

Persepsi Penonton Di Malaysia Terhadap Filem Yang Memenangi Academy Awards

Malaysian Audiences' Perceptions on Academy Award-Winning Films

Low Jin Lu

Wan Amizah Wan Mahmud

Universiti Kebangsaan Malaysia

lowjinlu@outlook.com
wanamizah@ukm.edu.my

ABSTRAK

Di Malaysia, pasaran filem adalah amat berpotensi dan hal ini boleh dibuktikan melalui kutipan box office yang tinggi di pawagam. Namun begitu, filem yang memenangi Academy Awards kurang mendapat sambutan dalam kalangan penonton di Malaysia walaupun filem tersebut diiktiraf sebagai filem yang berkualiti dan mendapat ulasan yang tinggi di peringkat antarabangsa. Objektif kajian ini adalah untuk meneliti filem Academy Awards yang manakah yang ditonton di Malaysia dan mengenal pasti faktor yang menyebabkan filem yang memenangi Academy Awards bukan pilihan utama penonton tempatan di pawagam. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif dan persampelan bebola salji (snow-balling) iaitu mengedarkan borang soal selidik di media sosial yang melibatkan seramai 112 orang responden di seluruh Malaysia. Kajian ini menggunakan Teori Kegunaan dan Kepuasan (U&G) untuk menjelaskan setiap penonton filem mempunyai faktor penontonan filem yang berbeza bagi memenuhi keperluan masing-masing. Hasil kajian menunjukkan bahawa penonton tempatan mempunyai pandangan yang positif dan ulasan yang tinggi terhadap filem-filem tersebut tetapi data yang dikumpul menunjukkan penonton tempatan mempunyai tahap pengetahuan yang rendah dan kebanyakan responden tidak minat menonton filem-filem tersebut.

Kata kunci: Academy Awards, persepsi, kurang sambutan, minat, filem

ABSTRACT

In Malaysia, movie consumption has huge potential to contribute to the economics and this can be proven by the high box-office grossing at the local cinemas. Academy Award-winning films have less popularity among local audiences although they are internationally recognised excellence in cinematic achievement. The objectives of this study are to examine the Academy Awards films watched by Malaysian audiences and to identify the factors in which Academy Award-winning films were not the locals preferred movies at the cinemas. This study uses quantitative method and snowball sampling by distributing questionnaire on social media that reached 112 respondents in Malaysia. This study is using Uses and Gratifications Theory (U&G) that explains every audience has different purposes to watch films in order to meet their needs and fulfil their satisfactions. The findings show that local audiences highly review the films but they have low levels of knowledge about it and most of the respondents are not interested in watching films. It is very important to understand the interests of audiences toward films in order to produce better films by local filmmakers.

Keywords: *Academy Awards, perception, less favourable, interest, film*

1. Pengenalan

Academy Awards adalah bermula sejak tahun 1929 iaitu selama 88 tahun. *Academy Awards* juga dikenali sebagai *the Oscars* yang merupakan satu majlis anugerah tahunan yang terbesar dalam industri filem dan disampaikan oleh *the Academy of Motion Picture Arts and Sciences* (AMPAS) bagi mengiktiraf dan memberi pujian kepada individu ataupun karya-karya filem yang cemerlang dalam pencapaian sinematik. Pencalonan dan pemenang filem *Academy Awards* adalah dilakukan oleh AMPAS yang merupakan satu organisasi profesional. Filem yang memenangi *Academy Awards* juga bermaksud filem tersebut adalah diiktiraf di peringkat antarabangsa atas kehasilannya. Dalam kata lain, filem tersebut adalah terbaik, bernilai dan berkualiti tinggi. Sebaliknya, penonton tempatan kelihatan tidak berasa kagum dan tidak minat terhadapnya. Hal ini disebabkan kutipan filem yang memenangi *Academy Awards* tidak setinggi dengan filem *Hollywood* ataupun filem antarabangsa yang lain. Apabila penonton mengunjungi ke pawagam, filem *Hollywood* akan menjadi pilihan utama penonton walaupun terdapat filem yang memenangi *Academy Awards* yang ditayangkan di pawagam pada masa yang sama. Malaysia mempunyai pasaran filem yang besar sehingga kutipan filem tercapai jutaan dalam wang Ringgit menunjukkan potensinya yang tinggi tetapi filem-filem yang memenangi *Academy Awards* tidak mempunyai kutipan *box office* yang tinggi setanding dengan filem Barat yang lain. Secara ringkasnya, objektif kajian adalah untuk meneliti filem *Academy Awards* yang manakah yang ditonton di Malaysia dan mengenal pasti faktor yang menyebabkan filem yang memenangi *Academy Awards* bukan pilihan utama penonton tempatan di pawagam.

2. Sorotan Literatur

Industri perfileman Malaysia adalah kecil dan hal ini menyebabkan bajet untuk pengeluaran filem ditetapkan mengikut saiz pasaran negara kita (Herwina Rosnan & Zarith Delaila Abdul Aziz, 2012). *Les' Copaque Production* merupakan syarikat swasta Malaysia yang pertama menghasilkan 3-D animasi dan animasi tersebut berjaya dalam pasaran tempatan dan antarabangsa. Animasi mereka boleh didapati di *ASTRO Disney Channel*. Hal ini membuktikan bahawa rakyat tempatan berbakat dan berkemampuan membangunkan produk filem sendiri di negara kita.

Pengusaha industri tempatan seperti penerbit filem Cina dan India yang melintasi ke dalam arus perdana dalam menghasilkan filem-filem komersial memberi tumpuan terhadap kepentingan kualiti dan kreativiti dalam menentukan kejayaan filem-filem Malaysia di pasaran luar negara (Jamaluddin Aziz, Hasrul Hashim & Faridah Ibrahim, 2014). Namun demikian, filem-filem tempatan masih tidak lagi mencapai piawaian, kualiti dan kreativiti yang minimum merupakan cabaran yang terbesar kepada penerbit filem tempatan.

Lembaga Penapisan Filem Malaysia (LPF) berperanan untuk menapis filem dan meluluskan filem yang bersesuaian untuk ditayangkan di pawagam Malaysia. Penapisan filem ini telah diadakan sejak masa dahulu dan bermula dari teater, *bangsawan* dan persembahan *Mendu* (Wan Amizah Wan Mahmud, 2008). Sesebuah filem yang bertentangan dengan dasar kerajaan atau dikaitkan dengan isu-isu sensitif juga akan ditapis dan tidak dibenarkan tayangan di pawagam. (Wan Amizah, Faridah Ibrahim, Normah Mustaffa & Fuziah Kartini Hassan Basri, 2011). LPF boleh dikatakan sebagai *gatekeeper* untuk memastikan informasi dan nilai budaya yang disampaikan kepada penonton melalui filem adalah betul dan positif. (Rao, A., 2013).

