



UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA

***CABARAN PENERBITAN RANCANGAN TELEVISYEN DI MALAYSIA
DALAM MENGAPLIKASIKAN MEDIA BARU***

MOHD FARIZI JAMALUDDIN

FBMK 2013 63



UPM
UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA
BERILMU BERBAKTI

**CABARAN PENERBITAN RANCANGAN TELEVISYEN DI MALAYSIA
DALAM MENGAPLIKASIKAN MEDIA BARU**

Oleh

MOHD FARIZI BIN JAMALUDDIN

**Tesis ini telah dikemukakan kepada Sekolah Pengajian Siswazah, Universiti Putra
Malaysia sebagai keperluan untuk ijazah Master Sains.**

November 2013

HAK CIPTA

Semua bahan yang terkandung dalam tesis ini, termasuk teks tanpa had, logo, ikon, gambar dan semua karya seni lain, adalah bahan hak cipta Universiti Putra Malaysia kecuali dinyatakan sebaliknya. Penggunaan mana-mana bahan yang terkandung dalam tesis ini dibenarkan untuk tujuan bukan komersial daripada pemegang hak cipta. Penggunaan komersial bahan hanya boleh dibuat dengan kebenaran bertulis terdahulu yang nyata daripada Universiti Putra Malaysia.

Hak cipta © Universiti Putra Malaysia



Abstrak tesis yang dikemukakan kepada Senat Univeristi Putra Malaysia sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah Master Sains

**CABARAN PENERBITAN RANCANGAN TELEVISYEN DI MALAYSIA
DALAM MENGAPLIKASIKAN MEDIA BARU**

Oleh

MOHD FARIZI BIN JAMALUDDIN

November 2013

Penyelia : Megat Al Imran Yasin, PhD

Fakulti : Bahasa Moden dan Komunikasi

Konsep pendigitalan televisyen telah memperlihatkan akan wujudnya inovasi media baru yang mengubah lanskap televisyen masa kini. Perubahan-perubahan ini adalah disebabkan oleh inovasi yang terhasil daripada konsep pendigitalan yang ternyata memberi kesan dan cabaran kepada pemain-pemain pasaran industri penyiaran televisyen di negara ini. Perkembangan teknologi dan jalur lebar masa kini dikatakan mampu merangsang pertumbuhan media baru yang menjadikan televisyen masa kini bukan sekadar televisyen biasa, tetapi lebih daripada itu. Kewujudan kepelbagaian *convergence* melalui penggabungan pelbagai jenis media menjadikan konsep pendigitalan sebagai salah satu yang harus dilakukan dalam menuju status negara maju.

Kajian ini adalah untuk mengenalpasti cabaran inovasi media baru terhadap penerbitan rancangan televisyen di Malaysia. Oleh itu penyelidik telah menggariskan beberapa objektif kajian untuk dicapai di akhir kajian ini nanti. Antara objektif tersebut ialah; (i) Mengenalpasti ciri-ciri yang mempengaruhi syarikat penerbitan terhadap penerimaan media baru; (ii) Mengenalpasti strategi dan amalan stesen televisyen tempatan dalam menghadapi cabaran inovasi media baru; (iii) Mengenalpasti persediaan syarikat produksi menghadapi cabaran inovasi media baru.

Dengan menggunakan teori *Difussion of Innovation* yang diperkenalkan oleh (Roger 2003), penyelidik menggunakan kaedah kualitatif dengan menemubual secara mendalam terhadap beberapa orang informan melibatkan pemain-pemain di dalam pasaran, seperti stesen televisyen, syarikat produksi dan beberapa buah syarikat media baru bagi mencapai objektif kajian yang diinginkan oleh penyelidik.

Hasil kajian menunjukkan kebanyakan syarikat penerbitan tempatan di negara ini mempunyai cabaran-cabaran yang terpaksa diharungi menjelang era penyiaran televisyen digital ini. Cabaran-cabaran tersebut mempunyai perkaitan antara syarikat-syarikat penerbitan rancangan televisyen yang memerlukan satu usaha sama bersepadu bagi menghadapi migrasi era pendigitalan tersebut. Hasil temubual yang dijalankan mendapati ciri-ciri media baru ternyata mempengaruhi penerbitan rancangan televisyen di Malaysia. Cabaran-cabaran seperti penetapan dasar oleh kerajaan perlu diputuskan segera dalam membantu syarikat penerbitan tempatan untuk lebih bersedia untuk menjalankan proses migrasi seperti yang diinginkan oleh kerajaan. Cabaran melibatkan isu-isu lama seperti hak pembayaran, royalty dan sebagainya perlu diputuskan oleh kerajaan dalam membantu syarikat penerbitan tempatan ini.

Penyelidik juga mendapati strategi dan amalan stesen televisyen di negara ini turut berubah dengan wujudnya inovasi media baru di negara ini. Strategi yang dilaksanakan oleh stesen televisyen ini telah dijalankan dengan komprehensif bagi memastikan masyarakat massa turut menerima inovasi media baru yang dirangka oleh pihak stesen televisyen. Cabaran-cabaran seperti perbelanjaan besar dalam menampung kos operasi, saingan dari syarikat penerbitan media baru sedikit sebanyak telah memberi kesan kepada stesen televisyen untuk terus kekal bersaing di dalam industri. Walau bagaimanapun hasil kajian mendapati inovasi media baru memberi kesan positif kepada pihak stesen televisyen terutama dalam proses penjanaan pendapatan terutama melibatkan stesen televisyen swasta. Kelebihan-kelebihan yang wujud ini telah digunakan sepenuhnya oleh stesen televisyen dalam memanfaatkan setiap peluang yang ada. Cabaran seperti aspek latihan dan penyelenggara teknologi media baru ini yang harus diberi penekanan oleh setiap stesen televisyen di negara ini.

Hasil kajian juga mendapati tahap penerimaan syarikat-syarikat produksi terhadap inovasi media baru di negara ini juga masih diperingkat pemujukan. Keraguan penerbit yang mahukan isu-isu konvensional diselesaikan terlebih dahulu oleh kerajaan sebelum keputusan penerimaan ledakan inovasi media baru di dalam industri penyiaran televisyen di negara ini dilaksanakan. Cabaran seperti perubahan teknologi yang pantas memerlukan syarikat produksi di negara ini perlu cekap dalam menguruskan perbelanjaan mengikut keperluan sesebuah produksi. Selain itu, cabaran yang terpaksa dihadapi oleh syarikat produksi ialah keperluan untuk menyesuaikan setiap aplikasi media baru yang ada dengan dibantu oleh syarikat penerbitan aplikasi kandungan perlu dilaksanakan supaya setiap kelebihan yang wujud tersebut dapat dimanfaatkan sepenuhnya oleh syarikat produksi ini.

Secara keseluruhannya, penyelidik berpendapat kemunculan inovasi media baru telah memberi kesan terhadap penerbitan rancangan televisyen di negara ini. Cabaran-cabaran yang terpaksa dihadapi oleh pemain-pemain industri di negara ini telah mengubah amalan dan strategi yang telah di amalkan sebelum ini seiring dengan inovasi yang berlaku terhadap media komunikasi tersebut. Cabaran-cabaran inovasi ini memperlihatkan pemain-pemain industri perlu bersedia menghadapi era pendigitalan sepertimana yang dimahukan oleh kerajaan dalam menuju status negara maju.

Abstract of thesis presented to the Senate of Universiti Putra Malaysia in fulfillment of the requirement for the Degree Master of Science

**MALAYSIAN TELEVISION PRODUCTION CHALLENGES IN THE
APPLICATION OF THE NEW MEDIA**

By

MOHD FARIZI BIN JAMALUDDIN

November 2013

Supervisor : Megat Al Imran Yasin, PhD

Faculty : Modern Languages and Communication

The concept of shifting to the full digitalization of television provides is evidence of the latest innovation in media technology that is changing the current television landscape. These changes result from the innovation brought forth by the concept of digitalization, which clearly presents challenges to players in our local television broadcasting industry. The current advancements in media and broadband technology are capable of stimulating the growth of new media, which has made today's television more than just a television. The convergence of various types of media has made the concept of digitalization a must in the effort to attain developed country status.

This study investigates and aims to determine the challenges of Malaysian television production in the application of new media. As such, the researchers have underlined several objectives to guide the research process. Among the objectives are to; (i) Identify the characteristics that influence media acceptance among production companies; (ii) Identify the strategies and practices of local television stations in addressing the challenges of new media innovations; (iii) Identify the preparedness of production companies in facing the challenge of new media innovations.

Employing the Diffusion of Innovations Theory introduced by Rogers (1995), the researches undertook a qualitative approach to achieve the objectives of study by conducting in-depth interviews with several respondents/informants from industry players such as production companies and several new media companies.

The results of the study indicate that most local production companies are facing many challenges in preparing to welcome the dawn of the digital broadcast era. These challenges mutually affect the companies involved in the production of television

programs and require an integrated effort to effectively address the migration to the digital era. The result of the interviews found that the production of television programs in Malaysia is clearly affected the characteristics and features of new media. Challenges arisen as the establishment of policies by the Government should be resolve instantly to help local publishing companies to be prepared in organizing the process of migration as being demanded by the Government. Challenges involving issues as the payment privileges, royalties and such, need to be concluded by the Government in order to help these local publishing companies.

The researcher(s) also found that the strategies and practices of local television stations have changed with the existence of the new media innovation in the country. The current strategies were executed comprehensively to ensure that society members accepted the new media innovation that has been devised by the television stations. Challenges as spending huge value in supporting the operation cost, likewise the competition from other new media publishing companies, has also somewhat affected the television stations to remain competitive in the industry. However, the results of the study also indicate this new media innovation positively impacts television stations, especially with regards to the generation of income. This is even more apparent in privately owned television stations. These existing advantages have been fully utilized by television stations in order to make wise all the opportunities given. As well as training aspects and the maintenance of the new media technology, have to be emphasis more by every television stations in the country.

This study also found that the process of acceptance with regards to the new media innovation in the country is still in the early stages with production companies still being persuaded to accept the new media. This is mainly due to the doubt among producers who want other conventional issues to be resolved by the government before embracing the new media innovation in the local television broadcasting industry. Correspondingly, as the movement of technology has changed rapidly and urged the production companies in the country to be more efficient in managing expenses based on the needs of a production itself. Moreover, other challenges that have to be encountered by the production companies are the need to adapt every existing new media applications with the help of the publishing companies. Likewise, the content of the applications have to be executed so that it could be beneficial and fully utilized by the production company.

Overall, the researcher(s) found that the emergence of the new media innovation affects the production of television programs in the country. The practices and strategies of industry players in the country have also changed in accordance with the challenges faced by them, in line with the innovations to the related communication media. These challenges indicate that industry players should be prepared to usher the dawn of the digital era, as stipulated by the government in its pursuit to achieve developed country status.

PENGHARGAAN

Syukur ke hadrat Illahi di atas limpah kurniaNya, saya telah diberi kekuatan dan semangat bagi menyiapkan tesis saya ini. Jutaan terima kasih kepada penyelia saya Dr. Megat Al Imran Yasin kerana telah banyak membantu saya dalam menyumbangkan idea serta nasihat yang membina dan sudi meluangkan masa untuk menyempurnakan disertasi ini tanpa rasa jemu. Saya juga ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada ahli-ahli komiti iaitu Dr. Sham Muhammad Shakat Ali dalam menyumbang idea dan nasihat dalam membantu menyiapkan tesis ini. Setinggi-tinggi penghargaan yang tidak terhingga kepada keluarga terutamanya ayah saya En.Jamaluddin Idris dan ibu Rabiah binti Ahmad kerana telah memberi sokongan dan dorongan kepada saya untuk menyempurnakan tesis ini tanpa rasa jemu.

Disamping itu, saya juga ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada Kementerian Pengajian Tinggi dan Universiti Putra Malaysia kerana sudi menaja pengajian saya melalui biasiswa Skim Latihan Akademik Bumiputra (SLAB), tanpa tajaan dan kewangan yang cukup ini tidak mungkin saya dapat menyempurnakan tesis ini dengan jayanya.

Akhir sekali, ingin saya ucapkan terima kasih kepada kesemua informan yang sudi mengambil bahagian dan sudi ditemubual dalam menyempurnakan tesis yang penuh mencabar ini. Jasa, budi baik dan pengorbananan dari semua hanya Allah S.W.T sahaja yang mampu membalasnya.

