



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

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MEMPROMOSIKAN FILEM TEMPATAN DI MALAYSIA:
GRAND BRILLIANCE**

**NORLIYANA BINTI ROSLAN
2015145253**

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

MAC 2018

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
DALAM MEMPROMOSIKAN
FILEM TEMPATAN DI MALAYSIA:
GRAND BRILLIANCE**

NORLIYANA BINTI ROSLAN

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

Fakulti Filem, Teater dan Animasi

Mac 2018

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

SESI: MAC 2018 – JUN 2018

DENGAN INI MENGESAHKAN

**NORLIYANA BINTI ROSLAN
2015145253**

**TELAH MEMENUHI SEGALA SYARAT PENULISAN LATIHAN ILMIAH
YANG TELAH DITETAPKAN OLEH JAWATAN KUASA AKADEMIK
FAKULTI.**

TARIKH:

.....

PENYELIA

PUAN ZAIRUNI SAAD

.....

DEKAN

DATO' PROFESOR DR. A. RAZAK HJ. MOHAIDEEN

.....

PENGAKUAN

Saya mengakui bahawa kajian ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali 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 : NORLIYANA BINTI ROSLAN

No. Matrik : 2015145253

Program : Pengurusan Teknologi Kreatif

Fakulti : Fakulti Filem, Teater & Animasi

Tajuk Kajian/Projek : Strategi Pemasaran Digital Dalam
Mempromosikan Filem Tempatan Di Malaysia:
Grand Brilliance

Tandatangan Pelajar :

Tarikh :

ABSTRAK

Adanya perkembangan dalam industri pemasaran serta terbukanya era informasi bebas menyebabkan semakin luas teknik yang digunakan dalam pemasaran. Pemasaran merupakan satu pengurusan hubungan melalui komunikasi yang efektif dan ia juga merupakan kegiatan yang penting bagi meningkatkan potensi sesebuah syarikat. Kajian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran digital dalam mempromosikan filem Abang Long Fadil. Objektif kajian dalam penyelidikan ini adalah mengenalpasti konsep pemasaran digital dalam mempromosikan filem Abang Long Fadil dan untuk mengenalpasti promosi melalui media digital dapat meningkatkan penonton filem di Malaysia. Terdapat perbezaan dari segi promosi yang dilakukan oleh setiap produksi untuk memperkenalkan produk. Dalam menyiapkan penyelidikan ini, kajian ini menggunakan kaedah kualitatif iaitu melalui temubual bacaan ilmiah seperti buku-buku, journal dan juga internet. Creswell (2012), mendefinisikan kaedah tersebut sebagai proses inkuiri ke arah pemahaman yang dinamakan kaedah pengumpulan data yang lazimnya digunakan apabila meninjau sesuatu permasalahan sosial. Kaedah ini dipilih kerana ianya amat bersesuaian dalam mengenalpasti kaedah promosi yang digunakan dalam mempromosikan filem secara berkesan di Malaysia. Hasil penelitian menunjukkan bahawa terdapat pengaruh positif pemasaran digital terhadap mempromosikan filem Abang Long Fadil.

ABSTRACT

With the rapid increases of marketing industry and the wide uses of information, there are so many technique can be use in marketing. Marketing is one of the effective public relations in communication and it is important to improve the company's potential. The purpose of this research is to understand the process of digital marketing in promoting Abang Long Fadil Film. The objective of this research is to find out digital marketing concept in promoting Abang Long Fadil film and to identify the promotion using media digital can increase the number of viewer. There are so many ways that have been done by production in introducing of the products. The researcher has decide to used qualitative method which include interview, literature, books, journal and internet. Creswell (2012), define that method is the inquiry process to understand the data collecting technique that commonly used to investigate social problem. This method has been choosing because it is suitable to identify the most effective promotion technique in Malaysia. The significance of this research shows that there are positive effects of digital marketing in promoting Abang Long Fadil film.

ISI KANDUNGAN

	Muka Surat
TAJUK	i
PENGESAHAN	ii
PENGAKUAN	iii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ISI KANDUNGAN	vii - ix
 BAB SATU : PENGENALAN	
Pendahuluan	1
Latar Belakang Kajian	4
Pernyataan Masalah	5
Objektif Kajian	7
Persoalan Kajian	8
Kepentingan Kajian	8
Limitasi Kajian	8
Definisi Kata Kunci	9
Kesimpulan	9

BAB DUA : TINJAUAN LITERATUR

Pendahuluan	10
Konsep Pemasaran	10
Sejarah Filem Malaysia	12
Teknik Pemasaran Yang Digunakan: Tradisional dan Media	15
Kesimpulan	18

BAB TIGA : KAEDAH KAJIAN

Pendahuluan	19
Kaedah Kuantitatif/Kualitatif	19
Pendekatan Penyelidikan Kualitatif.	21
Kaedah Pengumpulan Data Kualitatif	23
Instrumen Kajian	24
Kekuatan Kaedah dan Teknik Temubual	26
Kelemahan Teknik Temubual	27
Temubual Separa Berstruktur	28
Pemilihan Responden	28
Pengumpulan Bahan	29
Kajian Perpustakaan	30
Media Elektronik / Internet	30
Kesimpulan	31

BAB EMPAT : HASIL KAJIAN

Pendahuluan	32
Ciri-ciri Demografik Responden/Informan	32
Hasil Kajian	33
Objektif Kajian 1: Mengenalpasti Konsep Pemasaran Yang Digunakan Untuk Mempromosikan Filem Tempatan Di Malaysia	34
Objektif 2: Menganalisis Strategi Pemasaran Yang Digunakan Oleh syarikat Grand Brilliance Bagi Mempromosikan Filem di Malaysia.	40
Objektif 3: Mengkaji Strategi Pemasaran Digital dan Pemasaran Traditional Dalam Memasarkan Filem Di Malaysia.	46
Kesimpulan	53

BAB 5 : KESIMPULAN

Pendahuluan	54
Ringkasan Kajian	54
Implikasi Kajian	56
Cadangan Untuk Kajian Akan Datang	56
Kesimpulan	68

RUJUKAN	59
----------------	----