Jumlah penonton tempatan yang menonton filem di pawagam meningkat dari samasa ke samasa (Ubong Imang, 2015). Terdapat pelbagai faktor yang menyumbang kepada peningkatan penonton filem di Malaysia seperti industri perfileman berkembang dengan pesat, gaya hidup masyarakat yang kian berubah dan pertumbuhan ekonomi negara, peningkatan kemampuan perbelanjaan rakyat. Sifat dan motivasi penonton tempatan boleh ditentukan melalui beberapa aspek iaitu faktor menonton filem, genre dan jenis filem yang diminati dan titik kepuasan yang penonton ingin mencapai melalui aktiviti menonton filem. Masyarakat sanggup membelanja dalam aktiviti menonton filem sebagai sejenis aktiviti hiburan dan sosial dalam kehidupan. Remaja, pelajar dan golongan yang berpendapatan sederhana merupakan penonton filem tegar dan paling tegar iaitu mereka menonton filem lebih daripada tiga kali dalam masa sebulan.

Masyarakat menonton filem adalah untuk memenuhi keperluan integratif sosial dan gratifikasi-gratifikasi yang lain seperti emosi, informasi dan hiburan (Haryati Abdul Karim, 2013). Selain itu, filem Barat merupakan pilihan utama responden disebabkan filem-filem Barat dapat memenuhi pelbagai jenis gratifikasi yang diperlukan oleh masyarakat. Filem Barat yang mempunyai pelbagai genre juga dapat memenuhi gratifikasi yang berbeza daripada penonton tempatan. Walaupun filem tempatan dapat memberi gratifikasi yang pelbagai kepada mereka tetapi tahap perkaitan antara gratifikasi filem tempatan adalah lebih rendah berbanding dengan filem Barat. Contohnya perkaitan gratifikasi adalah gratifikasi emosi, gratifikasi hiburan, gratifikasi inspirasi, gratifikasi informasi dan sebagainya. Gratifikasi utama yang mendorong responden menonton filem ialah 'Gratifikasi-Ikatan', iaitu keperluan integratif sosial. Secara kesimpulannya, audiens Malaysia menonton filem secara aktif adalah untuk tujuan sosialisasi.

Pembangunan industri filem dapat menyumbang kepada ekonomi negara dan membina persekitaran sosial yang sihat kepada rakyat (H. Diana, A. Noraini, H. J. Zainodin & S. Suhaimi, 2016). Penerbit filem harus menghasilkan filem berdasarkan cita rasa dan minat penonton serta pandangan mereka untuk menambah warna kepada industri filem negara kita. Penontonan filem dapat mengubah sikap masyarakat ke arah yang lebih positif daripada pemikiran yang didapati selepas memnonton sesebuah filem. Oleh demikian, penerbit dan pengeluar filem dapat membentuk pemikiran dan minda penonton yang positif dalam penerbitan filem yang berkaitan dengan isu-isu sosial pada masa kini.

Box Office merupakan tempat di mana penonton filem boleh membeli tiket untuk menonton filem yang ditayangkan dalam pawagam. Transaksi boleh dilakukan oleh penonton untuk memilih filem, jenis tiket dan tempat kedudukannya di kaunter *Box Office*. Pendapatan sesebuah filem juga merupakan jumlah pendapatan yang dikumpul melalui penjualan tiket filem tersebut di *box office*. Di *box office* juga dapat menunjukkan jumlah penonton bagi sesebuah filem. Oleh demikian, *box office* boleh menunjukkan kelarisan sesebuah filem yang ditayangkan dalam kalangan penonton di kawasan sekitar. Di Malaysia, terdapat beberapa syarikat pawagam iaitu *Golden Screen Cinemas (GSC)*, *TGV Cinemas*, *MBO Cinemas*, *Lotus Five Star Cinemas (LFS)* dan lain-lain. Syarikat pawagam juga akan mempamerkan antara 5 hingga 10 filem yang mempunyai pendapatan yang tertinggi di *Box Office* mereka pada setiap minggu. Berikutnya adalah jadual 2.0 yang menunjukkan 10 filem yang tertinggi di *Box Office GSC* pada 25 Mei 2017 hingga 28 Mei 2017.

Trend filem biasanya akan mengikut musim-musim perayaan tidak kira di dalam Malaysia ataupun di luar Malaysia. Sebagai contoh, negara kita mempunyai perayaan-perayaan seperti Hari Raya, Tahun Baru Cina, Aidilfitri, Krismas dan sebagainya. Oleh demikian, pengeluar filem juga akan menghasilkan filem yang bertema perayaan pada setiap tahun. Contohnya, terdapat banyak filem yang diterbitkan sebagai sambutan Tahun Baru Cina semasa perayaan tersebut daripada negara-negara seperti Malaysia, China, Hong Kong, Taiwan dan lain-lain.

Academy Awards merupakan salah satu acara yang terbesar dan penting dalam industri filem. *Academy Awards* bukan sahaja mengiktiraf filem yang berkualiti dan usaha-usaha pengeluar serta penerbit filem, ia juga memberi kesan positif yang signifikan kepada calon-calon dan pemenang-pemenang *Academy Awards* setiap tahun. Calon-calon *Academy Awards* boleh menambahkan pendapatan *Box Office* lebih daripada *USD 30 million* (Heffernan, L., 2014). Menurut Liam, *Academy Awards* dijadikan sebagai penanda aras terhadap kualiti sesebuah filem kepada masyarakat untuk memberi nilai terhadap filem tersebut.

Pemenang *Academy Awards* mempunyai kesan signifikan yang positif kepada penerbitan filem tersebut (Agnani, B. & Aray, H., 2016). Kajian yang dilakukan Betty dan Henry telah menumpukan penyelidikan pada filem Spanish dalam *Academy Awards*. Menurut hasil kajian, pemenang *Academy Awards* bukan sahaja dapat meningkatkan pendapatan di *Box Office*, ia juga dapat menambah pendapatannya dari segi tajaan.

Calon pemenang *Academy Awards* mempunyai kesan yang positif sebelum pengumuman yang sebenar dilakukan bagi filem-filem tersebut di *Box Office* (Ginsburgh, V., Navratil, F. & Rodriguez, J. P., 2014). Di *Box Office* luar negara seperti Amerika Syarikat, British, Spain dan Jerman, calon filem *Academy Awards* akan mempunyai peningkatan sebanyak 25% dalam *box office* mingguan berbanding dengan filem yang serupa tetapi tidak dicalonkan dalam *Academy Awards* selepas pengumuman calon *Academy Awards* dilakukan. Seterusnya, filem yang memenangi *Academy Award* juga akan mempunyai peningkatan dalam pendapatan *Box Office* mingguan sebanyak 50% berbanding dengan filem yang dicalonkan dalam *Academy Award* selepas Majlis Anugerah *Academy Awards* dilangsungkan.