Saya mengesahkan bahawa satu Jawatankuasa Peperiksaan Tesis telah berjumpa pada 15 November 2013 untuk menjalankan peperiksaan akhir bagi Mohd Farizi bin Jamaluddin bagi menilai tesis beliau yang bertajuk “Cabaran Penerbitan Rancangan Televisyen di Malaysia dalam Mengaplikasikan Media Baru” mengikut Akta Universiti dan Kolej Universiti 1971 dan Perlembagaan Universiti Putra Malaysia [P.U.(A) 106] 15 Mac 1998. Jawatankuasa tersebut telah memperakukan bahawa calon ini layak dianugerahi ijazah Master Sains

Ahli Jawatankuasa Peperiksaan Tesis adalah seperti berikut:

Hamisah Zaharah binti Hasan, PhD

Pensyarah Kanan
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pengerusi)

Mohd Nizam bin Osman, PhD

Pensyarah Kanan
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pemeriksa Dalam)

Siti Zobidah binti Omar, PhD

Profesor Madya
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pemeriksa Dalam)

Abu Hassan bin Hasbullah, PhD

Profesor
University Malaysia Kelantan
Malaysia
(Pemeriksa Luar)



NORITAH OMAR, PhD

Profesor Madya dan Timbalan Dekan
Sekolah Pengajian Siswazah
Universiti Putra Malaysia

Tarikh: 19 September 2014

Tesis ini telah dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia dan telah diterima sebagai memenuhi syarat keperluan untuk ijazah **Master Sains**. Ahli Jawatankuasa Penyelesaian adalah seperti berikut:

Megat Al Imran Yasin, PhD

Pensyarah Kanan

Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi

Universiti Putra Malaysia

(Pengerusi)

Muhammad Sham Shahkat Ali, PhD

Pensyarah Kanan

Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi

Universiti Putra Malaysia

(Ahli)

BUJANG BIN KIM HUAT, PhD

Professor dan Dekan

Sekolah Pengajian Siswazah

Universiti Putra Malaysia

Tarikh:

Perakuan pelajar siswazah

Saya memperakui bahawa:

- tesis ini adalah hasil kerja saya yang asli;
- setiap petikan, kutipan dan ilustrasi telah dinyatakan sumbernya dengan jelas;
- tesis ini tidak pernah dimajukan sebelum ini, dan tidak dimajukan serentak dengan ini, untuk ijazah lain sama ada di Universiti Putra Malaysia atau institusi lain;
- hak milik intelek dan hak cipta tesis ini telah adalah hak milik Universiti Putra Malaysia, mengikut Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- kebenaran bertulis daripada penyelia dan Pejabat Naib Canselor (Penyelidikan dan Inovasi) hendaklah diperoleh sebelum tesis ini diterbitkan (dalam bentuk bertulis, cetakan atau elektronik) termasuk buku, jurnal, modul, prosiding, tulisan popular, kertas seminar, manuskrip, poster, laporan, nota kuliah, modul pembelajaran, atau material lain seperti yang dinyatakan dalam Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- tiada plagiat atau pemalsuan/fabrikasi data dalam tesis ini, dan integriti ilmiah telah dipatuhi mengikut Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) dan Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012. Tesis telah diimbaskan dengan perisian pengesanan plagiat.

Tandatangan: _____ Tarikh: _____

Nama dan No.Matrik: Mohd Farizi Bin Jamaluddin GS22628

Perakuan Ahli Jawatankuasa Penyeliaan:

Dengan ini, diperakuakn bahawa:

- penyelidikan dan penulisan tesis ini adalah dibawah seliaan kami;
- tanggungjawab penyeliaan sebagaimana yang dinyatakan dalam Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) telah dipatuhi.

Tandatangan: _____

Nama Pengerusi

Jawatankuasa

Penyeliaan

Tandatangan: _____

Nama Ahli

Jawatankuasa

Penyeliaan

SENARAI RAJAH

Rajah		Muka Surat
1	Senarai pembekal perkhidmatan kandungan (CASP)	16
2	Cabaran Inovasi Media baru Terhadap Penerbitan Rancangan Televisyen di Malaysia	45
3	Kaedah Proses Penjanaan Data	58
4	Cabaran Penerbitan Kandungan Televisyen di Malaysia dalam Mengaplikasi Media baru	121

SENARAI SINGKATAN

4G	- Teknologi mudah alih generasi keempat
ADSL	- perkhidmatan Talian Pelanggan Digital Assymmetric
ADEX	- Advertising Expenditure (Perbelanjaan Periklanan)
BBC	- British Broadcasting Corporation
CASP Kandungan)	- Content Applications Service Provider (Syarikat Pembekal Aplikasi
CBC	- Canadian Broadcasting Corporation
CBS	- Colombia Broadcasting System (Sistem Penyiaran Colombia)
CCI	- Kandungan Komunikasi dan Infrastruktur
CCTV	- China Central Television
DTV	- Penyiaran Televisyen Digital
DVD	- optical disc storage
EPP	- Projek Permulaan
FINAS	- Perbadanan Kemajuan Filem Nasional
HD	- Definisi Tinggi
HDTV	- Televisyen Berdefinisi Tinggi
ICT	- Teknologi Komunikasi Maklumat
IPTV	- Televisyen Protokol Internet
KDNK	- Kadar Dalam Negara Kasar
KPKK	- Kementerian Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan
Mbps	- Megabyte Per Second
MDEC	- Perbadanan Pembangunan Multimedia
MEASAT	- Malaysian East Satelite System
MHP	- Multimedia Home Platform
MP3	- MPEG Audio Layer III
MRCB	- Malaysia Resources Cooperation Berhad

MSC	- Multimedia Super Koridor
MUTV	- Manchester United TV
NHK	- Hippon Hoso Kuyokai
NTSC	- Kesatuan Sistem Televisyen Nasional
PAL	- Phase Alternating Line
PDA	- alat pembantu digital
PNK	- Pendapatan Negara Kasar
PTVM	- Persatuan Penerbit Program TV Malaysia
RTM	- Radio Televisyen Malaysia
SKMM	- Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia
SMS	- Sistem Pesanan Ringkas
UK	- United Kingdom
US	- United State
VOD	- video-atas-permintaan
VoIP	- panggilan suara melalui internet protocol

JADUAL KANDUNGAN

Muka Surat

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
PENGHARGAAN	v
PENGESAHAN	vi
PERAKUAN	viii
SENARAI RAJAH	x
SENARAI SINGKATAN	xi

BAB

1	Pengenalan	
	1.1 Latarbelakang kajian	1
	1.2 Penyataan Masalah	6
	1.3 Persoalan Kajian	9
	1.4 Objektif Kajian	9
	1.4.1 Objektif Umum	10
	1.4.2 Objektif Khusus	10
	1.5 Kepentingan Kajian	10
	1.6.1 Praktikal	10
	1.6.2 Teori	11
	1.6 Skop Kajian	12
	1.7 Definisi Operational	12
	1.7.1 Cabaran	13
	1.7.2 Penerbitan Rancangan Televisyen	15
	1.7.3 Inovasi Media Baru	17
2	Sorotan Literatur	
	2.1 Televisyen di Malaysia	19
	2.1.1 Latarbelakang Televisyen di Malaysia	19
	2.1.2 Dasar Penswastaaan	20
	2.1.3 Dasar Industri Kreatif	22
	2.2 Cabaran Media BARU dalam Era Penyiaran Televisyen Digital	23
	2.2.1 HDTV	26
	2.2.2 VOD	27
	2.2.3 IPTV	28
	2.2.4 TV Mudah alih	29
	2.2.5 Portal TV	31
	2.3 Cabaran Migrasi Televisyen Digital Global	33
	2.3.1 Jepun	33
	2.3.2 Eropah	34
	2.3.3 Amerika Syarikat	35
	2.4 Revolusi Televisyen Internet di Malaysia	36

2.4.1 Telekom Malaysia Berhad (Unifi)	36
2.4.2 MiTV	37
2.4.3 Fine TV dan Santai TV	37
2.5 Peranan MDeC dalam Industri Kandungan di Malaysia	38
2.6 Cabaran Syarikat Produksi di Malaysia	39
2.7 Teori-teori Berkaitan	42
2.7.1 Teori Penyebaran dan Inovasi	42
2.8 Kerangka Konsep	45
3 METODOLOGI KAJIAN	
3.1 RekaBentuk Kajian	54
3.2 Persampelan	55
3.3 Instrumen Kajian	55
3.4 Kerahsian (Anonymity) dan Lokasi Kajian	56
3.5 Prosuder Pengumpulan Data	57
3.5.1 Temubual Secara Bersemuka	58
3.5.2 Membangunkan Set Soalan Temubual	59
3.6 Keesahan dan Kebolehpercayaan	59
3.6.1 Pra Uji Kajian	60
3.7 Rappo dan Kontak	60
3.8 Penganalisan Data	62
3.8.1 Analisis Bertema dan Perbandingan Konstan	62
3.8.2 Pengkodan Data	64
4 HASIL KAJIAN	
4.1 Ciri-ciri yang Mempengaruhi Syarikat Penerbitan Tempatan Terhadap Penerimaan Inovasi Media Baru	66
4.1.1 Kemudahan Relatif	66
4.1.2 Kesesuaian	68
4.1.3 Kesukaran	70
4.1.4 Percubaan	73
4.1.5 Pemerhatian	75
4.1.6 Kesimpulan	76
4.2 Strategi dan Amalan Stesen Televisyen dalam Menghadapi Cabaran Inovasi Media Baru	77
4.2.1 Persediaan Stesen TV	77
4.2.2 Penerimaan / Sambutan terhadap Eksperimen	84
4.2.3 Sistem Sokongan Era Digital	90
4.2.4 Kesimpulan	93
4.3 Persediaan Syarikat Produksi dalam Menghadapi Cabaran Inovasi Media Baru	94
4.3.1 Kemunculan Pengetahuan	94
4.3.2 Pemujukan	98
4.3.3 Pembuatan Keputusan	103
4.3.4 Perlaksanaan	105
4.3.5 Kesimpulan	108

5	RINGKASAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN	
	5.1 Ringkasan Kajian	110
	5.2 Kesimpulan dan Cadangan	119
	5.3 Implikasi Teori	121
	5.4 Cadangan Kajian Lanjutan	124
	RUJUKAN	125
	APPENDIKS	141
	BIODATA PELAJAR	145
	SENARAI PENERBITAN	146



BAB 1

PENGENALAN

Bab ini mengandungi latarbelakang mengenai kajian yang dibuat, pernyataan masalah, objektif kajian ini dilakukan, kepentingan kajian ini berkenaan cabaran penerbitan rancangan televisyen di Malaysia dalam mengaplikasikan media baru dan limitasi kajian.

1.1 Latarbelakang Kajian

Cabaran era masa kini memperlihatkan dunia digital menguasai dari segenap sudut. Peralatan teknologi komunikasi sentiasa berkembang hingga memerlukan setiap khalayak dan pengikutnya bergerak seiring dengan perubahan teknologi masa kini. Teknologi juga membantu mengtransformasikan masyarakat daripada masyarakat lama kepada masyarakat baru, akan tetapi penerimaan masyarakat terhadap teknologi ini agak berlawanan bagi negara-negara dunia ketiga dan banyak diperdebatkan (Juliana, 2006). Di Eropah selepas revolusi industri, kepantasan media percetakan sebagai media komunikasi ketika itu adalah lebih mendapat perhatian berbanding penyiaran radio dan visual (sinema) sehinggalah televisyen diperkenalkan dan menjadi antara media komunikasi paling berkuasa dalam menyampaikan maklumat (Feather, 2000). Media dengan kombinasi pergerakan, warna dan suara dalam banyak perkara dapat mendramatiskan idea lebih baik dari setengah media yang digunakan dalam aktiviti pengajaran dan pembelajaran. Radio, televisyen, surat khabar dan majalah adalah media massa yang penting dalam mencorak hidup manusia sama ada orang dewasa ataupun kanak-kanak (Saodah Wok, Narimah Ismail, Mohd Yusof Hussain, 2005). Bermula dengan era penyiaran televisyen hitam putih hingga kepada pengenalan televisyen berwarna pada tahun 1960, industri penyiaran televisyen terus berkembang dan menjadi perantara komunikasi yang paling berjaya dalam menyampaikan maklumat kepada khalayak.

