

TRANSFORMASI DAN PERKEMBANGAN PLATFORM OVER-THE-TOP (OTT) DALAM INDUSTRI KREATIF DI MALAYSIA

Anis Syazwina Binti Shamsul Nahar
Mohd Syuhaidi Abu Bakar*

Universiti Teknologi MARA, Malaysia

*Emel Perhubungan: mohdsyuhaidi@uitm.edu.my

Abstrak

Penggunaan platform Over-The-Top (OTT) semakin popular dalam kalangan rakyat Malaysia. Platform OTT menyediakan kandungan yang fleksibel dan membolehkan rakyat menonton kandungan kreatif pilihan mereka pada bila-bila masa. Kajian ini dijalankan bagi meneroka transformasi dan perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia. Dalam pemilihan informan, teknik persampelan bertujuan telah digunakan. Kajian ini melibatkan seramai 10 orang informan daripada kategori umur 20-an sehingga 50-an yang merupakan pengguna platform OTT di Malaysia. Dapatan kajian memperlihatkan beberapa transformasi dan perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di negara ini. Kajian ini diharapkan dapat menyumbang kepada perkembangan literatur berkaitan media kreatif digital, terutamanya penggunaan platform OTT di Malaysia.

Kata Kunci: Transformasi, Perkembangan, Platform Over-The-Top (OTT), Industri Kreatif, Malaysia

Transformation and Development of Over-the-Top (OTT) Platforms in the Creative Industry in Malaysia

Abstract

The utilisation of Over-The-Top (OTT) platforms is gaining popularity among Malaysians. OTT platforms offer versatile content, enabling individuals to watch creative material of their preference at any time. This study aimed to investigate the transformation and development of OTT platforms within Malaysia's creative sectors. Purposive sampling was employed for selecting the informants. This study included 10 informants aged between 20 and 50 who subscribed to various OTT sites. The results indicate multiple transformations and developments of OTT platforms within Malaysia's creative industries. This study aims to enhance the literature about digital creative media, particularly in relation to OTT platforms within the Malaysian setting.

Keywords: *Transformation, Development, Over-The-Top (OTT) Platform, Creative Industry, Malaysia*

Pengenalan, Penyataan Masalah dan Objektif Kajian

Pada dua dekad dahulu, rakyat Malaysia perlu melanggan siaran kabel dan kemudiannya penyedia TV kabel akan bertanggungjawab dalam menawarkan kandungan hiburan kepada pelanggan namun dalam meniti arus kemodenan kini, rakyat Malaysia mula berubah arah kepada platform *Over-The-Top (OTT)*. *OTT* dapat dirujuk sebagai perkhidmatan dan platform yang menyampaikan kandungan yang distrim melalui peranti yang disambungkan ke internet. Platform *OTT* pula didefinisikan sebagai teknologi yang digunakan oleh syarikat untuk mengedarkan kandungan kepada perkhidmatan yang berbeza, menyediakan langganan berulang dan menerima pembayaran dari seluruh dunia (Rancea, 2022). Dengan adanya platform *OTT*, pengguna dapat memilih dan menonton kandungan yang sesuai dengan cita rasa mereka pada bila-bila masa. Di Malaysia, penduduknya melanggan platform *OTT* seperti *Netflix*, *Tonton* dan *Viu* untuk menonton dan menikmati hiburan seperti filem, drama, animasi dan program realiti. Penerbitan filem, drama dan animasi adalah contoh produk industri kreatif di Malaysia.

Transformasi platform *OTT* dalam industri kreatif di Malaysia dapat dilihat menerusi kajian daripada Fatimah Muhd Shukri *et al.* (2024) yang berpendapat bahawa sebelum kewujudan platform *OTT* di Malaysia, rakyat menonton filem menerusi cara tradisional seperti menonton persembahan wayang kulit, mak yong dan menora. Setelah kedatangan

British di Tanah Melayu, berlakunya transisi daripada tontonan secara tradisional kepada tontonan pawagam hitam putih mulai tahun 1920-an. Pada ketika itu, rakyat mula menonton filem asing atau tempatan kegemaran mereka di pawagam yang terletak di bandar-bandar besar.

Pada tahun 1963, televisyen mula diperkenalkan sebagai medium hiburan dan maklumat untuk rakyat. Rakyat tidak perlu lagi keluar ke pawagam malah boleh memilih untuk menonton filem kegemaran mereka menerusi kaca televisyen sahaja. Penerimaan rakyat yang positif terhadap televisyen memberi peluang untuk kerajaan mempelbagaikan tayangan genre program melalui stesen televisyen yang diteraju Radio Televisyen Malaysia (RTM).

Pada tahun 2010, Telekom Malaysia memperkenalkan *Internet Protocol Television (IPTV)*. Sejak daripada itu, media penyiaran televisyen melalui perubahan besar kepada media digital yang dapat diakses menerusi Internet. Media digital seperti platform OTT memudahkan rakyat untuk menonton filem tempatan dan juga luar negara melalui sambungan Internet dan dapat berhibur dengan filem pilihan mereka di hujung jari sahaja. Justeru itu, rakyat dapat menikmati kandungan kreatif yang eksklusif tanpa bergantung kepada jadual penyiaran tradisional semata-mata.

Kemunculan platform OTT di Malaysia telah mendapat sambutan hangat dalam kalangan masyarakat. Menurut kajian Chan (2023), pada zaman kini, platform OTT lebih mendapat perhatian ramai berbanding dengan media konvensional seperti televisyen. Organisasi penyiaran awam seperti Radio Televisyen Malaysia (RTM) perlu bersaing dengan platform OTT yang popular. Oleh itu, RTM melancarkan platform OTT mereka sendiri iaitu *RTMKlik* demi kekal relevan dan akur dengan arus perkembangan rakyat yang semakin celik digital dan memilih menonton kandungan hiburan di telefon bimbit daripada menonton di televisyen (Mohd Zaidi Abu Seman *et al.*, 2024).

Selain itu, transformasi industri kreatif di Malaysia dapat dilihat dengan trend filem yang ditayangkan hanya untuk platform OTT tertentu sahaja. Menurut Abdur Rahman Ahmad Raji *et al.* (2022) terdapat permintaan daripada pelanggan platform OTT *iFlix* yang ingin menonton filem dan drama daripada produksi tempatan. Untuk menghasilkan dan menerbitkan sesebuah filem atau drama perlu menelan kos produksi yang tinggi, oleh itu syarikat produksi memilih untuk menjual hak penyiaran kepada platform OTT agar mendapat pulangan keuntungan.

Dengan permintaan yang tinggi terhadap naskhah tempatan, pulangan keuntungan juga akan terjamin.

Seterusnya, perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia dapat dilihat dengan peningkatan platform OTT dari luar negara yang semakin popular dalam kalangan rakyat. Mengikut data daripada Effi Saharudin (2024), *Netflix*, merupakan platform OTT yang popular di Malaysia, diikuti dengan *Viu*, *Disney+ Hotstar*, *iflix*, *Prime Video* dan *HBO GO*. Selain itu, peningkatan platform OTT tempatan dalam industri kreatif di Malaysia dapat dilihat dengan beberapa platform OTT yang baru dilancarkan seperti platform *UTV* yang diasaskan oleh Usanita Entertainment.

UTV menayangkan drama bersiri tempatan, telefilem, dokumentari, filem asli, bual bicara serta kandungan gaya hidup dan belia yang selari dengan cita rasa rakyat Malaysia di samping mengikuti trend semasa (Harian Metro, 2025). Selain itu, MYTV Broadcasting Sdn Bhd juga melancarkan *MYTV Mana-Mana* sebagai platform OTT percuma di Malaysia yang menyediakan kandungan daripada penyiar RTM, BERNAMA TV, TVS, Suke TV dan TV Al-Hijrah (Kementerian Komunikasi, 2023).

