو ذوى الهمم، للتعاور فيما بينهم، من جانب، أو مع القوى السياسية ومنظمات المجتمع المدني من جانب آخر.

ولكن بعيداً عن التزامن بين الحوار وذكرى ثورة المصريين في 30 يونيو، والذي تناولناه في مقال سابق، يبقى توقيت الحوار المتزامن مع العديد من الأزمات التي يشهدها العالم، وفي القلب منه مصر، أحد أهم المفارقات الجديرة بالاهتمام، والتي تعكس رغبة عارمة في بناء حالة من الاستقرار المجتمعي، عبر إشراك كافة فئات

المجتمع في مجابهة الأزمات، التي تحمل قدرا كبيرا من الاستثنائية، سواء فيما يتعلق بتداعيات الأزمة الأوكرانية، وما ترتبط به من قضايا الأمن الغذائي وأمن الطاقة، ناهيك عن الأوضاع الاقتصادية العالمية المتأزمة، إثر تواتر الأزمات، بدءاً من تفشي الوباء، والإجراءات التي ترتبت عليه، ثم المعركة الدائرة حالياً في أوكرانيا، لتضع دول العالم، باختلاف إمكاناتها في مواجهة أزمة حقيقية.

وبين عمليتي "بناء الحوار" و"بناء الاستقرار"، نجد أن ثمة حالة من الانسجام، بين كافة السياسات التي تتبناها الدولة المصرية في السنوات الماضية، فالحوار الوطني الجاري هو ثمرة لحوارات عديدة، اشتركت فيها كافة الفئات منذ 30 يونيو، والتي تهدف في مجملها تحقيق الاستقرار والاستفادة من الخبرات، التي تتمتع بها الكوادر المؤهلة، في التعامل مع التحديات، وهو ما لم يقتصر على المصريين فقط، وإنما امتد لاستضافة الأجانب في مختلف القطاعات، وهو ما يبدو في التحول الذي شهدته مؤتمرات الشباب، والتي ارتبطت بانطلاق الجمهورية الجديدة، لتصبح فيما بعد "منتدى شباب العالم"، والذي فتح الباب أمام حوار أوسع مع شباب الدول الأخرى والاستفادة من خبراتهم في مختلف المجالات.

ولعل التركيز طيلة السنوات الماضية، على العديد من الفئات التي عانت تهميشاً كبيراً في العهود السابقة، كالشباب، والمرأة وذوى الهمم، يمثل في جوهره إدراكاً عميقاً من قبل الدولة المصرية، في إطار جمهوريتها الجديدة، ليس فقط بأهمية الدور الذي يمكنهم القيام به، في قيادة عملية التنمية، وإنما أيضاً لدروس الماضي القريب، إذا ما وضعنا في الاعتبار حقيقة مفادها

أن الشباب والمرأة كانوا بمثابة الوقود الذي أشعل "الربيع العربي" أولاً، بينما كانوا في مقدمة صفوف الثائرين في 30 يونيو، لاستعادة دولتهم، من برائن التطرف، وتصحيح الأوضاع، بعدما آلت الأمور إلى الفوضى، وهو ما يعكس طاقتهم، والحاجة إلى توظيفها بما يخدم مصالح البلاد ومواطنيها.

الانسجام في خطوات الدولة الهادفة إلى "بناء الاستقرار" لا يقتصر على الداخل، وإنما كانت أحد أعمدة دبلوماسيتها الإقليمية، وهو ما بدا في العديد من القمم والاجتماعات، التي عقدتها في إطار تحويل المنافسة إلى صراع، وهو ما يبدو في العديد من المشاهد، أبرزها القمم الثلاثية، أو العمل الدؤوب على توجيه الأنظار نحو التحديات المشتركة، على غرار الأزمة الأوكرانية، والعمل على مجابها، عبر توحيد المواقف، مما يساهم في تعظيم المصالح المشتركة، على حساب الخلافات البينية، وهو ما يساهم في تحقيق التوازن الإقليمي خلال المرحلة الراهنة.

وهنا يمكننا القول بأن الحوار الوطني هو خطوة مهمة في عملية شاملة، تهدف إلى "بناء الاستقرار" سواء في الداخل، عبر إشراك كافة الفئات عملية حوارية، تهدف إلى تحقيق أكبر قدر من التوافق، فيما يتعلق بالأزمات المحيطة، من جهة، أو في الخارج عبر حوار إقليمي تخوضه مصر مع كافة الدول لتوحيد المواقف فيما يتعلق بالقضايا المشتركة.

(مصدر: اليوم السابع)



(<https://www.youm7.com/story/2022/7/6/-الحوار-الوطني-وسياسة-بناء-الاستقرار-5827433>)
الحوار-الوطني-وسياسة-بناء-الاستقرار-
(في-الجمهورية-الجديدة/5827433)

B. Kosakata

Dialog nasional
Konsensus politik dan sosial
Kader-kader yang berkualitas
Stabilitas masyarakat
Krisis situasi ekonomi dunia
Transformasi
Forum pemuda internasional
Keharmonisan
Tantangan bersama
Stabilitas regional

الحوار الوطني
التوافق السياسي والمجتمعي
الكوادر المؤهلة
الاستقرار المجتمعي
الأوضاع الاقتصادية العالمية المتأزمة
التحوّل
منتدى شباب العالم
الانسجام
التحديات المشتركة
التوازن الإقليمي

