

Bandar Seri Putra, 43000, Bangi, Selangor (Darul Ehsan), Malaysia
603-8911 7167 +603-8925 4402
info@uis.edu.my
https://al-irsyad.uis.edu.my/index.php/alirsyad



Persepsi Pelancong Muslim terhadap Aplikasi Realiti Luasan (AR) Berbahasa Arab Berasaskan Prinsip Etika Imam al-Ghazālī (1058-1111 M.) di Selangor, Malaysia


Muslim Tourists' Perceptions of an Arabic Language Augmented Reality (AR) Application Based on the Ethical Principles of Imam al-Ghazālī (1058-1111 M.) in Selangor, Malaysia

Mohammad Imran Ahmad , Mohd Norzi Nasir  , Mohammad Najib Jaffar  , & Rafidah Haji Abdullah  

To cite this article:

Ahmad, M. I., Nasir, M. N., Jaffar, M. N., Haji Abdullah, R. (2025). Persepsi pelancong Muslim terhadap aplikasi Realiti Luasan (AR) berbahasa Arab berasaskan prinsip etika imam al-Ghazālī di Selangor, Malaysia. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 10(2), 1592-1607. <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v10i2.568>

To link this article:

 <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v10i2.568>

Full Terms & Conditions of access and use can be found at:



<https://al-irsyad.uis.edu.my/index.php/alirsyad/open>



Published online: 16 December 2025



Submit your article to this journal:

<https://al-irsyad.uis.edu.my/index.php/alirsyad/about/submissions>



View related articles:

<https://al-irsyad.uis.edu.my/index.php/alirsyad/issue/archive>

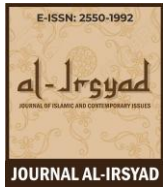


Disclaimer

The views expressed in this article are those of the author. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues* shall not be liable for any loss, damage or other liability caused by / arising from the use of the contents of this article.

This is an open access article under the CC BY-NC license.






Bandar Seri Putra, 43000, Bangi, Selangor (Darul Ehsan), Malaysia
603-8911 7167 +603-8925 4402
info@uis.edu.my
https://al-irsyad.uis.edu.my/index.php/alirsyad

Vol. 10, No. 2, (December, 2025)

Persepsi Pelancong Muslim terhadap Aplikasi Realiti Luasan (AR) Berbahasa Arab Berasaskan Prinsip Etika Imam al-Ghazālī (1058-1111 M.) di Selangor, Malaysia



[Muslim Tourists' Perceptions of an Arabic Language Augmented Reality (AR) Application Based on the Ethical Principles of Imam al-Ghazālī (1058-1111 M.) in Selangor, Malaysia]

Mohammad Imran Ahmad ^{1*}, Mohd Norzi Nasir ¹ , Mohammad Najib Jaffar ² ,
& Rafidah Haji Abdullah ³ 

¹ Fakulti Pengajian Peradaban Islam, Universiti Islam Selangor, 43000, Kajang, Selangor, MALAYSIA.

² Fakulti Pengajian Bahasa Utama, Universiti Sains Islam Malaysia, 71800, Nilai, Negeri Sembilan, MALAYSIA.

³ Fakulti Bahasa Arab, Universiti Islam Sultan Sharif Ali, Jalan Pasar Gadong, BE1310, BRUNEI DARUSSALAM.

* Corresponding Author: Dr. Mohammad Imran bin Ahmad. Jabatan Pengajian Bahasa dan Linguistik Arab, Fakulti Pengajian Peradaban Islam, Universiti Islam Selangor (UIS), MALAYSIA.  imranahmad@uis.edu.my,  (+60) 19-640 1667.

Keywords:

Islamic Tourism, Al-Ghazālī, Augmented Reality, Arabic Language, Islamic Ethical Values

ABSTRACT

This quantitative study examined the integration of Imam al-Ghazālī's spiritual principles of travel (*ādāb al-safar*) into digital Islamic tourism through an Arabic-based Augmented Reality (AR) application designed for Muslim tourists in Selangor. This study assessed Muslim travellers' perceptions of AR technology that incorporates Arabic linguistic features and spiritual values grounded in Imam al-Ghazālī's concept of *tazkiyah al-nafs* (spiritual purification). A structured survey was administered to 400 respondents, comprising local and international Muslim tourists visiting key Islamic heritage sites in Selangor, Malaysia. Data were analysed using descriptive statistics and Pearson correlation tests. The findings indicated strong acceptance of AR technology in enhancing spiritual reflection, engagement with the Arabic language, and appreciation of Islamic cultural heritage during tourism activities. Furthermore, a significant correlation was identified between AR immersion and the perceived depth of inner spiritual experience. This study concluded that integrating Imam al-Ghazālī's ethical framework into AR-based Islamic tourism has the potential to foster a more holistic and spiritually conscious form of digital travel.

Contribution: This study contributes to the understanding of how Islamic philosophical ethics can guide the development of digital tourism experiences, aligning with *al-Irsyad* journal's aim of integrating classical Islamic thought with contemporary technological innovation.

Kata Kunci:

Pelancongan Islam, Imam al-Ghazālī, Realiti Luasan, Bahasa Arab, Nilai Etika Islam

ABSTRAK

Kajian kuantitatif ini meneliti integrasi prinsip kerohanian imam al-Ghazālī tentang perjalanan (*ādāb al-safar*) dalam pelancongan Islam digital melalui aplikasi Realiti Luasan (Augmented Reality, AR) berbahasa Arab untuk pelancong Muslim di Selangor. Kajian ini bertujuan menilai persepsi pelancong Muslim terhadap teknologi AR yang mengandungi elemen linguistik dan spiritual berasaskan konsep tazkiyah al-nafs (penyucian jiwa) oleh imam al-Ghazālī. Soal selidik berstruktur telah diedarkan kepada 400 orang responden yang terdiri daripada pelancong Muslim tempatan dan antarabangsa yang melawat tapak warisan Islam utama di Selangor, Malaysia. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan ujian korelasi Pearson. Dapatan menunjukkan penerimaan positif terhadap teknologi AR dalam meningkatkan refleksi rohani, penglibatan bahasa Arab, dan penghayatan budaya semasa aktiviti pelancongan. Kajian merumuskan bahawa penerapan etika rohani Imam al-Ghazālī dalam pelancongan digital berasaskan AR berpotensi membentuk pengalaman pelancongan yang lebih holistik dan bersendikan rohani.

Sumbangan: Kajian ini menyumbang kepada pemahaman tentang bagaimana etika falsafah Islam dapat membimbing pembangunan pelancongan digital, selaras dengan fokus jurnal *al-Irsyad* dalam menghubungkan pemikiran Islam klasik dengan inovasi teknologi kontemporari.

ARTICLE HISTORY

Received: October 20, 2025
Revised: November 16, 2025
Accepted: December 04, 2025
Available Online: December 16, 2025
Published: December 19, 2025

This is an open access article under the CC BY-NC license.



To cite this article:

Ahmad, M. I., Nasir, M. N., Jaffar, M. N., Haji Abdullah, R. (2025). Persepsi pelancong Muslim terhadap aplikasi Realiti Luasan (AR) berbahasa Arab berasaskan prinsip etika imam al-Ghazālī di Selangor, Malaysia. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 10(2), 1592-1607. <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v10i2.568>

I. PENDAHULUAN

Pelancongan Islam kini muncul sebagai salah satu sektor terpenting dalam ekonomi global yang berteraskan nilai keagamaan dan etika Muslim. Menurut *CrescentRating* dan *Mastercard* (2023), industri pelancongan Islam dijangka mencecah lebih USD 225 bilion menjelang tahun 2028, dengan peningkatan mendadak dalam penggunaan teknologi digital sebagai medium interaksi antara pelancong dan destinasi. Selangor sebagai salah satu negeri maju di Malaysia turut memberi tumpuan terhadap pengembangan pelancongan Islam melalui strategi digital dan promosi nilai budaya Islam. Namun begitu, dimensi rohani dan etika dalam pelancongan masih kurang diberi perhatian berbanding aspek ekonomi dan komersial (Khan, 2025).

Dalam konteks transformasi digital, penggunaan Realiti Luasan (AR) kini menjadi trend utama dalam industri pelancongan global. Teknologi ini memperkaya pengalaman pelancong dengan memaparkan maklumat interaktif seperti teks, imej dan audio secara masa nyata (Han, Weber, Bastiaansen, Mitas, & Lub, 2019; Ridzuan Norfezah, & Nur'Hidayah, 2020). Walau bagaimanapun, kebanyakan aplikasi AR sedia ada dibangunkan berdasarkan naratif universal yang tidak mengambil kira nilai Islam atau bahasa Arab sebagai medium interaksi untuk pelancong Muslim. Situasi ini menimbulkan persoalan tentang sejauh mana teknologi seperti AR boleh digabungkan dengan prinsip etika Islam bagi memperkukuh pengalaman spiritual dalam pelancongan digital (Jaffar et al., 2024).