Di samping itu, perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia dapat dilihat dengan permintaan daripada pelanggan OTT yang inginkan lebih banyak karya tempatan (Abdur Rahman Ahmad Raji *et al.*, 2022). Dengan permintaan yang tinggi daripada pelanggan OTT, penggiat seni juga dapat mengambil peluang untuk berkarya dengan menyampaikan mesej yang lebih berani dan tidak terikat dengan peraturan Lembaga Penapisan Filem (LPF). Menurut Fatimah Muhd Shukri *et al.* (2024), LPF ditubuhkan untuk memastikan filem yang ditayangkan di Malaysia tidak menyentuh isu-isu seperti sensitiviti agama agar dapat menjaga moraliti masyarakat dan ketenteraman rakyat Malaysia.

Ironinya, filem yang ditayangkan di pawagam Malaysia perlu menjalani saringan di LPF, manakala filem yang ditayangkan di platform OTT tidak perlu untuk menjalani saringan di LPF. Sebagai contoh, drama bersiri *Projek: High Council* (2023) menunjukkan adegan pelajar sekolah merokok dan adegan ini telah ditapis ketika disiarkan di stesen televisyen, *Astro Ria*. Hal ini nyata berbeza apabila drama bersiri itu kemudiannya telah ditayangkan di platform *Netflix* dengan adegan pelajar sekolah yang merokok tersebut tidak ditapis dan tetap disiarkan kepada penonton drama itu.

Fenomena platform OTT di Malaysia membawa impak yang besar dalam industri kreatif di Malaysia kerana penggiat seni terutamanya penulis skrip berusaha untuk menyasarkan naskhah mereka ke platform OTT. Hal ini bukanlah mudah kerana setiap platform OTT mempunyai hala tuju dan kehendak masing-masing. Menurut laporan daripada Bernama (t.t.), Ketua Kandungan dan Strategi Astro Shaw berkata kebanyakan drama Korea juga mengangkat kisah yang sama namun garapannya berbeza.

Oleh itu penulis skrip tempatan perlulah membina watak, plot dan struktur cerita yang kukuh agar membentuk naskhah yang baik dan tidak mengundang kebosanan penonton. Kesannya, penggiat seni di tanah air akan sentiasa berusaha untuk mengangkat kisah yang unik dan tidak klise agar naskhah mereka dapat ditayangkan di platform OTT. Hal ini membantu melahirkan lebih banyak naskhah tempatan yang berkualiti dan mampu bersaing di persada global menerusi platform OTT.

Nur Zulaikha Hamzah dan Mohd Syuhaidi Abu Bakar (2024) mendapati, dalam konteks transformasi dan perkembangan industri kreatif Malaysia, keperluan penonton tempatan untuk kandungan yang berkualiti tinggi, segar, dan realistik semakin meningkat, selaras dengan penawaran kandungan di platform OTT di seluruh dunia. Selain itu, perkara lain, seperti elemen budaya, nilai akademik, lagu latar (OST), dan visual yang menarik, mempengaruhi pengalaman menonton. Hal ini menunjukkan bagaimana platform OTT mempengaruhi norma dan jangkaan penonton terhadap kualiti kandungan kreatif selain memperluaskan akses kepada kandungan antarabangsa. Ini memberi tekanan positif kepada penggiat industri tempatan untuk menghasilkan karya yang lebih kompetitif dan berkualiti tinggi.

Berpanduan transformasi dan perkembangan yang positif setakat ini, kajian ini dijalankan untuk meneroka transformasi dan perkembangan platform *Over-The-Top* (OTT) dalam industri kreatif di Malaysia secara lebih mendalam.

Tinjauan Literatur

a. Transformasi Platform Over-The-Top (OTT) dalam Industri Kreatif di Malaysia

Menurut Fatimah Muhd Shukri *et al.* (2024), terdapat impak platform *OTT* dalam industri kreatif di Malaysia, terutamanya dalam sudut budaya penontonan filem. Kajian ini berpendapat bahawa dahulu rakyat Malaysia menonton filem di layar hitam putih dan kemudian beralih arah ke media televisyen dan seterusnya ke platform *OTT* yang semakin popular pada masa kini. Oleh itu, kajian ini menunjukkan transisi dari layar hitam putih ke penayangan filem di media televisyen dan kemudian penayangan filem di media digital, iaitu platform *OTT*.

Di samping itu, Mohd Zaidi Abu Seman *et al.* (2024) mengkaji tentang stesen penyiaran awam seperti Radio Televisyen Malaysia (RTM) yang telah melalui sebuah transformasi untuk kekal relevan pada masa kini dengan melancarkan perkhidmatan *OTT* yang dikenali sebagai *RTMKlik*. RTM juga menggunakan kandungan sedia ada daripada televisyen dan radio yang sebelum ini dilancarkan dalam bentuk tradisional ke digital satelit menggunakan konsep *Over-The-Air (OTA)*.

OTA dan *OTT* mempunyai konsep yang hampir sama namun *OTA* dimiliki oleh stesen penyiaran dan gabungan perkhidmatan ini telah menjadikannya sebagai *OTT* media penyiaran awam. *RTMKlik* telah berjaya mencapai jumlah tontonan pengguna sebanyak 27 juta setahun untuk televisyen dan radio. Transformasi RTM dapat dilihat dengan jelas. Hal ini demikian kerana sebelum ini RTM hanya menyiarkan kandungan di media konvensional sahaja (Mohd Zaidi Abu Seman *et al.*, 2024).

RTM kemudiannya melancarkan platform *OTT* sendiri agar dapat kekal relevan dalam industri kreatif sekali gus mengekalkan tempat sebagai stesen penyiaran awam tertua di Malaysia. Selain itu, kajian Mohd Zaidi Abu Seman *et al.* (2024) juga mengetengahkan kesan kemahiran digital berdasarkan penggunaan *OTT* dalam penyiaran awam. Oleh itu, jelaslah bahawa populariti platform *OTT* yang semakin meningkat dalam kalangan rakyat dapat memberi impak kepada stesen penyiaran Malaysia.

Selain itu, kajian daripada Jayabarathi Manimaran dan Maizurah Khathu Abdul Hamid (2024) menunjukkan adanya perbincangan tentang kesan pandemik COVID-19 yang menyebabkan pergerakan rakyat disekat dan tidak dapat keluar untuk menonton filem di pawagam. Platform *OTT* yang mudah diakses melalui sambungan Internet telah menjadi pilihan rakyat ketika pandemik COVID-19 melanda seluruh dunia. Hasil kajian itu juga mengambil kira beberapa faktor yang mendorong rakyat memilih platform *OTT* berbanding pawagam. Antara faktornya adalah harga tiket

pawagam yang lebih tinggi berbanding dengan harga langganan OTT yang lebih berpatutan, kemudahan untuk menggunakan platform OTT menerusi peranti peribadi serta kebolehan untuk menonton filem atau drama secara berturut-turut.

Jayabarthi Manimaran dan Maizurah Khathu Abdul Hamid (2024) juga mencadangkan langkah-langkah yang perlu dibuat oleh syarikat pawagam agar dapat kekal relevan dalam arus kemodenan ini. Justeru itu, jelaslah bahawa industri perfileman di Malaysia mengalami transformasi dari tayangan pawagam kepada tayangan di platform OTT berikutan dengan populariti platform OTT yang dilihat sebagai kemudahan untuk menonton hiburan pada bila-bila masa.