C. Jawablah pertanyaan berikut ini!

1. هل الحوار الوطني أحد العلامات الهامة لتحقيق التوافق السياسي والمجتمعي؟ لماذا؟

2. كيف يمكن أن تظل مصر من أهم المفارقات الجديدة بالاهتمام والتي
تعكس رغبة جامحة في بناء حالة من الاستقرار المجتمعي؟

3. ما هو السبب وراء التركيز الحالي على فئات الشباب، والمرأة، وذوي الهمم
في العهد السابقة في مصر؟

4. ما هي النتائج الملموسة أو الإنجازات التي تحققت بفضل هذا الانسجام في
خطوات بناء الاستقرار على المستوى الإقليمي؟

5. كيف يمكن أن يساهم الحوار الوطني في تحقيق الاستقرار الداخلي في
مصر وتعزيز العملية الديمقراطية؟

**D. Susunlah kalimat sederhana dengan beberapa kosata
atau ungkapan berikut ini!**

1. التزامن

2. بالإضافة (إلى)

3. السنوات الماضية

BAB VII

ARTIKEL TAJUK RENCANA

Sebagaimana disampaikan pada bagian pendahuluan bahwa tajuk rencana merupakan artikel pokok atau rubrik dalam sebuah surat kabaryang berisi pandangan redaksi terhadap kejadian yang sedang hangat dibicarakan oleh public pada saat surat kabar diterbitkan. Dengan mempelajari artikel tajuk rencana, mahasiswa diharapkan dapat mengetahui pendapat atau sikap redaktur surat kabar secara umum terhadap persoalan aktual, fenomela, dan kontroversial, atau segala peristiwa yang sedang hangat dibicarakan.

Pada bab ini disajikan cuplikan teks artikel tajuk rencana yang ditulis oleh redaktur surat kabar Al-Ahram dan juga beberapa latihan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan mahasiswa. **Tujuan pembelajarannya** adalah agar mahasiswa memahami karakteristik dan mampu menganalisis teks-teks tajuk rencana berbahasa Arab, mengenal beberapa kosa kata baru yang digunakan dalam tulisan tersebut, serta dapat menggunakannya dalam kemahiran menulis artikel tajuk rencana berbahasa Arab.

A. Bacalah teks artikel tajuk rencana berikut ini!

<<الزعيم والجمهورية الجديدة>>

حملت كلمة الرئيس عبدالفتاح السيسي في حفل إفطار الأسرة المصرية رسائل مهمة، وأجابت عن تساؤلات لطالما حيرت الشارع، وأكدت أن الله وهب مصر زعيمًا يحب البلد، وتحبه البلد، يعرف كيف ومتى يتخذ القرارات الكبرى، وما أكثرها منذ ثورة 30 يونيو، وهي القرارات التاريخية التي أنقذت البلد من الضياع، ووقفت به على أقدامه مرة أخرى، ليمارس دوره العربي والإقليمي والعالمي بعد أن أسس لجمهورية جديدة، ترفع شعارات لم يعهدها المواطن من قبل، وتعطيه حقه في حياة كريمة، وتضع الوطن بين الأمم المتقدمة التي لا ينال منها أحد، مهما تكن قوته وسطوته، ومهما تمتد أذرعه بالشر.

الآن فقط، خرج الرئيس على الشعب، ليقول له إن ما وصلنا إليه في ظروف عالمية حالكة السواد، وشديدة الصعوبة، يؤكد أن ما تم اتخاذه من قرارات قاسية، ظهرت نتيجته، وثبت أنه كان حتميًا، فرضته الظروف الداخلية والخارجية، وما يواجهه الشعب والوطن من تريبص، ورغبة ملحة في قصم ظهره وإسقاطه. وما أقدم عليه الرئيس من قرارات تاريخية - كان البعض يظنها بعيدة المنال-، يعكس، بما لا يدع مجالاً للشك، حجم ما تم إنجازه بتضحيات غالية، وما تم وضعه من خطة عمل متكاملة للمستقبل الذي تحمله الجمهورية الجديدة، وبعث رسالة لكل المصريين بمختلف انتماءاتهم، بأننا نقف على أرض صلبة بما حققناه خلال ٨ سنوات، ودشن في الوقت نفسه حقبة جديدة من

العمل الوطني تستوعب كل المصريين، طالما كان الهدف مصر التي بها ولها نعمل، ولم ينس الزعيم دور الشعب المصري في تجاوز التحديات العظيمة والأزمات التي واجهتها البلاد، وسط ظروف صعبة يمر بها العالم، وحملات تشكيك من جانب فصيل بعينه فيما يتحقق من إنجازات.

ولأن ثمار الإصلاح تحققت، وانعكست على مؤشرات الاقتصاد الكلي، وتم تحقيق نقلة نوعية في إنشاء مدن الجيل الرابع، ودارت عجلة البناء والإنتاج في كل المجالات والقطاعات، وضمنت الدولة انعكاسًا مباشرًا لمعدلات النمو على المواطن الأكثر احتياجًا في الريف المصري وضمان تحقيق العدالة الاجتماعية، اتخذ الرئيس السيسي 13 قرارًا تاريخيًا، تتناسب والجمهورية الجديدة، استقبلها المواطنون بترحاب شديد وهي:

- أولًا: تكليف الحكومة بعقد مؤتمر صحفي عالمي لإعلان خطة الدولة المصرية للتعامل مع الأزمة الاقتصادية العالمية.
- ثانيًا: إطلاق مبادرة دعم وتوطين الصناعات الوطنية للاعتماد على المنتج المحلي وتقليل الواردات.
- ثالثًا: تكليف أجهزة ومؤسسات الدولة بالاستمرار في دعم مبادرة التحالف الوطني للعمل الأهلي والتنموي.
- رابعًا: دعوة الأجهزة المعنية ومؤسسات المجتمع المدني لإطلاق منصة حوار من خلال التحالف الوطني للعمل الأهلي التنموي.
- خامسًا: تكليف الحكومة والأجهزة المعنية بتعزيز كل أوجه الدعم المقدم لمزارعي القمح في مصر.

