



**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK REKAAN
OLEH HATTA DOLMAT**

**NURUL JANNAH BINTI KAMARULZAMAN
2012759827**

**SARJANA MUDA
TEKNOLOGI KREATIF (KEPUJIAN)
PENGURUSAN INDUSTRI KREATIF**

SEPTEMBER 2015

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK REKAAN
OLEH HATTA DOLMAT**

NURUL JANNAH BINTI KAMARULZAMAN

Latihan ilmiah ini dikemukakan untuk memenuhi
sebahagian daripada syarat memperolehi ijazah
Sarjana Muda Teknologi Kreatif (Kepujian)
Pengurusan Industri Kreatif

Fakulti Filem, Teater dan Animasi

September 2015

**FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
KAMPUS PUNCAK PERDANA
SHAH ALAM, SELANGOR**

SESI: SEPTEMBER - DISEMBER 2015

**DENGAN INI MENGESAHKAN
NURUL JANNAH BINTI KAMARULZAMAN**

2012759827

**TELAH MEMATUHI SEGALA SYARAT PENULISAN LATIHAN ILMIAH
YANG TELAH DITETAPKAN OLEH JAWATANKUASA AKADEMIK
FAKULTI.**

TARIKH:

.....

PENYELIA

PUAN DURATULAIN DOROTHY JONATHAN LINGGANG

.....

DEKAN

DATO' PROFESOR A. RAZAK HJ. MOHAIDEEN

.....

PENGAKUAN

Saya mengakui bahawa kajian ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali pendapat-pendapat dan karya-karya pihak lain yang setiap satunya saya jelaskan sumbernya. Kajian ilmiah ini juga belum pernah dihantar ke mana-mana institusi akademik atau bukan akademik untuk sebarang ijazah atau kelulusan.

Nama Pelajar : Nurul Jannah binti Kamarulzaman
No. Pelajar : 2012759827
Program : Pengurusan Industri Kreatif (FF 226)
Fakulti : Fakulti Filem, Teater dan Animasi
Tajuk Kajian / Projek : Strategi Pemasaran Produk Rekaan Oleh
Hatta Dolmat
Tandatangan Pelajar :
Tarikh : Januari 2016

ABSTRAK

Kajian ini mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hatta Dolmat untuk memasarkan rekaanya. Hatta Dolmat merupakan seorang pereka fesyen di Malaysia yang kreatif dan berbakat. Hatta Dolmat kreatif dalam memberi sentuhan artistik untuk setiap rekaanya. Bagi menjaga kestabilan kariernya sebagai seorang pereka fesyen, beliau mengaplikasikan strategi pemasaran untuk memasarkan produk rekaanya. Kajian ini akan memberi fokus kepada strategi pemasaran Hatta Dolmat untuk mencari jawapan kepada pernyataan masalah iaitu kemahiran dalam mereka fesyen tidak mencukupi untuk menjamin kestabilan perniagaan. Oleh itu, satu kajian berbentuk kualitatif telah diadakan. Objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti kaedah pemasaran dan meneliti setiap strategi yang digunakan oleh Hatta Dolmat untuk memasarkan produk rekaannya dan mengkaji penggunaan selebriti sebagai satu strategi Hatta Dolmat untuk memasarkan produk rekaannya. Dapatan kajian mendapati dengan Hatta Dolmat menggunakan strategi pemasaran yang unik dan berkesan serta bersetuju bahawa selebriti amat membantu beliau dalam mempromosikan rekaan yang dihasilkan.