Seterusnya, kajian daripada Abdur Rahman Ahmad Raji *et al.* (2022) membincangkan tentang penggunaan Internet yang meningkat ketika Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) berlangsung dan hal ini mencetuskan populariti platform OTT dalam kalangan masyarakat. Kajian Abdur Rahman Ahmad Raji *et al.* (2022) membincangkan kesan PKP kepada industri kreatif seperti penurunan jualan tiket wayang dan jumlah penghasilan filem tempatan yang merosot.

Dalam kajian tersebut juga membincangkan tentang syarikat produksi tempatan yang memilih untuk menjual hak penyiaran kepada platform OTT untuk mendapatkan pulangan keuntungan (Abdur Rahman Ahmad Raji *et al.*, 2022). Sehubungan dengan itu, jelaslah bahawa penggiat seni tempatan melakukan transformasi dalam penayangan karya kreatif mereka kepada tayangan di platform OTT.

Melalui kajian Esha Simlote *et al.* (2024), terdapat perbincangan terhadap sejarah pawagam secara global dan transformasi dunia pawagam setelah kehadiran platform OTT. Kajian tersebut membandingkan platform OTT dan pawagam. Antaranya adalah pelanggan OTT dapat menonton filem tersebut pada bila-bila masa dan tidak terikat dengan jadual penyiaran pawagam yang terhad.

Selain itu, platform OTT dapat menyajikan kandungan mengikut cita rasa penonton dengan mudah, penonton hanya perlu menonton genre filem kegemaran mereka dan platform OTT tersebut akan mencadangkan filem-filem yang mempunyai genre atau tema yang sama dengan filem yang mereka tonton sebelum ini. Pelanggan platform OTT juga mendapat kepuasan untuk membuat pilihan dalam menonton hiburan kegemaran mereka (Esha Simlote *et al.*, 2024). Justeru itu, jelaslah bahawa platform OTT menjadi pilihan rakyat kerana menyajikan

kandungan yang fleksibel, boleh ditonton pada bila-bila masa dan tidak terikat dengan jadual penyiaran. Hal ini menyebabkan budaya penontonan rakyat bertukar dari media tradisional kepada platform OTT.

Seterusnya, kajian terdahulu oleh Aishwary Gaonkar *et al.* (2022) menunjukkan penonton lebih memilih platform OTT daripada pawagam jika filem tersebut ditayangkan di platform OTT dan pawagam pada waktu yang sama. Selain itu, dalam kajian tersebut juga memperlihatkan kelebihan platform OTT yang menjadi penyebab penonton lebih memilih platform tersebut berbanding dengan pawagam.

Antara kelebihan platform OTT adalah platform OTT menyediakan pelbagai jenis kandungan, mudah untuk diakses melalui peranti peribadi, harga langganan platform OTT yang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan harga tiket di pawagam. Penonton juga berpendapat bahawa harga langganan platform OTT sangat berpatutan dan berbaloi dengan kandungan yang ditawarkan oleh platform tersebut (Aishwary Gaonkar *et al.*, 2022).

Walau bagaimanapun, terdapat penonton yang memilih pawagam sebagai medium tontonan mereka. Hal ini dikatakan demikian kerana penonton ingin merasai pengalaman teknologi 3D, IMAX dan 4DX di pawagam. Pengalaman ini tidak dapat diperolehi jika mereka menonton filem di platform OTT. Platform OTT masih tidak dapat lagi menawarkan teknologi seperti 3D, IMAX dan 4DX di pawagam, namun begitu teknologi ini dikatakan dapat direalisasikan pada beberapa tahun akan datang (Aishwary Gaonkar *et al.*, 2022).

Oleh itu dapat disimpulkan bahawa, pelbagai sisi boleh dilihat mengenai platform OTT. Antaranya adalah transisi budaya penontonan dari layar hitam putih ke platform OTT, stesen media tradisional yang perlu menghasilkan platform OTT sendiri untuk kekal relevan, syarikat produksi tempatan yang menjual hak penyiaran kepada platform OTT dan transformasi pawagam setelah kehadiran platform OTT.

b. Perkembangan Platform Over-The-Top (OTT) dalam Industri Kreatif di Malaysia

Menurut Fatimah Muhd Shukri *et al.* (2024), LPF ditubuhkan untuk memastikan filem yang ditayangkan di Malaysia tidak menyentuh isu seperti sensitiviti agama agar dapat menjaga moraliti masyarakat dan ketenteraman rakyat Malaysia. Filem yang ditayangkan di pawagam Malaysia perlu menjalani saringan di LPF, manakala filem yang

ditayangkan di platform OTT tidak perlu menjalani saringan di LPF. Oleh itu, kajian beliau juga memperlihatkan perkembangan platform OTT dari sudut peraturan dan polisi kerajaan, iaitu kandungan kreatif di platform OTT yang tidak perlu melalui saringan di LPF.

Seterusnya, berdasarkan kajian Syarul Azlina Sikandar dan Abdul Razak Mohaideen (2024), terdapat perbandingan antara *Netflix* dan *Tonton* dari segi ranking global, ranking di Malaysia, jumlah pelanggan, faktor jantina dan umur serta demografi negara yang melanggan *Netflix* dan *Tonton*. Dalam kajian tersebut, Syarul Azlina Sikandar dan Abdul Razak Mohaideen (2024) mengemukakan cadangan agar *Tonton* dapat bersaing dengan platform OTT antarabangsa yang jauh lebih popular. Hal ini demikian kerana *Tonton* mengetengahkan lebih kandungan tempatan berbanding luar negara.

Lantaran itu, *Tonton* perlu mempelbagaikan lagi kandungan dari luar negara agar penonton tidak terikat dengan pilihan kandungan dari produksi tempatan sahaja. Jika hendak dibandingkan dengan *Netflix*, *Tonton* perlu beradaptasi dengan permintaan penonton dari segi tema kandungan yang berkait rapat dengan isu semasa secara global. Hal ini dapat menarik minat penonton tempatan dan juga penonton global (Syarul Azlina Sikandar & Abdul Razak Mohaideen, 2024). Oleh itu, perkembangan platform OTT dapat dilihat dengan platform *Tonton* yang berusaha menarik minat penonton global. Hal ini kerana dalam kajian tersebut, terdapat perbandingan di antara *Tonton* dan *Netflix*. Hasil kajian menunjukkan *Tonton* ketinggalan jauh dari segi populariti secara global.

Seterusnya, kajian yang ditulis oleh Muhammad Danish Nazri dan Nur Liana Mohd Redzuan Roy (2024) pula membincangkan tentang budaya rakyat menonton filem di pusat membeli-belah yang menyediakan kemudahan panggung wayang. Kajian tersebut menggunakan kaedah kualitatif untuk mengumpul data tentang faktor yang menyebabkan budaya menonton filem di pusat membeli-belah masih kekal relevan sehingga sekarang. Kajian tersebut juga mengemukakan cadangan agar penggiat seni di Malaysia perlu menghasilkan lebih banyak filem epik yang mengangkat tema sejarah, adat dan budaya masyarakat di Malaysia.

Filem-filem yang menyanjung tinggi sejarah dan nilai-nilai tradisi di Malaysia sudah tentu akan diterima baik oleh mereka yang gemar menonton filem di pawagam. Oleh itu, penggiat seni di Malaysia boleh menghasilkan karya kreatif yang mengangkat tema kepahlawanan

Melayu serta memperkenalkan adat dan budaya kaum yang terdapat di Malaysia (Muhammad Danish Nazri & Nur Liana Mohd Redzuan Roy, 2024). Lantaran itu, kajian daripada mereka juga membantu dalam kajian ini dari segi perkembangan jenis dan tema filem yang dapat diterima baik oleh peminat filem di Malaysia.