- سادسًا: إعادة تفعيل عمل لجنة العفو الرئاسي التي تم تشكيلها كأحد مخرجات المؤتمر الوطني للشباب.
- سابعًا: استمرار توفير السلع الأساسية للمواطنين من خلال المعارض المختلفة التي تمت إقامتها على مستوى محافظات الجمهورية.
- ثامنًا: تكليف إدارة المؤتمر الوطني للشباب بالتنسيق مع كل التيارات السياسية الحزبية والشبابية لإدارة حوار سياسي حول أولويات العمل الوطني خلال المرحلة الراهنة.
- تاسعًا: قيام الحكومة بالإعلان عن خطة واضحة يتم الالتزام بها لخفض الدين العام؛ كنسبة من الدخل القومي وعجز الموازنة على مدار السنوات الأربع المقبلة.
- عاشرًا: قيام الحكومة بطرح رؤية متكاملة للنهوض بالبورصة المصرية تستهدف مضاعفة أحجام وأعداد الشركات المقيد لها أوراق مالية، والمستثمرين المحليين والأجانب، والمؤسسات المختلفة.
- الحادي عشر: تكليف الحكومة بالإعلان عن برنامج لمشاركة القطاع الخاص في الأصول المملوكة للدولة.
- الثاني عشر: قيام الحكومة بالبدء في طرح حصص من شركات مملوكة للدولة في البورصة المصرية.
- الثالث عشر: استكمال سداد المديونية الخاصة لـ700 من الغارمين والغارمات المتواجدين بالسجون، بتكلفة مالية تصل إلى 45 مليون جنيه.

(مصدر: الأهرم)



(<https://gate.ahram.org.eg/News/3497989.aspx>)

B. Kosakata

Penguasa	الزعيم
Presiden	رئيس الجمهورية
Keputusan besar	القرارات الكبرى
Keputusan bersejarah	القرارات التاريخية
Negara-negara maju	الأمم المتقدمة
Kondisi global yang gelap (sulit)	ظروف عالمية حالكة السواد
Keadilan sosial	العدالة الاجتماعية
Krisis ekonomi global	الأزمة الاقتصادية العالمية
Komite Pengampunan Presiden	لجنة العفو الرئاسي
Indikator ekonomi makro	مؤشرات الاقتصاد الكلي

C. Jawablah pertanyaan berikut ini!

1. ما هي الرسائل الرئيسية التي وردت في كلمة الرئيس عبدالفتاح السيسي في حفل إفطار الأسرة المصرية؟

2. ما هي القرارات التاريخية التي يشار إليها هنا والتي تم اتخاذها بعد ثورة 30 يونيو؟

3. ما هي الظروف العالمية الصعبة التي يشير إليها الرئيس؟ وكيف أثرت على البلاد والشعب؟

4. كيف يقدر الزعيم دور الشعب المصري في تجاوز التحديات والأزمات؟ وما هي الإنجازات التي تحققت بفضل تضحيات الشعب؟

5. هل تتناسب القرارات التاريخية الـ 13 التي اتخذها الرئيس السيسي مع الجمهورية الجديدة؟ وكيف تم استقبالها من قبل المواطنين؟

D. Buatlah pertanyaan untuk pernyataan-pernyataan berikut ini!

1. حملت كلمة الرئيس عبدالفتاح السيسي في حفل إفطار الأسرة المصرية رسائل مهمة

2. ولم ينس الزعيم دور الشعب المصري في تجاوز التحديات العظيمة والأزمات التي واجهتها البلاد

3. وما أقدم عليه الرئيس من قرارات تاريخية - كان البعض يظنها بعيدة المنال-، يعكس، بما لا يدع مجالاً للشك، حجم ما تم إنجازه بتضحيات غالية

4. ودشن الرئيس في الوقت نفسه حقبة جديدة من العمل الوطني تستوعب كل المصريين، طالما كان الهدف مصر التي بها ولها نعمل

5. خرج الرئيس على الشعب، ليقول له إن ما وصلنا إليه في ظروف عالمية حالكة السواد، وشديدة الصعوبة، يؤكد أن ما تم اتخاذه من قرارات قاسية

E. Hubungkan kalimat pada kolom أ dan ب berikut dengan kata hubung yang sesuai!

ب	الربط	أ
يمارس دوره العربي والإقليمي والعالمي		ووقفت به على أقدامه مرة أخرى
كان الهدف مصر		ودشن الرئيس في الوقت نفسه حقبة جديدة من العمل الوطني تستوعب كل المصريين
إطلاق منصة حوار من خلال التحالف الوطني للعمل الأهلي التنموي		دعوة الأجهزة المعنية ومؤسسات المجتمع المدني

ولأن ثمار الإصلاح تحققت	اتخذ الرئيس السيسي 13 قرارًا تاريخيًا
-------------------------	--

بينما	ل	ثمّ
ف	طالما	ل

F. Terjemahkan kalimat berikut ke bahasa Arab!

1. إطلاق مبادرة دعم وتوطين الصناعات الوطنية للاعتماد على المنتج المحلي وتقليل الواردات

2. تكليف أجهزة ومؤسسات الدولة بالاستمرار في دعم مبادرة التحالف الوطني للعمل الأهلي والتنموي

3. إعادة تفعيل عمل لجنة العفو الرئاسي التي تم تشكيلها كأحد مخرجات المؤتمر الوطني للشباب.