Dari perspektif keilmuan Islam, imam al-Ghazālī (1058-1111 M.) merupakan tokoh besar yang menekankan keseimbangan antara aspek rohani, akhlak dan ilmu dalam setiap dimensi kehidupan, termasuk perjalanan (safar). Dalam *Ihyā' 'Ulūm al-Dīn* beliau menggariskan adab pelancongan sebagai satu bentuk latihan jiwa dan medan pembentukan akhlak. Prinsip seperti *niyyah* (niat), *ādāb al-safar* (etika perjalanan), dan *tazkiyah al-nafs* (penyucian jiwa) menjadi teras dalam memahami perjalanan bukan hanya sebagai aktiviti fizikal, tetapi juga ibadah yang mendekatkan diri kepada Allah SWT (Al-Ghazālī, 2004). Walau bagaimanapun, nilai-nilai ini masih belum diterjemahkan secara menyeluruh dalam inovasi pelancongan digital masa kini.

Kajian lepas menunjukkan bahawa penyelidikan pelancongan Islam banyak menumpukan pada tingkah laku pengguna, strategi pemasaran halal, dan pengurusan destinasi (Akroush, Jraisat, Kurdieh, Al-Faouri, & Qatu, 2019; Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2020). Kajian terkini turut menegaskan bahawa fokus utama masih berkisar pada aspek pemasaran dan pengurusan, manakala inovasi teknologi dan integrasi nilai Islamik masih kurang diterokai (Ercan, Sayin, Dalgin, & Gençer, 2025; Hariani et al., 2024). Sementara itu, kajian dalam bidang teknologi pelancongan pula banyak membincangkan potensi AR dalam meningkatkan pengalaman pengguna tanpa mengambil kira dimensi rohani dan nilai etika Islam (Mustafa, Bin Daud, Bin Yussuf, Kasasbeh, & Abu Khurma, 2025). Hal ini menunjukkan jurang ilmiah yang nyata iaitu kekurangan integrasi antara falsafah etika imam al-Ghazālī dengan inovasi AR berbahasa Arab dalam konteks pelancongan Islam di Malaysia, khususnya di Selangor.

Sehubungan dengan itu, kajian ini bertujuan menilai persepsi pelancong Muslim di Selangor terhadap potensi aplikasi AR berbahasa Arab. Kajian lepas menunjukkan bahawa penyelidikan pelancongan Islam banyak menumpukan pada tingkah laku pengguna, strategi pemasaran halal, dan pengurusan destinasi (Akroush, et al., 2019; Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2020). Kajian terkini turut menegaskan bahawa fokus utama masih berkisar pada aspek pemasaran dan pengurusan, manakala inovasi teknologi dan integrasi nilai Islamik masih kurang diterokai (Ercan, et al., 2025; Hariani et al., 2024). Arab yang berasaskan prinsip etika imam al-Ghazālī, di samping mengenal pasti hubungan antara kesedaran bahasa Arab, nilai etika Islam, dan penerimaan teknologi AR dalam konteks pelancongan digital Islam. Pendekatan ini diharap dapat melahirkan model pelancongan digital yang bukan sahaja interaktif dan informatif, tetapi juga berorientasikan kerohanian dan berpaksikan nilai keislaman. Kajian ini bagaimanapun bersifat eksploratori dan berfungsi sebagai asas awal sebelum pembangunan model secara menyeluruh dijalankan.

2. SOROTAN LITERATUR

2.1 Pelancongan Islam dan Transformasi Digital

Pelancongan Islam kini merupakan antara sektor ekonomi global yang berkembang pesat, didorong oleh peningkatan jumlah pelancong Muslim yang menitikberatkan aspek syariah, kebersihan dan nilai spiritual dalam pengalaman perjalanan mereka (Battour & Ismail, 2016; Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2020). Di Malaysia, khususnya di Selangor, kerajaan negeri memperkenalkan pelbagai inisiatif digital bagi mempromosikan pelancongan Islam berteraskan nilai tempatan (Khan, 2025). Walau bagaimanapun, kebanyakan pendekatan pelancongan masih tertumpu kepada aspek pemasaran dan pengurusan destinasi, bukan pada pembinaan pengalaman rohani pelancong.

Teknologi AR muncul sebagai inovasi penting dalam memperkayakan pengalaman pelancong melalui penyediaan elemen interaktif dan keterbenaman yang menggabungkan dunia sebenar dengan maklumat maya secara masa nyata. Kajian menunjukkan bahawa penggunaan AR dalam pelancongan mampu meningkatkan tahap keterlibatan, kepuasan, dan pemahaman pelancong terhadap destinasi yang dikunjungi (Han et al., 2019; Ridzuan et al., 2020). Aplikasi AR boleh memaparkan maklumat sejarah, lokasi, dan naratif Islam secara masa nyata. Namun, kebanyakan aplikasi AR yang digunakan dalam sektor pelancongan tidak menekankan dimensi nilai Islam, bahasa Arab, dan panduan etika Muslim (Mustafa et al., 2025). Oleh itu, wujud keperluan untuk membangunkan pendekatan baharu yang menyatukan AR dengan falsafah etika Islam, sejajar dengan aspirasi pelancongan berakhlak.

2.2 Biodata Ilmiah dan Sintesis Pemikiran: Abū Ḥāmid Muḥammad ibn Muḥammad al-Ṭūsī al-Ghazālī

Sub topik ini menghimpunkan biodata ilmiah serta ringkasan konseptual mengenai Abū Ḥāmid Muḥammad ibn Muḥammad al-Ṭūsī (lebih dikenali sebagai al-Ghazālī), dengan menempatkan aspek biografi, korpus karya utama, metodologi intelektual, serta warisan pemikiran dalam kerangka sejarah Islam klasik dan moden. Semua

pernyataan faktual dirujuk kepada literatur sekunder dan sumber edisi yang relevan sebagaimana dikutip pada bahagian akhir perbahasan ini.

Abū Ḥāmid Muḥammad ibn Muḥammad al-Ṭūsī al-Ghazālī ialah nama yang lazim digunakan untuk merujuk kepada tokoh intelektual abad ke-11/12 M (abad ke-5/6 H), yang sering digelar *Hujjat al-Islām* dalam tradisi Islam (McBrayer & El-Rayes, 2015). Sumber moden memberikan variasi kecil mengenai tahun kelahiran, ada yang menyatakan 450 H/1058 M., manakala edisi biografi lain menempatkannya sekitar 1058 M. Semua sumber bersepakat bahawa beliau wafat sekitar 1111 M. Al-Ghazālī dilahirkan di Ghazaleh atau wilayah Ṭūs di Khurāsān (kini termasuk dalam Iran), dan latar geografi ini penting bagi memahami jaringan intelektual beliau dalam tradisi Persia-Arab abad pertengahan (Azwar, Usman, Noor, & Abdullah, 2024).

Kajian biografi menyatakan bahawa al-Ghazālī memperoleh pendidikan agama klasik yang mempersiapkannya untuk memasuki lingkungan madrasah besar. Pada kemuncak kerjayanya, beliau dilantik sebagai tenaga pengajar di Madrasah Nizāmīyah Baghdad, sebuah pusat pengajian terkemuka pada zamannya (Wagner & Briggs, 2016). Sekitar tahun 1095 M, al-Ghazālī mengambil keputusan radikal dengan meletakkan jawatan rasmi dan memulakan perjalanan spiritual serta ziarah panjang. Peristiwa ini didokumentasikan secara autobiografi dalam *al-Munqidh min al-Dalāl* (*Deliverer from Error*), dan ditafsirkan sebagai krisis intelektual-spiritual yang mendasari perubahan arah karya-karya beliau seterusnya. Selepas tempoh pengembaraan tersebut, beliau kembali aktif dalam pengajaran dan penulisan sehingga akhir hayatnya (Wagner & Briggs, 2016).

Al-Ghazālī menghasilkan karya dalam pelbagai genre seperti tasawuf praktis, teologi (*kalām*), fiqh, epistemologi, dan kritik falsafah. Antara karya paling berpengaruh ialah *Ihyā' 'Ulūm al-Dīn* (*Revival of the Religious Sciences*), sebuah sintesis normatif-praktis yang menggabungkan aspek *shar'ī* (ritual dan hukum), akhlak, serta latihan spiritual sufistik (Kirabaev & Al-Janabi, 2018; Kukkonen, 2025).