Berdasarkan kajian daripada Katerynych *et al.* (2023), terdapat perbincangan tentang jenis penceritaan yang paling popular dalam kandungan di *Netflix*. Kajian tersebut telah menganalisis 100 buah drama bersiri serta 50 buah filem yang ditayangkan di *Netflix* dan mendapati jenis penceritaan yang popular adalah *non linear*, kemudian diikuti dengan penceritaan jenis dokumentari, imbas kembali, *real-time*, *serialised*, *character-driven*, *episode story*, *immersive* dan antologi. Kajian ini menunjukkan tahap perkembangan dan kepelbagaian jenis penceritaan di platform OTT. Oleh itu, jelaslah bahawa platform OTT membawa perkembangan kepada industri kreatif dengan menawarkan jenis penceritaan yang pelbagai dan lebih menarik.

Seterusnya, kajian daripada Noraziahtulhidayu Kamaruddin dan Assem Khmag (2022) membincangkan tentang jenis kandungan yang ditonton oleh pengguna *Netflix* dari lima buah negara Asia Tenggara, iaitu Malaysia, Indonesia, Thailand, Singapura dan Filipina. Kajian tersebut mendapati bahawa filem dan drama antarabangsa merupakan kandungan yang paling banyak ditonton di Malaysia. Lantaran itu, kajian ini memperlihatkan dari segi perkembangan jenis kandungan yang digemari oleh pengguna *Netflix* di Malaysia.

Oleh itu dapat disimpulkan bahawa platform OTT menawarkan pelbagai kandungan kreatif yang menarik dan menjadi pilihan rakyat pada masa kini. Antara perkembangan platform OTT yang dapat menyumbang kepada industri kreatif Malaysia adalah dari sudut peraturan dan polisi kerajaan, kepelbagaian kandungan antarabangsa, penghasilan karya kreatif yang mengangkat tema sejarah, budaya dan adat masyarakat di Malaysia, jenis penceritaan dan kandungan kreatif yang menarik.

Kaedah Kajian

Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif untuk meneroka transformasi dan perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia. Kaedah kualitatif ini merupakan kaedah yang digunakan untuk mengumpul maklumat yang bukan berbentuk nombor. Untuk melaksanakan kaedah ini, kajian ini perlu mengumpul maklumat daripada temu bual atau tinjauan (Fulton Library, 2025).

Menurut Syukr Abdul Hay Kamat (2022), bilangan 10 orang informan adalah mencukupi dalam kajian kualitatif. Oleh itu, kajian ini telah melibatkan 10 orang informan yang merupakan pengguna platform OTT. Sesi temu bual terhadap 10 orang informan dilaksanakan untuk mengumpul maklumat tentang transformasi dan perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia.

Pemilihan 10 orang informan dibuat secara teliti berdasarkan kesesuaian, kepelbagaian umur, latar belakang pekerjaan serta pengalaman langganan, bagi memastikan data yang diperoleh adalah kaya dan relevan. Saiz sampel ini juga adalah memadai dalam kajian kualitatif dan disokong oleh pencapaian ketepuan data, iaitu apabila tiada lagi tema baharu muncul daripada sesi temu bual. Selain itu, proses pengkodan dalam analisis tematik dihuraikan secara sistematik bermula dengan pembiasaan data melalui pembacaan berulang transkrip temu bual, diikuti dengan penjanaan kod awal, pembentukan kod kepada kategori, serta pembentukan tema utama. Tema-tema yang dikenal pasti kemudiannya disemak dan diperhalusi bagi memastikan kesesuaiannya dengan data, sekali gus meningkatkan ketelusan dan kebolehppercayaan dapatan kajian.

Data yang dikumpul telah dianalisis menggunakan kaedah analisis tematik, iaitu melalui proses pembacaan, pemahaman dan tafsiran yang teliti terhadap hasil temu bual. Menurut Ahmed *et al.* (2025), analisis tematik merupakan salah satu kaedah yang paling meluas digunakan dalam analisis data kualitatif, yang menyediakan pendekatan sistematik namun fleksibel untuk mengenal pasti, menganalisis, dan mentafsir pola makna dalam sesuatu set data. Selain itu, 10 orang informan sahaja sudah memadai untuk mengenal pasti transformasi dan perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia. Hal ini demikian kerana menurut Hennink dan Kaiser (2022), jumlah informan yang sesuai untuk kaedah kualitatif yang mengaplikasikan sesi temu bual adalah seramai 9 sehingga 17 orang informan.

Lantaran itu, kajian ini telah melibatkan 10 orang informan yang merupakan pelanggan platform OTT. Kajian ini tidak melibatkan informan yang bukan pengguna platform OTT. Pengumpulan data daripada sesi temu bual telah ditranskrip secara verbatim dan melalui proses analisis tematik. Menurut Mohd Zaidi Mohd Zeki *et al.* (2023), proses analisis tematik ini melibatkan teknik membuat kesimpulan dan verifikasi. Teknik verifikasi merupakan langkah penting bagi kaedah kualitatif untuk mencapai ketepuan data, iaitu apabila input tambahan

daripada informan terakhir tidak menjurus kepada maklumat yang baharu (Felix Chukwuma Aguboshim, 2021).

Jadual 1.0: Maklumat Informan

No.	Kod Informan	Umur	Pekerjaan	Platform OTT yang Dilanggan & Tempoh Langganan
1.	Informan 1	23 tahun	Pelajar	<i>Netflix</i> (4 tahun)
2.	Informan 2	41 tahun	Pensyarah	<i>Netflix</i> (3 tahun)
3.	Informan 3	49 tahun	Pengarah Filem	<i>Prime Video</i> (6 tahun) <i>Netflix</i> (5 tahun) <i>Disney+ Hotstar</i> (5 tahun)
4.	Informan 4	26 tahun	Ahli Fisioterapi	<i>Netflix</i> (3 tahun) <i>Sooka</i> (2 tahun)
5.	Informan 5	54 tahun	Penjawat Awam	<i>Netflix</i> (3 tahun) <i>Sooka</i> (1 tahun)
6.	Informan 6	23 tahun	Pelajar	<i>Netflix</i> (7 tahun) <i>Disney+ Hotstar</i> (2 tahun)
7.	Informan 7	33 tahun	Pengurus Hotel	<i>Netflix</i> (2 tahun) <i>Sooka</i> (1 tahun) <i>Viu</i> (1 tahun)
8.	Informan 8	23 tahun	Pelajar	<i>Netflix</i> (3 tahun) <i>Disney+ Hotstar</i> (2 tahun) <i>Astro Go</i> (1 tahun)
9.	Informan 9	25 tahun	Kerani	<i>Netflix</i> (5 tahun) <i>Astro Go</i> (3 tahun)
10.	Informan 10	33 tahun	Jururawat	<i>Netflix</i> (5 tahun)

Dapatan Kajian

Bagi kajian ini, pengumpulan data dihentikan pada Informan 10 kerana tema-tema baru tidak lagi muncul setelah Informan 10 selesai ditemu

bual. Hal ini menunjukkan tahap ketepuan data telah tercapai. Dapatan kajian mendapati terdapat beberapa transformasi dan perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia. Skop kajian ini terbatas dan merangkumi hanya 10 orang informan sahaja tetapi mencukupi sebagai dapatan asas untuk kajian masa hadapan.