4. قيام الحكومة بالإعلان عن خطة واضحة يتم الالتزام بها لخفض الدين العام؛ كنسبة من الدخل القومي وعجز الموازنة على مدار السنوات الأربع المقبلة

5. استمرار توفير السلع الأساسية للمواطنين من خلال المعارض المختلفة التي تمت إقامتها على مستوى محافظات الجمهورية

BAB VIII

IKLAN KOMERSIAL

Sebagaimana disampaikan pada bagian pendahuluan, iklan komersial adalah suatu bentuk pesan pemasaran yang ditujukan untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek tertentu kepada khalayak atau konsumen potensial (Nirmala, 2020). Tujuan utama iklan komersial adalah untuk meningkatkan kesadaran, mempengaruhi preferensi, dan mendorong tindakan pembelian atau interaksi dengan produk atau layanan yang diiklankan. Adapun struktur penulisan iklan komersial dapat bervariasi tergantung pada platform dan media yang digunakan, baik berupa teks, audio, video, maupun gabungan antara ketiganya. Teks iklan biasanya terdiri dari beberapa komponen penting yang dirancang untuk menarik perhatian, menggugah minat, dan mempengaruhi audiens untuk mengambil tindakan tertentu.

Berikut adalah struktur umum yang sering digunakan dalam teks iklan:

- *Headline* (Judul):

Judul iklan berfungsi sebagai pemikat awal yang menarik perhatian pembaca atau pendengar. Judul harus singkat, padat, dan menarik sehingga membuat audiens ingin terus membaca atau mendengarkan iklan. Headline yang kuat seringkali mengandung elemen menarik, janji, manfaat, atau pertanyaan yang memicu rasa ingin tahu audiens.

- *Body Copy* (Teks Utama)

Bagian ini adalah inti dari teks iklan yang berisi informasi lebih lanjut tentang produk, jasa, atau pesan yang ingin disampaikan. Teks utama harus jelas, padat, dan terorganisir dengan baik. Ini dapat mencakup keunggulan, manfaat, fitur, testimonial, statistik, atau cerita pendek yang relevan. Teks ini harus disusun dengan gaya yang menarik dan menggugah minat pembaca atau pendengar.

- *Call to Action* (Panggilan untuk Bertindak): Panggilan untuk bertindak adalah elemen penting dalam iklan yang mengarahkan audiens pada tindakan yang diinginkan. Ini bisa berupa ajakan (persuasi) untuk membeli produk, mengunjungi situs web, menghubungi nomor telepon, mendaftar, berlangganan, atau melakukan tindakan lain yang diinginkan oleh pemasang iklan. Panggilan untuk bertindak harus jelas, tegas, dan memotivasi audiens untuk mengambil tindakan.

- Kontak atau Informasi Tambahan

Terkadang, iklan juga mencantumkan informasi kontak atau detail tambahan yang berguna bagi audiens yang ingin mendapatkan lebih banyak informasi atau menghubungi pemasang iklan. Ini bisa berupa alamat, nomor telepon, alamat email, atau tautan ke situs web atau media sosial yang relevan.

- Branding

Bagian akhir teks iklan sering mencakup elemen branding, seperti menyertakan nama merek, slogan merek, atau elemen visual khas merek. Hal ini membantu memperkuat identitas merek dan menciptakan keterkaitan antara iklan dan merek yang terkait.

Pada bab ini disajikan contoh gambar (teks) iklan komersial berbahasa Arab dan juga beberapa latihan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan mahasiswa. Adapun **tujuan pembelajarannya** adalah agar mahasiswa memahami dan mampu menganalisis teks-teks iklan komersial berbahasa Arab di media massa, mengenal beberapa istilah di bidang periklanan (komersial), serta dapat menggunakannya dalam kemahiran menulis iklan berbahasa Arab.

A. Baca dan amatilah iklan komersial berikut ini!

(i)



Sumber: <https://arwordshub.com/> اعلان-عن-مطعم/

أفزع لجوعك

اختر إحدى الساندويتشات مع (بيبي و بطاطس مقلية) بـ 15 ريال فقط!

