

**MENGAJI FAKTOR TARIKAN ORANG AWAM MENONTON
WAYANG DI GSC SEBERANG PERAI TENGAH**

10DPM14F2026	AMIRUL NIZAM BIN LAMRI
10DPM14F2060	SITI SARAH BINTI MOHD KASER
10DPM14F2121	SITI NURHAJIJAH BINTI KARYONO
10DPM14F2124	AISHAH NABILA BINTI GHAZALI
10DPM14F2101	YUWESWARY A/P PARAMESWARAN

**LAPORAN INI DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI
SEBAHAGIAN DARIPADA SYARAT MEMPEROLEH
DIPLOMA PENGAJIAN PERNIAGAAN**

JABATAN PERDAGANGAN

POLITEKNIK SEBERANG PERAI

DISEMBER 2016

SENARAI KANDUNGAN

BAB PERKARA	MUKA SURAT
HALAMAN TAJUK	i
PERAKUAN PELAJAR	ii
PENGESAHAN LAPORAN KAJIAN	iii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
SENARAI KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	ix
SENARAI RAJAH	x
SENARAI LAMPIRAN	xi

BAB 1 PENGENALAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1-3
1.2 Penyataan Masalah	3-4
1.3 Objektif Kajian	4
1.4 Persoalan Kajian	4
1.5 Kajian Responden	5
1.6 Skop Kajian	5
1.7 Kepentingan Kajian	6

1.7.1 Pemilik Pawagam (GSC)	6
1.7.2 Pekerja Panggung Wayang	6
1.7.3 Pengkaji Akan Datang	6
1.8 Definisi Operasional	7
1.8.1 Harga	7
1.8.2 Rakan Sebaya	7
1.8.3 Pengiklanan	7
1.9 Limitasi Kajian	7-8

BAB 2 SOROTAN KAJIAN

2.1 Pendahuluan	9
2.2 Objektif Kajian 1 : Harga Tiket	9-10
2.3 Objektif Kajian 2 : Rakan Sebaya	11-12
2.4 Objektif Kajian 3 : Pengiklanan	12-13
2.5 Kesimpulan	14

BAB 3 METODOLOGI

3.1 Pendahuluan	15
3.2 Rekabentuk Kajian	16
3.3 Kaedah Pengumpulan Data	16
3.3.1 Data Primer	16
3.3.2 Data Sekunder	16
3.4 Populasi dan Sampel	17
3.5 Instrumen Kajian	18
3.5.1 Bahagian A	18
3.5.2 Bahagian B	18
3.6 Kaedah Analisa Data	19
3.6.1 Analisis Kebolehpercayaan (SPSS)	19
3.6.2 Keputusan Kajian Rintis (Pilot Test)	19

BAB 4 ANALISIS DATA

4.1 Pendahuluan	20
4.2 Analisis Kebolehpercayaan Data	21
4.3 Keputusan Kajian (Bahagian A)	22
4.3.1 Jantina	22
4.3.2 Status	23
4.3.3 Umur	24
4.3.4 Bangsa	25
4.3.5 Kekerapan Menonton Wayang	26
4.3.6 Pekerjaan	27
4.4 Analisis Dapatan Kajian (Bahagian B)	28
4.4.1 Faktor 1-3	28
4.4.2 Analisis Soalan Faktor Harga	29-30
4.4.3 Analisis Soalan Faktor Rakan Sebaya	31-32
4.4.4 Analisis Soalan Faktor Pengiklanan	33-34

BAB 5 PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 Pendahuluan	35
5.2 Perbincangan	36-39
5.3 Cadangan	39-41
5.4 Kesimpulan	41

RUJUKAN	42-43
----------------	-------

LAMPIRAN

1. Soalan Kajian	44-47
2. SPSS Output	48-64

PERAKUAN PELAJAR

Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

- | | | | |
|----|-----------------|---|---|
| 1. | Tandatangan | : |  |
| | Nama | : | Amirul Nizam Bin Lamri |
| | No. Pendaftaran | : | 10DPM14F2026 |
| | Tarikh | : | |
| 2. | Tandatangan | : |  |
| | Nama | : | Siti Sarah Binti Mohd Kaser |
| | No. Pendaftaran | : | 10DPM14F2060 |
| | Tarikh | : | |
| 3. | Tandatangan | : |  |
| | Nama | : | Siti NurHajjah Binti Karyono |
| | No. Pendaftaran | : | 10DPM14F2121 |
| | Tarikh | : | |
| 4. | Tandatangan | : |  |
| | Nama | : | Aishah Nabila Binti Ghazali |
| | No. Pendaftaran | : | 10DPM14F2124 |
| | Tarikh | : | |
| 5. | Tandatangan | : | |
| | Nama | : | Yuweswary A/P Parameswaran |
| | No. Pendaftaran | : | 10DPM14F2101 |
| | Tarikh | : | |

PENGESAHAN PROJEK

Laporan projek bertajuk “**Mengkaji Faktor Tarikan Orang Awam Menonton Wayang di Sekitar Seberang Perai Tengah**” ini telah dikemukakan, disemak serta disahkan sebagai memenuhi syarat dan keperluan penulisan projek seperti yang telah ditetapkan.