Karya *Tahāfut al-Falāsifah* (*The Incoherence of the Philosophers*) pula menumpukan kritikan terhadap klaim metafizik dan epistemologi para filsuf Peripatetik (misalnya Ibn Sīnā/Avicenna), dengan menekankan tesis-tesis yang dianggap bertentangan dengan doktrin Islam ortodoks (McBrayer & El-Rayes, 2015; Wagner & Briggs, 2016). Selain itu, *al-Munqidh min al-Dalāl* berfungsi sebagai otobiografi intelektual yang menjelaskan krisis serta motif pengunduran beliau daripada jawatan awam. *Maqāsid al-Falāsifah* (*The Opinions of the Philosophers*) pula merupakan ringkasan sistematik posisi falsafah sebelum beliau mengajukan bantahan, menunjukkan pendekatan metodologi yang menekankan pemahaman lawan sebelum mengkritiknya (Clair, 2005). Manakala traktat epistemologi seperti *al-Qistās al-Mustaqīm* (*Right Scales*) membincangkan kriteria kognisi dan kaedah pengukuran kebenaran, manakala teks praktis seperti *Naṣīḥat al-Mulūk* (*Nasihat bagi Para Penguasa*) mengadaptasi ajaran teologi dan etika untuk konteks pemerintahan (Kodirov, 2021; Konurbaev, 2016).

Ciri khas al-Ghazālī ialah usaha sistematik menyintesis dimensi sufistik (pengalaman batin, transformasi moral) dengan tuntutan syarī'ah dan wacana teologi. Integrasi ini menjadikan *Ihyā'* sebagai karya yang menghidupkan aspek praktis dan etis kehidupan beragama dalam kerangka ortodoksi (Guefara, 2024). Dalam epistemologi, beliau mengembangkan mekanisme evaluatif untuk membezakan pengetahuan benar yang bersumber daripada wahyu, akal, dan pengalaman batin (Kodirov, 2021). Walaupun terkenal dengan kritik terhadap falsafah Peripatetik, kajian kontemporari menunjukkan bahawa beliau terlebih dahulu merangkum dan menguasai posisi falsafah sebelum mengajukan bantahan, menjadikan penilaiannya reflektif dan metodis (Ibrahim, Usman, & Razi Shahabudin, 2022; McBrayer & El-Rayes, 2015).

Etika al-Ghazālī menekankan aspek afektif seperti *maḥabbah* (cinta) dan harapan, serta tujuan akhir teologi kehidupan beragama, iaitu kebahagiaan dunia dan akhirat (Arif et al., 2023; Almulla & Abbasi, 2024; Usman et al., 2020). Dalam pendidikan, beliau menekankan bahawa proses belajar bukan sekadar pemindahan fakta, tetapi pembentukan akhlak. Pembelajaran diposisikan sebagai ibadah yang menjadikan guru, kaedah, dan tujuan sebagai sarana pembentukan moral serta kedekatan kepada Tuhan (Hamid, 2022; Quraisy et al., 2023). Pendekatan beliau terhadap *maqāsid al-sharī'ah* ditafsirkan sebagai orientasi teleologi yang menghubungkan hukum dengan kesejahteraan sosial dan keadilan ekonomi (Dayrobi & Tanjung, 2024). Dalam karya mengenai pemerintahan seperti *Naṣīḥat al-Mulūk*, beliau menekankan kriteria kepemimpinan ideal berasaskan integriti moral, ilmu, dan kemampuan memajukan kesejahteraan rakyat (Konurbaev, 2016; Maharani et al., 2024).

Al-Ghazālī berada dalam jaringan intelektual yang luas, dengan pengaruh terhadap perkembangan wacana pemikiran Ash'arī, transformasi *kalām*, serta pewarisan metodologi teologi generasi berikutnya (Pourjavady & Schmidtke, 2016). Jangkauan karya beliau meliputi dunia Islam dan seterusnya teks sufistik-etikanya diterima dalam budaya Tatar dan Asia Tengah, manakala karya praktisnya berpengaruh di Nusantara (Borodovskaya, 2022). Kajian filologi menunjukkan bahawa ringkasan doktrin falsafah beliau turut menjadi sumber bagi tradisi Latin-Eropah abad pertengahan (Clair, 2005; Lohr, 2000). Historiografi moden menempatkan beliau sebagai figur ganda, penguat ortodoksi sekali gus reformis yang menggunakan akal dan kritik untuk memperbaharui kehidupan beragama (Mirsepassi & Fernée, 2024).

2.3 Prinsip Etika dan Falsafah Imam al-Ghazālī

Imam al-Ghazālī menekankan hubungan erat antara ilmu, amal, dan adab dalam semua aktiviti kehidupan, termasuk perjalanan (*safar*). Dalam *Ihyā' 'Ulūm al-Dīn*, beliau menegaskan bahawa tujuan perjalanan bukan sekadar hiburan atau penjelajahan, tetapi juga peluang untuk memperkukuh iman, memperbaiki diri dan mendapat hikmah (Al-Ghazālī, 2004). Prinsip seperti niat yang ikhlas, adab semasa bermusafir, dan pemeliharaan akhlak membentuk kerangka etika pelancongan Islam yang holistik.

Kajian kontemporari (Jaffar et al., 2024; Mian, 2022) menunjukkan nilai-nilai imam al-Ghazālī ini boleh dijadikan panduan untuk membentuk tingkah laku pelancong Muslim beretika dalam dunia moden. Namun begitu, belum ada pendekatan sistematik yang mengaplikasikan falsafah etika al-Ghazālī ke dalam sistem pelancongan digital berasaskan AR. Hal ini mewujudkan keperluan kepada satu model integratif yang mampu menggabungkan elemen kerohanian dan teknologi secara harmoni.

Berdasarkan penekanan Imam al-Ghazālī terhadap keseimbangan antara ilmu, amal dan adab dalam aktiviti musafir, prinsip-prinsip asas etika berikut dirumuskan bagi menunjukkan kesesuaiannya sebagai kerangka nilai dalam pelancongan Islam serta potensinya untuk diadaptasi dalam ekosistem pelancongan digital.

Jadual 1

Prinsip Etika Al-Ghazālī dan Implikasi terhadap Pelancongan Digital

Prinsip	Inti Etika Menurut al-Ghazālī	Relevansi Ringkas kepada Pelancongan Digital/AR
Niat	Musafir sebagai proses penyucian jiwa dan pencarian hikmah.	Mengorientasikan penggunaan teknologi ke arah tujuan bermanfaat.
Adab	Pemeliharaan akhlak, disiplin dan hubungan sesama manusia.	Panduan adab boleh dibina dalam navigasi dan paparan AR.
Kesederhanaan	Mengelakkan pembaziran dan sikap berlebihan.	AR membantu penggunaan sumber secara optimum.
Tanggungjawab Sosial	Menjaga kemaslahatan diri, masyarakat dan alam sekitar.	Menyokong mesej kesedaran sosial dalam kandungan digital.
Penghayatan Hikmah	Mengambil ibrah daripada pengalaman perjalanan.	AR memperkukuh pemaknaan melalui maklumat kontekstual dan interaktif.

2.4 Aplikasi Realiti Luasan (AR) dan Bahasa Arab dalam Pelancongan Islam

Kajian dalam bidang teknologi pelancongan menunjukkan bahawa penggunaan AR memberi kesan signifikan terhadap peningkatan interaksi pelancong dan pembelajaran budaya. Teknologi ini bukan sahaja membantu pengunjung memahami maklumat sejarah dan budaya secara lebih mendalam, malah meningkatkan keterlibatan mereka dengan destinasi pelancongan melalui elemen visual dan interaktif (Ercan et al., 2025; Han et al., 2019; Mustafa et al., 2025). Kajian terkini menunjukkan bahawa integrasi bahasa Arab dalam aplikasi AR bukan sahaja memudahkan terjemahan teks/naratif, tetapi juga memperkukuh konteks Islamik dan menyumbang kepada pengalaman yang lebih autentik bagi pelancong Muslim (Jaffar et al., 2024; Ouertani & Tatwany, 2019). Bukti empirikal dari konteks pendidikan Islam turut menunjukkan bahawa AR meningkatkan penglibatan dan motivasi pengguna dalam konteks keagamaan, satu inferens yang relevan untuk pelancongan Islam berasaskan pendidikan (Mustafa et al., 2025). Namun, kajian bibliometrik menunjukkan penggunaan AR dalam pelancongan masih berkembang dan kurang menumpukan aspek bahasa Arab atau nilai rohani secara khusus, menandakan jurang penyelidikan yang wujud dalam konteks Malaysia (Ercan et al., 2025). Kajian Azam, Muflih dan Al-Haq (2024) menunjukkan inovasi digital memainkan peranan penting dalam memperkukuh pengalaman pelancong Muslim, sekali gus menyokong keperluan bagi integrasi teknologi berasaskan nilai Islam dalam pelancongan digital.

Justeru, integrasi bahasa Arab, nilai etika Islam imam al-Ghazālī dan AR dapat membuka ruang baharu kepada pembangunan pelancongan Islam di Selangor bukan sahaja sebagai produk ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen dakwah dan pendidikan spiritual. Bagi mengenal pasti arah pembangunan model yang lebih holistik dan berasaskan nilai Islam. Jadual 2 berikut merumuskan hasil Sorotan Literatur Sistematik (SLR) terhadap kajian-kajian utama yang membentuk asas konseptual kajian ini.