Sejak 1945 media penyiaran telah menjadi perantara yang popular untuk hiburan dan juga berita. Media penyiaran bukan sahaja menjadi bahan penyampai maklumat malah sebagai satu sumber hiburan yang diterima oleh pelbagai lapisan masyarakat, (Deane, Dixit, Mue, Banda & Waisbord, 2002). Hampir setiap rumah mempunyai sekurang-kurangnya satu saluran media penyiaran. Ini bukan hanya terhad kepada rumah, tempat bekerja, tempat umum malah kenderaan persendirian dan umum mempunyai alat penyiaran yang semakin hari semakin canggih. Menurut Juliana (2006), globalisasi merupakan penyebab utama yang menyumbang kepada pembangunan teknologi komunikasi, dibantu dengan kerjasama oleh pemain-pemain pasaran yang seakan

membenarkan produk dan perkhidmatan teknologi komunikasi ini berubah di seluruh dunia. Pemain-pemain pasaran ini antara lain merupakan penyumbang terbesar kepada proses perubahan teknologi ini. Pencipta inovasi teknologi seperti pengeluar, pembekal perkhidmatan jalur lebar dan pereka peranti telekomunikasi antara pencetus kepada revolusi teknologi baru ini. Kesannya sudah pasti bukan sahaja kepada pengguna tetapi kepada pembekal kandungan televisyen, stesen televisyen dan medium-medium konvensional lain. Revolusi teknologi baru ini telah membawa kepada kewujudan pelbagai media baru yang membuka lebih banyak inovasi kepada pemain-pemain pasaran. Contohnya seperti IPTV, VOD, web tv, TV mudah alih yang membuka lebih banyak peluang kepada pengguna dalam mendapatkan maklumat melalui kepelbagaian sumber. Kepelbagaian ini seiring dengan kepentingan televisyen sebagai salah sebuah medium untuk menyampaikan maklumat, media ini tidak terlepas dari menerima ledakan era pendigitalan. Malah boleh dikatakan sebelum adanya televisyen digital ianya telah dapat dibayangkan akan kewujudannya (Christensen, 2002). Era digital ini telah memberi kesan kepada industri penyiaran televisyen hingga membawa kepada teretusnya revolusi yang dikenali sebagai penyiaran televisyen digital (DTV). Pengenalan teknologi digital televisyen ini memberi lembaran baru kepada penonton untuk menikmati kelainan melalui saluran-saluran yang pelbagai dalam mendapatkan maklumat dan sumber hiburan dalam kehidupan sehari-harian mereka.

Menurut Brinkley (1997), pembuat polisi menggambarkan peralihan sistem analog kepada sistem digital merupakan transformasi terbesar dalam media sejak Amerika Utara beralih kepada standard NTSC televisyen berwarna. Menurut Castaneda, (2007) peralihan kepada sistem televisyen digital digambarkan seperti dapat memasuki ke alam syurga. Semua orang mahu dan inginkannya, tetapi tidak melakukan apa yang perlu dan berkorban untuk mendapatkannya. Ternyata peralihan sistem televisyen digital ini memberi banyak kelebihan kepada pengguna untuk menikmati kepuasan menonton seperti mana yang diinginkan. (Burrus & Gittines, 1994), di dalam bukunya yang bertajuk Technotrends, meramalkan bahawa kedatangan abad ke-21 ini akan dipengaruhi oleh keupayaan manusia meneroka, membangun dan menggunakan serta memanipulasi sekurang-kurangnya 20 bentuk teknologi langsung secara optimum. Salah satu daripada teknologi yang dimaksudkan itu ialah teknologi digital elektronik. Teknologi televisyen digital merupakan salah satu ledakan baru dalam era dunia globalisasi masa kini. Mahu tidak mahu industri penyiaran televisyen perlu beralih arah dari sistem analog yang diguna pakai sebelum ini bagi memastikan perubahan teknologi ini seiring dengan kehendak pasaran dan seperti yang dimahukan khalayak.

Menurut Joel (2004), penyiaran digital menawarkan pelbagai kelebihan berbanding sistem analog. Antara kelebihan yang signifikan ialah, ia membenarkan penyiar menawarkan perkhidmatan televisyen berdefinisi tinggi, (HDTV). Melalui HDTV ia juga membolehkan penyiar menyiarkan program dengan resolusi yang lebih tajam, gambar yang jelas berbanding sistem analog. Televisyen digital juga menawarkan pelbagai faedah seperti terdapat pelbagai saluran televisyen, bantuan televisyen pada

skrin, perkhidmatan data interaktif, program pilihan yang lebih baik melalui skrin lebar dan persekitaran bunyi Dolby secara digital (The Star Online, 1 April 2009). Persekitaran DTV juga digunakan untuk menjalankan pelbagai tugas serta menghantar isyarat kandungan dengan menggunakan pelbagai saluran. Saluran yang wujud melalui lembaran jalur lebar seperti Televisyen Protokol Internet (IPTV), video-atas-permintaan (VOD) merupakan inovasi terbaru yang memberi cabaran kepada televisyen konvensional sedia ada. Saluran televisyen jalur lebar ini juga turut disokong oleh peranti mudah alih seperti telefon bimbit yang membolehkan pengguna mendapatkan perkhidmatan televisyen tidak kira di mana jua berada. Saluran-saluran baru yang wujud hasil dari gabungan pelbagai teknologi ini memberi lembaran baru kepada industri penyiaran televisyen apabila kebergantungan pemain-pemain pasaran sebelum ini terhadap televisyen kini beralih ke medium-medium lain untuk terus kekal bersaing di dalam pasaran. Melalui cara ini setiap kandungan rancangan dapat dijadualkan dengan lebih selesa dan mudah untuk ditonton.

DTV juga mempunyai maksud yang berbeza, bermula daripada penghantaran signal televisyen menggunakan transmisi digital hinggalah kepada format-format penyiaran digital yang lain, (Brown-Keyton, 2000). Format-format digital ini termasuklah televisyen berdefinisi tinggi (HDTV), video-atas-permintaan (VOD), web tv, saluran bertema, pengedaran kandungan rancangan melalui pelbagai saluran, televisyen jalur lebar, video melalui komputer peribadi, video interaktif dan kawalan kandungan melalui pelbagai saluran. Hasil gabungan pelbagai media komunikasi (*divergence*) ini telah memberi inspirasi kepada pengeluar untuk mencetuskan revolusi DTV. Menurut Lister (2003), menyatakan bahawa interaktif merujuk kepada hubungan yang kuat antara pengguna dengan kandungan media, ia lebih kepada hubungan yang lebih bebas antara sumber pengetahuan, penggunaan media secara individu dan kebijaksanaan pilihan pengguna. Menurut Steward (2001), *divergence* dalam erti kata lain melibatkan pelbagai medium komunikasi dalam menghantar isyarat televisyen menggunakan pelbagai peralatan seperti teresterial, kabel, satelit dan sistem komputer. Wujudnya pelbagai medium untuk menonton televisyen ini memberikan cabaran yang besar kepada industri penyiaran televisyen. Tanggapan oleh sesetengah pihak seperti pengeluar menyalahkan penyiar, penyiar menyalahkan industri komputer, industri komputer menyalahkan industri kabel, industri kabel menyalahkan pihak kerajaan, dan kerajaan menyalahkan kelemahan pasaran persaingan dan ketidakberkesanan polisi (Healey 2002).

Keadaan pasaran semasa dan keyakinan pengguna terhadap teknologi digital ini telah memberi tekanan kepada pembuat undang-undang dan kerajaan supaya memberi penekanan kepada revolusi DTV, (Healey, 2002). Bagi kerajaan dan industri, DTV menggambarkan era baru kepada produksi televisyen, pengedar dan pengguna, (Dreazen, 2002). Walau bagaimanapun, saranan transformasi analog ke penyiaran televisyen digital pada peringkat awalnya hampir gagal. Perubahan yang perlahan terhadap transformasi ini telah menimbulkan halangan yang tidak dijangka kepada pembuat, penyiar, industri dan pengguna, (Galperin, 2002). Halangan-halangan ini telah

memberi tekanan kepada industri dalam usaha untuk mencapai standard penyiaran digital seperti mana yang diinginkan oleh khalayak yang merupakan kumpulan pengguna sasaran kepada transmisi akhir penyiaran digital ini. Bagi kerajaan antara cabaran yang harus dihadapi apabila tercetusnya revolusi ini ialah dari segi penetapan polisi dan sokongan kepada pemain-pemain pasaran untuk memastikan migrasi revolusi ini menjadi realiti.

Penyiaran televisyen digital (DTV) telah dilaksanakan di negara-negara Eropah pada tahun 2004. Manakala di Amerika Syarikat, kerajaan menetapkan transformasi dari sistem analog kepada sistem digital sepenuhnya adalah pada tahun 2006. Dalam Persidangan Regional Radio Communication 2006 (RRC 06), Persatuan Telekomunikasi Antarabangsa (ITU) telah menetapkan satu pelan perancangan yang mana setiap ahli Geneva bersetuju menamatkan penggunaan sistem analog menjelang Jun 2015, (*Ministry of Information and Communication Technology, Republic of Uganda, 2009*). Dalam persidangan ini semua negara yang terlibat bersetuju menukar sistem penyiaran televisyen analog kepada sistem digital menjelang tarikh tersebut. Migrasi sistem analog-digital negara-negara utama di dunia ini memperlihatkan bahawa akan berkuburnya sistem analog dan merupakan bukti konsep pendigitalan televisyen semakin mendapat tempat di setiap genap pelusuk dunia. Bagi negara-negara Asia pula, Jepun merupakan antara pelopor kepada pembangunan teknologi digital di dunia. Jepun mula memperkenalkan teknologi televisyen berdefinisi tinggi pada tahun 1968 hingga kerajaan US dan negara-negara Eropah yang lain telah menggunakan kuasa veto mereka untuk menetapkan teknologi HDTV yang dimulakan oleh Jepun sebagai standard yang boleh diguna pakai di seluruh dunia, (Bayus, 1993). Di China pula, kerajaan telah merancang untuk menyiarkan sukan Olimpik Beijing 2008 dalam format digital, (International Olympic Committee, 2008). Ini membuktikan bahawa setiap negara-negara Asia telah mula beralih kepada teknologi digital dengan melaksanakan perancangan dan strategi bagi memastikan peralihan ini menjadi sesuatu yang realiti. Sudah tentu dalam proses melaksanakan migrasi ini pasti ada cabaran-cabaran yang telah dilalui oleh negara-negara ini mengikut polisi dan keadaan semasa industri mereka masing-masing.

Di Malaysia, lebih tiga dekad televisyen teresterial merupakan satu-satunya sistem yang digunakan untuk menghantar isyarat televisyen. Menjelang tahun 1995, televisyen berbayar pertama telah diperkenalkan menggunakan teknologi kabel optik. Seiring dengan perubahan teknologi masa kini, televisyen menggunakan isyarat satelit pula mula diperkenalkan pada tahun 1996 yang dikendalikan oleh ASTRO. Titik tolak bermulanya televisyen satelit ini apabila kerajaan ketika itu dibawah pimpinan Tun Dr. Mahathir Mohamed melancarkan sebuah mega projek yang dikenali sebagai Multimedia Super Koridor (MSC). Bermula dari itu telah berlakunya pertumbuhan dinamik di dalam bidang Teknologi Komunikasi dan Maklumat (ICT) dan melibatkan lebih 900 syarikat luar dari pelbagai negara. Fokus utama penubuhan MSC ini adalah untuk mempelbagaikan kemudahan multimedia dan komunikasi. ASTRO sebagai sebuah

televisyen satelit telah diamanahkan oleh kerajaan untuk menawarkan pelbagai program televisyen interaktif dan perkhidmatan multimedia termasuk video-atas-permintaan, permainan video, *chatting*, sistem pesanan ringkas (SMS), muat turun ikon yang mana ia tidak boleh didapati dalam pasaran televisyen sebelum ini. Sehubungan dengan itu juga Malaysia bakal melangkah setapak lagi apabila sedang menuju era pendigitalan, yang mana semua data diterjemahkan kepada nombor dan teknologi komputer. Pada Februari 2008, pertukaran dari sistem analog kepada sistem siaran digital menjelang 2012 telah dicadangkan oleh Menteri Penerangan ketika itu iaitu Datuk Ahmad Shabery Cheek. Cadangan ini juga merupakan salah satu inovasi terbaru dalam industri penyiaran televisyen di negara ini dalam menuju era penyiaran digital. Transformasi sistem digital ini akan berlaku pada Radio Televisyen Malaysia (RTM) yang mana RTM bakal memiliki 20 saluran televisyen baru menjelang 2012. Melalui konsep pendigitalan ini, RTM bakal mempunyai slot 175,000 jam setahun meliputi berita, dokumentari, drama, hiburan dan sebagainya. Dengan wujudnya lebih banyak saluran televisyen ini ia mampu merangsang kewujudan syarikat-syarikat penerbitan tempatan bagi menerbitkan kandungan untuk mengisi kekosongan slot yang terdapat di dalam saluran tersebut. Melalui projek ini, ia juga mampu menawarkan lebih 53,000 peluang pekerjaan bagi menerbitkan kandungan siaran.