Disemak oleh:

Nama Penyelia	:	Cik Aleza Binti Abd Rashid
Tandatangan Penyelia	:	
Tarikh	:	

Disahkan oleh:

Nama Pensyarah Kursus	:	Puan Nor Hasni Binti Haron
Tandatangan Pensyarah Kursus	:	
Tarikh	:	

SENARAI JADUAL

NO. JADUAL SURAT	TAJUK	MUKA
4.2.1	Taburan Pengunjung Mengikut Jantina	22
4.2.2	Taburan Pengunjung Mengikut Status	23
4.2.3	Taburan Pengunjung Mengikut Umur	24
4.2.4	Taburan Pengunjung Mengikut Bangsa	25
4.2.5	Taburan Pengunjung Mengikut Kekerapan Menonton Wayang	26
4.2.6	Taburan Pengunjung Mengikut Pekerjaan	27
4.3.2	Taburan Analisis Soalan Faktor Harga Tiket	29
4.3.3	Taburan Analisis Soalan Faktor Rakan Sebaya	31
4.3.4	Taburan Analisis Soalan Faktor Pengiklanan	33

SENARAI RAJAH

NO. JADUAL SURAT	TAJUK	MUKA
4.2.1	Carta Peratusan Responden Mengikut Jantina	22
4.2.2	Carta Peratusan Responden Mengikut Status	23
4.2.3	Carta Peratusan Responden Mengikut Umur	24
4.2.4	Carta Peratusan Responden Mengikut Bangsa	25
4.2.5	Carta Peratusan Responden Mengikut Kekerapan Menonton Wayang	26
4.2.6	Carta Peratusan Responden Mengikut Pekerjaan	27

PENGHARGAAN

Pertama kali syukur ke hadrat ilahi kerana dengan limpah dan kurnia-Nya dapat kami menyiapkan kajian ini. Terima kasih yang tidak terhingga kepada semua yang telah membantu kami melaksanakan kajian ini secara langsung ataupun tidak langsung.

Terima kasih yang tidak terhingga kepada Cik Aleza binti Abd Rashid yang telah banyak memberi bimbingan dan tunjuk ajar kepada kami untuk menyiapkan kajian ini. Kami juga ingin mengucapkan ribuan terima kasih atas sokongan dan dorongan rakan-rakan kami untuk menyiapkan kajian ini.

Kami juga ingin memohon sejuta kemaafan sekiranya terdapat kesilapan dan kekurangan dalam menyiapkan kajian ini, segala kekurangan harap dimaafkan. Sesungguhnya yang baik itu datangnya dari allah dan yang buruk itu datangnya dari kelemahan kami.

ABSTRAK

Tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk mengkaji faktor tarikan orang awam menonton wayang di sekitar Seberang Perai Tengah. Di sini pengkaji akan mengkaji tentang objektif kajian iaitu faktor harga tiket, faktor rakan sebaya dan faktor pengiklanan yang menarik perhatian orang awam.. Responden kajian adalah terdiri daripada 100 orang awam di sekitar Seberang Perai Tengah manakala kaedah yang digunakan pengkaji adalah melalui soal selidik. Instrumen kajian berbentuk borang soal selidik yang dibahagikan kepada dua bahagian iaitu bahagian A (soalan berkaitan maklumat responden) dan bahagian B (soalan berkaitan objektif khusus). Hasil dapatan diproses menggunakan perisian SPSS (Statistical Package for Social Science). Hasil dapatan digunakan bagi membuat perbincangan dan kesimpulan manakala maklumat dari responden dikemukakan sebagai cadangan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the attraction of the public to the movies around Seberang Perai Tengah. Here researchers will study about the research objectives of the ticket price, peers and advertising factors that attract the attention of the public. The respondents comprised 100 civilians around Seberang Perai Tengah while the study is the method used by the questionnaire. The instrument is a questionnaire which is divided into two parts, part A (Questions relating to information respondents) and part B¹(Questions related to the specific objectives). The results were processed using SPSS (Statistical Package fo Social Science). The findings were used to create discussions and conclusions of the respondents while information submitted in the proposal.

BAB 1

PENGENALAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Wayang mendapat sambutan yang sangat bagus daripada orang awam. Orang awam meminati menonton wayang daripada filem-filem tempatan dan barat. Apakah yang membuatkan orang awam tertarik untuk menonton wayang adalah kerana pihak wayang memberikan promosi yang sangat menarik dan harganya juga murah dan berpatutan. Masyarakat yang menonton wayang pada hari rabu akan diberi harga yang istimewa daripada harga sebenar. Promosi ini dapat menarik lagi ramai orang awam untuk menonton wayang.