Menurut *The Economist* (2015), pemenang *Academy Awards* akan dapat meningkatkan pendapatan *Box Office* dan kenamaan filem tersebut serta pelakon-pelakon yang terlibat. Pelakon-pelakon yang berlakon dalam filem yang memenangi *Academy Awards* juga mempunyai peningkatan gaji dan golongan pelakon lelaki mempunyai peningkatan gaji yang lebih tinggi berbanding dengan golongan perempuan (Sweeney, K., Takao Kato, 2010) Oleh itu, boleh dirumuskan bahawa *Academy Awards* adalah terbukti sebagai “*salary boosters*”.

Berdasarkan kajian “*How the Academy Awards Influence Audience Perception of a Film*” yang telah dilakukan oleh Zoilo Pimentel (2016), pencalonan *Academy Awards* juga memberi kesan kepada kredibiliti sesebuah filem di mana penonton menunjukkan minat yang tinggi terhadap calon-calon filem *Academy Awards* akan meningkatkan kredibiliti filem tersebut. Selain itu, tahap minat yang tinggi terhadap filem juga akan menyebabkan kecenderungan yang tinggi dalam kalangan penonton untuk menonton filem tersebut.

Menurut Dodds dan Holbrook (1988), pencalonan dan pemenang daripada *Academy Awards* mempunyai kesan yang signifikan terhadap pendapatan filem seperti *Best Picture*, *Best Actor*, *Best Actress* dan lain-lain. Oleh demikian, tidak dapat dinafikan bahawa *Academy Awards* membawa kesan yang positif tidak kira kepada pencalonan atau pemenang dan ia juga akan meningkatkan nama pemenang-pemenang yang terlibat.

Penyelidik menggunakan Teori Kegunaan dan Kepuasan (U&G) dalam kajian ini bagi menjelaskan bahawa bagaimana seseorang menggunakan media dan tujuan penggunaan media bagi memenuhi keperluan dan kepuasan mengikut permintaan mereka. Pengguna media iaitu penonton filem akan dapat memenuhi keperluan dan kepuasan melalui kegunaannya iaitu penontanan filem. Kepuasan yang didapati daripada penontanan filem boleh dibahagikan kepada empat kategori iaitu kognitif, afektif, integrasi peribadi dan sosial serta hiburan (Katz, Gurevitch & Haas, 1973).

3. Metodologi

Penyelidik akan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melakukan kajian ini. Reka bentuk yang dipilih ialah survei melalui mendedarkan borang soal selidik kepada populasi yang sudah dikenal pasti yang bersesuaian dengan kajian yang akan dijalankan. Pengedaran soal selidik adalah antara cara yang terbaik untuk mengumpul data yang ingin dikaji dalam kajian ini. Pengkaji akan menggunakan *Google Form* sebagai soal selidik yang dapat dijalankan secara dalam talian.

Sampel kajian merupakan sebahagian daripada populasi kajian yang dapat mewakili populasi tersebut sebagai responden penyelidikan. Sampel mesti mempunyai ciri-ciri tertentu bagi memastikan data yang dikumpul adalah tepat dan boleh dipercayai. Sampel dalam kajian ini adalah individu yang menonton filem sama ada di pawagam atau dalam talian. Sampel juga merupakan warganegara Malaysia yang berumur di antara 15 tahun hingga 80 tahun.

Dalam kajian ini, penyelidik akan menggunakan teknik persampelan bukan kebarangkalian iaitu persampelan bebola salji (*snow-balling*). Persampelan *snow-balling* dapat memberi kesan yang berganda apabila seseorang yang dipilih sebagai responden akan mencari rakan yang lain untuk menjadi responden sehingga jumlah populasi ditepati. Selain itu, kajian ini memberi peluang yang sama kepada responden yang dipilih untuk mewakili populasi secara rawak.

Analisis data yang akan dijalankan adalah analisis statistik deskriptif dan statistik inferensi dengan bantuan perisian SPSS (*Statistical Package For The Social Sciences*). Jenis analisis ini dipilih kerana kajian yang dijalankan bersifat kuantitatif dan misalnya, min (*mean*) dan jumlah (*sum*) penonton yang dipengaruhi dengan pilihan filem yang ingin ditonton dan minat serta cita rasa mereka dapat diukur dengan menggunakan perisian SPSS bagi memudahkan menganalisis data. Hal ini membolehkan proses generalisasi dapat dijalankan ke atas data yang diperolehi bagi merungkai kepada permasalahan kajian.

Pengkaji akan menganalisis data demografi responden berdasarkan kekerapan dan peratus. Selain itu, pengkaji juga akan menganalisis soalan bagi pola penontonan yang menggunakan skala nominal dan ordinal dalam kekerapan dan peratus manakala soalan bagi pola penontonan yang menggunakan skala Likert akan dianalisis dalam min dan sisihan piawai. Bagi soala-soalan yang menggunakan skala Likert akan turut dianalisis dalam min dan sisihan piawai serta jumlah purata. Pengkaji akan menggunakan tiga ujian untuk menguji hipotesis iaitu ujian t, Korelasi Pearson dan Anova Sehalu. Kajian ini telah melibatkan seramai 112 orang responden.