Perkembangan dan peralihan penyiaran televisyen digital turut disokong oleh perkembangan jalur lebar yang semakin menjadi perhatian masyarakat di negara ini. Pengenalan rangkaian kabel dan teknologi mudah alih generasi keempat (4G) telah menghasilkan cabaran yang berbeza di dalam pembangunan teknologi telekomunikasi pada masa akan datang. Perkembangan jalur lebar ini telah menyebabkan industri penyiaran televisyen negara ini mula berubah apabila wujud medium-medium baru yang turut berkolaborasi menghasilkan satu ekosistem yang luas. Ekosistem ini merangkumi sektor kandungan komunikasi dan infrastruktur (CCI) yang meliputi sektor pembangunan kandungan hinggalah kepada rangkaian, perkhidmatan dan peranti. Pada tahun 2009, sektor kandungan komunikasi ini telah menyumbang sebanyak RM22 bilion kepada Pendapatan Negara Kasar (PNK) melalui bidang telekomunikasi, TV dan penyiaran, serta pos dan kurier. Antara matlamat utama pembangunan sektor kandungan ini antara lain ialah meningkatkan sumbangan kepada PNK sebanyak tiga kali ganda daripada RM22 bilion pada tahun 2009, kepada RM57.7 bilion menjelang tahun 2020 (Kementerian Penerangan Komunikasi Dan Kebudayaan, 2011).

Bagi merealisasikan sasaran yang diletakkan kerajaan ini, sektor kandungan telah diberi keutamaan di dalam Projek Permulaan (EPP). Keutamaan ini dilihat sebagai betapa pentingnya sektor pembangunan industri kreatif menjadi salah satu agen mengtransformasikan Malaysia menjadi sumber bagi kandungan digital. Dengan adanya hab ini, sektor kandungan industri kreatif tidak perlu bergantung kepada kandungan luar dan boleh menumpukan perhatian kepada pembangunan sektor kandungan dalaman sahaja.

Walau bagaimanapun amalan dan strategi semasa yang diamalkan oleh pengamal industri penyiaran di negara ini merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan sebelum merealisasikan impian beralih kepada penyiaran televisyen. Ketidakseimbangan dasar dan polisi kerajaan melahirkan usahawan berkredibiliti tinggi di dalam industri kreatif juga seakan-akan masih samar, tidak seiring dengan matlamat dan tujuan kerajaan untuk melihat industri kreatif sebagai salah satu sektor yang mampu memacu ekonomi negara menjelang 2020. Amalan dan strategi ini termasuklah cabaran serta halangan yang berlaku pada kitaran ekonomi di dalam industri. Kesediaan pemain-pemain dalam industri menerima ledakan teknologi digital ini turut akan dikenal pasti di akhir kajian ini. Kemunculan media-media baru yang lahir dari inovasi lembaran jalur lebar juga antara faktor yang dipertimbangkan oleh penyelidik di akhir kajian ini nanti. Oleh itu kajian ini akan memfokuskan kepada inovasi media baru yang mempengaruhi syarikat penerbitan tempatan dalam menghadapi era penyiaran televisyen digital.

Menurut akhbar Utusan Malaysia (9 Disember 2009), terdapat sebilangan dari kira-kira 400 orang penerbit aktif yang berdaftar dibawah Persatuan Penerbit Program TV Malaysia (PTVM) banyak menerbitkan program-program tv untuk stesen televisyen kerajaan iaitu RTM dan selebihnya mengisi kekosongan slot di bawah saluran televisyen swasta. Kewujudan syarikat-syarikat penerbitan di bawah naungan stesen televisyen seperti Primework Studio Sdn Bhd, Alt Media Sdn bhd, sedikit sebanyak memberi saingan kepada syarikat penerbitan tempatan lain untuk merebut jumlah jam siaran yang sedia terhad melalui slot saluran yang ditawarkan oleh stesen televisyen. Ini tidak termasuk kandungan dari luar negara yang disiarkan oleh stesen televisyen tempatan, sedikit sebanyak cabaran kandungan dari luar ini memberi sedikit tamparan kepada syarikat produksi tempatan memasarkan kandungan terbitan mereka. Oleh itu, soal kandungan siaran yang dihasilkan oleh syarikat-syarikat penerbitan tempatan ini merupakan faktor yang diberi keutamaan oleh stesen televisyen.

1.2 Pernyataan Masalah

Apabila wujud inovasi media baru di dalam sesebuah komuniti pastinya akan wujud cabaran-cabaran yang terpaksa dihadapi oleh komuniti itu. Dalam konteks kajian ini penyelidik akan mengupas beberapa masalah yang bakal dihadapi oleh pemain-pemain pasaran apabila wujudnya tekanan dari kemunculan inovasi media baru terhadap penerbitan rancangan televisyen seperti yang melanda industri televisyen negara-negara lain.

Apabila penyiaran televisyen digital melanda negara-negara Eropah dan negara-negara utama dunia, antara isu yang timbul adalah amalan-amalan yang biasa berlaku di dalam industri penyiaran tersebut. Keperluan media baru ini mengkehendaki stesen televisyen mengtransformasikan peralatan-peralatan yang digunapakai sebelum ini kepada

perkakasan digital. Apabila ini berlaku antara permasalahan utama yang bakal dihadapi adalah dari segi kos transformasi. Kos transformasi ini bukan sahaja melibatkan stesen televisyen, tetapi ia juga melibatkan syarikat-syarikat produksi yang membekalkan kandungan kepada stesen televisyen.

Menurut US General Accounting, stesen penyiaran di US telah membelanjakan 65 peratus dari pendapatan tahunan untuk menaiktaraf peralatan kepada penyiaran televisyen digital (Castaneda, 2007). Kebanyakan syarikat-syarikat produksi terutama mereka yang terlibat dalam pasaran kecil di dalam industri menyatakan bahawa kos yang tinggi merupakan salah satu sebab mengapa mereka lambat beralih kepada penyiaran televisyen digital. Di Malaysia, syarikat penerbitan tempatan tidak terlepas dari masalah ini. Dalam keadaan ekonomi yang tidak menentu dan pasaran industri penyiaran yang kecil ini, syarikat penerbitan tempatan memerlukan belanja yang besar untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi ledakan dunia penyiaran televisyen digital. Inovasi terhadap peralatan produksi seperti kamera HDTV, peralatan pasca produksi, sistem bunyi, dan peralatan teknologi kesan khas merupakan antara prasarana yang perlu dipertimbangkan oleh syarikat penerbitan tempatan dalam menghadapi dunia penyiaran televisyen digital.

Selain itu, ciri-ciri interaktif yang terdapat pada media baru ini telah menyebabkan televisyen bukanlah antara pembekal utama kandungan kepada masyarakat. Semuanya terletak di hujung jari apabila segala kandungan boleh dilayari di laman internet mahupun secara mudah alih. Wujudnya inovasi *convergence* juga memperlihatkan kebanyakan pengiklan beralih kepada media baru yang lebih murah. Jika sebelum ini televisyen merupakan medium paling efektif untuk menyiarkan iklan kini kebanyakan pengiklan mempunyai lebih banyak pilihan. Kesannya sudah tentu berlaku kepada syarikat penerbitan tempatan yang terpaksa merombak kembali strategi dan amalan yang dilakukan sebelum ini.

Selain itu, inovasi teknologi penyiaran digital juga memperlihatkan isu hak milik telah menjadi permasalahan yang melanda kebanyakan negara-negara utama dunia. Kekaburan dasar berkenaan isu hak milik ini masih lagi diperdebatkan oleh pemain-pemain pasaran di negara ini. Pertelingkahan antara pembekal kandungan dan penyiar dilihat masih lagi buntu sedangkan negara sudah mula mencongak-congak untuk beralih ke era penyiaran digital. Melalui *tagline* sesiapa sahaja boleh menjadi penerbit melalui digital telah menyebabkan kebanyakan kandungan dimanipulasi oleh individu tertentu dalam mencari keuntungan secara tidak langsung. Ini bukan sahaja merugikan syarikat-syarikat penerbitan malah merugikan stesen televisyen swasta khususnya yang meraih pendapatan melalui pengiklanan. Ini juga antara cabaran dan permasalahan yang dihadapi menjelang era penyiaran televisyen digital ini.

Cabaran lain yang dihadapi ialah saingan dari penerbit luar negara. Amerika Syarikat yang telah mempelopori dunia penyiaran digital sejak tahun 1990-an tidak mempunyai sebarang masalah untuk menyahut cabaran dunia penyiaran TV digital di Malaysia. Program-program seperti dokumentari, telemovie dan filem banyak telah dihasilkan dengan menggunakan teknologi Televisyen Definisi Tinggi atau HDTV. Televisyen swasta tempatan seperti ASTRO dan syarikat konglomerat di bawah naungan Media Prima Berhad banyak menyiarkan program-program dari luar negara sebagai satu langkah mempelbagaikan rangkaian rancangan untuk sajian khalayak. Tidak terkecuali kandungan yang disiarkan oleh media baru seperti IPTV juga mendapatkan bekalan kandungan dari BBC, Channel News Asia, Euronews, Luxe.TV dan lain-lain. Oleh itu, mampukah kandungan yang diterbitkan oleh syarikat penerbitan tempatan menyaingi kualiti kandungan rancangan yang diterbitkan oleh syarikat-syarikat luar negara sedangkan program-program yang dihasilkan itu melibatkan perbelanjaan besar dan lebih berteknologi tinggi.

Lambakan saluran-saluran televisyen yang memfokuskan kepada sasaran pasaran yang lebih kecil telah memberi tekanan kepada syarikat penerbitan tempatan. Apabila wujud lambakan saluran televisyen, sudah tentu setiap saluran memerlukan kandungan yang mencukupi untuk disiarkan kepada penonton. Kos penerbitan dan pembelian kandungan yang memerlukan modal menyebabkan kebanyakan saluran televisyen di Eropah mengulang siaran yang telah disiarkan kepada penonton. Ini juga berlaku terhadap ASTRO yang mana kebanyakan kandungan yang disiarkan diulang siaran bagi memastikan setiap slot rancangan dipenuhi. Isu yang timbul adalah adakah jumlah bayaran yang dibayar kepada syarikat penerbitan tempatan berbaloi dengan jumlah siaran yang disiarkan di televisyen kelak. Isu 'pembayaran' antara cabaran-cabaran yang terpaksa dihadapi oleh syarikat penerbitan tempatan masa kini.

Di saat televisyen digital melanda, siaran televisyen tidak lagi akan terarah kepada televisyen semata-mata. Ini kerana melalui media baru banyak lagi medium-medium lain yang boleh digunakan oleh penyiar bagi menyiarkan kandungan mereka. Permasalahan yang wujud di sini ialah adakah penerbit rancangan televisyen sedar akan penjana pendapatan melalui medium-medium baru yang wujud ini. Adakah mereka masih lagi bergantung terhadap stesen televisyen sebagai mata pencarian untuk terus kekal di dalam industri. Proses adaptasi penerbit-penerbit terhadap inovasi teknologi media baru ini merupakan permasalahan yang boleh dijadikan bahan kajian di sepanjang kajian ini dijalankan.

Peralihan dari sistem analog kepada sistem digital juga memerlukan penerbitan rancangan televisyen di Malaysia bersedia dari segi kepakaran untuk menggerakkan dunia penyiaran digital. Melalui tenaga kerja yang terlatih dalam bidang penyiaran digital ini kandungan yang bakal dihasilkan akan lebih berteknologi tinggi dan memenuhi kehendak khalayak seiring dengan peredaran zaman masa kini. Kemajuan

yang terlalu pantas dalam penyiaran televisyen sedangkan penyertaan ahli-ahli masyarakat dalam proses pembangunan bidang itu perlahan, maka berlakulah ketempangan yang merangkumi aspek latihan dan pendidikan dalam pembangunan industri penyiaran televisyen di negara ini.

Persoalan yang ingin diwujudkan di sini adalah; Apakah ciri-ciri yang mempengaruhi syarikat penerbitan tempatan terhadap penerimaan inovasi media baru? Apakah strategi dan amalan stesen tv di Malaysia dalam menghadapi cabaran inovasi media baru? Adakah syarikat produksi tempatan di Malaysia bersedia dalam menghadapi cabaran inovasi media baru? Persoalan-persoalan ini adalah fokus utama yang akan diberikan perhatian terperinci di dalam kajian ini. Melalui persoalan-persoalan ini juga kita akan mengenalpasti cabaran penerbitan rancangan televisyen di Malaysia dalam mengaplikasikan media baru.

1.3 Persoalan Kajian

Berikut adalah persoalan-persoalan kajian dan cabaran penerbitan rancangan televisyen di Malaysia dalam mengaplikasikan media baru.