Menurut Perbadanan Kemajuan Filem Nasional (FINAS), bilangan pawagam di Malaysia meningkat daripada 68 buah pada tahun 2006 kepada 134 buah pada tahun 2014 (www.finas.gov.com). Bilangan orang awam menonton wayang meningkat dari tahun ke tahun. Selain itu, jumlah ini bertambah kepada lebih dari 20 buah filem tempatan yang paling tinggi di pawagam iaitu 81 buah filem. Oleh itu, ia menunjukkan bilangan orang awam menonton wayang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Filem-filem yang menarik akan membuatkan orang awam tertarik untuk menonton wayang.

Menurut Ubong Imang (2015), bilangan penonton filem khususnya penonton di pawagam di Malaysia telah meningkat dengan begitu pesat sekali. Misalnya pada tahun 2005, bilangan penonton filem di pawagam mencecah angka 25.92 juta dan pada tahun

2014, bilangan ini telah meningkat lebih dari sekali ganda iaitu kepada 61.80 juta. Ini kerana faktor-faktor tarikan seperti faktor harga tiket, faktor rakan sebaya dan faktor pengiklanan yang membuatkan orang awam tertarik untuk menonton wayang di panggung wayang.

Seterusnya, kemudahan tempat duduk yang selesa juga tergolong dalam menarik perhatian orang awam menonton wayang. Tempat duduk yang selesa memainkan peranan yang sangat besar untuk menonton wayang dengan selesa tanpa rasa ragu. Orang awam juga dapat menonton wayang dengan penuh berkeyakinan ibarat berada dalam filem tersebut.

Selain itu, kebersihan panggung wayang juga menjamin orang awam untuk menonton wayang di panggung. Kebersihan amat penting dalam kehidupan setiap orang dan juga mencerminkan personaliti kita. Orang awam akan lebih senang apabila kebersihan panggung wayang dalam keadaan pengudaraan yang baik.

Menurut Juliana & Mahyuddin (2009), filem dilihat sebagai satu medium untuk menstrukturkan proses pengeluaran makna dalam masyarakat. Selain itu, panggung wayang berperanan sebagai saluran hiburan kepada orang awam kerana orang awam dapat meluangkan masa dengan keluarga atau rakan sebaya. Tambahan pula, bagi pengurusan panggung wayang mestilah untuk mengaut keuntungan daripada hasil orang awam menonton wayang.

Di samping itu, pihak wayang menyediakan kemudahan tempahan tiket secara online kepada orang awam. Orang awam lebih menyukai menempah tiket secara online kerana tidak perlu beratur panjang untuk membeli tiket. Tempahan tiket juga merupakan salah satu kemudahan orang awam tertarik untuk menonton wayang kerana merupakan cara

yang mudah untuk membeli tiket wayang. Tempat duduk juga sudah di tempah lebih awal dan pihak pengurusan panggung wayang telah pun menyimpan untuk pelanggan yang membeli secara online.

Kesimpulannya, faktor –faktor berikut seperti faktor harga tiket, faktor rakan sebaya dan faktor pengiklanan adalah memainkan peranan yang penting untuk menarik perhatian orang awam menonton wayang di panggung wayang. Faktor berikut perlu dititikberatkan dan tidak boleh mengambil mudah dalam tarikan orang awam untuk menonton wayang.

1.2 PENYATAAN MASALAH

Cabaran utama yang menjadi persoalan kajian ini dari segi masalah jumlah penonton yang mengunjungi panggung wayang walaupun perfileman dan panggung wayang telah dinaik taraf. Menurut akhbar kosmo ada menyatakan “Masalah kutipan tiket wayang filem Melayu sebenarnya bukan masalah di Malaysia sahaja, tetapi kutipan tiket wayang di seluruh dunia juga semakin merosot. Hal ini jelas menyatakan tentang harga tiket berperanan penting di dalam meningkatkan penonton yang mengunjungi wayang di Malaysia.

Seterusnya, apa yang membuatkan masyarakat lebih memilih untuk menonton wayang bersama rakan sebaya berbanding bersama keluarga. Sebanyak 67 peratus daripada warga Malaysia yang dikaji menyatakan bahawa mereka lebih menggemari menonton wayang bersama rakan sebaya. Dua per tiga daripada mereka menyatakan bahawa menonton wayang bersama rakan sebaya lebih menyeronokkan berbanding bersama keluarga. Rakan sebaya dianggap teman yang lebih memahami mereka selain keluarga dan banyak lebih masa untuk menonton wayang bersama.

Menurut FINAS Malaysia, jumlah penonton wayang semakin berkurang daripada 73 peratus menurun kepada 64 peratus adalah disebabkan filem dan pengiklanan yang kurang daripada panggung wayang di Malaysia. Hal ini, menunjukkan terdapat pelbagai masalah yang dihadapi oleh sesebuah pihak untuk menubuhkan sebuah panggung wayang yang dapat menarik ramai penonton sama ada dari segi pemilihan lokasi dan juga penerimaan orang sekeliling.

1.3 OBJEKTIF KAJIAN

1. Mengenalpasti samada harga tiket berperanan dalam menarik perhatian orang awam menonton wayang.
2. Mengenalpasti samada pengaruh rakan sebaya berperanan menarik perhatian orang awam menonton wayang.
3. Mengenalpasti samada pengiklanan berperanan menarik perhatian orang awam menonton wayang.