4. Dapatan dan Perbincangan

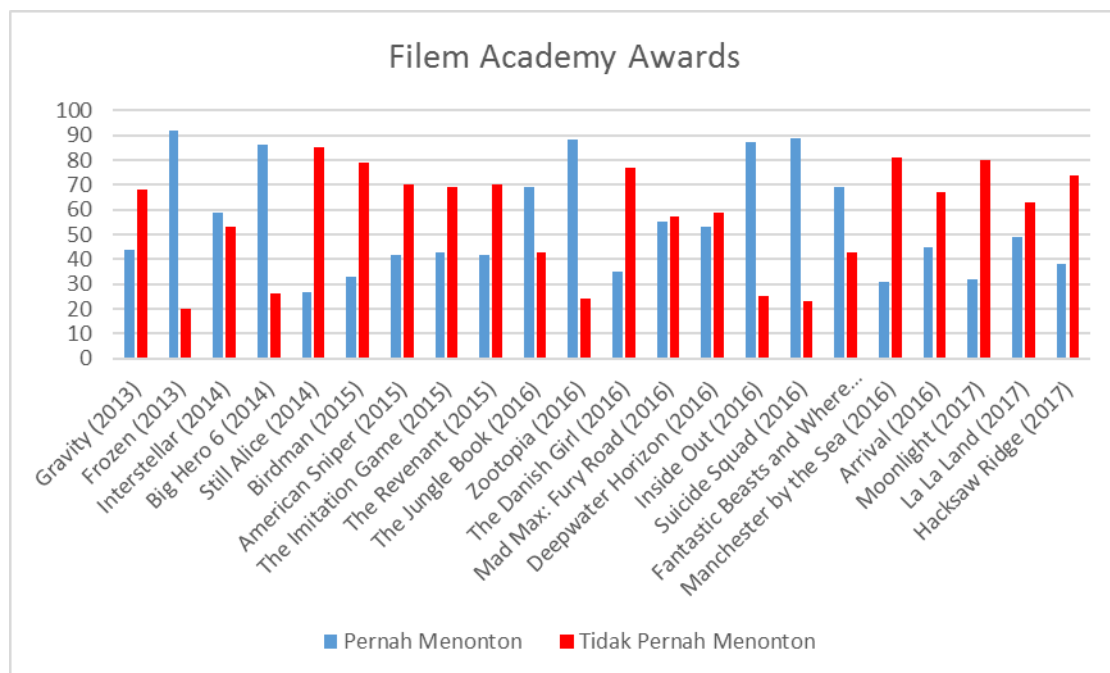
4.1 Statistik penontonan filem *Academy Awards* di Malaysia

Pengkaji mengemukakan senarai 22 buah filem yang memenangi *Academy Awards* dan memberi dua opsyen kepada responden untuk memilih sama ada mereka pernah menonton filem tersebut atau tidak pernah menonton filem tersebut. Jadual yang berikut menunjukkan data yang dikumpul bagi Bahagian E dalam borang soal selidik.

Daripada Jadual 1.1 dan Rajah 1.1, didapati bahawa kebanyakan responden tidak pernah menonton majoriti filem yang memenangi *Academy Awards* pada tahun 2013 hingga 2017. Terdapat lebih daripada 50% responden tidak pernah menonton 14 buah filem yang memenangi *Academy Awards* seperti *Gravity*, *Still Alice*, *Birdman*, *American Sniper*, *The Imitation Game*, *The Revenant*, *The Danish Girl*, *Mad Max: Fury Road*, *Deepwater Horizon*, *Manchester by the Sea*, *Arrival*, *Moonlight*, *La La Land* dan *Hacksaw Ridge*.

JADUAL 1 Filem yang Memenangi *Academy Awards*

Filem <i>Academy Awards</i>	Pernah Menonton		Tidak Pernah Menonton	
	N	%	N	%
<i>Frozen</i> (2013)	92	82.1	20	17.9
<i>Suicide Squad</i> (2016)	89	79.5	23	20.5
<i>Zootopia</i> (2016)	88	78.6	24	21.4
<i>Inside Out</i> (2016)	87	77.7	25	22.3
<i>Big Hero 6</i> (2014)	86	76.8	26	23.2
<i>The Jungle Book</i> (2016)	69	61.6	43	38.4
<i>Fantastic Beasts and Where To Find Them</i> (2016)	69	61.6	43	38.4
<i>Interstellar</i> (2014)	59	52.7	53	47.3
<i>Mad Max: Fury Road</i> (2016)	55	49.1	57	50.9
<i>Deepwater Horizon</i> (2016)	53	47.3	59	52.7
<i>La La Land</i> (2017)	49	43.8	63	56.3
<i>Arrival</i> (2016)	45	40.2	67	59.8
<i>Gravity</i> (2013)	44	39.3	68	60.7
<i>The Imitation Game</i> (2015)	43	38.4	69	61.6
<i>American Sniper</i> (2015)	42	37.5	70	62.5
<i>The Revenant</i> (2015)	42	37.5	70	62.5
<i>Hacksaw Ridge</i> (2017)	38	33.9	74	66.1
<i>The Danish Girl</i> (2016)	35	31.4	77	68.8
<i>Birdman</i> (2015)	33	29.5	79	70.5
<i>Moonlight</i> (2017)	32	28.6	80	71.4
<i>Manchester by the Sea</i> (2016)	31	27.7	81	72.3
<i>Still Alice</i> (2014)	27	24.1	85	75.9



RAJAH 1. Filem yang Memenangi *Academy Awards*

Contohnya, Gravity (2013) yang mendapat anugerah *Academy Awards* pada tahun 2013 hanya pernah ditonton oleh seramai 44 orang daripada jumlah 112 orang dan 68 orang tidak pernah menontonnya. Selain itu, *Still Alice* hanya ditonton oleh seramai 27 orang responden dan 85 orang responden bersamaan dengan 75.9% tidak pernah menonton filem tersebut. Filem yang ditayangkan pada tahun ini seperti *Hacksaw Ridge* juga hanya mempunyai 38 orang responden daripada jumlah 112 orang menonton filem ini dan 74 orang bersamaan dengan 66.1% tidak pernah menonton filem ini.

Walau bagaimanapun, terdapat 8 filem daripada 22 adalah diminati oleh penonton disebabkan bilangan penonton yang pernah menonton filem tersebut adalah lebih tinggi berbanding dengan bilangan penonton yang tidak pernah menonton. Antara lapan filem tersebut ialah *Frozen*, *Big Hero 6*, *The Jungle Book*, *Zootopia*, *Interstellar*, *Inside Out*, *Suicide Squad* dan *Fantastic Beats and Where To Find Them*. Antara filem yang paling popular dalam kalangan penonton adalah *Frozen* disebabkan filem ini juga merupakan antara 22 buah filem mempunyai bilangan penonton yang tertinggi untuk menonton filem ini iaitu seramai 92 orang bersamaan dengan 82.1% dan 20 orang sahaja yang tidak pernah menonton. Selain itu, *Suicide Squad* juga mempunyai seramai 89 orang bersamaan dengan 79.5% dan 23 orang tidak pernah menonton.

Dalam kajian ini juga mengkaji pandangan penonton tempatan terhadap filem yang memenangi *Academy Awards*. Pengkaji telah mendapat sebanyak 76 balasan atas soalan ini daripada 112 orang yang menjawab borang soal selidik.

- i. Berkualiti dan Standard yang Tinggi
Majoriti responden telah memberi pandangan mereka terhadap filem yang memenangi *Academy Awards* adalah mempunyai standard yang tinggi dan berkualiti.
- ii. Pujian Terhadap Penerbitan Filem dan Kandungannya
Kebanyakan responden juga memberi pujian kepada produksi filem terutamanya jalan cerita dan sinematografi filem yang amat baik. Filem yang memenangi *Academy Awards* juga layak mendapat anugerah tersebut dan boleh dijadikan sebagai rujukan dalam industri filem.
- iii. Perbezaan dan Ketidaksesuaian Budaya
Walaupun kebanyakan responden bersetuju dengan kualiti *Academy Awards* dan filem yang memenangnya, tetapi juga terdapat responden yang berpendapat bahawa filem *Academy Awards* ini mempunyai kelemahan yang tidak setanding dengan budaya negara kita.