- 1.3.1 Apakah ciri-ciri yang mempengaruhi syarikat penerbitan tempatan terhadap penerimaan inovasi media baru?
- 1.3.2 Apakah strategi dan amalan stesen tv di Malaysia dalam menghadapi cabaran inovasi media baru?
- 1.3.3 Adakah syarikat produksi tempatan di Malaysia bersedia dalam menghadapi cabaran inovasi media baru?

1.4 Objektif Kajian

Kajian memerlukan objektif. Tanpa objektif, sesuatu kajian itu tidak mempunyai matlamat dan hasil yang akan diperolehi selepas kajian dijalankan akan menjadi tidak efektif. Melalui objektif juga, penyelidik akan memperolehi hasil kajian yang dikehendaki dan boleh digunakan oleh penyelidik-penyelidik yang lain. Penetapan objektif kajian boleh dikategorikan kepada dua kategori iaitu objektif khusus dan juga objektif umum.

1.4.1 Objektif Umum

Objektif umum kajian ini ialah untuk mengenalpasti cabaran penerbitan rancangan televisyen di Malaysia dalam mengaplikasikan media baru.

1.4.2 Objektif Khusus

Objektif khusus kajian ini adalah untuk menjawab persoalan atau permasalahan yang wujud dalam mengenalpasti cabaran penerbitan rancangan televisyen di Malaysia dalam mengaplikasikan media baru. Antara objektif khusus kajian ini ialah:

- (i) Menenalpasti ciri-ciri yang mempengaruhi syarikat penerbitan tempatan terhadap penerimaan inovasi media baru.
- (ii) Menenalpasti strategi dan amalan stesen tv di Malaysia dalam menghadapi cabaran inovasi media baru.
- (iii) Menenalpasti persediaan syarikat produksi di Malaysia dalam menghadapi cabaran inovasi media baru.

1.5 Kepentingan Kajian

1.5.1 Praktikal

Melalui cabaran-cabaran yang bakal dikupas melalui hasil kajian ini nanti, ia diharap mampu membantu syarikat penerbitan tempatan dalam mengaplikasikan media baru menjelang era penyiaran televisyen digital. Ini kerana dengan adanya ciri-ciri media baru yang bersifat interaktif dan mempunyai banyak kelebihan, ia mampu memberi impak positif terhadap industri penyiaran televisyen di negara ini. sebagai contoh seperti yang dilaksanakan oleh stesen televisyen di negara ini yang membangunkan portal televisyen mereka sendiri dalam mengaplikasikan media baru di dalam merangka strategi menjelang era penyiaran televisyen digital.

Ia juga diharap mampu dijadikan panduan kepada syarikat penerbitan tempatan dalam merangka strategi dan amalan menjelang era penyiaran televisyen digital. Selain itu,

hasil dapatan kajian ini juga diharap dapat membantu memberi kesedaran terhadap syarikat penerbitan tempatan akan kewujudan media baru yang mampu membawa perubahan di dalam industri penyiaran televisyen di negara ini seiring dengan kehendak kerajaan bagi memenuhi keperluan dan kehendak penonton masa kini. Melalui hasil dapatan kajian ini juga ia mampu memberi gambaran serba sedikit kepada syarikat penerbitan tempatan akan cabaran dan halangan yang bakal ini dalam menjadikan industri penyiaran televisyen di Malaysia lebih bersifat berdaya saing menjelang era penyiaran televisyen digital. Ia juga mampu menjadi sumber rujukan kepada kerajaan dalam mengenalpasti permasalahan-permasalahan yang melanda industri penyiaran televisyen di Malaysia sebelum konsep pendigitalan televisyen dapat dilaksanakan sepenuhnya di negara ini.

1.5.2 Teori

Kajian ini akan mengaplikasikan teori yang telah dihasilkan pada budaya yang berlainan kepada kawasan yang berlainan. Oleh itu penggunaan teori penyebaran inovasi yang diperkenalkan oleh Roger (1995), dapat dipelbagaikan. Dalam konteks kajian ini penyelidik telah mengaplikasikan teori ini dalam mengenalpasti cabaran-cabaran yang dihadapi oleh penerbitan kandungan televisyen di Malaysia. Hasil kajian ini diharap mengembangkan lagi teori ini terutama melibatkan aplikasi inovasi media baru dalam konteks Malaysia dan seterusnya digunakan dalam mengenalpasti aplikasi media baru dalam konteks Asia. Dengan ini akan memberi kebaikan kepada teori ini dengan pengaplikasian dan penyesuaian teori terhadap suatu yang berlainan.

Melalui kajian ini juga, elemen yang terdapat di dalam Teori Penyebaran Inovasi seperti yang diperkenalkan oleh Roger dapat diperkembangkan lagi dan boleh digunakan di dalam kajian-kajian akan datang. Jika Roger (1995) menyenaraikan beberapa elemen sebelum proses inovasi media baru dapat dicapai, melalui cabaran-cabaran yang dihadapi oleh penerbitan kandungan televisyen di negara ini diharap dapat mengembangkan lagi elemen teori ini sebelum proses adaptasi media baru tersebut dapat diterima. Dalam kata lain, pengembangan elemen ini dapat dilihat melalui hasil kajian yang dijalankan oleh penyelidik berdasarkan cabaran-cabaran yang dihadapi oleh penerbit rancangan televisyen dalam mengaplikasikan inovasi media baru.

1.6 Skop Kajian

Skop kajian ini akan lebih memfokuskan kepada cabaran penerbitan rancangan televisyen di Malaysia dalam mengaplikasikan media baru. Cabaran-cabaran ini akan melihat bagaimana syarikat penerbitan tempatan ini mengambil peluang terhadap kewujudan media-media baru yang wujud di alaf penyiaran televisyen digital.

Skop kajian ini memfokuskan kepada cabaran-cabaran yang dihadapi oleh syarikat penerbitan tempatan dalam menerima kewujudan media baru di dalam industri penyiaran televisyen. Kajian akan memfokuskan kepada syarikat penerbitan yang wujud melalui inovasi media baru ini dan disesuaikan oleh syarikat ini sebagai salah satu media alternatif untuk menyiarkan kandungan yang ditawarkan. Inovasi-inovasi ini antaranya IPTV, VOD, HDTV, TV mudah alih dan web tv.

Cabaran ini akan dilihat dari perspektif strategi, amalan dan persediaan syarikat penerbitan tempatan sebelum beralih kepada penyiaran televisyen digital. Kesediaan ini termasuklah proses adaptasi terhadap teknologi digital oleh stesen televisyen swasta dan kerajaan serta syarikat-syarikat produksi tempatan yang berdaftar di Malaysia.

Skop kajian ini antara lain memfokuskan kepada cabaran yang dihadapi oleh stesen televisyen swasta iaitu rangkaian media prima, RTM dan stesen televisyen satelit berbayar ASTRO. Skop kajian ini akan melihat cabaran-cabaran yang dihadapi stesen televisyen ini dalam menuju era penyiaran digital. Selain itu kajian ini juga akan memfokuskan kepada syarikat-syarikat produksi tempatan yang banyak membekalkan kandungan kepada stesen televisyen di negara ini yang mana persoalan-persoalan mengenai persediaan mereka terutama dari segi penerbitan kandungan rancangan dan tenaga mahir dalam menuju era penyiaran televisyen digital.

Kesemua responden kajian ini sesuai dijadikan bahan kajian kerana mereka-mereka inilah merupakan pemain-pemain pasaran yang banyak mencorak industri penyiaran televisyen di negara ini.

1.7 Definisi Operational

Dalam definisi operational kajian akan menumpukan lebih terhadap definisi cabaran, penerbitan rancangan televisyen, dan definisi inovasi media baru.

1.7.1 Cabaran

Sektor penyiaran kini memasuki satu bentuk hubungan baru antara pembuat dasar, penerbit, penyiar dan khalayak serta rakan kongsi lain iaitu pembekal teknologi dalam membentuk penerbitan terutama isi kandungan rancangan. Seiring dengan *political will positif* yang mewarnai persekitaran media masa kini dengan adanya dasar, kelengkapan, infrastruktur, bantuan kewangan, serta sumber daya kreatif yang menyokong, industri penyiaran masa kini dikatakan mampu mengharungi cabaran dan rintangan dalam era digital ini. Menurut (Betzel & Ward, 2004) mendedahkan bahawa, perubahan lanskap penyiaran televisyen, internet dan penyebaran kepelbagaian saluran televisyen telah menimbulkan cabaran kepada penyiaran dan pengaturcara secara bersamaan. Ketua Pegawai Teknikal Best TV Shanghai Media Group, Minnie Huang mengakui tranformasi telekomunikasi yang berlaku sekarang bakal memberi cabaran kepada medium media tradisional seperti akhbar, majalah, televisyen, radio dan sebagainya. Ini berlaku kerana kekurangan sifat interaktif medium itu sendiri berbanding IPTV dan segala rangkaiannya, (Samsor Jonet, 2006).

Menurut Kamus Dewan (2000), cabaran ialah sesuatu unsur atau faktor yang mencabar iaitu menguji kemampuan dan ketabahan seseorang atau organisasi. Dalam konteks kajian ini cabaran boleh didefinisikan sebagai halangan-halangan yang terpaksa dihadapi oleh syarikat penerbitan tempatan dalam menghadapi cabaran inovasi media baru. Cabaran ini meliputi syarikat-syarikat produksi yang terlibat dalam membekalkan kandungan kepada stesen televisyen sebagai salah satu sumber penjana pendapatan. Kini dalam era penyiaran televisyen digital, media baru merupakan salah satu saluran alternatif kepada syarikat penerbitan tempatan menjana pendapatan melalui peluang-peluang baru menjana pendapatan. Sebagai persediaan untuk menyesuaikan keadaan melalui kewujudan saluran-saluran baru ini pastinya wujud cabaran-cabaran yang terpaksa dihadapi oleh syarikat penerbitan tempatan. Cabaran-cabaran ini yang bakal menjadi fokus di dalam kajian ini.

Menurut (Asiah Sarji, Fuziah, & Arfah, 2004), mereka telah menggariskan beberapa cabaran yang perlu dihadapi karyawan, pendidikan dan perfileman di Malaysia menjelang era penyiaran televisyen digital. Antara cabaran yang perlu dihadapi ialah :

- i) mempertingkatkan keinginan mencari pengetahuan baru dan pemahaman tentang teknologi baru,
- ii) mempertingkatkan kemahiran dan aplikasi teknologi baru dalam penerbitan-penerbitan yang dihasilkan,

- iii) melipatgandakan usaha untuk mewujudkan dan menggiatkan jaringan online di kalangan sesiapa sahaja yang mempunyai minat dan kepentingan dalam bidang penyiaran dan perfileman.
- iv) Meningkatkan penggunaan internet dalam usaha mencari dan menyebarkan maklumat
- v) Merancang lebih banyak usaha sama ataupun perkongsian pintar supaya dapat berkongsi modal, idea, perkakasan, perisian dan pengalaman.
- vi) Memikirkan pendekatan baru dalam mengurus dan melaksanakan pengurusan penerbitan yang lebih *cost effective*.
- vii) Merancang strategi yang lebih bersepadu supaya warga penyiaran dan perfileman dapat mengungkap semula matlamat perjuangan masing-masing sejajar dengan hasrat negara untuk menjadikan produk penyiaran dan filem sebagai komoditi eksport.

Menurut (Fidler, 1997) menyatakan perkembangan mediamorphosis iaitu evolusi teknologikal media komunikasi yang memungkinkan penjelmaan banyak media baru untuk ditambah kepada media yang sedia ada. Pendigitalan juga banyak menghasilkan inovasi berpotensi besar yang membantu perkembangan industri penyiaran. Pengenalan teknologi baru komunikasi di suku abad ke 20 telah membantu mempercepatkan proses pembangunan bidang ini sama ada melalui proses simbiosis mahupun *convergence* (Dominick, 2002). Apabila teknologi komputer diterima masuk sebagai saluran dalam takrif media massa, ia sekaligus telah memperluaskan empayar kegunaannya terhadap manusia sejagat (Dominick, 2002).

Ini menunjukkan inovasi penyiaran digital merupakan antara cabaran baru yang terpaksa dihadapi oleh syarikat-syarikat penerbitan tempatan. Perkembangan drastik setelah kemasukan teknologi komputer dalam media komunikasi ini telah menjadikan saluran-saluran baru ini berkembang dan semakin diterima oleh masyarakat. Oleh itu definisi cabaran dalam konteks kajian ini diperluaskan bukan sahaja terbatas kepada amalan-amalan konvensional syarikat penerbitan tempatan, malah ia meliputi strategi media-media baru yang wujud hasil dari perkembangan teknologi digital disamping memperluaskan penggunaan media ini di dalam industri penyiaran televisyen.