Transformasi Platform Over-The-Top (OTT) dalam Industri Kreatif di Malaysia

Perubahan Budaya Tontonan dari Media Tradisional kepada Platform Over-The-Top (OTT)

Dengan populariti platform OTT yang semakin meningkat naik di Malaysia, rakyat lebih memilih platform OTT sebagai sumber utama untuk menonton kandungan hiburan berbanding media tradisional seperti televisyen. Menurut Informan 2 sebagai pengguna Netflix dan Informan 3 sebagai pengguna Prime Video, Netflix dan Disney+ Hotstar, mereka sudah tidak lagi menonton televisyen dan memilih platform OTT sebagai medium untuk menonton kandungan hiburan.

Selain itu, menurut Informan 1 sebagai pengguna Netflix, Informan 4 sebagai pengguna Netflix dan Sooka, Informan 6 sebagai pengguna Netflix dan Disney+ Hotstar serta Informan 9 sebagai pengguna Netflix dan Astro Go, mereka mula beralih dari media tradisional kepada platform OTT ketika menghadapi pandemik Covid-19 yang menghadkan pergerakan mereka dan terpaksa meluangkan masa di rumah sahaja. Informan 1 dan 4 menyatakan bahawa ketika pandemik berlaku, mereka inginkan kandungan kreatif yang boleh ditonton di rumah sahaja, tidak perlu menjejakkan kaki ke luar rumah serta tidak terikat dengan jadual penyiaran. Oleh itu, jelaslah bahawa perubahan budaya tontonan dari media tradisional kepada platform OTT dapat dilihat dalam kalangan rakyat di Malaysia.

Platform Over-The-Top (OTT) Menyediakan Kandungan yang Fleksibel

Platform OTT menjadi pilihan rakyat Malaysia kerana menyediakan kandungan kreatif yang tidak terikat dengan jadual penyiaran serta memudahkan pengguna untuk menonton kandungan kegemaran mereka. Menurut Informan 1 dan Informan 2 sebagai pengguna Netflix, Informan 5 sebagai pengguna Netflix serta Sooka, Informan 7 sebagai pengguna Netflix, Sooka dan Viu, Informan 8 sebagai pengguna Netflix, Disney+ Hotstar dan Astro Go serta Informan 9 sebagai pengguna

Netflix dan *Astro Go*, platform OTT dapat membantu mereka menonton kandungan hiburan pada bila-bila masa tanpa terikat dengan jadual penyiaran. Hal ini memudahkan mereka yang sibuk bekerja untuk menonton kandungan hiburan pada waktu lapang.

Manakala Informan 4 pula yang merupakan pengguna Netflix dan Sooka menyatakan dengan adanya platform OTT, beliau dapat menonton kandungan hiburan bebas di mana-mana melalui telefon pintar sahaja. Selain itu, Informan 6 sebagai pengguna *Netflix* dan *Disney+ Hotstar* menyatakan bahawa platform OTT tidak terikat dengan iklan dan kandungan boleh diulang semula bila perlu. Justeru itu, jelaslah bahawa rakyat memilih platform OTT kerana tidak ingin lagi terikat dengan jadual penyiaran dan ingin menonton kandungan hiburan di hujung jari sahaja.

Platform Over-The-Top (OTT) Menjana Ekonomi Industri Kreatif

Platform OTT membuka peluang kepada penggiat seni tempatan untuk menjana pendapatan dengan menghasilkan kandungan kreatif yang berkualiti. Informan 3 yang merupakan pengguna *Netflix* dan *Prime Video* memberi pendapat bahawa terdapat filem-filem yang sudah ditayangkan di pawagam kini sudah boleh ditonton di platform OTT. Informan 3 melihat platform OTT adalah satu aliran untuk pengarah filem dan penulis skrip menghasilkan karya yang baik dan seterusnya menjana keuntungan melalui penjualan hak penyiaran kepada platform OTT.

Seterusnya, Informan 1 sebagai pengguna *Netflix*, Informan 5 sebagai pengguna *Netflix dan Sooka*, Informan 7 sebagai *pengguna Netflix, Sooka dan Viu* serta Informan 8 sebagai pengguna *Netflix, Disney+ Hotstar dan Astro Go* menyatakan bahawa platform OTT dapat menjana pendapatan industri kreatif di Malaysia kerana karya tempatan diangkat di persada global dan dapat menarik minat penonton di luar negara.

Di samping itu, menurut Informan 4 dan 5 sebagai pengguna *Netflix* dan *Sooka* menyatakan bahawa platform OTT dapat membuka peluang pekerjaan kepada penggiat seni tempatan serta graduan filem, teater dan animasi yang ingin menempah nama dalam industri kreatif di Malaysia. Oleh itu, platform OTT dapat menjadi ruang untuk penggiat seni tempatan berkarya serta membuka peluang pekerjaan yang berkaitan dengan industri kreatif.

Platform Over-The-Top (OTT) Membawa Perubahan dalam Kualiti Visual Kandungan Kreatif Tempatan

Kini, kualiti visual dalam kandungan kreatif tempatan di platform OTT telah menunjukkan peningkatan yang baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan kenyataan Informan 2 sebagai pengguna *Netflix*. Beliau menyatakan bahawa dengan adanya platform OTT, kandungan kreatif yang terdapat di platform OTT mempunyai perubahan yang baik dari segi teknikal seperti imej janaan komputer (CGI) dan sinematografi. Selain itu, Informan 7 yang merupakan pengguna *Netflix*, *Sooka* dan *Viu* juga menyatakan bahawa filem serta drama yang ditayangkan di platform OTT mempunyai kualiti visual yang tinggi dan jelas. Kesan kualiti visual yang baik mampu memberikan kepuasan kepada pengguna platform OTT ketika menonton filem atau drama.

Seterusnya, menurut Informan 3 sebagai pengguna *Netflix* dan *Prime Video*, Informan 4 sebagai pengguna *Netflix* dan *Sooka* serta Informan 7, bajet besar yang diberi oleh sesebuah platform OTT kepada syarikat produksi tempatan dapat memberi impak kepada kualiti karya kreatif tersebut. Jika pengarah filem atau drama diberikan bajet yang besar, maka kualiti karya kreatif tersebut dapat ditingkatkan dari segi teknikal. Justeru itu, platform OTT boleh membawa perubahan positif terhadap industri kreatif di Malaysia dengan memberikan dana yang besar untuk menghasilkan kualiti visual yang terbaik dalam kandungan kreatif tempatan.

Penggunaan Platform Over-The-Top (OTT) Sebagai Hiburan Masa Lapang

Platform OTT dilihat sebagai medium hiburan untuk penggunanya menonton kandungan kreatif pilihan mereka. Oleh itu, menurut Informan 1 dan 2 sebagai pengguna *Netflix*, Informan 3 sebagai pengguna *Prime Video*, *Netflix* dan *Disney+ Hotstar* serta Informan 8 sebagai pengguna *Netflix*, *Disney+ Hotstar* dan *Astro Go*, ternyata mereka menggunakan platform OTT pada setiap hari untuk menonton filem dan drama bersiri. Mereka berpendapat bahawa menonton filem di platform OTT adalah hiburan setelah penat bekerja dan belajar. Selain itu, Informan 5 sebagai pengguna *Netflix* dan *Sooka*, manakala Informan 7 sebagai pengguna *Netflix*, *Sooka* dan *Viu* pula menyatakan bahawa mereka hanya sempat menggunakan platform OTT untuk menonton kandungan hiburan ketika waktu lapang sahaja kerana sibuk dengan tuntutan kerja.