4.2 Faktor filem Academy Awards bukan pilihan penonton di Malaysia

Pengkaji telah mengemukakan beberapa soalan untuk mencari faktor yang mendorong penonton menonton filem di pawagam dan sebab-sebab penonton memilih untuk menonton sesebuah filem tersebut.

Dalam Jadual 1.2, didapati sebab-sebab yang mendorong penonton dalam pemilihan filem yang ingin ditonton di pawagam. Antara skor min yang tertinggi, 4.25 bagi sebab penonton adalah penonton tertarik dengan jalan cerita filem tersebut manakala skor min yang paling rendah, 2.56 adalah menonton filem bertujuan untuk berpacaran dengan kekasih. Terdapat skor min 4.04 bagi sebab penonton minat menonton filem, min 3.99 bagi sebab penonton tertarik dengan rating yang tinggi dan ulasan filem yang baik, dan penonton tertarik dengan treler filem mempunyai skor min 3.91.

Jadual 2 Faktor Mendorong Penonton Menonton Filem di Pawagam

Faktor Mendorong Menonton Filem di Pawagam	Min	Sisihan Piawai
Saya menonton filem di pawagam kerana :		
1. Tertarik dengan jalan cerita filem tersebut	4.25	0.800
2. Minat menonton filem.	4.04	1.098
3. Tertarik dengan rating yang tinggi dan ulasan filem yang baik	3.99	0.991
4. Tertarik dengan treler filem (movie trailer)	3.91	1.036
5. Mengisi masa lapang	3.62	1.303
6. Tertarik dengan pelakon-pelakon utama	3.61	1.142
7. Sinematografi filem tersebut yang cantik	3.61	1.173
8. Sebagai kegiatan sosial dengan ahli keluarga atau rakan-rakan	3.59	1.353
9. Melepaskan tekanan	3.54	1.266
10. Secara spontan	3.46	1.308
11. Filem tersebut memenangi <i>Academy Awards</i>	3.28	1.296
12. Tertarik dengan muzik dan lagu dalam filem tersebut	2.84	1.182
13. Untuk berpacaran (dating)	2.56	1.426
Jumlah purata	3.35	1.230

N=112

Min=Skala Likert 1 hingga 5 (1 ialah sangat tidak setuju dan 5 ialah sangat setuju)

Selain itu, tujuan menonton filem untuk mengisi masa lapang mempunyai skor min 3.62. Terdapat dua sebab yang mempunyai skor min yang sama, 3.61 iaitu penonton tertarik dengan pelakon-pelakon utama dan tertarik dengan sinematografi yang cantik. Bagi sebab penonton menonton filem sebagai kegiatan sosial dengan ahli keluarga dan rakan rakan adalah skor min 3.59. Tujuan menonton filem untuk melepaskan tekanan mempunyai skor min 3.54, menonton filem secara spontan mempunyai skor min 3.46, penonton menonton filem tersebut disebabkan filem itu memenangi *Academy Awards* mempunyai skor min 3.28 dan penonton tertarik dengan muzik dan lagu dalam filem tersebut mempunyai skor min 2.84. Jumlah purata bagi skor min adalah 3.35 manakalah jumlah purata sisihan piawai adalah 1.230.

Pengkaji juga mengkaji sebab penonton tidak minat menonton filem *Academy Awards* di pawagam daripada soalan *open-ended* dalam soal selidik. Daripada hasil data yang dikumpulkan, didapati bahawa 6 faktor utama yang menjejaskan penonton tidak minat menonton filem *Academy Awards* adalah seperti berikut:

a. Harga Tiket Mahal

Ramai responden berpendapat bahawa harga tiket filem di Malaysia pada masa kini adalah mahal dan mereka lebih cenderung menonton filem dalam talian untuk menjimatkan duit. Hal ini disebabkan filem-filem boleh dimuat turun secara percuma dalam talian walaupun perbuatan ini adalah bertentangan dengan undang-undang malah ada yang menyatakan bahawa menonton filem di pawagam adalah tindakan yang membazirkan wang.

b. Bosan dan Plot Cerita Kurang Menarik

Didapati juga responden yang berasa filem yang memenangi *Academy Awards* adalah bosan dan plot cerita tidak memuaskan. Oleh demikian, mereka tidak minat untuk menonton filem-filem tersebut.

c. Filem *Academy Awards* Bukan Pilihan Filem di Pawagam

Kebanyakan responden berpendapat mereka menonton sesebuah filem adalah berdasarkan jalan cerita dan genre filem serta bukan semata-matanya mengikuti filem yang memenangi *Academy Awards*.

d. Berbeza Dengan Cita Rasa Penonton

Filem yang memenangi *Academy Awards* tidak bersesuaian dengan cita rasa dan minat penonton di Malaysia. Responden lebih cenderung untuk menonton filem yang dapat menonton bersama dengan temannya ataupun genre filem yang mereka minat.

e. Tahap Pengetahuan Rendah Terhadap *Academy Awards* dan Filem yang Mendapat Anugerah *Academy Awards*

Terdapat responden mengeluarkan pendapat bahawa mereka tidak mengetahui tentang filem yang memenangi *Academy Awards* dan adanya juga tidak faham terhadap jalan cerita filem tersebut.

f. Minat Tetapi Wujudnya Masalah-Masalah Lain

Walaupun begitu, terdapat juga responden yang menunjukkan minat mereka terhadap filem yang memenangi *Academy Awards* dan ingin menonton filem-filem tersebut di pawagam tetapi kebanyakan filem tersebut tidak dibenarkan tayangan di pawagam. Oleh demikian, mereka hanya boleh menonton filem tersebut dalam talian. Pengkaji juga menggunakan ujian Korelasi Pearson untuk menguji hipotesis iaitu hubungan antara faktor penontonan filem dengan filem yang memenangi *Academy Awards*. Ujian ini melibatkan 7 faktor penontonan untuk melihat hubungannya dengan filem yang memenangi *Academy Awards* yang seperti pada Jadual 3.

Penontonan filem sebagai kegiatan sosial dengan ahli keluarga atau rakan-rakan dan penonton tertarik dengan jalan cerita filem tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan penonton menonton filem disebabkan filem tersebut memenangi *Academy Awards*. Rating yang tinggi dan ulasan yang baik, pelakon-pelakon utama, muzik dan lagu serta sinematografi sesebuah filem di samping dengan menonton filem untuk melepaskan tekanan pula mempunyai hubungan yang signifikan dengan faktor mendorong penonton menonton filem disebabkan filem tersebut memenangi *Academy Awards*.

