

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

**HUBUNGAN PEMASARAN DAN
KUTIPAN *BOX-OFFICE*. SATU
KAJIAN FILEM: *OMBAK RINDU***

AHMAD AZLAN SYAH BIN ABD RASHID

Tesis ini dikemukakan sebagai
memenuhi daripada syarat untuk
Sarjana Seni

Fakulti Filem, Teater dan Animasi

Oktober 2017

ABSTRAK

Industri perfileman Malaysia kini pesat membangun namun hala tuju ataupun nasib industri tempatan ini pada masa yang akan datang masih samar. Ini kerana pola penontonan filem cereka di panggung kini kian tidak menentu. Para penerbit filem tempatan kini kerap menunding jari ke atas para penonton kononnya para penonton lebih berkiblatkan filem-filem *Hollywood*. Badan kerajaan seperti FINAS (Perbadanan Kemajuan Filem Nasional) juga kerap dipersalahkan kononnya tidak mengawal kemasukan filem-filem barat tersebut yang sekaligus menjejaskan pasaran tempatan sedangkan FINAS banyak membantu industri tempatan tanpa mereka sedar. Masalah utama para penerbit filem tempatan kini adalah kurangnya ilmu pengetahuan terhadap dunia pemasaran yang sebenar. Tesis ini mengupas satu sistem pemasaran filem yang sistematik bagi rujukan para penerbit di masa yang akan datang. Konsep pemasaran filem yang relevan perlu bagi menepati kehendak para penonton yang sentiasa berubah-ubah mengikut peredaran zaman. Oleh itu kajian ini merungkai satu sistem pemasaran filem yang telah berjaya meraih kutipan *box-office*. Kajian ini dilakukan secara Kualitatif dan berlandaskan pada penyelidikan deskriptif. Segala data diperoleh daripada sumber utama dan sumber kedua kajian. Ianya dibuktikan satu per satu melalui perkaitan segala teori-teori yang dikaji. Hubungan pemasaran dan *box-office* dirungkaikan satu persatu melalui kajian kes filem yang dikaji. Satu sistem pemasaran yang sistematik terungkai mengikut peredaran zaman yang mencabar.

Kata Kunci: Industri Perfileman Malaysia, Pemasaran Filem, *Box-Office*.

PENGHARGAAN

Alhamdulillah memanjat syukur kepada Allah S.W.T kerana dengan izin dan kudratnya saya telah melengkapkan kajian ini dengan jayanya. Tidak lupa juga kepada kedua Ibubapa saya, dan kerana telah membesarkan saya dan telah memanjatkan doa, memberikan jasa dan bakti mereka kepada saya. Setinggi-tinggi penghargaan saya buat isteri saya yang tercinta, Aidilia Hilda Bt. Abd. Halim dan keluarga mertua yang senantiasia menyokong dan memberikan semangat untuk saya menyiapkan tesis ini. Kepada adik beradik saya terutama sekali kepada abang saya, Ahmad Faizul B. Abd Rashid yang telah banyak membimbing dan memberikan semangat. Motivasi saya yang paling utama adalah Putera saya, Putera Aiden Syah yang telah membakar semangat dan motivasi saya untuk berjaya.

Penghargaan terulung kepada Penyelia Utama, Dato' Dr. Prof. A. Razak Mohaideen yang telah banyak membantu bagi penyeliaan tesis ini. Semoga Allah S.W.T dapat membalas bakti, jasa dan budi beliau. Perhargaan juga diberikan kepada Penyelia Bersama, Dr. Norman Yussof dan bekas Penyelia Bersama, Prof. Chess Skinner yang juga telah banyak membantu dan memberikan tunjuk ajar.

Akhir sekali tidak lupa kepada rakan-rakan seperjuangan di *Post Graduate* Fakulti Filem, Teater dan Animasi dan rakan-rakan pensyarah Azhari Zain, Khairul Anwar Mat Kassim, Azmeer, Aminah Rhapor, Azroz, Izwan Daini dan Azri Abu Hassan yang juga telah banyak membantu di dalam kajian ini. Tidak lupa kepada para pelajar saya yang senantiasia mendoakan kejayaan saya.

Jutaan Terima Kasih.

ISI KANDUNGAN

	Muka Surat
PENGESAHAN OLEH PANEL PEMERIKSA	ii
PENGAKUAN PENULIS	iii
ABSTRAK	iv
PENGHARGAAN	v
ISI KANDUNGAN	vi
BUTIRAN JADUAL	x
BUTIRAN RAJAH	xi
BAB SATU: PENDAHULUAN	
1.1 Pengenalan	1
1.2 Keadaan Semasa	5
1.3 Industri Perfileman Hollywood	6
1.4 Industri Perfileman Malaysia	9
1.5 Definisi Pemasaran	13
1.5.1 Kepentingan Pemasaran dan Promosi Filem	14
1.6 Pernyataan Masalah	15
1.7 Persoalan Kajian	17
1.8 Objektif Kajian	17
1.9 Skop Kajian	18
1.10 Organisasi Tesis	20
1.11 Signifikasi Kajian	20
1.12 Rumusan Bab	21
BAB DUA: PENGENALAN DAN TINJAUAN LITERATUR	
2.1 Pengenalan	22
2.2 Latar Belakang Perfileman Malaysia	23

2.3	Sejarah dan Perkembangan Filem Melayu Sehingga Era Tahun 1970-an	24
2.3.1	Bangsawan – Sejarah Pertumbuhan Filem di Tanah Melayu	25
2.3.2	Perkembangan Industri Filem di Tanah Melayu	26
2.3.3	Perkembangan Filem Melayu Selepas Perang Dunia Ke-2	28
2.3.4	Perkembangan Filem Melayu Dekad 1950-an Hingga 1960-an	30
2.3.5	Penutupan Malay Film Production (MFP)	33
2.3.6	Kedudukan Bintang-Bintang Filem Shaw Brothers Selepas Malay Film Productions di Jalan Ampas, Singapura Ditutup	34
2.3.7	Pembukaan Merdeka Film Production (Studio Merdeka)	36
2.4	Era Baru Filem Melayu	38
2.4.1	Filem Melayu Era 1980-an	40
2.4.2	Filem Melayu Era 1990-an	44
2.5	Filem Melayu Dari Tahun 2000 hingga 2013	52
2.6	Industri Perfileman Malaysia di Peringkat Global	61
2.7	Cabaran Industri Perfileman Malaysia	62
2.8	Definisi Konsep	64
2.9	Prospek	64
2.10	Elemen Pemasaran	64
2.10.1	Keaslian Produk (<i>The Origin of Brands</i>)	64
2.10.2	Keperluan Kajian Terhadap Pasaran	66
2.10.3	Jenama	67
2.10.4	Fungsi Ujian Terhadap Pasaran	67
2.11	Pemasaran Asas Bagi Sesebuah Filem Tempatan	68
2.12	Khalayak Media Filem	69
2.13	<i>Box-office</i>	70
2.14	Latar Belakang Filem Kajian	71
2.15	Kajian Pemasaran Industri Perfileman Tempatan Sebelum Ini	71
2.16	Rumusan Bab	74

BAB TIGA: KAEDAH KAJIAN

3.1	Pengenalan	75
3.2	Perincian Tesis	75
3.3	Kaedah Kajian & Reka Bentuk Kajian	76