Informan 5 dan 7 juga dapat melepaskan tekanan dan melupakan masalah di tempat kerja dengan menonton drama atau filem di platform OTT. Seterusnya, Informan 6 yang merupakan pengguna *Netflix* dan *Disney+ Hotstar*, manakala Informan 9 sebagai pengguna *Netflix* dan *Astro Go* menggunakan platform OTT ketika waktu malam setelah selesai menyiapkan tugas kerja dan tugas harian di rumah. Mereka berpendapat bahawa menonton kandungan kreatif kegemaran mereka di platform OTT adalah sebagai ganjaran untuk diri sendiri yang sudah penat bergiat aktif di siang hari. Justeru itu, rakyat Malaysia kerap menggunakan platform OTT sebagai hiburan ketika waktu senggang yang juga dapat membantu menghilangkan stres.

Perkembangan Platform *Over-The-Top* (OTT) dalam Industri Kreatif di Malaysia

Platform Over-The-Top (OTT) Sebagai Pemangkin Penggiat Seni Tempatan Berdaya Saing

Penggiat seni tempatan juga semakin bergiat aktif dalam memajukan industri kreatif Malaysia dengan memasarkan karya mereka di platform OTT. Menurut Informan 3 yang merupakan pengguna *Prime Video*, *Netflix* dan *Disney+ Hotstar*, beliau menyatakan bahawa pengaruh filem atau drama kini mengambil berat tentang platform OTT yang sesuai untuk menayangkan karya kreatif mereka. Hal ini demikian kerana sesetengah platform OTT mempunyai syarat-syarat tertentu dan jenis kandungan yang telah ditetapkan oleh pihak mereka. Oleh itu, pengarah filem dan drama tempatan semakin berfikir ke hadapan untuk menasaskan karya kreatif mereka di platform OTT yang tepat.

Selain itu, Informan 5 sebagai pengguna *Netflix* dan *Sooka* pula menyatakan dengan kemunculan platform OTT, penggiat seni tempatan kini sentiasa peka terhadap karya kreatif luar negara yang semakin popular dan mendapat tempat di hati rakyat Malaysia. Seterusnya, Informan 6 sebagai pengguna *Netflix* dan *Disney+ Hotstar* serta Informan 9 sebagai pengguna *Netflix* dan *Astro Go* menyatakan bahawa platform OTT membantu penggiat seni tempatan untuk berusaha menghasilkan karya yang lebih baik agar dapat bersaing di pasaran global yang sangat mencabar. Oleh itu, platform OTT dapat memberikan semangat kepada penggiat seni tempatan untuk sentiasa menghasilkan karya kreatif yang berkualiti dari semua sudut agar dapat bersaing dengan kandungan kreatif antarabangsa.

Penawaran Pelbagai Platform Over-The-Top (OTT)

Kini, rakyat Malaysia dapat memilih pelbagai jenis platform OTT antarabangsa seperti *Netflix* dan juga platform OTT tempatan seperti *Astro Go*. Menurut Informan 3 yang merupakan pengguna *Prime Video*, *Netflix* dan *Disney+ Hotstar*, platform OTT antarabangsa dan tempatan kini telah menawarkan pelbagai kandungan kreatif eksklusif yang hanya boleh diakses melalui platform OTT tersebut sahaja. Hal ini dapat menggalakkan lebih ramai rakyat Malaysia untuk melanggan platform OTT yang berbeza-beza demi menonton kandungan eksklusif. Rakyat juga bebas untuk memilih platform OTT yang sesuai dengan cita rasa mereka.

Setiap kandungan OTT antarabangsa dan tempatan mempunyai daya tarikan masing-masing. Hal ini dapat dibuktikan dengan kenyataan daripada Informan 2 sebagai pengguna *Netflix*, Informan 5 sebagai pengguna *Netflix* dan *Sooka* serta Informan 9 sebagai pengguna *Netflix* dan *Astro Go* yang memilih kandungan tempatan berbanding kandungan antarabangsa kerana kandungan tempatan lebih mudah difahami dari segi bahasa dan budaya yang ditonjolkan dalam kandungan tersebut.

Menurut Informan 3, beliau bersetuju bahawa setiap platform OTT mempunyai sasaran pasaran yang berbeza mengikut peringkat umur. Sebagai contoh, platform *Disney+ Hotstar* lebih tertumpu kepada golongan kanak-kanak hingga dewasa. Selain itu, Informan 2 dan 3 berpendapat bahawa *Netflix* lebih fokus menyasarkan kandungan mereka kepada golongan dewasa. Hal ini menunjukkan setiap platform OTT mempunyai jenis kandungan kreatif yang eksklusif dan pelbagai kerana sasaran pasaran yang berbeza.

Kandungan Kreatif Tempatan yang Berkualiti

Pengguna OTT dapat menonton pelbagai kandungan kreatif tempatan seperti filem dan drama yang berkualiti dari segi jalan penceritaan. Kandungan kreatif tempatan di platform OTT mempunyai jalan penceritaan yang menonjolkan kisah tempatan dan emosi yang universal. Menurut Informan 4 dan Informan 5 yang merupakan pengguna *Netflix* dan *Sooka* serta Informan 8 yang merupakan pengguna *Netflix*, *Disney+ Hotstar* dan *Astro Go*, kandungan kreatif tempatan dalam platform OTT mempunyai idea yang lebih segar berbanding kandungan kreatif di media tradisional.

Informan 4, Informan 5 dan Informan 8 juga menyatakan bahawa kandungan kreatif tempatan di platform OTT tidak menggunakan stereotaip klise dalam pembentukan jalan penceritaan dan perkembangan watak. Dengan tidak menerapkan stereotaip klise dalam sesebuah karya, penulis skrip dapat membentuk watak yang realistik seperti mempunyai kekuatan dan kelemahan.

Seterusnya, Informan 4, Informan 5 dan Informan 8 berpendapat bahawa dengan perkembangan platform OTT yang semakin popular dalam kalangan rakyat, penggiat seni tempatan juga semakin berani berkarya dengan menghasilkan pelbagai jenis genre seperti filem ngeri, misteri, matang dan sebahagian daripada kehidupan. Informan 5 juga menjelaskan bahawa kandungan tempatan di platform OTT menawarkan pelbagai genre dan tidak terikat dengan genre percintaan sahaja. Oleh itu, perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia dapat dilihat dengan penawaran kandungan tempatan yang berkualiti dari sudut jalan penceritaan, perkembangan watak dan kepelbagaian genre.

Platform Over-The-Top (OTT) Memberi Peluang kepada Penggiat Seni Tempatan untuk Bebas Berkarya

Platform OTT menjadi pilihan rakyat kerana tawaran kandungan kreatif yang pelbagai dan menarik. Rakyat memilih kandungan kreatif di platform OTT berbanding media tradisional kerana kandungan kreatif di platform OTT yang tidak perlu ditapis oleh LPF. Menurut Informan 2 sebagai pengguna *Netflix* dan Informan 3 sebagai pengguna *Prime Video*, *Netflix* serta *Disney+ Hotstar*, penggiat seni tempatan lebih bebas berkarya dalam platform OTT kerana tiada peraturan yang ditetapkan.

Selain itu, Informan 2 dan Informan 3 juga menyatakan bahawa mereka lebih berpuas hati menonton filem atau drama di platform OTT berbanding media tradisional. Hal ini demikian kerana kandungan kreatif yang disiarkan oleh media tradisional perlu menyunting dialog pelakon yang berkata-kata kesat dan memotong adegan-adegan yang dikatakan sensitif seperti adegan merokok dan minum minuman beralkohol. Informan 2 dan Informan 3 bersependapat bahawa kepuasan menonton filem dan drama boleh terganggu dengan penyuntingan dialog dan pemotongan adegan-adegan tersebut.