1.4 PERSOALAN KAJIAN

1. Adakah harga tiket berperanan dalam menarik perhatian orang awam menonton wayang?
2. Adakah pengaruh rakan sebaya berperanan dalam menarik perhatian orang awam menonton wayang?
3. Adakah pengaruh pengiklanan berperanan dalam menarik perhatian orang awam menonton wayang?

1.5 KAJIAN RESPONDEN

Hasil kajian dimulakan dengan perbincangan ringkas mengenai latar belakang responden orang awam yang terdiri daripada pelajar, masyarakat yang bekerja, suri rumah dan sebagainya. Kajian ini mengkaji orang awam dari umur 13 hingga 60 tahun.

Di dalam kajian ini seramai 100 orang responden telah dipilih untuk menyertai kajian ini. Responden yang dipilih adalah di kalangan orang awam yang menonton wayang di GSC Seberang Tengah. Responden telah memberikan kerjasama yang baik dalam memberi respon terhadap boring kaji selidik yang diedarkan dan juga hasil daripada temu bual.

1.6 SKOP KAJIAN

Skop kajian ini dijalankan di panggung wayang yang terletak di GSC Seberang Perai Tengah. Kajian ini melibatkan responden seramai 100 orang terdiri daripada penonton yang berkunjung untuk menonton wayang di panggung wayang GSC Seberang Perai Tengah.

Pengagihan responden adalah secara rawak yang merangkumi pelbagai jenis lapisan masyarakat. Kajian utama yang hanya dikaji oleh pengkaji ialah sama ada dari segi punca faktor harga tiket, faktor pengaruh rakan sebaya dan faktor pengiklanan di panggung wayang GSC Seberang Perai Tengah.

1.7 KEPENTINGAN KAJIAN

1.7.1 Kepentingan kepada pemilik pawagam

Dari hasil kajian ini, dapat digunakan sebagai rujukan kepada Golden Screen Cinema (GSC) pada masa hadapan bagi meningkatkan perkhidmatan. GSC juga dapat membuat penambahbaikan dari pelbagai sudut dan juga mengetahui tanggapan orang awam terhadap perkhidmatan harga penjualan tiket dan juga boleh. Daripada kajian ini, GSC dapat melihat tahap penerimaan orang awam tertumpu kepada beberapa faktor.

1.7.2 Kepentingan kepada pekerja panggung wayang

Dari hasil kajian ini, dapat digunakan sebagai rujukan kepada pekerja panggung wayang tersebut supaya dapat memperbaiki mengenai kerja mereka. Pekerja panggung wayang perlulah memberi layanan yg baik kepada rakan sebaya supaya dapat menjaga silaturrahim antara pekerja dan orang awam.

1.7.3 Kepentingan kepada pengkaji akan datang

Kajian ini mempunyai kepentingan tersendiri kepada pengkaji akan datang kerana ia boleh dijadikan sebagai rujukan apabila membuat kajian yang berkaitan dengan kajian yang telah dilakukan. Kajian ini juga akan memudahkan atau tertarik kepada faktor yang dinilai dan dibantu oleh menilai faktor yang lain.

1.8 DEFINISI OPERASIONAL

1.8.1 Harga

Menurut Kotler (2000), harga adalah sejumlah wang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar atas manfaat-manfaat kerana memiliki atau menggunakan produk tersebut.

1.8.2 Rakan Sebaya

Menurut Syarifah Alwiah Alsagof (1987), rakan sebaya boleh didefinisikan sebagai sahabat yang mempunyai umur, latar belakang dan minat yang lebih kurang sama.

1.8.3 Pengiklanan

Menurut Mc Graw Hill (2000), mengatakan bahawa pengiklanan adalah mesej yang hendak disampaikan atau dipersembahkan kepada pengguna yang prihatin terhadap barangan yang berada di pasaran.

1.9 LIMITASI KAJIAN

Kajian ini tertumpu kepada orang awam yang mengunjung ke pawagam GSC Seberang Perai Tengah. Oleh itu, maklumat yang lengkap mengenai tahap kepuasan penonton ke pawagam di Seberang Perai Tengah sukar diperolehi.

1.9.1 Kerjasama Responden

Kebanyakan orang awam kurang memberi kerjasama dalam menjawab soal selidik. Selain itu, maklumat yang diperolehi adalah dari maklumat soal selidik yang bergantung kepada ketulusan responden di panggung wayang GSC Seberang Perai Tengah. Hal ini menjadi salah satu halangan bagi mendapat maklumat yang lebih tepat untuk kajian ini.

1.9.2 Masa yang terhad

Dari sudut masa, penyelidikan ini hanya diberi masa yang terhad sahaja. Dengan masa yang diperuntukkan untuk menyiapkan kajian ini menjadi penghalang untuk kami menyiapkan kajian ini dengan masa yang terhad juga menyebabkan skop kajian ini tertumpu pada orang awam di panggung wayang GSC Seberang Perai Tengah.