Berdasarkan jadual 3, didapati bahawa nilai statistik korelasi Pearson bagi faktor yang pertama pada saiz kesan adalah 0.004 manakala aras signifikan dua hujung adalah 0.969. Nilai signifikan yang diperolehi iaitu 0.969 lebih besar daripada nilai aras signifikan yang ditetapkan iaitu 0.05. Oleh itu, H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil kajian menunjukkan bahawa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara filem yang memenangi *Academy Awards* dengan penonton menonton filem sebagai kegiatan sosial. Penonton tidak mempunyai kecenderungan untuk menonton filem yang memenangi *Academy Awards* sebagai faktor menonton filem yang merupakan kegiatan sosial.

Hasil kajian juga menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara rating yang tinggi dan ulasan yang baik dengan filem yang memenangi *Academy Awards* disebabkan nilai aras signifikan yang diperolehi lebih kecil daripada aras signifikan yang ditetapkan iaitu 0.05. Oleh demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini telah membuktikan bahawa rating filem yang baik dan ulasan yang tinggi dapat mendorong penonton menonton filem yang memenangi *Academy Awards*. Filem-filem tersebut mempunyai rating yang tinggi adalah diiktiraf oleh kumpulan profesional dalam industri filem. Contohnya, *La La Land* (2017) menerima pujian yang tinggi dalam kalangan penonton di Malaysia pada masa tayangan di pawagam terutamanya dalam media sosial menyebabkan kebanyakan penonton cenderung untuk menonton filem ini di pawagam.

Seterusnya, penonton tertarik dengan sinematografi yang cantik, didapati bahawa nilai statistik Korelasi Pearson pada saiz kesan adalah 0.286 dan aras signifikan yang diperolehi adalah 0.002. Nilai aras signifikan yang diperolehi 0.002 adalah lebih kecil daripada aras signifikan yang ditetapkan iaitu 0.05. Oleh demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil kajian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara filem yang memenangi Academy Awards dengan sinematografi filem yang cantik. Beberapa filem yang memenangi Best Cinematography adalah seperti *La La Land*, *Gravity*, *Birdman* dan lain-lain.

JADUAL 3 Korelasi Pearson Antara Faktor Penontonan Filem Dengan Filem yang Memenangi *Academy Awards*

Pemboleh ubah	Saya menonton filem di pawagam kerana filem tersebut memenangi <i>Academy Awards</i> .		
	r	Sig. (2 hujung)	N
1. Saya menonton filem di pawagam sebagai kegiatan sosial dengan ahli keluarga atau rakan-rakan.	.004	.969	112
2. Saya menonton filem di pawagam kerana tertarik dengan jalan cerita filem tersebut.	.011	.909	112
3. Saya menonton filem di pawagam kerana tertarik dengan rating yang tinggi dan ulasan filem yang baik.	.332**	.000	112
4. Saya menonton filem di pawagam kerana tertarik dengan pelakon-pelakon utama.	.330**	.000	112
5. Saya menonton filem di pawagam kerana tertarik dengan muzik dan lagu dalam filem tersebut.	.453**	.000	112
6. Saya menonton filem di pawagam kerana sinematografi filem tersebut yang cantik.	.286**	.002	112
7. Saya menonton filem di pawagam untuk melepaskan tekanan.	.194*	.040	112

r = Korelasi Pearson

N=112, aras signifikan yang ditetapkan adalah 0.05.

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil kajian juga menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara filem yang memenangi Academy Awards dengan penonton tertarik oleh pelakon-pelakon utama dalam filem tersebut. Oleh itu, penonton mengambil berat tentang pelakon-pelakon utama yang terdapat dalam sesebuah filem sebelum mereka menonton filem yang memenangi Academy Awards. Terdapat hubungan yang signifikan antara filem yang memenangi Academy Awards dengan muzik dan lagu dalam filem yang mendorong penonton menonton filem di pawagam. Contohnya, lagu “Let It Go” daripada filem *Frozen* memberi tanggapan yang mendalam kepada penonton filem tanpa mengira umur sehingga lagu ini dikenal oleh majoriti penonton. Lagu ini juga diterjemah dalam 24 jenis bahasa seperti French, German, Dutch, Mandarin, Swedish, Japanese, Latin American Spanish, Korean, Cantonese, Bahasa Malaysia, Russian dan sebagainya. Daripada jadual 3, terdapat hubungan yang signifikan antara filem yang

memenangi Academy Awards dengan penonton menonton filem adalah untuk melepaskan tekanan. Penonton filem juga menggunakan penontonan filem untuk melepaskan tekanan dalam kehidupan.

