



PENGGUNAAN LAMAN WEB DALAM PEMASARAN
BUKU ILMIAH: KAJIAN TERHADAP PENERBIT-
PENERBIT UNIVERSITI DI MALAYSIA

MAIZATUL AZURA BINTI HJ YAHYA

(AGA020006)

JABATAN PENGAJIAN MEDIA
UNIVERSITI MALAYA
KUALA LUMPUR

SEPTEMBER 2004

Perpustakaan Universiti Malaya



A511705283

**PENGGUNAAN LAMAN WEB DALAM PEMASARAN BUKU
ILMIAH: KAJIAN TERHADAP PENERBIT-PENERBIT
UNIVERSITI DI MALAYSIA**

MAIZATUL AZURA BINTI HJ YAHYA

**TELAH DISERAHKAN UNTUK MEMENUHI
KEPERLUAN BAGI
IJAZAH SARJANA PENGAJIAN PENERBITAN**

**JABATAN PENGAJIAN MEDIA
UNIVERSITI MALAYA
KUALA LUMPUR**

SEPTEMBER 2004

ABSTRAK

Kajian ini memfokuskan perbincangan tentang penggunaan laman web dalam pemasaran buku ilmiah di Malaysia dengan tumpuan khusus kepada penerbit-penerbit universiti untuk melihat sejauh mana penerbit-penerbit berkenaan mengaplikasi teknologi internet untuk memasarkan buku-buku mereka. Melalui kajian ini juga, persepsi penerbit terhadap konsep dan peranan pemasaran *online* dan keberkesanannya sebagai satu bentuk strategi pemasaran terkini akan diketengahkan yang bertujuan untuk mengenal pasti sama ada teknologi ini dapat diterima sepenuhnya ataupun tidak.

Secara keseluruhannya, pemasaran buku menggunakan laman web yang dilakukan oleh penerbit-penerbit universiti di Malaysia masih belum dijalankan sepenuhnya meskipun terdapat lima daripada 12 penerbit universiti yang dikaji mempunyai laman web masing-masing. Terdapat juga laman web yang dibangunkan hanya berfungsi sebagai promosi bagi buku-buku yang diterbitkan. Penerbit-penerbit yang ditemui juga mempunyai persepsi yang berbeza tentang pemasaran buku menggunakan laman web ini. Ada yang bersetuju bahawa laman web sesuai digunakan sebagai saluran pemasaran moden bagi buku-buku ilmiah yang diterbitkan namun ada juga yang tidak bersetuju dengan menyatakan bahawa pemasaran kaedah konvensional adalah

lebih praktikal. Kajian juga mendapati sebilangan laman web penerbit yang dibangunkan ini mempunyai reka letak yang menarik, isi kandungan yang mantap dan bersifat interaktif.

Walaupun laman web menjanjikan peluang yang lebih baik kepada para penerbit untuk meluaskan pasaran mereka hingga ke peringkat yang lebih tinggi, namun dengan prospek pasaran buku-buku ilmiah di negara yang kecil serta terhad permintaannya seperti Malaysia menyebabkan kaedah ini tidak mampu dilaksanakan sepenuhnya oleh penerbit-penerbit universiti terbabit. Ini kerana, kebanyakan kandungan buku ilmiah (hasil karya pengarang tempatan) yang berada di pasaran lebih tertumpu kepada pasaran dalam negara dan tidak bersifat global. Hanya segelintirnya sahaja diterbitkan untuk pasaran antarabangsa. Keadaan ini nyata berbeza dengan bahan-bahan bacaan ilmiah terbitan luar negara yang kandungannya lebih bersifat global dan sejagat menyebabkan pasarannya lebih meluas dan diterima di seluruh dunia.

ABSTRACT

This research focuses on the use of website by publishers of Institutes of Higher Learning to market their academic books in the country. It also touches on the application of the internet in marketing these books. Under this study, publishers' perceptions on concepts and marketing role using online method and its affectiveness on the latest marketing strategy are viewed upon. It is used to identify whether this technology is fully accepted or otherwise.

On the whole, the marketing of book using website by university publishers was not wholly done. Five (5) among 12 publishers have their own websites respectively. Some websites that have been developed by these publishers just to promote the books that have been published. The respective publishers that have been interviewed have different perception on the way of marketing these books through these websites. Some agreed that websites are used as modern method of marketing the books published. Those who do not agree to this method still insist on using the conventional method as more practical. The research also found that some publishers' websites were developed with attractive arrangements, stable contents and interactive characteristic

Eventhough website promised a potential gain for publishers to widen their markets at the highest level, but in small countries like Malaysia with very limited market demands, this method was not fully implemented by these publishers. This is because the contents of these books written by local authors in the market focus only on local market rather than globally. Only few authors are able to extend their work globally. On the other hand, foreign authors are able to penetrate world market due to their global and universal contents in their work.