1.9.3 Sumber

Pengkaji turut menghadapi masalah dari segi akses mendapatkan sumber bahan rujukan menjadi antara elemen penting bagi pengkaji untuk mengukuhkan kenyataan kajian. Selain itu, sumber rujukan dalam aspek capaian maklumat dalam kesukaran memilih bahan sumber rujukan seperti buku, majalah, atau risalah.

BAB 2

SOROTAN KAJIAN

2.1 PENDAHULUAN

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji faktor tarikan orang awam untuk menonton wayang di GSC Seberang Perai Tengah. Oleh itu, dengan adanya sorotan kajian ini ia dapat memperkukuhkan dan memperkuat lagi kajian yang akan dijalankan. Bahagian ini akan menerangkan mengenai sorotan kajian yang berkaitan dengan tajuk yang dijalankan oleh pengkaji. Elemen yang difokuskan oleh pengkaji dalam kajian ini adalah dari segi faktor promosi, faktor rakan sebaya dan faktor harga tiket.

2.2 FAKTOR HARGA TIKET

Harga adalah salah satu daripada elemen campuran yang syarikat gunakan untuk mencapai objektif pemasarannya. Ianya juga salah satu penentu keberhasilan sesuatu pemasaran kerana harga menentukan seberapa besar keuntungan yang diperolehi dari penjualan tiket wayang ini.

Menurut Philip Kotler (2000), harga adalah sejumlah wang yang dikenakan untuk sesuatu keluaran dan perkhidmatan yang diberikan. Harga adalah jumlah ke semua nilai yang pengguna tukarkan bagi mendapatkan faedah atas memiliki dan menggunakan barang

atau perkhidmatan. Menurut Zaharah Bakar (2003) di mana beliau menyatakan bahawa harga mempunyai kesan psikologi ke atas pengguna. Oleh itu, ahli pemasaran boleh menggunakan harga secara simbolik.

Chanes W.Lamb (2004) pula mempunyai pendapat yang berbeza, strategi perletakkan harga tinggi dapat mengekalkan permintaan terhadap sesuatu barang dan perkhidmatan. Beliau juga menambah bahawa pelanggan yang menekankan prestasi akan menggunakan harga sebagai faktor yang menentukan kualiti sesuatu barang dan perkhidmatan. Lebih tinggi harga sesuatu barang dan perkhidmatan maka lebih tinggi permintaan terhadap barang dan perkhidmatan bagi golongan yang mementingkan prestasi.

Menurut Philip dan Duncan (2007), pemasaran adalah suatu yang meliputi semua langkah yang diambil atau diperlukan untuk menempatkan barang yang bersifat nyata ke tangan consumer. Selain itu, George E. Belch dan Michael A. Belch dalam buku *Advertising & Promotion: an IMC Perseptive, 2007 : 8* mengemukakan konsep pemasaran sebagai fungsi organisasi komunikasi dan penyampaian nilai kepada para pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan yang memberikan manfaat bagi organisasi dan para pemangku yang berkepentingan (stakeholder) yang memiliki hubungan yang erat dengan organisasi.

Oleh itu, pengkaji mengambil faktor harga sebagai salah satu sorotan kajian yang dijalankan di mana ianya merangkumi konsep pemasaran sesuatu produk atau servis untuk disampaikan kepada orang awam.

2.3 FAKTOR RAKAN SEBAYA

Rakan sebaya merupakan kumpulan yang paling dekat dan paling penting dalam kehidupan seseorang. Apabila seseorang berada di luar rumah mereka akan bergaul dengan rakan sebaya. Namun, oleh sebab remaja menghabiskan banyak masa bersama rakan sebaya berbanding keluarga mereka, maka tidak hairanlah rakan sebaya menjadi faktor penting menarik perhatian seseorang untuk menonton wayang.

Menurut Syarifah Alwiah Alsagof (1987), rakan sebaya boleh di definisikan sebagai sahabat yang mempunyai umur, latar belakang dan minat yang lebih kurang sama. Apabila rakan sebaya mengajak menonton sesuatu filem terutamanya di pawagam merupakan pilihan yang melibatkan tindakan membuat keputusan. Pada kebiasaanya, sesuatu keputusan akan diambil atas dorongan sesuatu perkara. Rakan sebaya lebih mempengaruhi orang awam untuk menonton filem berbanding ahli keluarga mereka.

Menurut Jurnal Komunikasi Borneo Edisi Khas (2015), rakan sebaya juga boleh dimaksudkan dengan sahabat daripada lingkungan latar belakang yang sama dan suka bersama dalam pelbagai aktiviti dan matlamat atau dalam kata lain mempunyai minat yang sama. Sehubungan itu, tidak hairanlah orang awam mengakui mereka sering menonton filem bersama dengan rakan sebaya mereka berbanding dengan keluarga. Dalam konteks ini, penontonan filem bukan lagi hanya dilihat sebagai satu bentuk hiburan tetapi juga sebagai satu saluran untuk bersosial yang penting dalam situasi masyarakat pada hari ini. Selain itu, juga mendapati bahawa pelakon dan pengaruh cerita dari mulut kawan mereka juga memainkan peranan yang penting dalam menarik minat penonton untuk menonton sesuatu filem di pawagam.

