



PEMASARAN VIRAL : KAJIAN TERHADAP PROJEK TEATER ASYLUM

MUHAMMAD HAFIZUL BIN SHA'RI

2011239644

IJAZAH SARJANA MUDA TEKNOLOGI KREATIF (KEPUJIAN)

PENGURUSAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

MALAYSIA

JANUARI 2014

**FAKULTI FILEM, TEATER, DAN ANIMASI
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
SHAH ALAM
SESI SEPTEMBER 2011- JANUARI 2014**

DENGAN INI MENGESAHKAN

**PELAJAR: MUHAMMAD HAFIZUL BIN SHA'RI
NO MATRIK: 2011239644**

**TELAH MEMENUHI SEGALA SYARAT PENULISAN LATIHAN ILMIAH
YANG TELAH DITETAPKAN OLEH JAWATANKUASA KHAS YANG
DILANTIK OLEH FAKULTI FILEM, TEATER, DAN ANIMASI,
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA UTM SHAH ALAM**

DAN TELAH MENERIMA HASIL KERJA INI PADA

.....

**DIHADAPAN PENYELIA
RAJA NOR AMINAH RAJA AYOB**

.....

TANDATANGAN

**DEKAN
PROF. MADYA A.RAZAK MOHAIDEEN**

.....

TANDATANGAN

PEMASARAN VIRAL : KAJIAN TERHADAP PROJEK TEATER ASYLUM

MUHAMMAD HAFIZUL BIN SHA'RI

**LATIHAN ILMIAH INI DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI
SEBAHAGIAN DARIPADA SYARAT MEMPEROLEHI IJAZAH SARJANA
MUDA (KEPUJIAN) PENGURUSAN INDUSTRI KREATIF**

FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI

JANUARI 2014

PENGAKUAN

“Saya mengaku karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali terdapat petikan pendapat-pendapat dan karya-karya yang setiap satunya telah saya maklumkan sumbernya. Kajian ilmiah ini juga belum pernah dihantarkan ke mana-mana institusi atau bukan akademik untuk sebarang ijazah atau kelulusan.”

.....
JANUARI 2014

.....
MUHAMMAD HAFIZUL BIN SHA’RI

2011239644

ABSTRAK

Kajian ini dijalankan bagi membantu memberi kesedaran kepada orang ramai tentang kepentingan pemasaran dalam mempromosikan sesuatu produk atau servis. Pengkaji menggunakan medium projek Teater Asylum dalam mengkaji tentang pemasaran viral. Tujuan dan objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti elemen pemasaran viral dan mengkaji kesan pemasaran viral di dalam projek Teater Asylum. Alatan kajian yang digunakan dalam melakukan kajian ini akan mengenalpasti elemen-elemen pemasaran viral ketika melakukan promosi dan membantu mengesan keberkesanan pemasaran viral untuk menarik minat orang ramai. Kajian ini diharap dapat membantu orang ramai serta pelajar untuk mengaplikasikan pemasaran viral dalam mempromosikan produk ataupun servis. Hasil daripada kajian ini menunjukkan bahawa terdapat 4 elemen pemasaran viral yang digunakan dalam mempromosikan projek Teater Asylum. Selain itu juga kos perbelanjaan pemasaran bagi projek Teater Asylum dapat dikurangkan dengan menggunakan medium media sosial dan konsep *word of mouth* dalam mempromosikan projek Teater Asylum.