- هرفي كبير بالجبنة
- دبل هرفي
- سوبر هرفي

يسري هذا العرض يوميا من الساعة 12 ظهرا وحتى 7 مساء ولفتره محدوده هرفي ... هو اختياري

(ب)



عرض
كامل..مكمل

- ✓ بدون دفعة أولى
- ✓ بدون رسوم إدارية
- ✓ القسط الأول علينا



- ضمان ممتد مجاني لمدة 3 سنوات بدون تحديد للكيلومترات
- خدمة المساعدة على الطريق لمدة سنة
- عازل حراري مجانياً

تمتع بسيارتك الجديدة من **أوتوستار** والقسط الأول علينا
تقدم بطلب التمويل الخاص بك عن طريق
موقع المربع نت للسيارات وسوف نتواصل معك

تطبيق الشروط والأحكام

AutoStarKsa 920006191
TaaJeerFin 920000649

تأجير
للتموليل

أوتوستار
كل الخيارات... بكل التسهيلات

Sumber: https://www.almuraba.net/news_view_312112.html

المربع نت. تابع آخر أخبار السيارات كل يوم (almuraba.net)

عرض كامل .. مكتمل

✓ بدون دفعة أولى

✓ بدون رسوم إدايرة

✓ القسط الأول علينا

● ضمان ممتد مجاني لمدة 3 سنوات بدون تحديد للكيلومترات

● خدمة المساعدة على الطريق لمدة سنة

● عازل حراري مجاني

تمتع بسيارتك الجديدة من أوتوستار والقسط الأولى علينا تقدم بطلب التمويل

الخاص بك عن طريق موقع المربع نت للسيارات وسوف نتواصل معك

* تنطبق الشروط والأحكام

أوتوستار (Autostar) كل الخيارات ... بكل التسهيلات

B. Kosakata

<i>Promo (Penawaran)</i>	العرض
<i>Sandwich</i>	الساندويتشات
<i>Periode terbatas</i>	فترة محدودة
<i>Uang muka</i>	دفعة أولى
<i>Biaya administrasi</i>	رسوم إدايرة
<i>Nikmati!</i>	تمتّع!
<i>Syarat dan ketentuan berlaku</i>	تنطبق الشروط والأحكام
<i>Gratis</i>	مجانا
<i>Garansi</i>	ضمان

C. Jawablah pertanyaan berikut ini berdasarkan gambar & أ ب tersebut!

1. (أ) هل يمكننا الحصول على 3 أصناف بـ 15 ريال من خلال هذا العرض؟

2. (أ) عند رأيك، لماذا يسرى العرض في ساعات معينة؟

3. (ب) ما العروض التي تقدمها شركة أوتوستار في الإعلان؟

4. (ب) ما هي الخدمات التي تقدمها شركة أوتوستار؟

5. (ب) كيف يمكننا التواصل مع شركة أوتوستار للحصول على العرض؟

D. Susunlah kalimat persuasif (*al-jumal al-muqni`ah*) dengan menggunakan kosakata atau ungkapan berikut ini!

1. فترة محدودة

2. تمّ الافتتاح

3. سعر

4. خصم

E. Buatlah desain poster atau pamflet iklan komersial dari suatu produk, baik berupa barang atau jasa, dengan ketentuan sebagai berikut!

- Dikerjakan secara berkelompok (terdiri dari 3-4 mahasiswa)
- Iklan mengandung kalimat berita & kalimat persuasif
- Dilengkapi dengan ilustrasi yang menarik
- Dikumpulkan dalam format PDF, PNG, atau JPG dengan resolusi yang baik

BAB VIII

IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

Sebagaimana disampaikan pada bagian pendahuluan, iklan layanan masyarakat adalah bentuk iklan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang berhubungan dengan kepentingan sosial dan kesejahteraan masyarakat (Hastuti, 2013; Nisa, 2015). Iklan ini memiliki peran yang penting dalam mengedukasi, menginformasikan, dan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam hal-hal yang berkaitan dengan kesehatan, keselamatan, lingkungan, keberagaman, pendidikan, dan isu-isu sosial lainnya. Tujuan utama dari iklan layanan masyarakat adalah menyebarkan pesan-pesan penting kepada masyarakat luas dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran, mengubah sikap, atau menginspirasi tindakan positif dari individu atau kelompok tertentu. Iklan layanan masyarakat sering kali disponsori oleh organisasi nirlaba, pemerintah, atau badan-badan publik dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan sosial.

Berikut ini beberapa ciri-ciri yang dapat diamati pada iklan layanan masyarakat:

- Tujuan Sosial

Iklan layanan masyarakat bertujuan untuk menyampaikan pesan yang berkaitan dengan kepentingan publik atau masyarakat secara luas. Tujuannya adalah untuk mengubah sikap, perilaku,

atau kebiasaan masyarakat agar lebih positif dan mendukung kebaikan bersama.

- Fokus pada Masalah Sosial

Iklan layanan masyarakat sering kali membahas masalah-masalah sosial yang relevan dalam masyarakat, seperti kesehatan, pendidikan, lingkungan, keamanan, atau perbuatan baik lainnya. Pesan yang disampaikan dalam iklan ini berusaha untuk meningkatkan kesadaran dan mengajak masyarakat untuk bertindak.

- Edukatif dan Informatif

Iklan layanan masyarakat seringkali menyampaikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat. Mereka berusaha untuk mendidik audiens tentang masalah tertentu, memberikan penjelasan tentang dampaknya, serta memberikan solusi atau tindakan yang dapat diambil.

- Menggunakan Media yang Beragam

Iklan layanan masyarakat dapat ditemukan di berbagai media, termasuk televisi, radio, cetak (seperti surat kabar dan majalah), media sosial, dan luar ruangan (billboard, spanduk, poster). Hal ini dilakukan untuk mencapai khalayak yang lebih luas dan menciptakan dampak yang lebih besar.