1.7.2 Penerbitan Rancangan Televisyen

Penerbitan rancangan televisyen didefinisikan penyelidik sebagai syarikat yang bertanggungjawab membangunkan fizikal produksi media baru, seni persembahan, filem, radio atau program televisyen. Pembangunan ini termasuklah dari segi infrastruktur dan kandungan bagi memenuhi keperluan dan kehendak masyarakat. Di Malaysia syarikat-syarikat ini termasuk di bawah industri kreatif yang mana terdapat beberapa akta yang bertanggungjawab mengawal selia segala pergerakan syarikat-syarikat penerbitan ini. Bagi syarikat penerbitan tempatan yang terlibat dalam menerbitkan kandungan melalui media, ia dikawal selia dibawah Akta Komunikasi dan Multimedia 1998. Di dalam kajian ini, penyelidik memfokuskan kepada syarikat produksi dan syarikat pembekal perkhidmatan aplikasi kandungan(CASP). Syarikat pembekal perkhidmatan aplikasi kandungan (CASP) merujuk kepada mana-mana syarikat yang diberi lesen oleh SKMM untuk menawarkan perkhidmatan aplikasi termasuklah perkhidmatan penyiaran tradisional dan perkhidmatan baru seperti perkhidmatan dalam talian dan perkhidmatan maklumat, (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 1998).

Syarikat produksi boleh didefinisikan sebagai syarikat-syarikat yang diberi lesen oleh Perbadanan Kemajuan Filem Nasional (FINAS). Syarikat-syarikat berdaftar ini dikawal selia oleh FINAS dibawah Akta Perbadanan Kemajuan Filem Malaysia, 1981 (Akta 244) dan bernaung dibawah Kementerian Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan. Syarikat produksi ini bertanggungjawab menerbitkan kandungan sama ada berbentuk filem atau kandungan untuk stesen televisyen. Di bawah FINAS terdapat beberapa persatuan yang bernaung bagi mewakili syarikat-syarikat produksi untuk menyuarakan pendapat dan pandangan mereka.

**Rajah 1 merujuk kepada senarai syarikat pembekal perkhidmatan kandungan
(CASP)**

Bil	Nama Syarikat	Kategori
1.	Stesen Televisyen Malaysia Berhad	Terrestrial Free to Air
2.	Netseven TV Sdn Bhd	Terrestrial Free to Air
3.	Metropolitan TV Sdn Bhd	Terrestrial Free to Air
4.	U Televisyen Sdn Bhd (MiTV Sdn Bhd)	Subscription Broadcasting
5.	CH-9 Media Sdn Bhd	Terrestrial Free to Air
6.	Fine TV Network Sdn Bhd	Subscription Broadcasting
7.	TM Net Sdn Bhd	Subscription Broadcasting
8.	MOL Media Sdn Bhd	Subscription Broadcasting
9.	Asiaspace Digital Network Sdn Bhd	Subscription Broadcasting
10.	DE Multimedia Sdn Bhd	Subscription Broadcasting
11.	Measat Broadcast Network System Sdn Bhd	Satellite, subscription, non subscription Broadcasting
12.	Asia Media Sdn Bhd	Subscription Broadcasting
13.	Al Hijrah Media Cooperation	Terrestrial Free to Air
14.	Maxis Broadband Sdn Bhd	Subscription Broadcasting
15.	YTL Communication Sdn Bhd	Subscription Broadcasting
16.	Worldview Broadcasting Channel Sdn Bhd	Terrestrial Free to Air
17.	DMD Fone Network Sdn Bhd	Subscription Broadcasting

Menurut (Bignell & Orlebar, 2005) kebanyakan kandungan rancangan dihasilkan oleh syarikat penyiaran dalaman (*in-house*). Ianya lebih efektif jika dikontrakkan kepada syarikat produksi luar. Melalui cara ini ia dapat membantu pertumbuhan syarikat produksi kecil dan besar yang mungkin mempunyai pengkhususan terhadap satu genre rancangan sahaja. Terdapat banyak syarikat-syarikat kecil ini bukan sahaja berkhidmat untuk sebuah stesen televisyen pada satu-satu masa, malah ada sesetengah syarikat produksi bergantung sepenuhnya kepada stesen televisyen untuk menyiarkan hasil kandungan terbitan syarikat mereka.

Terdapat sesetengah syarikat produksi menumpukan perhatian kepada sesuatu jenis genre program sahaja bagi memberikan sepenuh tumpuan terhadap bidang kepakaran syarikat produksi mereka. Sebagai contoh syarikat yang menerbitkan kandungan dokumentari, drama, filem, rancangan bual bicara dan sebagainya. Penyiar yang berbeza membuat keputusan penetapan program dengan cara yang berbeza. Mereka menetapkan keutamaan yang berbeza dan bergantung kepada pelbagai faktor (Besio, Hungerbuhler, Morici, & Prario, 2008). Kebergantungan mungkin disebabkan oleh faktor kewangan, kepakaran, peralatan dan peluang-peluang saingan yang wujud di dalam pasaran.

Pengkhususan jenis-jenis program televisyen adalah merupakan faktor sebagai salah sebuah syarikat penerbitan menumpukan kepada satu-satu genre program sahaja, ini kerana persaingan antara saluran dan media-media baru telah menjadi jauh lebih besar kerana proses pembatalan kawal selia dan perkembangan teknologi (Besio, Hungerbuhler, Morici, & Prario, 2008). Menurut (Bignell, 2008) isyarat digital juga adalah sesuatu yang mustahil untuk penonton berinteraksi dengan program-program televisyen. Kewujudan media baru ini telah menjadikan pasaran industri penyiaran televisyen berkembang pesat. Saingan dari syarikat produksi mahupun syarikat pembekal aplikasi kandungan (CASP) telah menjadi lebih besar dan fungsi serta peranan syarikat-syarikat penerbitan ini juga berkembang mengikut keperluan dan kehendak industri penyiaran masa kini.

1.7.3 Inovasi Media Baru

Jika di lihat pada konteks definisi inovasi media baru, ramai penyelidik melihat konteks digital sebagai asas kepada inovasi secara keseluruhannya. Walau bagaimanapun dalam konteks kajian ini definisi inovasi media baru diperluaskan dengan adanya teknologi komputer dan perkhidmatan jalur lebar internet.

Menurut (Chalaby & Segel, 1999) pendigitalan bukan sahaja merujuk kepada bagaimana kita menggunakan televisyen, tetapi ia juga merujuk kepada bagaimana ia direka. Menurut (Asiah Sarji, Fuziah, & Arfah, 2004), era digital adalah tempoh masa dan persekitaran manusia menggunakan teknologi baru sebagai landasan atau alat bagi mempercepatkan proses berfikir, membuat keputusan dan bertindak balas terhadap manusia dan kehidupannya. Perubahan kepada lanskap televisyen masa kini memperlihatkan cara hidup masyarakat masa kini berubah mengikut persekitaran pendigitalan yang ada di sekeliling mereka. Ia bukan sahaja merangkumi aspek sosial, ekonomi, politik dan rohani sesuatu masyarakat tersebut.

Jika di lihat dari segi teknikalnya pula, penyiaran televisyen digital merujuk kepada data atau kombinasi antara zero dan sesuatu yang menggambarkan nilai untuk meningkatkan persembahan warna, kontras dan bunyi, (Weber & Evans, 2002). Menurut (Bignell & Orlebar, 2005) teknologi digital ialah cara untuk mempersembahkan data seperti video dan audio dalam bentuk digital, menggunakan data binari yang dienkod melalui nadi elektronik, dan lingkungan elektronik ini boleh di dapati di dalam perkakasan komputer. Ini seiring dengan proses komunikasi itu sendiri seperti mana yang diperjelaskan oleh Heinich, Molenda, Russell dan Smaldino (1999) mentakrifkan media komunikasi sebagai saluran komunikasi yang membawa maklumat dari sumber kepada penerima yang membantu komunikasi. Dalam konteks televisyen digital maklumat yang ingin dihantar kepada penerima telah dienkod menjadi data binari diterjemahkan oleh penerima dalam bentuk digital.

Definisi inovasi media baru diperluaskan lagi dengan wujudnya perkembangan jaringan jalur lebar. Pendigitalan, *convergence*, dan jalur lebar merupakan tiga ciri-ciri utama dalam perkembangan teknologi alam ke-21 yang mengubah struktur industri dengan pantas dan cepat, (Kim, 2003). *Convergence* bererti bahawa segala bentuk kandungan boleh didapati melalui penghantaran saluran media seperti komputer, pemain MP3 atau telefon bimbit, sehingga mengikis perbezaan medium komunikasi tradisional antara telekomunikasi, komputer dan penyiaran televisyen, (May & Hearn, 2005). Menurut Pengarah Inovasi, Asia Pasifik Alcatel, Geof Heydon berkata, kini peti televisyen bukan sahaja berfungsi sebagai medium untuk mengakses internet tetapi juga melakukan pelbagai perkara lain yang menjadikan ia sebagai pusat segala aktiviti elektronik di rumah, (Khairunnisa Sulaiman, 2006). Melalui jaringan internet, televisyen dapat dipelbagaikan fungsinya melalui peranti-peranti baru yang berjaya mengubah gaya hidup masyarakat masa kini. Ianya bukan sahaja dapat diakses tidak kira di mana jua lokasi malah medium yang digunakan juga adalah pelbagai.

Kemunculan media baru seperti *World Wide Web* dan peranti multimedia bergerak, difusi kolaborasi persekitaran seperti Web 2.0, dan kepentingan pengalaman interaktif dalam pengambilan budaya seperti permainan video telah mengubah 'media lama' seperti surat khabar dan televisyen, (Scolari, 2009). Internet berfungsi sebagai saluran komunikasi yang bersifat 'multimodal' iaitu ia membenarkan teks, audio dan visual bertindak sebagai alat membawa maklumat kepada individu, kumpulan dan organisasi. Dijangkakan web masa kini mengandungi 281 exabytes atau 1 juta gigabytes maklumat dan jumlah ini akan meningkat sepuluh kali ganda dalam tempoh lima tahun akan datang, (Williams, 2008).

RUJUKAN

- Abd. Aziz Itar. (2012, Mac 5). Upin Ipin bakal pecah rekod IB. *Utusan Malaysia*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2012&dt=0305&pub=Utusan_Malaysia&sec=Hiburan&pg=hi_02.htm
- Daftar media (2011). *Malaysian Press Institute*, Kuala Lumpur: Ahmad Zaki Chamil.
- Ainol Amriz Ismail. (2009, Oktober 30). Program RTM perlu dikaji segera. *Utusan Malaysia* Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2009&dt=1030&pub=Utusan_Malaysia&sec=Dalam_Negeri&pg=dn_16.htm
- Anderson, J. A., & Meyer, T. P. (1988). *Mediated communication: A social action perspective*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Aronson, J. (1994). A pragmatic view of thematic analysis. *The Qualitative Report*, 2(1). Akses dari <http://www.nova.edu/ssss/QR/BackIssues/QR2-1/aronson.html>.
- Asiah Sarji, Fuziah, Kartini Hasan Basri, & Arfah Yusof. (2004). Era Digital: Cabaran baru kepada karyawan serta pendidik penyiaran dan perfileman Malaysia. *Jurnal Komunikasi*, 20, 1-15.
- Azmi Mohamed. (2010, April 5). Menafi persepsi CGI, animasi mahal. *Utusan Malaysia*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2010&dt=0405&pub=Utusan_Malaysia&sec=Hiburan&pg=hi_04.htm
- Baaren, E., Wijngaert, L. V., & Huizer, E. (2008). Relating individual and context characteristic to the adoption on HDTV. *Not Another TAM Paper*, 11-25.
- Babbie, E. (2004). *The practice of social research*. (10th ed.). Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.

- Baker, K. (1999). Physicians perceptions of autonomy and satisfaction in California. *Health Affairs*, 18, 134-145.
- Bayus, B. L. (1993). High- Definition Television: Assessing demand forecasts for a next generation consumer durable. *Management Science*, 39(11), 1319-1333.
- Bensabat, I., & Barki, H. (2007). "Qou Vadis, TAM?". *Journal of the Association for Information System*, 8(4), 211-218.
- Berita Harian (2010, Mei 17). Konsert akhir AF8 disiarkan dalam format HD. *Berita Harian*. Akses dari <http://www.bharian.com.my/bharian/articles/KonsertakhirAF8disiarkandalamformatHD/Article/index.html>
- Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works. (1979, September 28). Akses dari http://www.wipo.int/export/sites/www/treaties/en/ip/berne/pdf/trtdocs_wo001.pdf
- Berry, R. S. (1996). *Collecting data by in-depth interviewing*. Akses dari <http://www.leeds.ac.uk/educol/documents/000001172.htm>.
- Besio, C., Hungerbuhler, R., Morici, L., & Prario, B. (2008). The implementation of the quota requirements of the directive 'Television Without Frontiers': The broadcasters perspective. *International Communication Gazette*, 70(2), 175-191. doi: 10.1177/1748048507086912
- Betzell, M., & Ward, D. (2004). The regulation of public service broadcasters in Western Europe. *Trends in Communication*, 12(1), 47-62.
- Biagi, S. (1999). *Media Impact: An introduction to mass media*. Wardsworth: Belmont, CA.
- Biddiscombe, R. (2008). Still waiting for TV-to-go. *Journal of Television*, 45(4), 22-23.