Jadual 2
Sorotan Literatur Sistematis (SLR)

Penulis & Tahun	Fokus / Objektif Kajian	Dapatan Utama	Implikasi / Jurang Penyelidikan
Battour & Ismail (2016)	Menjelaskan konsep dan cabaran pelancongan halal dari perspektif syariah.	Pelancongan halal berkembang pesat dengan penekanan kepada syariah, kebersihan dan nilai spiritual.	Fokus masih umum terhadap konsep dan pengurusan, belum menyentuh aspek teknologi digital dan nilai kerohanian.
Vargas-Sánchez & Moral-Moral (2020)	Menyemak literatur pelancongan halal dan pandangan pakar.	Kajian banyak menumpu pada tingkah laku pengguna, pemasaran halal dan pengurusan destinasi.	Kajian berfokus kepada aspek ekonomi dan pemasaran, kurang meneliti dimensi nilai Islam dan teknologi baharu.
Khan (2025)	Menganalisis transformasi digital dalam pelancongan halal dan pembangunan lestari.	Transformasi digital memperkukuh promosi pelancongan Islam di peringkat negeri.	Belum meneliti integrasi nilai Islam dan elemen kerohanian dalam teknologi digital.
Han et al. (2019)	Mengkaji penggunaan AR/VR dalam memperkayakan pengalaman pelancongan budaya.	AR meningkatkan penglibatan dan pemahaman pelancong melalui interaksi keterbenaman masa nyata.	Kajian tidak menekankan nilai Islam atau konteks Muslim dalam penggunaan AR.
Ridzuan et al. (2020)	Menilai potensi AR dalam meningkatkan keberkesanan pembelajaran hospitaliti.	AR meningkatkan motivasi, penglibatan dan kefahaman pelajar.	Kajian tidak meneroka AR dalam konteks pelancongan Islam atau nilai kerohanian.
Mustafa et al. (2025)	Menilai penggunaan AR dalam pendidikan Islam dan tahap motivasi pelajar.	AR meningkatkan motivasi dan penglibatan pelajar dalam konteks Islam.	Bukti ini boleh diperluas ke konteks pelancongan Islam, namun belum diuji secara empirik.
Jaffar et al. (2024)	Membangunkan aplikasi AR berbahasa Arab untuk pelancongan Islam.	AR berbahasa Arab memperkukuh kefahaman konteks Islamik dan pengalaman autentik pelancong.	Kajian awal masih berbentuk analisis keperluan; perlu prototaip dan penilaian pengguna.
Ouertani & Tatwany (2019)	Membangunkan aplikasi mudah alih AR untuk terjemahan masa nyata bahasa Arab.	AR membantu interaksi pelancong dengan teks Arab secara lebih kontekstual dan praktikal.	Kajian fokus pada fungsi bahasa, belum dikaitkan dengan pengalaman pelancongan Islam.
Ercan et al. (2025)	Ulasan sistematik dan bibliometrik AR dalam pelancongan lestari.	AR terbukti meningkatkan interaksi dan pembelajaran budaya dalam pelancongan global.	Penggunaan AR dalam pelancongan Islam masih baru dan belum menitikberatkan nilai rohani atau bahasa Arab.
Azam et al. (2024)	Meneliti peranan inovasi digital dalam meningkatkan pengalaman pelancong Muslim.	Teknologi digital memperkayakan pengalaman pelancongan halal dan meningkatkan nilai spiritual.	Masih memerlukan integrasi nilai Islam, bahasa Arab dan AR secara menyeluruh.
Al-Ghazālī (2004)	Menghuraikan konsep perjalanan (<i>safar</i>) dan adab kehidupan Muslim	Tujuan perjalanan ialah memperkukuh iman, adab dan hikmah.	Falsafah ini belum diadaptasi dalam model pelancongan digital moden.
Mian (2022)	Meneliti relevansi pemikiran etika Al-Ghazālī dalam konteks kehidupan moden.	Nilai ilmu, amal dan adab boleh diterapkan dalam pelbagai bidang kontemporari.	Masih tiada penerapan sistematik dalam konteks teknologi dan pelancongan digital.
Syed Ahamed Suban, Madhan & Shagirbasha (2023)	Analisis bibliometrik pelancongan Islam dan halal.	Fokus utama penyelidikan pada tingkah laku pengguna, pemasaran dan pengurusan destinasi.	Menunjukkan jurang terhadap integrasi teknologi, bahasa Arab dan dimensi spiritual.

Kajian lepas menunjukkan pelancongan Islam berkembang pesat dari segi konsep dan pemasaran, namun penyelidikan yang menggabungkan elemen teknologi AR, bahasa Arab dan nilai etika Islam masih sangat terhad. Terdapat potensi besar untuk membangunkan model pelancongan Islam digital berasaskan AR dan prinsip imam al-Ghazālī bagi memperkukuh pengalaman rohani serta identiti pelancong Muslim.

3. METODOLOGI KAJIAN

3.1 Reka Bentuk Kajian

Kajian ini menggunakan reka bentuk kuantitatif berbentuk tinjauan untuk menilai persepsi dan keperluan pelancong Muslim berbahasa Arab terhadap pembangunan aplikasi pelancongan digital berasaskan realiti luasan (AR) yang berteraskan nilai etika imam al-Ghazālī. Kajian ini bersifat eksploratori dan bertujuan menilai persepsi pelancong Muslim sebagai asas awal kepada pembangunan model pelancongan digital berteraskan etika imam al-Ghazālī. Reka bentuk ini dipilih kerana ia membolehkan pengumpulan data empirikal yang dianalisis secara statistik bagi memahami corak kecenderungan pengguna terhadap pelancongan Islam digital di Selangor,

Malaysia. Penggunaan analisis deskriptif statistik dalam kajian kuantitatif untuk menghuraikan taburan data, skor min dan kecenderungan persepsi responden turut dilaporkan dalam kajian empirik terdahulu (Daud, Mohd Haridi, Alias, & Hasin, 2021).

3.2 Populasi Kajian

Populasi kajian terdiri daripada pelancong Muslim dari negara-negara Arab yang melawat destinasi pelancongan Islam di negeri Selangor. Berdasarkan laporan rasmi *Tourism Selangor* (2024), jumlah pelancong dari rantau Timur Tengah pada tahun 2023 ialah 176,711 orang, dengan majoriti berasal dari Arab Saudi, Emiriah Arab Bersatu (UAE), dan Oman. Angka ini dijadikan asas populasi bagi kajian ini memandangkan sebahagian besar pelancong Timur Tengah tersebut adalah berbangsa Arab dan beragama Islam.

3.3 Saiz dan Pemilihan Sampel

Saiz sampel ditentukan berdasarkan Jadual Krejcie dan Morgan (1970), yang mencadangkan sekurang-kurangnya 384 responden bagi populasi melebihi 100,000 orang untuk mencapai kebolehppercayaan 95% dan ralat persampelan $\pm 5\%$. Oleh itu, sebanyak 400 responden dipilih bagi memberikan margin keselamatan terhadap kemungkinan data tidak lengkap.

Kaedah persampelan bertujuan digunakan kerana ia lebih sesuai bagi kumpulan sasaran khusus, iaitu pelancong Muslim dari negara Arab yang mempunyai pengalaman atau kecenderungan menggunakan aplikasi pelancongan digital semasa berada di Selangor.

3.4 Lokasi Kajian

Pengumpulan data dilaksanakan di beberapa lokasi pelancongan Islam utama di Selangor, termasuk:

- i. Masjid Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah, Shah Alam
- ii. Kompleks Islam Darul Ehsan, Shah Alam
- iii. Muzium Islam Selangor, Shah Alam
- iv. Taman Warisan Melayu, Klang dan Sabak Bernam

Lokasi ini dipilih kerana merupakan antara destinasi yang sering dikunjungi pelancong Muslim dari negara Arab serta mempunyai elemen sejarah, budaya dan nilai Islam yang kuat.

3.5 Instrumen Kajian

Instrumen kajian merujuk kepada soal selidik yang dibangunkan khusus bagi kajian ini. Proses pembinaan soal selidik berasaskan prinsip etika imam al-Ghazālī, dengan penekanan terutamanya kepada konstruk *niyyah* (niat), *ādāb al-safar* (etika perjalanan) dan kesederhanaan. Setiap konstruk digubal untuk mencerminkan nilai-nilai murni tersebut seperti yang dibincangkan dalam *Ihyā' 'Ulūm al-Dīn* (Al-Ghazālī, 2004) dan sumber literatur sekunder berkaitan falsafah al-Ghazālī. Proses ini melibatkan analisis tematik ke atas teks *Ihyā' 'Ulūm al-Dīn* (Al-Ghazālī, 2004) bagi mengenalpasti elemen-elemen etika yang relevan, kemudian digabungkan dengan kajian literatur terkini untuk memperkukuh aspek konseptual. Hasil analisis tema tersebut dijadikan asas induktif dalam penjanaan item soal selidik, di mana butiran (item) dibentuk dan disesuaikan khusus untuk konteks pelancongan digital. Pemilihan item dijalankan secara teliti dengan mengambil kira kesesuaian kepada amalan pelancongan moden dan relevansi konstruk secara teori, sambil mematuhi kerangka etika Al-Ghazālī.