- Adanya Logo Instansi atau Tanda Pengenal Organisasi

Meskipun iklan layanan masyarakat mungkin tidak berorientasi pada penjualan, mereka sering mencantumkan logo atau tanda

pengenal organisasi atau lembaga yang mendukung iklan tersebut. Ini membantu membangun kepercayaan dan mengidentifikasi sumber pesan.

- Mengundang Partisipasi atau Dukungan

Beberapa iklan layanan masyarakat mengajak audiens untuk berpartisipasi dalam kampanye atau mengambil tindakan konkret untuk mendukung penyampaian pesan tersebut. Ini bisa berupa panggilan untuk berdonasi, menjadi relawan, atau mendukung gerakan sosial tertentu.

Pada bab ini disajikan cuplikan teks iklan layanan masyarakat berbahasa Arab dan juga beberapa latihan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan mahasiswa. Adapun **tujuan pembelajarannya** adalah agar mahasiswa dapat memahami karakteristik iklan layanan masyarakat dan mampu menganalisis teks iklan tersebut, mengenal beberapa kosa kata baru yang digunakan dalam iklan tersebut, serta dapat menggunakannya dalam kemahiran menulis iklan layanan masyarakat berbahasa Arab.

A. Baca dan amatilah iklan layanan masyarakat berikut ini !

• عند السعال أو العطس يجب إستعمال منديل ورقي، أو تغطية الفم والأنف بالمرق.



• رمي المناديل الورقية المستعملة في سلة المهملات، والتي يفضل أن تكون مغلقة.



• تبادل التحية والسلام دون مصافحة واجتناب العناق والتقبيل.



• اجتناب الإتصال عن قرب مع أشخاص يعانون من حمى أو أعراض تنفسية-فرد المستطاع-



• www.evax.tn لتلقي أفضح كرفيد-19 سؤل من خلال بوابة ر استخدم رقم بطاقة المفوضفة بنون الشرطاف



طرق الإبتقال

مرض فيروس كورونا ينتقل من شخص حامل للفيروس إلى آخر عبر:

• القطرات التنفسية الناتجة عن العطس أو السعال والتي تخرج من أنف أو فم شخص مصاب.



• إتصال وثيق وغير محمي مع شخص مصاب.



• إستخدام أغراض أو أسطح ملوثة بالفيروس.



من أجل حماية أنفسنا وغيرنا

• غسل اليدين جيدا بالماء والصابون السائل عدة مرات، ولمدة عشرين ثانية على الأقل.



• أو إستعمال مطهر كحولي في حالة عدم وجود الماء والصابون.



بي نفسك من رونا COVID-19

الجدفد؟

عائلة كبيرة من ذه الففروساف بي حنفا أكثر خطورة ال المتلازمة ط (MERS) والمتلازمة التنفسية فعنفر فيروس كورونا الذي تم عن مرض فيروس كورونا 2019.



رض

كورونا COVID-19 هي:



ة تكون



كيف تحمي نفسك من فيروس كورونا Covid-19

❖ ما هو فيروس كورونا الجديد؟

تشكل فيروسات كورونا عائلة كبيرة من الفيروسات، وتنتج عن هذه الفيروسات أمراض تنفسية تتفاوت في حدتها بين الزكام وأمراض أخرى أكثر خطورة على صحة الإنسان، مثل المتلازمة التنفسية للشرق الأوسط (MERS) والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (SARS). ويعتبر فيروس كورونا الذي تم اكتشافه مؤخرا، مسؤول عن مرض فيروس كورونا 2019.

❖ أعراض الإصابة بالمرض

أعراض الإصابة بفيروس كورونا (Covid-19) هي:

- حمى
 - سعال
 - صعوبة في التنفس
- قد تبدو الأعراض خفيفة وتشبه الزكام ولكنها قد تكون علامات خطيرة أحيانا كالإلتهابات الرئوية.

❖ طرق الانتقال

مرض فيروس كورونا ينتقل من شخص حامل للفيروس إلى آخر عبر:

- القطرات التنفسية الناجمة عن العطس أو العسل والتي تخرج من أنف أو فم شخص مصاب
- اتصال وثيق وغير محمي مع شخص مصاب
- استخدام أغراض أو أسطح ملوثة بالفيروس

❖ من أجل حماية أنفسنا وغيرنا

- غسل اليدين جيدا بالماء والصابون السائل عدة مرات، ولمدة عشرين ثانية على الأقل
- أو استعمال مطهر كحولي في حالة عدم وجود الماء والصابون
- عند السعال أو العطس يجب استعمال منديل ورقي أو تغطية الفم والأنف بالمرفق
- رمي المناديل الورقية المستعملة في سلة المهملات، والتي يفضل أن تكون مغلقة
- تبادل التحية والسلام دون مصافحة واجتناب العناق والتقبيل

- اجتناب الإتصال عن قرب مع أشخاص يعانون من حمى أو

أعراض تنفسية – قدر المستطاع

لتلقي لقاح كوفيد – 19 سجّل من خلال بوابة (www.evax.tn) واستخدم رقم

بطاقة المفوضية بدون الشروط

منظمة الصحة العالمية

Sumber: <https://help.unhcr.org/tunisia/ar/covid-19-useful-information/>

B. Kosakata

<i>Organisasi Kesehatan Dunia (WHO)</i>	منظمة الصحة العالمية
<i>Middle Eastern Respiratory Syndrom (MERS)</i>	المتلازمة التنفسية للشرق الأوسط
<i>Severe Acute Respiratory Syndrom (SARS)</i>	المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة
<i>Perpindahan</i>	الانتقال
<i>Tetes Pernaŕasan (Respiratory Droplets)</i>	القطيرات التنفسية
<i>Vaksin</i>	لقاح
<i>Pneumonia</i>	الإلتهابات الرئوية
<i>Gejala</i>	الأعراض
<i>Sindrom Pernaŕasan</i>	أعراض تنفسية
<i>Alcohol Sanitizer</i>	مطهر كحولي