Menurut Dr. Nasrudin Mohamed (2000), menonton filem misalnya merupakan satu daripada proses yang melibatkan pembelajaran social. Biasanya orang awam akan menonton wayang bersama rakan kelas, kawan sekampung, teman satu tempat kerja, teman lelaki dan teman perempuan. Biasanya orang awam tertarik untuk ke pawagam kerana beberapa sebab. Antaranya termasuklah menonton filem di pawagam akan menjauhkan diri dari rumah, mereka percaya terdapat ramai lagi orang lain yang juga pergi ke pawagam untuk menonton, filem merupakan saluran bagi ramai orang untuk melihat pelbagai pengalaman manusia. Banyak kajian menunjukkan orang awam menerima perilaku watak-watak dalam filem sebagai moral yang boleh diikuti oleh mereka. Ini bermakna walaupun perilaku yang ditunjukkan oleh sesuatu watak itu dikira berunsurkan keganasan dan antisosial, namun mereka tetap percaya ia moral yang baik untuk diri mereka sendiri.

2.4 FAKTOR PENGIKLANAN

Menurut Mahmood Nazar Mohamad dan Sabitha Merican (1995), pengiklanan adalah sebagai alat yang digunakan bagi memasarkan sesuatu barangan, perkhidmatan atau untuk menyampaikan sesuatu maksud yang tertentu. Melalui pengiklanan yang disampaikan ia dapat menarik minat dan membentuk keinginan keperluan pengguna. Melalui pengiklanan juga keuntungan yang besar akan diraih oleh sesebuah pemiagaan. Keuntungan yang diperolehi adalah hasil iklan yang dapat dimanipulasikan motif, keinginan, harapan atau minat seseorang. Menurutnya, pengiklanan adalah kaedah yang berkesan bagi memasarkan dan menjual sesuatu barangan.

Malek Mistam (1995), menyatakan sebilangan besar peniaga tidak menggunakan sepenuhnya peluang dan kelebihan aktiviti promosi hanya untuk meningkatkan imej dan jualan perniagaan mereka, khususnya di kalangan peniaga kecil dan sederhana. Keseluruhan mereka menganggap promosi hanya untuk peniaga besar dan melibatkan kos yang tinggi. Fahaman seperti ini mestilah dikikis kerana aktiviti promosi tidak semestinya secara besar besaran dan ianya boleh dilaksanakan mengikut kemampuan dan saiz perniagaan.

Menurut Khadijah Ibrahim (2002), selaku pembuat liputan Festival Filem Asia Pacific di Seoul, Korea, "setakat ini hanya berlaku pemasaran satu hala sahaja. Contohnya, filem-filem dari Negara lain seperti Korea, Thailand dan Jepun boleh didapati di Negara kita tapi filem Malaysia belum tentu diterima di negara luar.

Menurut William J. Stanton, Micheal J. Etzel dan Bruce J. Walker (1994), pengiklanan jualan terdiri daripada beberapa komponen yang direka bagi menyokong pengiklanan dan memudahkan jualan. Diantara komponen-komponen pengiklanan jualan tersebut terdiri daripada kupon, premium, sampel, peraduan, peragaan produk di kedai, demonstrasi produk dan melalui ekspo perdagangan.

Mc Graw Hill (2000) mengatakan penulis buku *Sales and Marketing* pula mengatakan bahawa pengiklanan adalah mesej yang hendak disampaikan atau dipersembahkan kepada pengguna yang prihatin terhadap barangan yang berada di pasaran. Perkongsian pengalaman menggunakan produk sebagai teknik promosi untuk meningkatkan pengetahuan pengguna terhadap produk, menurut majalah Amway (AMAGRAM, edisi Ogos 2011) syarikat Amway menganjurkan satu aktiviti perkongsian pengalaman menggunakan produk kepada pengguna atau bakal pengguna bagi membolehkan mereka mendapat pendedahan melalui perkongsian bagi membuat pembelian produk yang bijak.

2.5 KESIMPULAN

Kesimpulannya diatas menurut Mahmood Nazar Mohamad dan Sabitha Merican (1995), pengiklanan adalah sebagai alat yang digunakan bagi memasarkan sesuatu barangan, perkhidmatan atau untuk menyampaikan sesuatu maksud yang tertentu. Melalui pengiklanan yang disampaikan ia dapat menarik minat dan membentuk keinginan keperluan perniagaan. Selain itu, Malek Mistam (1995), menyatakan sebilangan besar peniaga tidak menggunakan sepenuhnya peluang dan kelebihan aktiviti promosi hanya untuk meningkatkan imej dan jualan perniagaan mereka, khususnya di kalangan peniaga kecil dan sederhana. Keseluruhan menganggap promosi hanya untuk peniaga besar dan melibatkan kos yang tinggi.

