



FILEM IKLAN ASING DI RTM : KAJIAN KESAN PADA
INDUSTRI FILEM IKLAN TEMPATAN DARI BULAN
JANUARI 2005 HINGGA JUN 2006

NOR ARIZA BINTI ARIFFIN
2004208139

IJAZAH SARJANA MUDA PENULISAN SENI LAYAR
FAKULTI TEKNOLOGI KREATIF DAN ARTISTIK
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

2006

PENGAKUAN

Saya mengakui bahawa karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali pendapat-pendapat dan karya-karya yang setiap satunya dipetik daripada sumber yang telah dimaklumkan.

2006

Nor Ariza bt Arifin

2004208139

PENGHARGAAN

Sekalung budi dan syukur kepada barisan tenaga yang membantu pengkaji dalam menyiapkan kajian ini, terutamanya kepada penyelia, Mr. Mahantheran Maxwell yang banyak membantu.

Beliau merupakan pensyarah di Jabatan Skrin, Fakulti Teknologi Kreatif dan Artistik, UiTM Shah Alam. Beliau merupakan tenaga pengajar bagi mata pelajaran Iklan dan Asas Pengurusan Seni Layar. Juga sekalung budi buat Profesor Dr. Azizul Halim Yahya, Penolong Naib Canselor, Komunikasi Korporat dan Perhubungan Antarabangsa, UiTM Shah Alam. Beliau telah memberikan sumbangan ilmu kepada pengkaji tentang kesan kepada globalisasi filem iklan asing ini.

Tenaga pengajar yang lain iaitu pensyarah subjek Encik Norman b Yusuff yang memberikan panduan untuk memulakan kajian tesis ini supaya berjalan dengan lancar dan memudahkan pengkaji membuat kajian. Sekalung penghargaan juga kepada dekan Fakulti Teknologi Kreatif dan Artistik, Profesor Dr. Hatta Azad Khan yang memberikan kebenaran kepada pengkaji serta pengkaji yang lain untuk membuat penyelidikan di luar kawasan UiTM Shah Alam.

Selain itu, Puan Kamillah bt Ahmad, Ketua Unit Iklan Televisyen juga banyak membantu pengkaji dalam menyiapkan kajian ini. Beliau telah meluluskan surat permohonan pengkaji bagi mendapatkan senarai filem iklan asing yang masuk ke pasaran tempatan.

Pendek kata, kajian ini dapat memberi faedah kepada pengkaji, industri pengiklanan tempatan dan juga penyelidik lain.

ABSTRAK

Kajian ini adalah mengkaji Filem iklan Asing di RTM pada Januari 2005 hingga Jun 2006. Kajian Kesan Pada Industri Filem Tempatan. Kajian ini menentukan kesan kepada iklan asing yang memasuki pasaran tempatan, jenis iklan asing yang memasuki pasaran tempatan, penerbit filem yang menerima Sijil Akuan Filem Iklan Buatan Malaysia (MIM) 2004/ 2005, Pengeluaran Sijil Akuan Filem Iklan Buatan Malaysia (MIM) 2004/ 2005 dan Penglibatan Pekerja Filem Asing dalam Penerbitan Filem Tempatan Mengikut Jenis Filem bagi tahun 2004/ 2005. Filem iklan antarabangsa juga haruslah mendapatkan perakuan daripada FINAS bahawa iklan itu adalah dibuat di Malaysia. Ini bermakna sesebuah iklan yang dikeluarkan untuk disiarkan dikehendaki mempunyai sijil MIM.

BAB 1 PENDAHULUAN

1.0	Pengenalan	5
1.2	Latar Belakang Kajian	6
1.2.1	Definisi Iklan	8-11
1.2.2	Sejarah Pengiklanan Di Malaysia	11-15
1.2.3	Definisi Iklan Televisyen Komersial	15
1.3	Objektf Kajian	16
1.4	Skop Kajian	16-17
1.5	Pernyataan Masalah	17-18
1.6	Kepentingan Kajian	19-21
1.7	Kesimpulan	21-22

BAB 2 TINJAUAN LITERATUR

2.0	Pengenalan	23-24
2.1	Garis panduan permohonan dan pengeluaran sijil iklan buatan Malaysia (MIM)	
2.1.0	Pengenalan	24
2.1.1	Tafsiran	25
2.1.2	Komponen Pertimbangan	25
2.12.0	Tenaga Karyawan	25
2.1.2.1	Lokasi Penggambaran	25
2.12.2	Paska Produksi	26
2.1.2.3	Kos Pengeluaran	26