- Bignell, J. (2008). *An Introduction to Television Studies (2nd Ed.)*. New York: Taylor & Francis Group.
- Bignell, J., & Orlebar, J. (2005). *The Television Handbook*. New York: Taylor & Francis Inc.
- Bociurkiw, M. (2008). Put on your bunny ears, take tour TV around the block: Old and discourses of gender and nation in mobile, digital and HDTV. *Canadian Journal of Communication*, 33, 537-544.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1992). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods (2nd ed.)*. Nededham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- Brinkley, J. (1997). *Defining vision: The battle for the future of television*. New York: Harcourt Brace & Company.
- Brown, K. (2000). Unscrambling digital TV. *McKinsey Quarterly* 2, 71-81.
- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of Communication*, 54(4), 662-704.
- Bucy, E. (2004). Interactivity in society: Locating an elusive concept. *The Information Society*, 20, 373-383.
- Butler, J. R. (1992). HDTVdemystified: History, regulatory, options, & the role of telephone companies. *Harvard Journal of Law & Technology*, 6, 156-182.
- Burrus, D., & Gittines, R. (1994). *Technotrends: How to use technology to go beyond your competition*. New York: New York Harper Business.
- Carey, J. (1998). Content and services for the new digital environment. *Prometheus*, 16(2), 173-183.

- Casey, B., Casey, N., Calvert, B., French, L., & Lewis, J. (2008). *Television Studies The Key Concepts*. New York: Routledge.
- Castaneda, M. (2007). The complicated transition of broadcast digital television in United States. *Television & New Media*, 8(2), 91-106. doi: 10.1177/1527476406297250.
- Canadian Broadcasting Corporation. (2002). *Terms of Trade Guidelines for Independent Producers of English-languages television programs intended for broadcast by CBC or CBC Newsworld*: <http://www.cbc.ca/independentproducers/termsoftrade.pdf>.
- Chaffe, S. H., & Metzger, M. J. (2001). The end of mass communication. *Mass Communication & Society*, 4(4), 365-379.
- Chalaby, J. K., & Segel, G. (1999). The broadcasting media in the age of risk. *New Media and Society*, 1(3), 351-368.
- Chan-Olmsted, S. M. (2006). Content development for the third screen: The business and strategy of mobile content and application in the United States. *The International Journal on Media Management*, 8(2), 51-59.
- Christensen, L. H. (2002). *The impact of interactivity on television consumption*. (Unpublished PhD student paper). Dublin City University.
- Connel, J., Lynch, C., & Waring P. (2001). Constraints, compromises and choice: Comparing three qualitative research studies. *The Qualitative Report*, 6(4.) Akses dari <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR6-4/connell.html>.
- Cugnini, A. (2008). Video for mobiles: The industry needs to act fast to take advantage of this opportunity. *Broadcast Engineering*, 50(6), 22-28.
- Cutler, & Co. (1997). *The National Telecommunication Council Convergence Project 1*, 1-5. Kuala Lumpur: Cutler & Co.

- Darussalam Abu Bakar. (2004). Perkembangan teknologi media baru dan implikasinya. *Cabaran Pengurusan Komunikasi di Era Digital*, 141-151. Pulau Langkawi, Kedah: Universiti Utara Malaysia.
- Deane, J., Dixit, K., Mue, N., Banda, F., & Waisbord, S., (2002). The other information revolution: Media and empowerment in developing countries. Dalam Girard, B., & Siochru, O., S., *Global Civil Society*, 171-190. LSE Global Governance, London, United Kingdom.
- Dijkstra, M., Buijtsels, H. E., & Van Raaji, W. F. (2005). Separate and joint effects of medium type on consumer responses: A comparison of television, print, and the internet. *Journal of business research*, 58, 377-386.
- Dominick, J. R. (2002). *The dynamic of mass media: Media in the digital age* (7th Ed.). New York: Mc Graw-Hill.
- Donahue, H. C., Allen, C., & Larsen, E. (2000). The resolution of digital television: How HDTV and must-carry are hindering the return of the analog television spectrum. *International Journal in Media Management*, 38-45. doi: 10.1080/14241270009389919
- Dreazen, Y. J. (2002). FCC gives TV makers deadline of 2006 to roll out digital sets. *The Wall Street Journal*.
- Dye, J. F., Schatz, I. M., Rosenberg, B. A., & Coleman, S. T. (2000). Constant comparison method: A Kaleidoscope of data. *The Qualitative Report*, 4(1). Akses dari <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR4-1/dye.html>.
- Easterly, W., & Levine, R. (2001). It's not factor accumulation: Stylized facts and growth models. *The World Bank Economic Review*, 15, 177-219.
- eMarketer. (2007). *Carriers Adding Mobile TV Worldwide*. New York.
- Ezzy, D. (2002). *Qualitative analysis: Practice and innovation*. London: Routledge.

- Farley, T. (2004). *Mobile telephone history*. Akses dari http://www.privateline.com/archive/TelenorPage_022-034.pdf
- Feather, J. (2000). *The Information Society : A Study of Continuity and Change*. London: Library Association Publishing.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding new media*. Thousand Oak: CA: Pine Forge Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behaviour: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley: reading, MA.
- Flick, U. (2000). Episodic interviewing. Dalam Bauer, M. W., & Gaskell, G. *Qualitative researching with text, image and sound* (pp.75-92). London: Sage Publications.
- Flynn, B. (2003). Geography of the digital hearth. *Information, Communication and Society*, 6(4), 551-576.
- Fontana, A. & Frey, J. (1994). The interviewing: From structured questions to negotiated text. In Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (Ed.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed.) (pp. 361-376). London: Sage Publications.
- Galacticast. (2007, March 9). *How to watch Internet TV [Network2 video contest entry]*. Akses dari Jeff Pulver Blog: <http://pulverblog.pulver.com/archives/006548.html>.
- Galperin, H. (2002). Can the U.S. transition to digital TV be fixed? Some lessons from two European cases. *Telecommunications Policy*, 26, 3-15.
- Garza, G (2007). Varieties of phenomenological research at the University of Dallas, *Qualitative Research in Psychology*, 4(4), 313-342.
- Gaunt, J. (2007). *Mobile TV and Video: Big Dreams for the Smallest Screen*. New York: eMarketer.

- Gill, J. & Johnson, P. (2002), *Research Method for Managers* (3rd Ed.). Aul Chapman Publishers, London: Sage Publication.
- Glesne, C. (1999). *Becoming qualitative researchers: An introduction* (2nd ed.). White Plains, NY: Longman.
- Grinstaff, L., & Turrow, J. (2006). Video cultures; Television sociology in the “New TV” age. *Annual Review of Sociology*, 32, 103-125.
- Hajar Mohd. Noor. (2005). *Conditions facilitating the implementation of information communication technology integration in the Malaysian Smart School*. Tesis Doktor Falsafah. Tidak diterbitkan. Universiti Putra Malaysia.
- Healey, J. (2002). Studios Spurs Measures to Thwart Piracy. *The Los Angeles Times*. Akses dari <http://tvn.sagepub.com/content/8/2/91.refs?patientinform-links=yes&legid=sptvn;8/2/91>
- Heinich, R., Molenda, M., Russell, J. D., & Smaldino (1999). *Instructional media and technologies for learning* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hernandez, L. L. (1996, December 20). *In search of dissertation committee: Using a qualitative research approach to study a lived experience*. Akses dari the Qualitative Report, 2(4): <http://www.nova.edu/sss/QR/QR2-4/hernandez.html>.
- Hiroshi Asami, (2005). Digital Broadcasting in Japan: HDTV and mobile reception as key applicatios. *Ministry of Public Management, Home Affair, Posts and Telecommunications (MPHPT)*. Akses dari <http://www.broadcastpapers.com/whitepapers/BAsia04MPHPTJapanHDTV.pdf>
- Howe, P. J. (2002). “Missed Signals. ”*Boston Globe*. Akses dari http://www.academia.edu/5814754/Increasing_Market_Penetration_of_LED_Traffic_Signals_in_New_York_State_Review_of_Articles_and_Information_on_LED_Traffic_Signals
- Huang, E. (2007). Use the rich media differs at newspaper, TV web sites. *Newspaper Research Journal*, 28(3), 85-97.

- Ibrahim Yahaya. (2011, November 18), ABN muncul untuk jadi saingan Astro. *Utusan Malaysia*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2011&dt=1118&pub=Utusan_Malaysia&sec=Rencana&pg=re_07.htm
- International Olympic Committee. (2008). *Final Report Of The IOC Coordination Commission*. Akses dari <http://www.olympic.org/Documents/Reports/EN/Br-Beijing-ENG-web.pdf>
- Iosifidis, P. (2002). Digital convergence: Challenges for European regulation. *Javnost-The Public*, 9, 27-47.
- Iosifidis, P. (2008). Public television policies in Europe: The cases of France and Greece. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 4(3), 349-367.
- Ive, J. (2004). Image format for HDTV. *EBU Technical Review*, Akses dari http://tech.ebu.ch/docs/techreview/trev_299-ive.pdf
- Jackson, W. (2003). *Methods: Doing social research*. (3rded.). Toronto: Prentice Hall.
- Jacobs, G., & Dransfield, H. (1998). Scenarios for Interactive TV: Europe's Uncertain Future. *Long Range Planning*, 31(3), 396-405
- Joel, B. (2004). *Defining vision: How broadcasters lured the government into inciting a revolution in television, updated and expanded*. Florida: Harvest Books.
- Juliana Abdul Wahab. (2006). *Communication technology and the television industry in Malaysia*. Kertas kerja yang dibentangkan pada the ARC Asia Pasific Future Network International Conference: Media, Policies, Cultures and Futures in the Asia Pacific Region. Perth: Curtin University of Technology.
- Kamus Dewan, (2000). Edisi keempat. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Kang, J. W. & Chan-Olmsted, S. M. (2003). Theorising the strategic architecture of a broadband television industry. *Journal of Media Economics*, 16(1), 3-21.

- Karthigesu, R. (1995). Dasar penyiaran Malaysia dalam era pasca-kolonial ke arah status negara maju. *Pembentangan kertas kerja dalam the professorial address, Universiti Sains Malaysia*, 67-88.
- Kementerian Penerangan Komunikasi & Kebudayaan (2011). *Bab13 Kandungan Komunikasi dan Infrastruktur*. Akses dari Kandungan Komunikasi dan Infrastruktur- Memacu peralihan ke arah masyarakat berasaskan pengetahuan: http://www.kpkk.gov.my/pdf/tahukah_anda/ETP_bm/bab13.pdf
- Keyton, J. (2001). *Communication research: Asking question, finding, answers*. New York: The McGraw-Hill Inc.
- Khairunnisa Sulaiman. (2006, April 12). IPTV tawarkan TV dengan pelbagai aplikasi. *Utusan Malaysia*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2006&dt=0412&pub=Utusan_Malaysia&sec=Megabait&pg=me_02.htm
- Kim, K. (2003). Convergence and policy issues. *Korean Information and Telecommunication Policy Institute*.
- Kyle, J. G. (1996). *Issues of deaf hearing professional relations*, in C. Laurenzi & S. Ridgeway (eds). *Progress Through Equality*, 75-88. London: British Society of Mental Health and Deafness.
- Leo, J. (2007). How to watch Internet TV [Network2 video contest entry]. Akses dari Jeff Blog: <http://pulverblog.pulver.com/archives/006525.html>.
- Lister, M. et al. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. Routledge: London.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (1989). *Designing qualitative research*. Newbury Park, California: Sage Publication.
- Mason, J. (1996). *Qualitative research*. London: Sage Publications.

- Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative research design: An interactive approach*. Thousands Oaks, CA: Sage.
- May, H., & Hearn, G. (2005). The mobile phone as media. *International Journal of Cultural Studies*, 8(2), 195-211. doi 10.1177/1367877905052417
- McCarthy, A. (2001). *Ambient Television: Visual culture and public space*. Durham: NC: Duke University Press.
- Merriam, S. B. (1998). *Qualitative research and study application in education*. San Fransisco: Jossey-pass.
- Merriam, S. B. (2001). *Qualitative research and study application in education*. San Fransisco: Jossey-pass.
- Ministry of Information and Communication Technology, Republic of Uganda, (2009). *Digital Broadcasting Migration Strategy: Consultation Document*. Akses dari http://pctechmagazine.com/index.php?option=com_content&view=article&id=962:uganda-digital-broadcasting-migration-strategy-white-paper&catid=42:features&Itemid=70.
- Morse, J. M., & Richards, L. (2002). *Readme first for a user's guide to qualitative methods*. London: Sage Publications.
- Napoli, P. M. (2003). The public interest obligations initiatives: Lost in the digital television shuffle. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(1), 153-156.
- Naranen, P. (2002). European Digital Television: Future Regulatory Dilemmas. *The Public*, 9(4), 19-34.
- Ng, P. L., & Rizal Repin. (1998). Making the most of internet advertising. *Malaysian Business*, 28-29.
- Nurhafizah Yusoff & Rahimah Abdul Aziz, (2010). Kelestarian Langkawi Geopark: Penglibatan Komuniti Kuala Teriang, Langkawi. *Akamedika* 78, *Universiti Kebangsaan Malaysia*, 95-101.

- Nysveen, H. (2005). WebTV channel addition: Channel complementarity in the broadcasting industry. *The International Journal on Media Management*, 7(3), 330-346.
- Chan-Olmsted, S. M., & Chang, B. H. (2006). Audience knowledge, perception and factors affecting the adoption intent of Terrestrial Digital Television. *New Media and Society*, 8(5),773-800. doi: 10.1177/1461444806067588
- Othman Lebar. (2006). *Penyelidikan kualitatif: Pengenalan kepada teori dan metod*. Tanjung Malim: Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Ozkan, B.C. (2004). Using Nvivo to analyze qualitative research classroom data on constructivist learning environments. *The Qualitative Report*, 9(4), 589-603.
- Pape, T. V., & Karnowski, V. (2009, May). *Stumbling mobile? A longitudinal field study on the appropriation of mobile television*. Kertas kerja yang dibentangkan di the 59th Annual Conference of the International Communication Association “Keywords in Communication”, Chicago.
- Patton, Q. M. (1990). *Qualitative evaluation and research method*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Pearson, M. (1999). *The new ‘multi-journalism’: Journalists’ and educators’ perceptions of the influence of the internet upon journalism and its implications for journalism education*. Tesis Doktor Falsafah. Tidak diterbitkan. Queensland University of Technology, Queensland. Akses dari <http://www.bond.edu.au/hss/staff/mpearson-thesis/ch0.pdf>.
- Pickton, D., & Broderick, A. (2001). *Intergrated marketing communication*. Spain: Prentice Hall.
- Pramataris, K. C., Papakyriakopoulos, D. A., Lekakos, G., & Mylonopoulos, N. A. (2001). Personalized interactive TV advertising: The iMEDIA business model. *Electronic Markets*, 11(1), 17-25.

- Rahmah Hashim (1997). *“Dasar Penswastaan Negara: Kesannya kepada industri penyiaran di Malaysia (National Privatisation Policy and its effects on the Broadcasting Industry in Malaysia)”*, Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Ramachandran Ponnai. (2003). *Workplace learning among successful professionals: A case study of selected television producers in a public television station*. Tesis Doktor Falsafah. Tidak diterbitkan. Universiti Putra Malaysia, Serdang, Selangor, Malaysia.
- Richards, L. (2005). *Handling qualitative data*. A practical guide. London: Sage Publications.
- Roger, E. (1995). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Roger, E. (2003). Predictors of audience interest in adopting digital television. *Journal of Media Economics*, 16(3), 159-173.
- Roland, B. (2008). *WebTV insights and perspectives: A web 2.0 phenomenon is coining new tv usage patterns*. Akses dari http://www.rolandberger.com/media/pdf/rb_press/Roland_Berger_WebTV_insights_20080818.pdf
- Rosli Manah. (2001, Oktober 3). Mega TV tamatkan operasi. *Utusan Malaysia*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2001&dt=1003&pub=Utusan_Malaysia&sec=Hiburan&pg=hi_05.htm
- Samsor Junet. (2006, April 9). Pusat media digital di IPTV. *Utusan Malaysia*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2006&dt=0409&pub=Utusan_Malaysia&sec=Megabait&pg=me_01.htm
- Saodah Wok, Narimah Ismail, & Mohamad Yusof Hussain. (2005). *Teori-teori Komunikasi*. Kuala Lumpur: PTS Professional Publishing Sdn Bhd.

- Scolari, C. A. (2009). The grammar of hypertelevision: An identikit of convergence-age fiction television (or, how television stimulate new interactive media). *Journal of Visual Literacy*, 28-49.
- Shao, G. (2008). Mobile TV: Promising but still uncertain. *China Media Research*, 4(3), 74-76.
- Sharifah M. Alhabshi (2002). *Information Technology and Development: Study of National IT Programme*. Kuala Lumpur : Utusan Publication.
- Shazryn Mohd Faizal. (2009, November 4). Umpan tarik penonton. *Utusan Malaysia*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2009&dt=1104&pub=Utusan_Malaysia&sec=Hiburan&pg=hi_05.htm
- Simon, J. L. & Burstien, P. (1985), *Basic Research Methods in Social Science*. (3rd Ed.), Random House, London.
- Sinclair, T. (1997). Bond-rating agencies and coordination in the global political economy. In C. Cutler. V. Haufler & T. Porter (eds), *Private authority and international affair*, 153-168. Albany, NY: Suny Press.
- Smith, H.W. (1981). *Strategies of social research* (2nded.). New Jersey: Pearson Prentice Hall. Dalam Mohd Ariffin, N. (2009). Faktor-faktor residivisme pengguna dadah di pusat serenti Bukit Mertajam, Pulau Pinang.(Tesis yang tidak diterbitkan). Universiti Sains Malaysia: Pulau Pinang.
- Stewart et al. (2001) *Media and Meaning: An Introduction*. BFI: London.
- Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, (1998). Akses dari Content Application Service Provider: http://www.skmm.gov.my/index.php?c=public&v=art_view&art_id=80
- Syvertsen, T. (1992). *Public television in transition: A historical and comparative analysis of the BBC and the NRK*. Oslo, Norway: KULT/ NAVF.

- Tesch, R. (1990). *Qualitative Research: Analysis types and software tools*. New York: Falmer.
- The Star Online (2009, April 1). *DTT Fully digital TV age*. Akses dari <http://biz.thestar.com.my/news/story.asp?file=/2009/4/1/business/3598578&sec=business>
- The Star, (1995, Ogos 14). *Metro Vision is "no threat"*. Akses dari <http://law.nus.edu.sg/sybil/downloads/articles/SJICL-1997-2/SJICL-1997-468.pdf>
- Thorne, F. (2000). New Report Predicts UK and Ireland to be Leading Digital Territories. *New TV Strategies*. Akses dari <http://nms.sagepub.com/content/8/5/773.full.pdf+html>.
- Trisha Lin, T. C. (2009). Singapore's global competition test bed for mobile TV. Singapore: Intermedia.
- United States Congress Office of Technology Assessment. (1990). *The Big Picture: HDTV & high resolution systems*, 22, 58-108. Akses dari <http://www.princeton.edu/~ota/disk2/1990/9007/900704.PDF>
- Utusan Malaysia (2004, Jun 13). *Memerhati media*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2004&dt=0613&pub=Utusan_Malaysia&sec=Rencana&pg=re_04.htm
- Utusan Malaysia (2009, Oktober 14). *Apabila stesen tv beri bonus kepada penerbit*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2009&dt=1014&pub=Utusan_Malaysia&sec=Hiburan&pg=hi_04.htm
- Utusan Malaysia (2007, Jun 18). *Nokia dan MiTV lancarkan televisyen mudah alih*. Akses dari http://article.wn.com/view/2007/06/18/Nokia_Dan_MiTV_Umum_Khidmat_TV_Mudah_Alih/

- Utusan Malaysia (2009, Oktober 20). *Rating PFM untuk para pekerja filem*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2009&dt=1020&pub=Utusan_Malaysia&sec=Hiburan&pg=hi_07.htm
- Utusan Malaysia (2005, Disember 28). *Apakah penerimaan pengguna*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2005&dt=1228&pub=Utusan_Malaysia&sec=Megabait&pg=me_04.htm
- Utusan Malaysia (2009, November 6). *Banyakkan program etnik*. Akses 14 dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2009&dt=1106&pub=Utusan_Malaysia&sec=Parlimen&pg=pa_09.htm
- Utusan Malaysia (2009, Disember 9). *Selaraskan potongan DKS*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2009&dt=1209&pub=Utusan_Malaysia&sec=Hiburan&pg=hi_04.htm
- Utusan Malaysia (2011, Ogos 15). *Kerajaan sasar tingkat 50% capaian Eduwebtv*. Akses dari http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2011&dt=0815&pub=Utusan_Malaysia&sec=Terkini&pg=bt_08.htm
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Voorveld, H. A., Neijins, P. C., & Smith, E. G. (2011). Opening the black box: how psychological processes affect cross-media campaign results. *Journal of Marketing Communication*, 17(2), 69-85.
- Walther, J. B., Gay, G., & Hancock, J. T. (2005). How do communication and technology researchers study the Internet? *Journal of Communication*, 55(3), 632-657.
- Weber & Evans. (2002). Constructing the Meaning of Digital TV. *New Media & Society*, 4(4) 435-456. doi: [10.1177/146144402321466750](https://doi.org/10.1177/146144402321466750)

Weber, I. (2005). Digitizing the Dragon: Challenges facing China's broadcasting industry. *New Media & Society*, 7(6), 791-809. doi: 10.1177/1461444805058162

Whittle, S. (2004). Public service broadcasting in the new media age: The BBC's experience. *Trends in Communication*, 12(1), 3-13.

Williams, I. (2008, March 16). *Digital universe set to expand*. Akses dari <http://www.vnunet.com/vnunet/news/2211903/digital-universe-continues-explode>

Yin, R. K. (1994). *Case study research: Design and methods* (2nd ed). Thousand Oak, Calif : Sage Publications.

Zainuri Misfar. (2011, Januari 1). Industri kreatif potensi anjak ekonomi, sahsiah. *Berita Harian*. Akses dari http://www.bharian.com.my/articles/IndustriKreatifPotensianjakekonomi_sahsiah/Article/



UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA

PENGESAHAN STATUS UNTUK TESIS/LAPORAN PROJEK DAN HAKCIPTA

SESI AKADEMIK : _____

TAJUK TESIS/LAPORAN PROJEK :

CABARAN PENERBITAN RANCANGAN TELEVISYEN DI MALAYSIA
DALAM MENGAPLIKASIKAN MEDIA BARU

NAMA PELAJAR : MOHD FARIZI BIN JAMALUDDIN

Saya mengaku bahawa hakcipta dan harta intelek tesis/laporan projek ini adalah milik Universiti Putra Malaysia dan bersetuju disimpan di Perpustakaan UPM dengan syarat-syarat berikut :

1. Tesis/laporan projek adalah hak milik Universiti Putra Malaysia.
2. Perpustakaan Universiti Putra Malaysia mempunyai hak untuk membuat salinan untuk tujuan akademik sahaja.
3. Perpustakaan Universiti Putra Malaysia dibenarkan untuk membuat salinan tesis/laporan projek ini sebagai bahan pertukaran Institusi Pengajian Tinggi.

Tesis/laporan projek ini diklasifikasi sebagai :

*sila tandakan (v)

SULIT

(mengandungi maklumat di bawah Akta Rahsia Rasmi 1972)

TERHAD

(mengandungi maklumat yang dihadkan edaran kepada umum oleh organisasi/institusi di mana penyelidikan telah dijalankan)

AKSES TERBUKA

Saya bersetuju tesis/laporan projek ini dibenarkan diakses oleh umum dalam bentuk bercetak atau atas talian.

Tesis ini akan dibuat permohonan :

PATEN

Embargo _____ hingga _____
(tarikh) (tarikh)

Pengesahan oleh:

[Signature]
(Tandatangan Pelajar)
Penyeliaan)

No Kad Pengenalan / No Pasport.:

Tarikh :

(Tandatangan Pengerusi Jawatankuasa

Nama:

Tarikh :

[Nota : Sekiranya tesis/laporan projek ini SULIT atau TERHAD, sila sertakan surat dari organisasi/institusi tersebut yang dinyatakan tempoh masa dan sebab bahan adalah sulit atau terhad.]