Disamping itu, menurut Khadijah Ibrahim (2002), selaku pembuat liputan Festival Filem Asia Pacific di Seoul, Korea, "setakat ini hanya berlaku pemasaran satu hala sahaja. Contohnya, filem-filem dari negara lain seperti Korea, Thailand dan Jepun. Seterusnya, menurut William J.Stanton, Micheal J.Etzel dan Bruce J.Walker (1994), promosi jualan terdiri daripada beberapa komponen yang direka bagi menyokong pengiklanan dan memudahkan jualan. Antara komponen terdiri daripada kupon, premium, sampel, peraduan, peragaan produk di kedai, dan demontrasi produk. Akhir sekali, Mc Graw Hill (2000) mengatakan penulis buku *Sales* dan *Marketing* pula mengatakan bahawa pengiklanan adalah mesej yang hendak disampaikan atau dipersembahkan kepada pengguna yang prihatin terhadap barangan yang berada di pasaran.

BAB 3

METODOLOGI

3.1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini menerangkan berkaitan kaedah atau tatacara yang digunakan bagi pengumpulan data dan penyelidikan untuk menjalankan kajian. Bagi menghasilkan sebuah kajian yang bermutu memerlukan maklumat yang lengkap dan spesifik.

Maklumat yang digunakan adalah berdasarkan fakta-fakta mengenai kajian dimana ianya lengkap dan spesifik. Ini kerana kajian yang terbaik ialah maklumat yang tepat, benar dan berkesan dapat dijadikan sebagai rujukan pelajar di masa akan datang.

Dalam bab ini, pengkaji membincangkan berkaitan dengan prosedur metodologi yang digunakan bagi melengkapkan kajian mengikut kriteria kajian tatacara kajian serta kaedah penganalisan data. Pengkaji akan menggunakan borang soal selidik untuk mendapatkan maklumat daripada responden. Antara kaedah yang digunakan dalam kajian ini adalah seperti reka bentuk kajian, populasi dan sampel, tatacara kajian, kaedah pengumpulan data, instrument kajian dan analisa data.

3.2 REKA BENTUK KAJIAN

Menerusi rekabentuk kajian, pengkaji memilih kajian tinjauan. Kajian tinjauan juga banyak digunakan untuk mendapatkan maklumat daripada responden yang ramai. Kajian tinjauan dijalankan ke atas sampel dalam sesuatu populasi. Kajian menyeluruh mengenai sesuatu isu atau masalah dan kutipan data yang cepat.

3.3 KAEDAH PENGUMPULAN DATA

Dalam proses mendapatkan maklumat lengkap dan memastikan penyelidikan berjalan lancar, beberapa kaedah telah ditentukan bagi mengumpul data-data tersebut. Pengkaji menggunakan borang soal selidik sebagai kaedah pengumpulan data. Data terbahagi kepada 2 jenis iaitu :-

3.3.1 Data Primer

Di dalam kajian ini, sumber maklumat utama diperolehi dari data primer menggunakan soal selidik bagi tujuan menjawab objektif kajian ini. Data primer diperolehi dengan mengedarkan borang soal selidik kepada responden yang menonton wayang di GSC Seberang Perai Tengah.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data kedua yang digunakan oleh pengkaji bagi memperkukuhkan maklumat. Pengkaji menggunakan sumber daripada jurnal, kajian pengkaji lepas, keratan akhbar, majalah yang berkaitan, FINAS dan juga internet

sebagai sokongan kepada data utama iaitu data primer. Data sekunder merupakan data yang sedia ada yang boleh digunakan sebagai sumber di masa hadapan.

3.4 POPULASI DAN SAMPEL

Populasi merupakan jumlah dalam keseluruhan ahli dalam kelompok yang hendak dikaji. Populasi merupakan daripada pengunjung yang menonton wayang di GSC Seberang Perai Tengah. Tayangan filem dianggarkan 15 tayangan dalam sehari. Dalam sesebuah panggung, dianggarkan seramai 50-100 orang boleh memasuki panggung wayang tersebut.

Sampel merupakan sebahagian kecil daripada populasi yang menjadikan sebahagian daripada responden yang menggambarkan populasi sebenar. Di dalam kajian ini, sampel yang terlibat adalah seramai 100 orang yang dipilih secara rawak. Oleh itu, kaedah pengambilan sampel yang digunakan adalah sebahagian daripada keseluruhan populasi yang sebenar.

Pengkaji dalam kajian ini telah menggunakan kaedah persampelan bukan kebarangkalian disebabkan tidak dapat menentukan saiz populasi yang sebenar responden iaitu dari segi umur, bangsa dan jantina. Kaedah persampelan bukan kebarangkalian yang dipilih adalah persampelan "convenience" kerana responden kajian ialah daripada golongan yang menonton wayang.

Di samping itu, pengkaji lebih mudah untuk mendapatkan maklumat dengan menggunakan kaedah ini. Populasi yang dipilih dalam kajian ini adalah semua penonton yang menonton wayang di GSC Seberang Perai Tengah. Sampel untuk kajian

ini pula ialah seramai 100 orang yang menonton wayang di panggung wayang Golden Screen Cinema (GSC) Seberang Perai Tengah.