Konstruk utama kajian ini *niyyah*, *ādāb al-safar* dan kesederhanaan telah ditakrifkan dan diukur berdasarkan tema-tema yang diperolehi daripada analisis tersebut. *Niyyah* ditangani melalui item-item yang menilai keikhlasan dan matlamat pelancong dalam perjalanan mereka, manakala *ādāb al-safar* diliputi oleh soalan-soalan yang mengukur pematuhan terhadap etika perjalanan seperti sifat sopan santun, hormat kepada tuan rumah dan pengurusan masa perjalanan. Aspek kesederhanaan pula diimbangi melalui item-item yang mengukur sikap seimbang dan tidak berlebih-lebihan dalam perbelanjaan, pembelajaran serta pengalaman sepanjang perjalanan. Proses induktif ini memastikan setiap item berpunca daripada konteks sebenar yang terkandung dalam ajaran imam al-Ghazālī (Al-Ghazālī, 2004), diadaptasi secara kreatif kepada fenomena pelancongan digital dan realiti semasa. Hasilnya adalah instrumen yang sarat dengan kandungan etika keagamaan namun tetap relevan untuk penyelidikan dalam lapangan pelancongan moden.

Untuk menjamin kesahan konstruk (*construct validity*), instrumen soal selidik ini telah disemak oleh tiga orang pakar terpilih dalam bidang berkaitan. Tiga pakar berpengalaman yang dilantik terdiri daripada Prof. Madya Dr. Nurkhamimi Zainuddin (Bahasa Arab, Universiti Sains Islam Malaysia), Dr. Salyani binti Osman (Pelancongan Islam, Universiti Selangor) dan Dr. Hafiza binti Abas (Realiti Luasan – AR, Universiti Teknologi Malaysia). Ketiga-tiga pakar tersebut telah menilai kandungan instrumen, memberikan ulasan dan saranan penambahbaikan untuk memastikan konstruk-konstruk yang diukur seiring dengan prinsip etika Al-Ghazālī dan sesuai dalam konteks pelancongan. Kesahan konstruk disahkan melalui penyelarasan pendapat pakar-pakar ini sehingga instrumen mencapai tahap ketepatan konseptual yang tinggi.

Selain itu, kebolehpercayaan instrumen dinilai melalui ujian statistik. Ujian kebolehpercayaan *Cronbach's Alpha* dijalankan ke atas setiap konstruk soal selidik, dan keputusan menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* keseluruhan sebanyak 0.87. Nilai ini melebihi piawai minimum yang lazim (≥ 0.70) dan menandakan tahap kebolehpercayaan instrumen yang tinggi. Dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0.87, dapat disimpulkan bahawa item-item dalam instrumen ini adalah konsisten dan stabil dalam mengukur konstruk-konstruk yang dimaksudkan. Secara keseluruhan, kaedah pembangunan soal selidik ini daripada analisis tematik teks klasik, pemilihan item induktif kepada penilaian pakar dan pengujian kebolehpercayaan statistik mengukuhkan kesahan dan kebolehpercayaan instrumen dalam konteks metodologi kajian ini.

3.6 Kaedah Pengumpulan Data

Data dikumpulkan secara gabungan dalam talian dan lapangan (*hybrid*). Soal selidik digital diedarkan melalui *Google Form* kepada pelancong yang berdaftar dengan agensi pelancongan Islam tempatan, manakala pengumpulan data lapangan dilakukan oleh pengumpul data berbahasa Arab di lokasi pelancongan utama. Tempoh pengumpulan data berlangsung selama empat minggu (Ogos hingga September 2025). Sebelum pengumpulan data, setiap responden diberi taklimat mengenai tujuan kajian, jaminan kerahsiaan dan hak untuk menarik diri pada bila-bila masa tanpa sebarang implikasi.

3.7 Kaedah Analisis Data

Data yang dikumpul dianalisis menggunakan Perisian *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 29. Analisis dilakukan dalam dua peringkat utama:

- i. Analisis Deskriptif: Untuk mengenal pasti taburan frekuensi, peratusan, min dan sisihan piawai bagi setiap konstruk kajian.
- ii. Analisis Inferensi: Melibatkan Ujian-t, ANOVA sehala, dan Analisis Korelasi Pearson untuk menentukan hubungan antara tahap kesedaran bahasa Arab, nilai etika Islam, dan penerimaan teknologi AR.

Keputusan analisis ini digunakan untuk membentuk model konseptual pembangunan aplikasi AR berbahasa Arab berteraskan kerangka etika imam al-Ghazālī.

4. DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam kajian kualitatif merupakan pendekatan yang menekankan penyediaan ringkasan komprehensif serta bersifat apa adanya terhadap pengalaman atau fenomena yang dikaji. Pendekatan ini mengutamakan deskripsi faktual dan kategori yang muncul daripada data, berbanding pembinaan teori abstrak (Vaismoradi, Turunen, & Bondas, 2013; Sandelowski, 1995).

Prosedur analisis deskriptif lazimnya melibatkan beberapa langkah utama, iaitu proses transkripsi data, ekstraksi unit makna (*open coding*), pengkodan, pengelompokan kod kepada tema atau kategori, pemilihan kutipan yang representatif, serta pelaporan dalam bentuk naratif. Langkah-langkah ini sering dijelaskan dalam amalan analisis tematik (*thematic analysis*) dan kandungan (*content analysis*). Kategori biasanya dibentuk secara induktif bagi mencerminkan kandungan data, dengan fokus utama pada penyajian dapatan yang dapat dimanfaatkan oleh pembaca atau pengkaji. Hal ini berbeza dengan tujuan pembinaan teori dalam *grounded theory* (Humble & Mozelius, 2022). Hasil analisis deskriptif dirangka agar mudah diakses dan diaplikasikan oleh pengkaji. Selain itu, fasa pengkodan dan transkripsi boleh disokong oleh penggunaan perisian khusus, seperti

NVivo dan MAXQDA bagi tujuan pengorganisasian data (Mohammed, 2022; Sandelowski & Leeman, 2012). Dapatan kajian menunjukkan profil demografi responden, sebagaimana ditunjukkan pada Jadual 3.

Jadual 3

Profil Demografi Responden (N = 400)

Kategori	Butiran / Peratus (%)
Jantina	Lelaki: 62% Wanita: 38%
Umur	18-24 tahun: 28% 25-44 tahun: 56% 45 tahun ke atas: 16%
Negara Asal	Arab Saudi: 42% Emiriah Arab Bersatu: 28% Oman: 15% Lain-lain negara Arab: 15%
Tahap Pendidikan	Sarjana Muda: 54% Diploma: 30% Pasca Siswazah: 16%
Pengalaman menggunakan aplikasi pelancongan digital	Pernah menggunakan: 70% Tidak pernah: 30%

Jadual 3 menunjukkan majoriti responden adalah lelaki (62%) dan berumur antara 25-44 tahun (56%), menunjukkan kumpulan dewasa muda yang aktif melancong. Pelancong kebanyakannya berasal dari Arab Saudi (42%) dan UAE (28%), mencerminkan populasi pelancong Muslim Arab yang dominan di Selangor. Dari segi pendidikan, lebih separuh responden memiliki ijazah sarjana muda (54%), menandakan tahap literasi dan kefahaman yang tinggi. Selain itu, 70% responden mempunyai pengalaman menggunakan aplikasi pelancongan digital, menunjukkan bahawa majoriti pelancong sedia menerima inovasi teknologi seperti Realiti Luasan (AR) untuk memperkayakan pengalaman pelancongan mereka.

4.2 Skor Purata dan Penerimaan terhadap Konstruk Kajian

Jadual 4

Skor Purata dan Sisihan Piawai bagi Setiap Konstruk Kajian (N = 400)

Konstruk Kajian	Skor Min (Min)	Sisihan Piawai (σ)	Tahap Penerimaan / Persepsi
Kesedaran Bahasa Arab dalam Aplikasi AR	4.21	0.62	Tinggi
Niat (Niyah)	4.41	0.55	Sangat Tinggi
Adab Perjalanan (<i>ādāb al-safar</i>)	4.33	0.57	Tinggi
Kesederhanaan	4.29	0.60	Tinggi
Tanggungjawab Sosial	4.34	0.59	Tinggi
Penerimaan Teknologi AR	4.18	0.65	Tinggi

Nota: Skala Likert 1-5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju).