C. Jawablah pertanyaan berikut ini berdasarkan gambar 1 & 2 tersebut!

6. ما هي الأعراض التي يمكن أن تشبه الزكام ولكن قد تكون علامات على الإلتهابات الرئوية؟

7. ما هي الطرق الفعالة لتجنب الاتصال القرب مع الأشخاص المصابين بالحمى أو الأعراض التنفسية؟

8. ما هي طرق انتقال فيروس كورونا وكيف يمكن الوقاية منه؟

9. لماذا يجب أن يكون غسل اليدين بالماء والصابون السائل لمدة عشرين ثانية على الأقل؟

10. ما هي عواقب التعرض لفيروس كورونا؟

**D. Susunlah kalimat informatif (*al-jumal al-i'lamiyahh*)
dengan menggunakan kosakata atau ungkapan berikut in !**

1. فيروس كورونا

2. الشرق الأوسط

3. عدة مرات

4. الإنتقال

5. قدر المستطاع

E. Buatlah video iklan layanan masyarakat atau himbauan dari suatu instansi atau lembaga, dengan ketentuan sebagai berikut!

- Dikerjakan secara berkelompok (terdiri dari 3-4 mahasiswa)
- Iklan mengandung kalimat berita & kalimat persuasif
- Video dilengkapi dengan ilustrasi yang menarik & mendukung
- Dikumpulkan dalam format MP4, MPG, atau MPEG
- Durasi video maksimal 5 menit

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik. *AT-TABSYIR STAIN Kudus*, 3(2).
- Arifianto, M. L. (2019). MODALITAS DALAM BAHASA ARAB; PENGUNGKAPAN DAN FUNGSINYA PADA TAJUK RENCANA SURAT KABAR AL-AHRAM. *Prosiding Konferensi Nasional Bahasa Arab*, 5(5), 747-758.
- Arifianto, M. L. (2020). The Conjunctive Expressions and Their Types in Arabic News Discourse: A Case Study on Indonesia Al-Youm Arabic News Website. *KnE Social Sciences*.
- Arifianto, M. L., Izzudin, I. F., & Mujahidah, Z. A. (2023, April). Designing Advanced-Level Arabic Mass Media Teaching Material: A Project-Based Learning Approach. In *International Seminar on Language, Education, and Culture (ISoLEC 2022)* (pp. 267-278). Atlantis Press.
- Ashtiany, Julia. (1993). *Media Arabic*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Bell, S. (2010). Project-based learning for the 21st century: Skills for the future. *The clearing house*, 83(2), 39-43.
- Boss, S., & Krauss, J. (2022). *Reinventing project-based learning: Your field guide to real-world projects in the digital age*. International Society for Technology in Education.
- Efat, Ragia M. (2006). "Media Arabic". in Versteegh, K., Eid, M., Elgibali, A., Woidich, M. Zaborski, A. (2006-2009). *The Encyclopedia of Arabic Language and Linguistics Vol 3*. Brill Academic
- Elbousty, J. (2021). *Media Arabic: Journalistic Discourse for Advanced Students of Arabic*. Routledge.
- Goodman, B., & Stivers, J. (2010). Project-based learning. *Educational psychology*, 505.

- Habsari, S. U. H. (2016). Analisa Semiotika Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Lingkungan Hidup. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 3(2), 106-113.
- Hagijanto, A. D. (1999). White Space dalam iklan di media cetak. *Nirmana*, 1(2).
- Halim, S. (2019). Reportase: Panduan praktis reportase untuk media televisi. Kencana.
- Halim, S. (2019). Reportase: Panduan praktis reportase untuk media televisi. Kencana.
- Hassan, Kamel M. 1976. *Modern Standard Arabic*. Egypt: Dàr al-Maàrif.
- Hastuti, S. (2013). Efektivitas iklan layanan masyarakat di televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 67-72.
- Inderasari, E., Hapsari, D. A., Rosita, F. Y., & Ulya, C. (2021). Analisis penggunaan gaya bahasa iklan layanan masyarakat bijak bersosial media di radio Kota Surakarta. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 7(2), 508-528.
- Junaedi, F. (2014). *Jurnalisme penyiaran dan reportase televisi*. Kencana.
- Kadarsih, R. (2008). Demokrasi dalam ruang publik: Sebuah pemikiran ulang untuk media massa di Indonesia. *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah*, 9(1), 1-12.
- Khumaedi, T. (2020). *JURNALISTIK DASAR: Trik Menulis Artikel Opini di Media Cetak & Online bagi Mahasiswa dan Pelajar*. CV. DOTPLUS Publisher.
- Kokotsaki, D., Menzies, V., & Wiggins, A. (2016). Project-based learning: A review of the literature. *Improving schools*, 19(3), 267-277.
- Lahlali, E. M. (2017). *Advanced Media Arabic*. Edinburgh University Press.
- Lase, F. J., & Rio, A. O. (2014). Ekonomi dan diversifikasi media massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 15-23.