Walau bagaimanapun, menurut Informan 2 dan Informan 3, kandungan kreatif tempatan di platform OTT masih lagi menjaga sensitiviti dari segi isu perkauman dan agama. Mereka berdua juga menyatakan bahawa penggiat seni tempatan semakin berpengalaman dalam menghasilkan

karya kreatif yang berkualiti dan masih mengikut peraturan yang ditetapkan oleh kerajaan. Jelaslah bahawa penggiat seni tempatan dapat berkarya dengan bebas kerana kandungan kreatif tempatan tidak perlu melalui saringan LPF. Namun demikian, karya mereka masih lagi mengikut polisi kerajaan dengan tidak menyentuh isu-isu sensitif seperti isu perkauman dan tidak mempersendakan hal-ehwal agama.

Platform Over-The-Top (OTT) Memupuk Kesedaran Hak Cipta dalam Kalangan Penggunanya

Platform OTT memberi kesedaran kepada rakyat Malaysia tentang isu hak cipta dan cetak rompak. Hal ini demikian kerana rakyat kini menonton kandungan kreatif tempatan di saluran yang betul di sisi undang-undang. Menurut Informan 2 yang merupakan pengguna *Netflix*, kesedaran untuk menonton karya tempatan di platform OTT dapat dilihat dalam golongan 20-an, terutamanya pelajar universiti. Sebagai contoh, pelajar universiti tersebut melanggan platform OTT dan kemudian berkongsi akaun dengan rakan-rakannya. Selain itu, beliau juga berkata, ibu bapa juga menunjukkan contoh yang baik kepada anak-anak dengan melanggan pakej keluarga yang disediakan oleh platform OTT tertentu. Hal ini dapat membentuk budaya menyokong industri kreatif di Malaysia dari peringkat kanak-kanak lagi.

Seterusnya, menurut Informan 5 sebagai pengguna *Netflix* dan *Sooka*, Informan 6 sebagai pengguna *Netflix* dan *Disney+ Hotstar*, Informan 7 sebagai pengguna *Netflix*, *Sooka* dan *Viu*, Informan 9 sebagai pengguna *Netflix* dan *Astro Go* serta Informan 10 sebagai pengguna *Netflix*, mereka memilih menonton kandungan tempatan berbanding kandungan antarabangsa di platform OTT kerana ingin menyokong industri kreatif di Malaysia. Mereka juga bersependapat bahawa industri kreatif di Malaysia dapat berkembang baik melalui sokongan rakyat yang menonton karya tempatan di platform OTT. Justeru itu, jelaslah bahawa perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia dapat memberi impak positif terhadap isu cetak rompak dan kesedaran hak cipta.

Kesimpulan

Secara kesimpulannya, kajian ini bertujuan untuk meneroka transformasi dan perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia dengan lebih terperinci dan mendalam. Transformasi platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia dapat dilihat dari persamaan yang ditemui melalui lima aspek, iaitu perubahan budaya tontonan dari media

tradisional kepada platform OTT, platform OTT menyediakan kandungan yang fleksibel, platform OTT menjana ekonomi industri kreatif, platform OTT membawa perubahan dalam kualiti visual kandungan kreatif tempatan dan penggunaan platform OTT sebagai hiburan masa lapang.

Di samping itu, perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia dapat dijelaskan melalui lima aspek, iaitu platform OTT sebagai pemangkin penggiat seni tempatan berdaya saing, penawaran pelbagai platform OTT, kandungan kreatif tempatan yang berkualiti, platform OTT memberi peluang kepada penggiat seni tempatan untuk bebas berkarya dan platform OTT memupuk kesedaran hak cipta dalam kalangan penggunaannya. Hal ini demikian kerana semua senarai transformasi dan perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia telah dapat dikenal pasti dengan jelas ketika temubual dilaksanakan dan juga telah dijadikan sebagai dapatan kajian utama.

Dengan pertumbuhan platform OTT sebagai pemangkin daya saing penggiat seni tempatan, industri kreatif Malaysia kini bergerak ke arah ekosistem yang lebih terbuka dan bersaing. Selain menawarkan ruang untuk pameran kandungan, platform OTT mencipta standard baharu untuk kualiti produksi, inovasi penceritaan, dan keupayaan pengurusan kandungan. Penggiat seni tempatan didorong oleh keadaan ini untuk meningkatkan pengetahuan dan kemahiran teknikal mereka untuk memastikan karya mereka kompetitif dalam dunia digital yang semakin mencabar.

Selain itu, perkembangan industri kreatif secara keseluruhan telah dibantu oleh pelbagai platform OTT yang tersedia di Malaysia. Kepelbagaian platform ini membolehkan kandungan kreatif disasarkan kepada pelbagai demografi penonton berdasarkan minat, genre, dan bahasa mereka. Situasi ini bukan sahaja mengurangkan kebergantungan kepada satu platform dominan, tetapi ia juga membolehkan kandungan *niche* dan kandungan alternatif menarik penonton. Secara tidak langsung, kepelbagaian platform OTT menyumbang kepada peningkatan landskap kandungan kreatif tempatan dan mendorong inovasi dalam pembuatan kandungan.

Kehadiran platform OTT juga dikenal pasti mempunyai kesan langsung terhadap pertumbuhan kandungan kreatif tempatan yang berkualiti tinggi. Kajian ini mendapati bahawa penggiat seni tempatan semakin menumpukan perhatian kepada elemen penceritaan, struktur naratif, dan nilai produksi untuk memenuhi jangkaan penonton di platform digital. Penghasilan kandungan yang lebih teliti, matang, dan relevan dengan

realiti masyarakat semasa didorong oleh tekanan persaingan dalam industri OTT. Oleh itu, reputasi kandungan tempatan di peringkat nasional dan antarabangsa akan meningkat.

Selain itu, platform OTT membolehkan penggiat seni tempatan menghasilkan karya mereka secara bebas tanpa terikat kepada format dan kandungan media konvensional. Tema dan pendekatan penceritaan yang lebih berani, serta representasi sosial yang lebih inklusif, dibenarkan oleh kebebasan ini. Dengan cara ini, industri kreatif tempatan mendapat lebih banyak suara dan pandangan yang berbeza, dan identiti kandungan Malaysia dalam dunia digital diperkukuh.

Akhir sekali, apabila platform OTT berkembang, model langganan dan akses kandungan yang sah membantu pengguna memahami konsep hak cipta. Hal ini adalah penting untuk memastikan industri kreatif kekal berjalan dan terus relevan pada masa yang akan datang. Secara keseluruhannya, peluang ekonomi dan kreatif telah dipertingkatkan oleh penggunaan platform OTT dalam industri kreatif Malaysia, serta mewujudkan ekosistem industri yang lebih bersih dan bertanggungjawab. Terdapat peningkatan profesionalisme dalam penghasilan kandungan, pematuan terhadap hak cipta, dan peningkatan kesedaran pengguna tentang betapa pentingnya menyokong kandungan tempatan secara sah.