Jadual 4 menunjukkan bahawa pelancong Muslim Arab menilai kesedaran terhadap bahasa Arab, nilai etika imam al-Ghazālī, dan penerimaan teknologi AR berada pada tahap tinggi, menunjukkan penerimaan yang positif terhadap integrasi kerohanian dan teknologi dalam pelancongan Islam.

4.3 Korelasi Pearson

Bagi menilai hubungan linear antara tiga konstruk utama kajian iaitu Kesedaran Bahasa Arab, Nilai Etika imam al-Ghazālī, dan Penerimaan Teknologi AR, analisis Korelasi Pearson digunakan. Ujian ini dipilih kerana semua pembolehubah diukur pada skala selang dan memenuhi syarat asas untuk analisis korelasi, termasuk taburan

data yang hampir normal dan hubungan linear antara konstruk. Analisis ini bertujuan untuk menentukan sama ada peningkatan dalam satu pembolehubah berkait dengan peningkatan pembolehubah lain, serta kekuatan hubungan tersebut berdasarkan nilai koefisien r. Jadual 5 di bawah memaparkan keputusan korelasi Pearson bagi sampel kajian (N = 400).

Jadual 5

Korelasi Pearson antara Kesedaran Bahasa Arab, Nilai Etika Imam Al-Ghazālī, dan Penerimaan AR (N = 400)

Konstruk Kajian	1	2	3
1. Kesedaran Bahasa Arab	1.00	0.55**	0.62**
2. Nilai Etika Al-Ghazālī	0.55**	1.00	0.69**
3. Penerimaan Teknologi AR	0.62**	0.69**	1.00

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi Pearson

**p < 0.01 (dua hala), ** = signifikan pada tahap 1%

Jadual 5 menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kesedaran bahasa Arab dan penerimaan AR (r = 0.62), menunjukkan kefahaman linguistik meningkatkan penerimaan teknologi. Nilai etika al-Ghazālī berkorelasi positif dengan penerimaan AR (r = 0.69), menandakan integrasi kerohanian memperkukuh pengalaman digital. Kesedaran bahasa Arab juga berkorelasi dengan nilai etika al-Ghazālī (r = 0.55), menunjukkan kefahaman bahasa mempengaruhi penghargaan terhadap prinsip rohani.

4.4 Ujian-t dan ANOVA Sehala

Jadual 6

Ujian-t dan ANOVA Sehala bagi Penerimaan Teknologi AR

Faktor Demografi	Statistik	Nilai	Keputusan Signifikan
Jantina	Ujian-t	t = 1.23, p > 0.05	Tidak signifikan
Umur	ANOVA Sehala	F(2,397) = 4.62, p < 0.05	Signifikan
Tahap Pendidikan	ANOVA Sehala	F(2,397) = 3.89, p < 0.05	Signifikan

Nota: p < 0.05 menunjukkan perbezaan yang signifikan secara statistik.

Jadual 6 menunjukkan tiada perbezaan signifikan antara lelaki dan wanita terhadap penerimaan AR, menunjukkan kedua-dua jantina menerima teknologi AR secara serupa. Terdapat perbezaan signifikan berdasarkan umur (p < 0.05), di mana kumpulan 25–44 tahun menunjukkan penerimaan AR paling tinggi, menunjukkan pelancong dewasa muda lebih responsif terhadap inovasi digital. Terdapat perbezaan signifikan berdasarkan tahap pendidikan (p < 0.05), dengan responden berpendidikan tinggi lebih menghargai integrasi nilai etika al-Ghazālī dan bahasa Arab dalam AR, menunjukkan literasi yang lebih tinggi mempengaruhi penerimaan teknologi berasaskan kerohanian.

4.5 Kesimpulan Dapatan

Dapatan kajian menegaskan wujudnya hubungan sinergi positif antara kesedaran bahasa Arab, nilai etika imam al-Ghazālī, dan penerimaan teknologi AR dalam konteks pelancongan Islam. Analisis korelasi Pearson menunjukkan hubungan signifikan antara kefahaman bahasa Arab dengan kefahaman kandungan spiritual AR (r=0.62, p<0.01) serta antara penghayatan nilai-nilai etika al-Ghazālī (merangkumi *niyyah*, *ādāb al-safar*, kesederhanaan, tanggungjawab sosial) dengan penerimaan teknologi AR (r=0.69, p<0.01). Hasil ini selari dengan model konseptual kajian yang menggariskan pelancongan digital Islam sebagai pengalaman holistik: penggabungan aspek linguistik (Bahasa Arab), nilai rohani, dan inovasi teknologi. Dengan kata lain, pendedahan kepada bahasa wahyu dan nilai Islam melalui AR memperkukuh penghayatan kerohanian sambil meningkatkan kesediaan pelancong menggunakan teknologi interaktif tersebut.

Secara teori, dapatan ini mengukuhkan pemahaman bahawa pelancongan Islam yang berpaksikan nilai rohani dapat diperkasa melalui teknologi seperti AR, terutamanya apabila digabungkan dengan bahasa Arab sebagai medium penyampaian. Model konseptual kajian turut diperkuat apabila ketiga-tiga elemen ini bahasa, nilai, dan teknologi saling berinteraksi dalam membentuk pengalaman pelancongan Islam yang holistik.

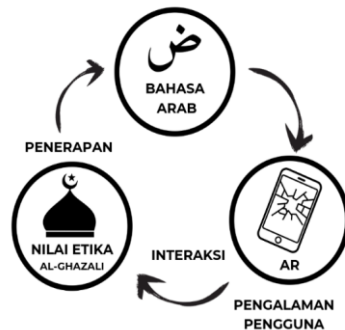
Sumbangan asli kajian ini ialah perumusan model pelancongan digital Islam yang mengintegrasikan nilai etika Al-Ghazālī dan teknologi AR secara harmoni, serta menunjukkan potensi AR sebagai alat refleksi kerohanian. Ia membuka ruang baharu kepada pembangunan aplikasi pelancongan beretika yang relevan dengan zaman digital.

4.6 Rajah Visual Model Konseptual

Berdasarkan dapatan analisis, satu model konseptual visual dibangunkan untuk menggambarkan hubungan antara konstruk utama kajian. Model ini bertujuan memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana kesedaran bahasa Arab, nilai etika imam al-Ghazālī, dan penerimaan teknologi AR saling berhubung dalam konteks pelancongan digital Islam. Rajah 1 memaparkan hubungan langsung dan tidak langsung yang dikenal pasti melalui analisis korelasi dan kefahaman teori kajian.

Rajah 1

Hubungan antara bahasa Arab, nilai etika Imam Al-Ghazālī dan AR.



Rajah 1 memperincikan hubungan konseptual antara tiga konstruk utama kajian: kesedaran bahasa Arab, nilai etika imam al-Ghazālī, dan penerimaan teknologi AR dalam konteks pelancongan digital Islam. Dalam model ini, terdapat dua jenis hubungan utama yang dikenal pasti berdasarkan dapatan empirikal:

Hubungan Langsung:

i. Kesedaran bahasa Arab → Penerimaan Teknologi AR

Pelancong yang lebih peka terhadap kepentingan bahasa Arab cenderung lebih menerima penggunaan AR berbahasa Arab. Ini disebabkan kefahaman linguistik membantu mereka memahami kandungan spiritual dan sejarah yang dipersembahkan melalui AR.

ii. Nilai Etika Imam al-Ghazālī → Penerimaan Teknologi AR

Nilai seperti *niyyah* (niat), *ādāb al-safar*, dan kesederhanaan meningkatkan penghargaan pelancong terhadap penggunaan AR sebagai alat refleksi rohani dan pembelajaran interaktif.

Hubungan Tidak Langsung / Perantara (*Mediated*):

Kesedaran Bahasa Arab → Nilai Etika Imam Al-Ghazālī → Penerimaan AR

Kajian juga mencadangkan bahawa kefahaman terhadap bahasa Arab secara tidak langsung mempengaruhi penerimaan AR melalui penghayatan nilai-nilai etika. Pelancong yang memahami bahasa Arab lebih mudah mengakses dan menghargai kandungan nilai rohani dalam AR, yang seterusnya mempengaruhi penerimaan mereka terhadap teknologi tersebut.

Secara keseluruhan, hubungan antara ketiga-tiga konstruk adalah positif, saling menguatkan, dan membentuk satu ekosistem pelancongan Islam digital yang holistik: bahasa sebagai medium, nilai etika sebagai kandungan, dan AR sebagai teknologi penyampai.