- Naufal, M. (2016). PROSES PRODUKSI BERITA UTAMA SURAT KABAR JAWA POS. *INOVATIF: Jurnal Penelitian Pendidikan, Agama, dan Kebudayaan*, 2(1), 177-206.
- Nirmala, V. (2020). Gaya Bahasa dalam Iklan Komersial di Televisi. *BIDAR: Jurnal Ilmiah Kebahasaan & Kesastraan*, 10(2), 1-12.
- Nisa, N. K. (2015). Strategi kreatif iklan layanan masyarakat (ILM) dalam pemasaran sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 158-164.
- Pramesti, I. A. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat dan Cara Membaca Masyarakat Indonesia di Era Digital, serta Dampaknya Pada Bisnis Media Cetak. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 5(1), 117-131.
- Rani, N. L. R. M. (2013). Persepsi Jurnalis dan Praktisi Humas terhadap Nilai Berita. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1).
- Romli, K. (2017). *Komunikasi massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Saragih, M. Y. (2019). Media Massa dan Jurnalisme: Kajian Pemaknaan antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 12.
- Shapiro, I. (2010). Evaluating journalism: Towards an assessment framework for the practice of journalism. *Journalism Practice*, 4(2), 143-162.
- Suhariyanto, S. (2014). IKLAN KOMERSIAL DI RADIO DAN PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1).
- Susanto, E. (2021). Independensi Media Tempo Dan Pengaruh Ekonomi Politik Dalam Praktik Strukturasi. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 24-38.
- Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter Sby). *Jurnal Komunikasi*, 8(3).
- Utama, I. S. (2019). *Panduan Praktis Menulis Artikel*. Prenada Media.

- Van Hout, T., Burger, J. P., García, O., Flores, N., & Spotti, M. (2016). Mediatization and the language of journalism. *Oxford handbook of language and society*, 489-504.
- Zahid, A. (2019). Sensualitas Media Sosial di Era Globalisasi (Kajian Sosiologi Media McLuhan sebagai Analisis Media Masa Kini). *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(1), 1-15.

BIODATA PENULIS



Lahir di Kota Semarang pada tahun 1992

Menyelesaikan studi S1 di Jurusan Sastra Arab Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada pada tahun 2014, dan menyelesaikan studi S2 pada Minat Kajian Timur Tengah (Konsentrasi Bahasa Arab) Sekolah Pascasarjana di kampus yang sama pada tahun 2017

Sempat bekerja sebagai Arabic Localization Quality Assurance (Game Tester) di PT. Gameloft Indonesia (2015) dan pernah menjadi juru masak di salah satu kafe di Yogyakarta (2018), kini ia bergabung dan menjadi bagian dari keluarga besar Departemen Sastra Arab, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang sebagai dosen dengan konsentrasi (Kelompok Bidang Keahlian/ KBK) Bahasa dan Sastra Arab sejak tahun 2019.

Beberapa tulisan ilmiah hasil riset dan perenungannya telah banyak dihasilkan dan dipublikasikan, baik di jurnal nasional maupun internasional. Salah satu dari beberapa tulisan tersebut di antaranya adalah artikel berjudul "Students' acceptance of discord as an alternative online learning media" yang terbit pada tahun 2021 di International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET).

Saat ini penulis sedang menyelesaikan sebuah buku berjudul Modalitas dalam Bahasa Arab yang dikembangkan dari penelitiannya untuk tesis saat menempuh studi magister (S2).

Penulis dapat dihubungi dengan mudah melalui email:

muhammad.arifianto.fs@um.ac.id

Buku ini merupakan ungkapan kegelisahan atas minimnya bahan ajar yang dipakai sebagai pegangan untuk pembelajaran matakuliah Bahasa Arab Media Massa di Program Studi Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang. Buku ini dihasilkan dari observasi dan refleksi penulis dari proses pembelajaran yang telah dilakukan di kelas. Harapannya, pembelajaran bahasa Arab media massa akan menjadi lebih baik di masa-masa yang akan datang. Pada mulanya, buku ini berupa modul pembelajaran yang disiapkan oleh penulis untuk setiap materi yang diajarkan di kelas. Namun, dengan berbekal dorongan dari berbagai pihak, akhirnya bahan-bahan pembelajaran yang sudah ada tersebut kemudian disatukan dan disusun sedemikian rupa sehingga menjadi bahan atau buku ajar sederhana untuk matakuliah Bahasa Arab Media Massa.

Secara umum, buku ajar sederhana ini terdiri dari kumpulan teks berbahasa Arab yang disadur dari berbagai sumber semisal Aljazeera, Al-Ahram, Youm 7, dan lain sebagainya. Dengan mengenalkan teks dari berbagai situs tersebut diharapkan para mahasiswa dapat mengenal, dan dengan sendirinya mereka akan terbiasa membaca teks-teks jurnalistik berbahasa Arab sebagai sebuah kebutuhan pembelajaran.



Penerbit Tonggak Media
Drono Jalan Rajawali
Gang Elang 6E Nomer 8
Sardonocharjo Ngaglik
Sleman Yogyakarta 55581

@tonggakmedia
tonggakmedia@gmail.com
www.tonggak.com

ISBN 978-623-6275-41-2



9 786236 275412