3.5 INSTRUMEN KAJIAN

Pengkaji menggunakan borang soal selidik untuk mendapatkan data dari pengunjung yang mengunjungi pawagam Golden Screen Cinema(GSC) Seberang Perai Tengah. Borang soal selidik digunakan adalah untuk mengetahui sikap seseorang dengan memberi soalan yang berbentuk jawapan.

Borang soal selidik ini direka bentuk selaras dengan objektif kajian yang telah ditetapkan. Borang soal selidik ini terbahagi kepada dua bahagian A dan bahagian B. Dalam keadaan ini responden dikehendaki menandakan jawapan mereka mengenai sesuatu skala dari jawapan lemah hingga baik.

3.5.1 Perincian berkaitan boring soal selidik adalah seperti berikut.

Bahagian A – analisis kekerapan

Dalam bahagian ini, pengkaji lebih menumpukan maklumat tentang latar belakang responden. Soal selidik ini mengandungi soalan-soalan tentang diri responden seperti jantina, bangsa dan umur. Bahagian ini adalah untuk maklumat pengkaji semata-mata dan tidak member pengaruh yang kuat kepada pemboleh ubah kajian dan soalan kajian.

Bahagian B – analisis min

Terdiri daripada lima belas (15) soalan yang dibentuk berdasarkan Skala Likert. Soalan ini tertumpu kepada pembolehubah tidak bersandar iaitu faktor rakan sebaya, harga tiket, dan pengiklanan. Ia merangkumi tahap persetujuan oleh responden terhadap kenyataan yang dikemukakan.

3.6 KAEDAH ANALISIS DATA

Borang soal selidik yang telah dijawab akan dikumpulkan dan data-data yang diperolehi daripada borang soal selidik akan dianalisa dengan menggunakan perincian Statiscal Package For Social Science (SPSS) dan Pilot Test. Data ini dapat dibentangkan dalam pelbagai bentuk seperti peratusan agar dapat hasil kajian yang mudah ini difahami.

3.6.1 Analisa Kebolehpercayaan (SPSS)

Para pengkaji menggunakan perincian SPSS ini menganalisis dan memproses data yang diperolehi. Dengan adanya perincian SPSS ini proses pengiraan data kajian dapat dilaksanakan dengan mudah dan cepat berbanding pengiraan secara manual. Kaedah penganalisan data yang digunakan oleh pengkaji adalah menggunakan perisian SPSS kerana membantu memudahkan analisa data. Ujian yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah kolerasi dimana pengkaji dapat mempersembahkan keputusan dengan pembinaan graf, jadual, carta pai dan carta bar.

3.6.2 Keputusan Kajian Rintis (Pilot Test)

Pilot test digunakan sebelum boring soal selidik diedarkan kepada responden dimana pengkaji mengedarkan borang soal selidik kepada 30 orang responden bagi memastikan susunan ayat yang terkandung dalam borang soal selidik ini difahami dan dapat memberikan maklumat yang tepat kepada pengkaji. Setelah itu, borang soal selidik dianalisis menggunakan perincian SPSS dengan melihat hasil dapatan Alpha Cronbach. Alpha Cronbach adalah model realiti yang digunakan bagi menentukan tahap kebolehpercayaan sesuatu skala pengukuran yang terdiri daripada bahan-bahan. Menurut Nunally (1978), jika dinilai Alpha >0.6 maka skala tersebut cukup reliable untuk mengukur sesuatu kajian. Sekiranya Alpha Cronbach 0.7 maka Pilot Test yang dijalankan ini tidak berjaya dan soalan-soalan perlu diubahsuai dan diperbaiki.

BAB 4

ANALISIS DATA

4.1 PENDAHULUAN

Bab ini membincangkan tentang keputusan yang diperolehi daripada hasil penyelidikan oleh pengkaji ke atas responden berkenaan dengan tajuk mengkaji faktor tarikan orang awam menonton wayang di GSC Seberang Perai Tengah. Dapatan kajian ini diperolehi melalui keputusan responden semasa menjalani proses menjawab borang soal selidik yang diedarkan oleh pengkaji.

Borang soal selidik ini telah diedarkan kepada 100 orang responden yang telah dipilih melalui kaedah convenience. Borang soal selidik ini terdiri daripada 30 soalan yang berkaitan dengan objektif-objektif kajian yang dikaji oleh pengkaji. Hasil dari keputusan kajian ini telah dianalisa oleh pengkaji dan dipersembahkan dalam bentuk jadual, carta pai dan penerangan supaya dapat memudahkan proses pemahaman dengan lebih jelas.

Borang soal selidik ini mempunyai dua bahagian iaitu bahagian A dan bahagian B. Bahagian A merupakan latar belakang responden manakala bahagian B pula adalah faktor-faktor yang mempengaruhi tarikan orang awam menonton wayang iaitu harga, rakan sebaya dan pengiklanan. Hasil daripada dapatan kajian telah dianalisis oleh pengkaji dan diaplikasikan dalam bentuk carta pai beserta penerangan bagi memberi gambaran yang jelas serta memudahkan rujukan