5. KESIMPULAN

Sebagai kajian eksploratori, dapatan ini menyediakan asas awal bagi pembangunan model pelancongan digital berteraskan etika imam al-Ghazālī. Kajian ini menegaskan kepentingan pengintegrasian bahasa Arab, nilai etika imam al-Ghazālī dan teknologi AR dalam pelancongan digital Islam. Dapatan menunjukkan bahawa kesedaran terhadap bahasa Arab dan penghayatan nilai etika seperti *niyyah*, *ādāb al-safar* dan *tazkiyah al-nafs* berperanan signifikan dalam meningkatkan penerimaan pengguna terhadap teknologi AR. Hal ini membuktikan bahawa inovasi pelancongan digital Islam memerlukan keseimbangan antara keaslian nilai keagamaan dan kemajuan teknologi.

Secara praktikal, model yang dibangunkan dapat dijadikan panduan oleh pembuat dasar, pendidik dan pembangun aplikasi dalam merancang kandungan pelancongan digital yang berpaksikan nilai Islam dan linguistik Arab. Model ini juga menyediakan asas konseptual bagi pembangunan aplikasi pelancongan digital yang lebih beretika dan berimpak spiritual.

Dapatan kajian ini tidak bertujuan membangunkan model penuh, tetapi menyediakan asas empirikal awal bagi pemahaman tentang integrasi nilai etika al-Ghazālī dalam teknologi AR. Kajian lanjutan disarankan untuk menguji model secara lebih menyeluruh menggunakan analisis lanjutan seperti *Structural Equation Modeling* (SEM) atau regresi berbilang bagi memperkukuh rangka teoritikal yang dicadangkan.

Kajian lanjutan disarankan untuk menguji model ini secara empirikal merentasi konteks demografi dan geografi yang berbeza, serta menilai kesan jangka panjang terhadap tingkah laku dan pembelajaran pengguna. Secara keseluruhan, kajian ini menyumbang kepada pembentukan paradigma pelancongan digital berasaskan Islam yang menggabungkan teknologi, etika dan keimanan.

PERTIMBANGAN ETIKA KAJIAN

Kajian ini mematuhi kod etika penyelidikan Universiti Islam Selangor (UIS). Kebenaran rasmi diperolehi daripada Jawatankuasa Etika Penyelidikan UIS, manakala setiap responden memberikan persetujuan termaklum (*informed consent*) sebelum mengambil bahagian dalam soal selidik. Data responden dirahsiakan dan hanya digunakan untuk tujuan akademik. Secara keseluruhan, pendekatan kuantitatif melalui tinjauan ini dirancang untuk memberikan gambaran empirik tentang bagaimana nilai etika imam al-Ghazālī dapat diterapkan dalam pembangunan aplikasi AR bagi pelancongan Islam di Selangor. Dapatan daripada analisis data diharapkan mampu membentuk asas model konseptual pelancongan Islam digital yang menyepadukan bahasa Arab, nilai kerohanian, dan teknologi pintar secara harmoni.

KONFLIK KEPENTINGAN

Para penulis menyatakan bahawa tiada konflik kepentingan yang mempengaruhi penyelidikan, analisis data, penulisan, atau proses penerbitan artikel ini. Semua prosedur penyelidikan dan pelaporan dijalankan secara bebas serta mematuhi garis panduan etika penerbitan *al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*.

PENGHARGAAN

Kajian ini telah dibiayai oleh Universiti Islam Selangor (UIS) melalui Geran Penyelidikan Negeri Selangor (GPNS). Para penulis merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada semua rakan penyelidik, responden, dan penasihat teknikal yang telah memberikan sumbangan dalam menjayakan kajian bertajuk *Pendekatan Imam Al-Ghazālī dalam Pelancongan Digital: Potensi Aplikasi AR berbahasa Arab untuk Pelancong Muslim di Selangor*.

SUMBANGAN PENULIS

Mohammad Imran bin Ahmad bertanggungjawab terhadap konseptualisasi kajian, pembangunan instrumen soal selidik, serta analisis literatur berkaitan etika imam al-Ghazālī. Beliau turut menyediakan draf utama artikel dalam bahasa Melayu dan berperanan sebagai *corresponding author* yang menyelaras komunikasi akademik serta semakan akhir manuskrip.

Mohd Norzi bin Nasir menyumbang dalam aspek reka bentuk penyelidikan, penentuan kesahan kandungan instrumen berdasarkan kerangka nilai Islam, serta semakan teoretikal terhadap bahagian falsafah dan *ādāb al-safar* menurut al-Ghazālī. Beliau juga memastikan ketepatan istilah agama dan konteks kerohanian dalam perbincangan.

Mohammad Najib bin Jaffar bertanggungjawab terhadap integrasi komponen teknologi AR dan pelaksanaan analisis statistik menggunakan SPSS. Beliau turut menyemak bahagian dapatan kuantitatif, interpretasi ujian korelasi dan ANOVA, serta memperkemas model konseptual akhir yang menghubungkan bahasa Arab, nilai etika al-Ghazālī dan AR.

Rafidah binti Haji Abdullah menyumbang kepada penyelarasan struktur penulisan akademik, semakan gaya bahasa dan keutuhan ilmiah manuskrip, serta memastikan pematuhan terhadap garis panduan etika penerbitan IJICI. Beliau juga terlibat dalam semakan akhir literatur terkini berkaitan pelancongan Islam dan aplikasi teknologi digital.

Kesimpulannya, artikel ini merupakan hasil kolaborasi pelbagai kepakaran yang saling melengkapi dalam bidang bahasa Arab, etika Islam, dan teknologi pelancongan digital. Sinergi kepakaran ini telah menghasilkan satu sumbangan bermakna dalam memperkenalkan model pelancongan Islam berasaskan bahasa Arab, nilai etika al-Ghazālī, dan Realiti Luasan (AR) yang berpotensi memperkukuh pembangunan pelancongan digital berteraskan nilai kerohanian.

RUJUKAN

- Afriansyah, A. (2018). Konsep pemimpin ideal menurut al-Ghazālī. *Nalar Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 1(2), 82. <https://doi.org/10.23971/njppi.v1i2.905>.
- Akroush, M. N., Jraisat, L. E., Kurdieh, D. J., Al-Faouri, R. N., & Qatu, L. T. (2019). The perception of non-Muslim tourists towards halal tourism: Evidence from Turkey and Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 823–840. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0072>.
- Al-Ghazālī, A. H. (2004). *Iḥyā' 'Ulūm al-Dīn*. Jil. 3. Beirut: Dar al-Ma'rifah.
- Almulla, K. & Abbasi, M. (2024). The concept of hope in Islamic traditional ideology: A discussion on imam al-Ghazali's thoughts. *International Journal of Religion*, 5(11), 1087-1095. <https://doi.org/10.61707/86ktk557>.
- Arif, A., Amin, M., & Prasetiawati, E. (2023). Mahabbah concept according to Abu Hamid Muhammad Al-Ghazali. *Quality: Journal of Education, Arabic and Islamic Studies*, 1(2), 84-94. <https://doi.org/10.58355/qwt.v1i2.28>.
- Azam, M. S. E., Muflih, B. K., & Al-Haq, M. A. (2024). Intersection between modern technologies and halal tourism: Exploring the role of digital innovation in enhancing Muslim travellers' experience. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 21(1), 16–31. <https://doi.org/10.33102/jmifr.546>.
- Azwar, A., Usman, A. H., Noor, U. M., & Abdullah, M. F. R. (2024). Iṣlāḥ of al-Ghazālī's ideas and movements and their relevance to contemporary Islamic preaching. *Ulumuna: Journal of Islamic Studies*, 28(1), 453–484. <https://doi.org/10.20414/ujs.v28i1.513>.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>.
- Borodovskaya, L. (2022). *Sufi treatises of Abu Hamid al-Ghazali: Influence on the Tatar culture until the beginning of the 20th century*. *Islam in the Modern World*, 18(3), 127–144. <https://doi.org/10.22311/2074-1529-2022-18-3-127-144>.
- Clair, E. (2005). Algazel on the soul: A critical edition. *Traditio*, 60, 47–84. <https://doi.org/10.1017/S036215290000234>.