Kesimpulannya, kajian ini telah menjelaskan tentang transformasi dan perkembangan platform OTT dalam industri kreatif di Malaysia. Hasil dapatan kajian ini menunjukkan platform OTT membawa perubahan positif kepada industri kreatif di Malaysia. Menerusi dapatan kajian daripada 10 orang informan, jelaslah bahawa platform OTT dapat memberi peluang kepada penggiat seni tempatan untuk bebas berkarya dan menjana pendapatan dengan menghasilkan karya kreatif yang berkualiti tinggi dari aspek jalan penceritaan, kepelbagaian genre dan juga kualiti visual. Platform OTT akan terus memainkan peranan penting sebagai pemacu utama pertumbuhan industri kreatif Malaysia. Perubahan ini akan dapat dilihat khususnya dalam memperluaskan pasaran kandungan tempatan ke peringkat serantau dan global, selain meningkatkan daya saing penggiat seni tempatan, serta menggalakkan inovasi dalam penghasilan karya kreatif yang berkualiti tinggi. Selain itu, platform OTT turut menyokong pembangunan ekosistem industri yang lebih mampan. Dinamika ini terjadi melalui penawaran model perniagaan digital yang berstruktur, telus, dan beretika. Natijahnya, hala tuju industri kreatif Malaysia dijangka dipengaruhi secara ketara oleh keupayaan

platform OTT untuk menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi dan keperluan penonton.

Penghargaan

Penulis ingin merakamkan penghargaan kepada semua informan yang mengambil bahagian dalam menyiapkan kajian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada pensyarah-pensyarah, ahli keluarga dan rakan-rakan yang telah memberikan tunjuk ajar, sokongan dan bantuan sepanjang proses penyelidikan dan penulisan kajian ini.

Rujukan

- Abdur Rahman Ahmad Raji, Ahmad Shueib Sulaiman, Yusre Zulhamize, & Mohd Asyraf Mohd Farique. (2022, Oktober 28). Impak pandemik Covid-19 terhadap pembangunan industri kreatif dan pusat media serantau di Malaysia. *International Journal of Interdisciplinary and Strategic Studies (IJISTRA)*, 3(5), 317-333. <https://doi.org/10.47548/ijistra.2022.60>
- Ahmed, S. K., Mohammed, R. A., Nashwan, A. J., Ibrahim, R. H., Abdalla, A. Q., Ameen, B. M. M., & Khdir, R. M. (2025). Using thematic analysis in qualitative research. *Journal of Medicine, Surgery, and Public Health*, 6, 100198.
- Aishwary Gaonkar, Shreyansh Jain, Rohan Dowerah, Jaskiran Atwal, Santoshkumar Dyavanpelli. (2022, Mei). OTT vs. Cinemas: The future trend in the movie and entertainment sector. *International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology (IJRASET)*, 10(5), 1200-1208. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2022.42467>
- Bernama. (t.t.). *Angkat kisah unik, olahan kreatif untuk tembus platform OTT*. Official Portal Ministry of Communication. <https://www.komunikasi.gov.my/en/public/news/25437-angkat-kisah-unik-olahan-kreatif-untuk-tembus-platform-ott>
- Chan, H. X. (2023). Perception of conventional TV and OTT video streaming platforms among university students in Klang Valley. http://eprints.utar.edu.my/5844/1/Chan_Hern_Xi_1902188.pdf

- Effi Saharudin. (2024, September 3). *Netflix dan Viu ialah platform penstriman video paling popular di Malaysia pada Q2 2024*. Amanz. <https://amanz.my/2024474846/>
- Esha Simlote, Prabhat Indora, & R K Singh. (2024). The evolution of entertainment: A comparative analysis of cinema and OTT. *Journal of Communication and Management*, 3(2), 183-186. 10.58966/JCM20243216
- Fatimah Muhd Shukri, Hidayat Hamid, Nik Ashri Nik Harun, Fairuladlan Hamadun, Mohd Firdaus Naif Omran Zailuddin, Md. Ariff Ariffin & Izati Nabila Marzuki. (2024, Mac). The impact of online streaming platforms on the film industry and film-viewing culture in Malaysia. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 12(1), 101-115. 10.17687/jeb.v12i1.1194
- Felix Chukwuma Aguboshim. (2021). Adequacy of sample size in a qualitative case study and the dilemma of data saturation: A narrative review. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 10(3), 180-187. 10.30574/wjarr.2021.10.3.0277
- Fulton Library. (2025, April 25). *Qualitative research methodologies*. Fulton Library. <https://uvu.libguides.com/methods/qualitative>
- Harian Metro. (2025, April 28). *Usanita lancar platform penstriman UTV*. Harian Metro. <https://www.hmetro.com.my/rap/2025/04/1212672/usanita-lancar-platform-penstriman-utv>
- Hennink, M. & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292(1). <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114523>
- Jayabarthi Manimaran & Maizurah Khathu Abdul Hamid. (2024). Switching paradigms: Transformative changes in film consumption patterns in the streaming era. *Forum Komunikasi*, 19(2), 41-54. <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/113304/1/113304.pdf>
- Katerynych, P., Goian, V., & Goian, O. (2023). Exploring the evolution of storytelling in the streaming era: A study of narrative trends in Netflix original content. *Communication Today*, 14(2), 28-41.

- Kementerian Komunikasi. (2023, Mac 17). *MYTV Mana-Mana platform OTT nasional sedia rangkaian saluran TV, radio dan kandungan on-demand percuma dan boleh diakses pada bila-bila masa dan di mana sahaja*. Portal Rasmi Kementerian Komunikasi. <https://www.komunikasi.gov.my/program-semasa/23732-mytv-mana-mana-platform-ott-nasional-sedia-rangkaian-saluran-tv-radio-dan-kandungan-on-demand-percuma-dan-boleh-diakses-pada-bila-bila-masa-dan-di-mana-sahaja>
- Mohd Zaidi Abu Seman, Muhammad Adnan Pitchan & Wan Amizah Wan Mahmud. (2024). Kesan kemahiran digital terhadap penggunaan media OTT penyiaran awam Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(1), 267-285. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4001-15>
- Mohd Zaidi Mohd Zeki, Nurul Hija Mazlan, Nor Zanariah Talib, Ahmad Muhaimin Mat Jusoh & Nurulaini Moshidi. (2023). Akauntabiliti pengkaji kajian kes berkaitan pengajaran guru pendidikan islam dalam mengintegrasikan kemahiran berfikir aras tinggi (KBAT). *Journal of Islamic Educational Research (JIER)*, 9, 17-26. <https://ejournal.um.edu.my/index.php/JIER/article/download/42006/16645/130359>
- Muhammad Danish Nazri & Nur Liana Mohd Redzuan Roy. (2024). Cinemagoing culture through the Malaysian settings of the cinema one stop centre. *Journal of Creative Arts*, 1(2), 110-126. <https://doi.org/10.24191/jca.v1i2.1586>
- Noraziahtulhidayu Kamaruddin & Assem Khmag. (2022, Mei 17). Netflix user and movie interest analysis for Asian countries. *2022 9th International Conference on Electrical and Electronics Engineering*. 10.1109/ICEEE55327.2022.9772585
- Nur Zulaikha Hamzah & Mohd Syuhaidi Abu Bakar (2024). Faktor penontonan drama Korea dalam kalangan belia di Malaysia. *Forum Komunikasi*, 19(1), 1-16.
- Rancea, B. (2022, Ogos 10). *Apakah platform OTT? Semua yang anda perlu tahu*. Ecommerce Platform. <https://ecommerce-platforms.com/ms/glossary/what-is-an-ott-platform>

- Syarul Azlina Sikandar & Abdul Razak Mohaideen. (2024, Ogos 30). Navigating the OTT landscape: Comparative analysis of Netflix and Tonton in Malaysia's entertainment industry. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 14(8), 3147-3154. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i8/22744>
- Syukr Abdul Hay Kamat. (2022). *Pelaksanaan fiqh ayat kurikulum bersepadu tahfiz: Analisis penguasaan pelajar dan keberkesanan terhadap hafazan al-Quran MITTIS Sabak Bernam*. (Tesis Sarjana, Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, Kuala Lumpur)