5. Rumusan dan Cadangan

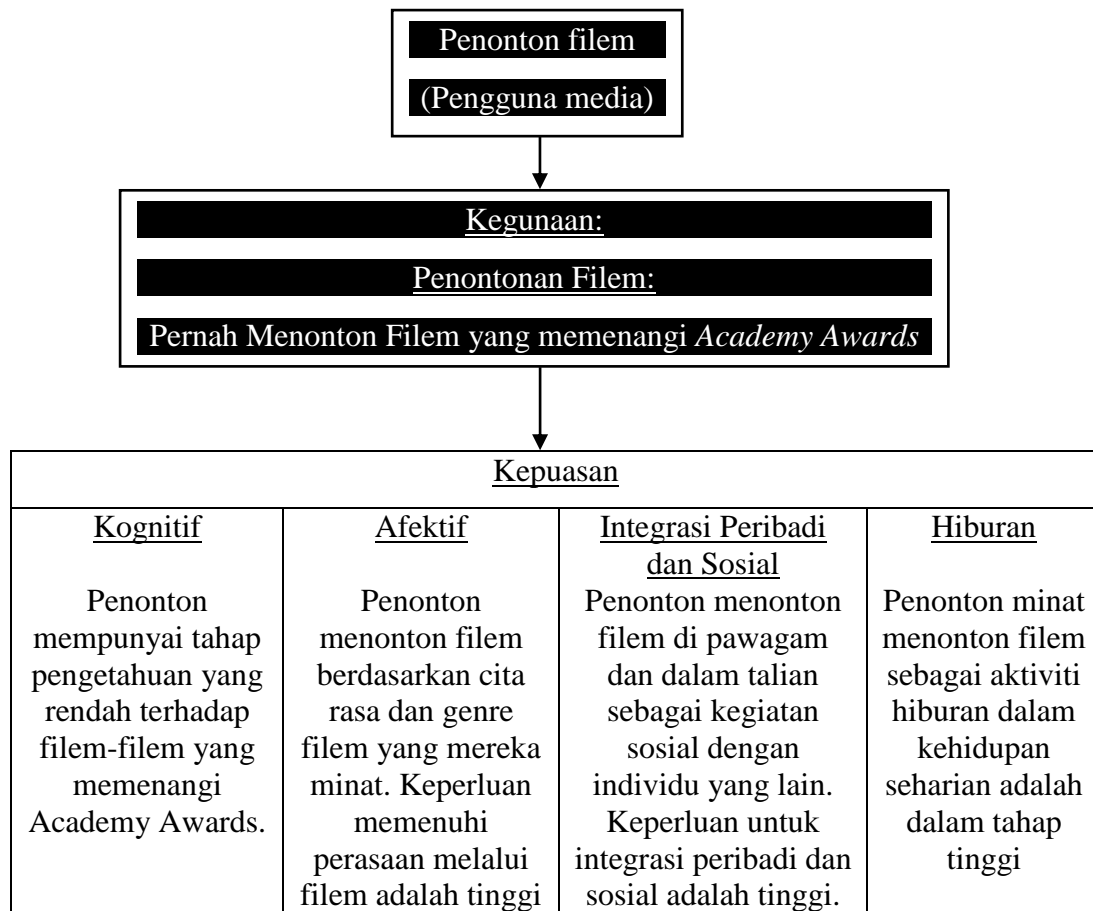
Penonton tempatan memilih filem di pawagam adalah berdasarkan keperluan dan minat serta genre filem yang bersesuaian mengikuti situasi seperti menonton filem dengan rakan-rakan, ahli keluarga, kekasih atau individu yang lain. Faktor-faktor filem yang memenangi *Academy Awards* kurang mendapat sambutan adalah disebabkan harga tiket filem yang mahal, plot cerita kurang menarik dan bosan, berbeza dengan cita rasa penonton, tahap pengetahuan terhadap *Academy Awards* yang rendah dan filem-filem tersebut tidak ditayangkan di negara kita.

Walaupun kebanyakan responden berpendapat mereka akan tertarik oleh filem yang memenangi *Academy Awards* tetapi tahap pengetahuan mereka terhadap filem-filem tersebut adalah rendah secara purata. Hal ini disebabkan responden tidak mengetahui tentang latar belakang *Academy Awards* dan tidak menonton program *Academy Awards*.

Filem yang memenangi *Academy Awards* mendapat pujian yang tinggi daripada kebanyakan responden tetapi filem-filem tersebut tidak menjadi pilihan filem di pawagam. Bagi penonton di Malaysia, menonton filem di pawagam adalah sejenis aktiviti hiburan bersama dengan rakan-rakan dan individu yang lain dan genre filem yang dipilih mesti bersesuaian dan diminat oleh mereka. Penonton tempatan bersetuju bahawa ulasan filem yang baik dan rating yang tinggi dapat mendorong mereka untuk memilih filem tersebut di pawagam tetapi filem *Academy Awards* yang ditayangkan di Malaysia masih tidak mendapat kutipan pendapatan *box office* yang tinggi iaitu bermaksud tidak ramai orang menonton filem-filem tersebut walaupun ia mempunyai rating yang tinggi dan ulasan filem yang baik.

Berdasarkan kepada hasil kajian, tahap pengetahuan penonton terhadap *Academy Awards* di negara kita adalah rendah dan tiada pendedahan disebabkan mereka tidak mengetahui filem yang ditayangkan telah mendapat anugerah dalam *Academy Awards*. Kutipan pendapatan *box office* secara keseluruhan di negara kita menunjukkan bahawa pasaran sinema dan menonton filem ini adalah berpotensi kerana dapat menjanakan pendapatan lebih daripada milion dalam Ringgit Malaysia bagi filem-filem tertentu. Filem *Academy Awards* pula tidak dapat mengutip pendapatan yang tinggi seperti filem *Hollywood* yang lain. Penonton tempatan memberi pujian yang tinggi terhadap filem yang memenangi *Academy Awards* malah mereka berpendapat bahawa filem-filem tersebut yang bertentangan dengan minat dan cita rasa mereka menyebabkan mereka tidak minat filem *Academy Awards*.

Rajah 1.2 menunjukkan teori yang digunakan dalam kajian ini di mana penggunaan media boleh dibahagikan kepada empat kategori iaitu kognitif, afektif, integrasi peribadi dan sosial serta hiburan (Katz, Gurevitch & Haas, 1973).



RAJAH 2. Implikasi Kajian Terhadap Teori Kegunaan dan Kepuasan (U&G) 1973

Penonton filem adalah individu yang menggunakan filem untuk memenuhi kehendak serta kepuasan mereka secara inisiatif. Dari segi kognitif, hasil kajian menunjukkan bahawa penonton mempunyai tahap pengetahuan yang rendah terhadap Academy Awards dan filem yang terlibat dalamnya. Penonton tempatan tidak mengetahui tentang Academy Awards termasuk filem yang dicalon dan memperolehi anugerah dalam Academy Awards. Penonton tempatan memberi pendapat yang baik terhadap filem yang memenangi Academy Awards dan juga mengatakan filem-filem tersebut tidak ditayangkan di Malaysia yang menyebabkan mereka tidak dapat menontonnya di pawagam. Hasil kajian juga menunjukkan bilangan penonton yang pernah menonton filem-filem tersebut adalah rendah. Contohnya, *Still Alice* yang ditayangkan di Malaysia pada 5 Februari 2015 hanya mempunyai 27 orang yang pernah menonton daripada 112 orang.

Selain itu, penonton yang minat menonton filem yang memenangi Academy Awards dapat memperolehi pengetahuan daripadanya. Contohnya, *12 Years A Slave* merupakan sebuah filem yang memenangi Best Picture dalam Academy Awards pada tahun 2014. Jalan cerita filem ini adalah berdasarkan kisah sebenar. Penonton dapat mengetahui kisah sebenar bukan sahaja melalui buku cerita, surat khabar ataupun radio tetapi melalui filem yang membawa perasaan kepada penonton melalui visual dan audio.

Seterusnya, penonton mempunyai keperluan masing-masing untuk menonton filem sama ada menonton filem adalah kegiatan sosial bagi mereka, minat menonton filem dan faktor lain-lain. Penonton memilih filem yang ingin ditonton di pawagam juga mengikuti

genre filem yang mereka minat seperti aksi, cereka sains, seram, fantasi, thriller, romantik dan lain-lain. Penonton juga menonton filem untuk memenuhi keperluan emosi dan perasaan. Contohnya, *La La Land* yang menceritakan tentang Mia dan Sebastian yang menjadikan impian mereka kepada kenyataan dapat memenuhi keperluan perasaan yang dikehendaki oleh penonton.