- Cornell, V. (2014). Applying the lessons: Ideals versus realities of happiness from medieval Islam to the "Founding Fathers". *Journal of Law and Religion*, 29(1), 92–108. <https://doi.org/10.1017/jlr.2013.7>.
- Daud, Z., Mohd Haridi, N. H., Alias, N., & Hasin, A. (2021). Kajian perbandingan kalangan pelajar Institusi Pengajian Tinggi terhadap simptom stres yang dialami ketika sesi pengajaran dan pembelajaran dalam talian era Covid-19. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 6(1), 615–627. <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v6i1.136>.
- Dayrobi, M. & Tanjung, D. (2024). Maqasid syariah perspective Abu Hamid Muhammad Bin Muhammad Al-Ghazali. *AMK: Abdi Masyarakat UIKA*, 3(3), 111-116. <https://doi.org/10.32832/amk.v3i3.2218>.
- Ercan, F., Sayın, K., Dalgin, T., & Gençer, K. (2025). A bibliometric and systematic review of publications on augmented reality in sustainable tourism. *Sustainability*, 17(4), 1508. <https://doi.org/10.3390/su17041508>.
- Guefara, R. (2024). Hubungan ilmu tasawuf dan ilmu kalam dalam perspektif Abu-Hamid Muhammad (Al-Ghazali). *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 2(3), 303-307. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v2i3.354>.
- Günther, S. (2025). Al-Ghazālī on logic as a means of learning. *Al-Abhath*, 73(1-2), 27-71. <https://doi.org/10.1163/2589997x-0730102003>.
- Hamid, A. (2022). Konsep guru menurut Abu Hamid Muhammad Al-Ghazali (Imam Al-Ghazali). *Aktualita*, 12(1). <https://doi.org/10.54459/aktualita.v12i1.391>.
- Han, D.-I., Weber, J., Bastiaansen, M., Mitas, O., & Lub, X. D. (2019). Virtual and augmented reality technologies to enhance the visitor experience in cultural tourism. In M. T. Dieck & T. Jung (Eds.), *Augmented Reality and Virtual Reality: The Power of AR and VR for Business* (pp. 113–128). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-06246-0_9.
- Hariani, D., Hanafiah, M. H., Anuar, N. A. M., & Ahmad, K. N. (2024). Promoting halal tourism in sharia-compliant destination: Insights on Aceh competitiveness and tourist perceived value and behavior. *Tourism and Hospitality Research*, 0(0), 1–17. <https://doi.org/10.1177/14673584241283902>.
- Humble, N. & Mozelius, P. (2022). Content analysis or thematic analysis. *European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies*, 21(1), 76-81. <https://doi.org/10.34190/ecrm.21.1.316>.
- Husniyah, N., & Salim, N. (2023). Konsep ideal pendidikan Islam perspektif Imam al-Ghazali. *Studia Religia: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, 7(2), 296–305. <https://doi.org/10.30651/sr.v7i2.20588>.
- Ibrahim, M., Usman, A. H., & Razi Shahabudin, M. F. (2022). Psikoterapi al-Ghazālī: Kajian terhadap maqāmāt dalam Kitab Ihyā' 'Ulūm al-Dīn. *Islāmiyyāt: International Journal of Islamic Studies*, 44, 85–95. <https://doi.org/10.17576/islamiyyat-2022-44IK-9>.
- Jaffar, M. N., Ab Rahman, A., Rashid Abdul Hamed, K., Ahmad, M. I., Ritonga, M., & Noor Azam, M. H. (2024). Development of augmented reality Arabic for Islamic tourism: Sustainable education need analysis. *IJAZ ARABI: Journal of Arabic Learning*, 7(2), 571–585. <https://doi.org/10.18860/ijazarabi.v7i2.25794>.
- Khan, N. (2025). Integrating halal tourism with sustainable development: The role of technology and governance. *Sustainability & Entrepreneurship*, 4(1), 71–91. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01503-3>.
- Kirabaev, N., & Al-Janabi, M. (2018). The Sufi path of al-Ghazali. In *2nd International Conference on Culture, Education, and Economic Development of Modern Society (ICCESE 2018)* (pp. 1275–1278). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/iccese-18.2018.282>.

- Kodirov, D. (2021). Theory of knowledge in the treatise of al-Ghazali *al-kistasu-lmustakim* (Right Scales). *The Light of Islam*, 3, 15–22. <https://doi.org/10.47980/iiaw/2021/3/2>.
- Konurbaev, M., & Коңурбаев, С. (2016). An essay on the history and hermeneutics of Naṣīḥat al-Mulūk by Ghazālī, Abu Ḥamid Muḥammad ibn Muḥammad al-Tūsī: The symbolic and cultural code. *Servis Plus*, 10(1), 89–100. <https://doi.org/10.12737/17487>.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>.
- Kukkonen, T. (2025). Al-Ghazālī and Ibn Rushd on the end of the world. *Theology and Science*, 23(3), 1–15. <https://doi.org/10.1080/14746700.2025.2514315>.
- Kumalasari, D., Haris, M., & Hakim, L. (2024). Maqashid syari'ah imam ghazali dalam ekonomi dan praktik. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(8), 106–111. <https://doi.org/10.62504/jimr825>.
- Lohr, C. (2000). The Arabic background to Ramon Lull's Liber Chaos (ca. 1285). *Traditio*, 55, 159–170. <https://doi.org/10.1017/s0362152900000076>.
- Maharani, N., Muzakki, A., & Islam, S. (2024). Kriteria pemimpin perspektif imam al-Ghazali dalam kitab Ihya' Ulumuddin. *Jurnal Keislaman*, 7(1), 149–169. <https://doi.org/10.54298/jk.v7i1.251>.
- McBrayer, G. & El-Rayes, W. (2015). Al-ghazālī's moderation in belief. *American Journal of Islam and Society*, 32(4), 117–120. <https://doi.org/10.35632/ajis.v32i4.1010>.
- Mian, A. A. (2022). Agents of grace: Ethical agency between Ghazālī and the anthropology of Islam. *American Journal of Islam and Society*, 39(1–2), 1–27. <https://doi.org/10.35632/ajis.v39i1-2.2951>.
- Mirsepassi, A., & Fernée, T. (2024). *The intellectual thought of al-Ghazālī*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009538114>.
- Mohammed, W. (2022). A qualitative exploration of the absence of sport psychologists in sport clubs: The coaches' perspective. *Humanities Journal of University of Zakho*, 10(1), 233–240. <https://doi.org/10.26436/hjuoz.2022.10.1.829>.
- Mustafa, F., Bin Daud, M., Bin Yussuf, A., Kasasbeh, N., & Abu Khurma, O. (2025). The practice of augmented reality in Islamic education and the level of motivation among UAE secondary school students. *Social Sciences*, 14(2), 80. <https://doi.org/10.3390/socsci14020080>.
- Ouertani, H. C., & Tatwany, A. (2019). Augmented reality-based mobile application for real-time Arabic language translation. *Communications in Science and Technology*, 4(1), 30–37. <https://doi.org/10.21924/cst.4.1.2019.88>.
- Pourjavady, R., & Schmidtke, S. (2016). Twelver Shī'ī theology. In S. Schmidtke (Ed.), *The Oxford Handbook of Islamic Theology* (pp. 456–472). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199696703.013.41>.
- Quraisy, S., Holis, K., & Hasan, M. (2023). Pemikiran pendidikan Abu Hamid Muhammad Bin Muhammad Al-Ghazali. *Pedagogika Jurnal Ilmu-Ilmu Kependidikan*, 3(1), 58–63. <https://doi.org/10.57251/ped.v3i1.959>.
- Ridzuan, A. H., Norfezah, M., & Nur'Hidayah, C. A. (2020). *Augmented reality (AR) concept in hospitality education: Advantages and challenges*. *International Journal of e-Learning and Higher Education*, 13(1), 137–149. Dicapai daripada <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/81078/>.

- Said, N. (1970). The significance of al-Ghazālī and his works for Indonesian Muslims: A preliminary study. *Studia Islamika*, 3(3), 21–45. <https://doi.org/10.15408/sdi.v3i3.799>.
- Sandelowski, M. & Leeman, J. (2012). Writing usable qualitative health research findings. *Qualitative Health Research*, 22(10), 1404–1413. <https://doi.org/10.1177/1049732312450368>.
- Sandelowski, M. (1995). Qualitative analysis: What it is and how to begin. *Research in Nursing & Health*, 18(4), 371–375. <https://doi.org/10.1002/nur.4770180411>.
- Syed Ahamed Suban, S., Kumar Madhan, M., & Shameem Shagirbasha, S. (2023). A bibliometric analysis of halal and Islamic tourism. *International Hospitality Review*, 38(2), 441–460. <https://doi.org/10.1108/IHR-05-2021-0038>.
- Usman, A. H., Salleh, N. M., Shaharuddin, S. A., Nasir, M. N., Wazir, R., & Shahabudin, M. F. R. (2020). Implementation of Sufism in worship: A review of the treatment of paedophilia. *Journal of Critical Reviews*, 7(14), 1511–1514. <http://dx.doi.org/10.31838/jcr.07.14.337>.
- Vaismoradi, M., Turunen, H., & Bondas, T. (2013). Content analysis and thematic analysis: Implications for conducting a qualitative descriptive study. *Nursing and Health Sciences*, 15(3), 398–405. <https://doi.org/10.1111/nhs.12048>.
- Vargas-Sánchez, A., & Moral-Moral, M. (2020). Halal tourism: Literature review and experts' view. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 549–569. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0039>.
- Wagner, R., & Briggs, A. Al-Ghazali's Pilgrimage, *The Penultimate Curiosity: How Science Swims in the Slipstream of Ultimate Questions*. Oxford. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198747956.003.0017>.

Disclaimer

The views expressed in this article are those of the author. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues* shall not be liable for any loss, damage or other liability caused by / arising from the use of the contents of this article.