Penonton tempatan mempunyai tahap minat yang tinggi untuk menonton filem sebagai aktiviti hiburan dalam kehidupan seharian. Hal ini disebabkan faktor mendorong penonton menonton filem di pawagam seperti mengisi masa lapang mempunyai skor min 3.62, melepaskan tekanan adalah 3.54 dan menonton filem secara spontan adalah 3.46. Oleh demikian, penonton akan menonton filem apabila mereka berasa bosan, mengisi masa lapang dan melepaskan stres. Penonton juga menonton filem disebabkan hobi dan minat mereka adalah menonton filem.

Cadangan untuk kajian lanjutan adalah untuk menambahbaik kajian yang telah dihasilkan dan mengatasi kelemahan yang wujud semasa kajian dijalankan. Kajian lanjutan boleh dilakukan dengan menyediakan maklumat yang lebih meneliti terhadap filem-filem yang memenangi *Academy Awards* seperti genre setiap filem. Dalam kajian ini, pengkaji tidak memberi pilihan genre seperti drama, filem biografi dan genre lain yang banyak terdapat dalam senarai filem yang memenangi *Academy Awards*. Pengkaji mencadangkan kajian lanjutan harus merangkumi lebih banyak genre filem secara terperinci.

Selain itu, tahap minat terhadap filem *Academy Awards* dan pengalaman penonton yang mereka pernah atau tidak pernah menonton sesebuah filem boleh menggunakan skala Likert untuk menjalankan kajian bagi memudahkan kerja mengalisis supaya hasil kajian lebih tepat dan kebolehpercayaan yang lebih tinggi. Skala Likert dapat memberi gambaran yang lebih jelas tentang tahap minat seseorang terhadap filem-filem tertentu.

Di samping itu, kajian lanjutan perlu menambahkan bilangan persampelan kajian. Dalam kajian ini telah melibatkan seramai 112 orang responden iaitu 51 orang lelaki dan 61 orang perempuan. Bagi mendapatkan keputusan yang lagi tepat, bilangan persampelan kajian harus ditambah sehingga sekurang-kurangnya 500 hingga 1000 orang yang meliputi pelbagai jenis bangsa, umur, pekerjaan dan pendapatan sebulan. Pengkaji juga perlu memastikan kesmua aspek demografi yang termasuk dalam kajian ini adalah bersamaan dari segi bilangan orang mengikuti demografi di negara kita. Hal ini adalah untuk meningkatkan kesahan dan kebolehpercayaan kajian.

Kajian ini berjaya mencapai ketiga-tiga objektif kajian yang ditentukan. Dapatan kajian ini membantu pengkaji memahami persepsi penonton di Malaysia terhadap filem-filem yang memenangi *Academy Awards*, terutama dalam menjelaskan cita rasa dan minat penonton terhadap genre filem dan filem yang memenangi *Academy Awards*. Selain itu, pendedahan terhadap *Academy Awards* dalam kalangan penonton tempatan juga rendah. Para penonton tempatan mempunyai pandangan yang positif dan ulasan yang baik terhadap filem-filem yang memenangi *Academy Awards*. *Academy Awards* merupakan pengiktiraf yang tertinggi terhadap filem dan kumpulan penerbitan serta boleh dijadikan rujukan untuk meningkatkan kualiti filem di peringkat antarabangsa kerana majlis anugerah ini adalah majlis yang terbesar lagi terkenal di seluruh dunia.

Rujukan

- Agnani, B. & Aray, H. (2016). Effects of Oscar Awards on Movie Production. *Economics Discussion Papers*.
- Dodds, John C. & Morris B. Holbrook. (1988). What's an Oscar Worth? An Empirical Estimation of the Effect of Nominations and Awards on Movie Distribution and

- Revenues. *In Current Research in Film: Audiences, Economics and the Law*. Vol. 4.
- Ginsburgh, V., Navratil F. G. & Rodriguez J. P. (2014). The Impact of Oscar Nominations and Wins on Box Office Revenues. https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=ACEI2014&paper_id=226 [5 Jun 2017].
- H. Diana, A. Noraini, H. J. Zainodin & S. Suhaimi. (2016). Saranan Untuk Industri Perfileman Malaysia Ke Arah Transformasi Persepsi Penonton Berdasarkan Kajian Kes di Kota Kinabalu, Sabah. *Journal of Advanced Research in Social and Behavioural Sciences*. Vol. 4, No. 1. Pages 51-63.
- Haryati Abdul Karim. (2015). Faktor Gratifikasi Dalam Penontonan Filem Dan Kaitannya Dengan Sambutan Audiens. [http://www.ums.edu.my/fksw/images/files/FAKTOR GRATIFIKASIDALAM PENONTOANFILEM.pdf](http://www.ums.edu.my/fksw/images/files/FAKTOR%20GRATIFIKASIDALAM%20PENONTOANFILEM.pdf) [8 Jun 2017]
- Heffernan, L. (2014). All About Oscar: An Introduction. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*. Vol. 7, No. 4.
- Herwina Rosnan & Zarith Delaila Abdul Aziz. (2012). Film Business in Malaysia: Challenges and Opportunities. *International Journal of Humanities and Social Science*. Vol. 2, No. 12, 198-202
- Jamaluddin Aziz, Hasrul Hashim & Faridah Ibrahim. (2014). Malaysian Film Industry In Transformation: Challenges And Potential. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*. Jilid 30(1): 37-51.
- Rao, A. (2013). Film Censorship And Its Relevance In Modern Malaysia. *Journal of Arts, Science & Commerce*. Vol.-IV, Issue- 4(1), pp. 42-50.
- Sweeney, K. & Takao Kato. (2010). Academy Award Signaling And Gender Bias In Hollywood. <http://www.colgate.edu/portaldata/imagegallerywww/21c0d002-4098-4995-941f-9ae8013632ee/ImageGallery/2010/Sweeney%202010.pdf> [4 Jun 2017]
- Ubong Imang. (2015). Sifat dan motivasi penontonon filem dalam kalangan penonton filem di Malaysia. *Jurnal Komunikasi Borneo Edisi Khas*. Pp. 47-65.
- Wan Amizah Wan Mahmud. (2008). The Evolution and Development of Film Censorship Systems and Policies in Malaysia. PhD diss. Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Wan Amizah Wan Mahmud, Faridah Ibrahim, Normah Mustaffa & Fuziah Kartini Hassan Basri. (2011). Malaysian Film Censorship Board (LPF) in the Globalization Era: Towards Transformation and Innovation. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*. Vol. 16(3), article 10.