

**TINGKAH LAKU PENGGUNA TERHADAP MUZIK :  
KAJIAN DI KALANGAN BELIA TERHADAP  
LAGU MELAYU NUSANTARA**

Oleh

**NOORihal BT MUHAMMAD**

**Sarjana Muda Ekonomi  
Universiti Kebangsaan Malaysia  
Bangi, Selangor  
1986**

**Diserahkan kepada  
Fakulti Perniagaan & Perakaunan  
Universiti Malaya  
Sebagai Memenuhi Sebahagian Daripada Syarat  
Untuk Mendapat Ijazah**

**SARJANA PENGURUSAN  
November 2000**

**Perpustakaan Universiti Malaya**



**A510951492**

*ok*

## Abstrak

Kajian ini bertujuan untuk melihat tingkah laku pengguna yang terdiri daripada belia terhadap muzik khususnya lagu-lagu Melayu Nusantara. Faktor yang mempengaruhi minat dan tingkah laku belia bandar terhadap muzik, lagu Melayu dan lagu Melayu Nusantara, penyanyi terlibat dan pemahaman terhadap lirik lagu Nusantara menjadi fokus kajian. Seramai 320 pengguna belia yang terdiri daripada 179 orang pelajar sekolah menengah atas, 59 orang pelajar Universiti Malaya dan 82 orang belia bekerja dipilih sebagai sampel kajian melalui kaedah 'Quota Sampling'. Pengumpulan data menggunakan soal selidik berstruktur yang ditadbirkan sendiri oleh pengkaji. Data dianalisis menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) for MS Window Release 8.0*. Keputusan kajian mendapati pengguna Melayu lebih meminati muzik dan lagu Melayu serta lagu Nusantara. Keadaan yang sama juga dikesan bagi sikap dan cara mereka mendapatkan maklumat berkenaan muzik dan lagu Nusantara. Minat kepada penyanyi pula mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan minat kepada lagu Melayu Nusantara. Begitu juga dengan minat kepada muzik, lagu Melayu dan lagu Nusantara dengan sikap dan cara mendapatkan maklumat muzik dan lagu Melayu. Minat terhadap muzik dan lagu Melayu juga mempunyai perhubungan positif yang signifikan dengan minat terhadap lagu Melayu Nusantara. Pengguna perempuan lebih meminati penyanyi kerana kemerduan suara berbanding kejelitaan atau ketampanan penyanyi, sebaliknya bagi pengguna lelaki. Untuk itu, syarikat rakaman perlu mengatur strategi pemasaran yang menekankan promosi yang strategik bagi memenangi golongan pengguna belia kaum lain selain pengguna Melayu.

## Abstract

The aim of this study is to identify the characteristics that are outstanding in the youth of today towards the special kind of music and songs that are generally referred to as '*lagu Melayu Nusantara*'. The factors that influence the attraction of the youth of today towards this kind of music is given prominence. These factors are as follows, ( i ) the existence of forces that attract these youth to this particular kind of music, ( ii ) the singer presenting the song and finally, ( iii ) the lyrics of the song that captivates the youth. In my study, I have used a total of 320 youths, out of which 179 were upper secondary school students, 59 were undergraduates of the University of Malaya and 82 were working youths. This total number of people were chosen as samples for my study under the scheme which is referred to as Quota Sampling. The feedback pertaining to this study was obtained through the use of structured questionnaires which were prepared by the person conducting this study. This data was then analysed by using the Statistical Package for Social Science (SPSS) for MS Window Release 8.0 programme. The study revealed that the Malay consumer is attracted to the music and songs that are not only in the Malay language but also those that are classified under '*lagu Melayu Nusantara*'. The same goes for the attitude and methods used by them in gaining access to information regarding the Malay music and the '*lagu Melayu Nusantara*'. The same can be said for their interest in the music, the Malay songs and in the '*lagu Melayu Nusantara*', where the attitude of the youth goes hand-in-hand with the methods they employ in obtaining further information about the music and the Malay songs. The interests that has captivated the youth towards Malay songs are positive and significant and are in line with the interests in the '*lagu Melayu Nusantara*'. In the case of the female youth, their attraction to the singer is influenced by the soothing and melodious voice of the said singer and not based on the beauty or good looks of the singer. The opposite is true in the case of the males. The role of the recording companies in the promotion of these songs must not only be geared towards the youth in the Malay community, but to the youths of all races.

## PENGHARGAAN

Dengan penuh takzim, saya panjatkan kesyukuran ke hadrat illahi kerana dengan izin dan takdirnya saya dapat menyiapkan kertas projek ini. Rasa terhutang budi dan terima kasih tidak terhingga saya tujukan kepada Profesor Madya Dr. Fazilah Bt Abd. Samad selaku penyelia saya. Bimbingan, tunjuk ajar, panduan dan tiupan semangat daripada beliau adalah penggerak utama; semoga sentiasa dalam lindungannya. Penghargaan dan terima kasih juga kepada semua pensyarah yang terlibat secara langsung dengan program Sarjana Pengurusan UM – IAB - ilmu dan jasa kalian akan dipergunakan sebaiknya serta dikenang hingga ke akhir masa.

Juga terima kasih yang tidak bertepi kepada Kementerian Pendidikan yang menghadihkan biasiswa sepanjang pengajian, Jabatan Pendidikan Negeri Selangor, Pejabat Pendidikan Daerah Petaling, Pengetua-Pengetua Sekolah – (SMKBS, SMKKJ, SMKS, SMKTS & SMK. Sek. 9) dan pelajar-pelajar terlibat yang telah memberi kerjasama sepenuhnya kepada saya. Tidak dilupakan para pengurus jualan, penyelia kilang, jurujual, staf Telekom, staf SMS dan seluruh warga industri yang menghulurkan sumbangan bermakna buat saya melengkapkan kertas projek ini.

Kalungan istimewa buat M. Nasir, Huzz, Pn. Rohani (BMG) sekeluarga, Iris D'Cruz dan Amir sekeluarga, Boy, Nab, Akmal, Yan, Jas & suami, Tn. Hj. Abd. Fatah, Norli, Pn. Lee, Kak Fadzi & suami, Ida & Ibu Jah sekeluarga, rakan-rakan Millinieum Cohort dan warga SMKBS terutamanya guru-guru sesi petang- dorongan dan budi kalian tiada tandingan; tersimpul mati di sudut hati.

## TERISTIMEWA

Suami tercinta - Shafie Ismail;

Izinmu melorongkan kekuatanku.

Allahyarham ayahndaku - Muhammad Othman;

Impian ayahnda kugapai jua akhirnya.

Bondaku - Kelthom Abu Bakar;

Ketabahanmu mencetus inspirasiku.

Adik-adikku ;

Iza, Ida, Yie, Pok ;

Kita kini hanya berlima....pemergian Pok Su amat  
terkesan; namun punya rahsia tersendiri.....  
Relakanlah.....Alfatihah.....

Anak-anakku ;

Kak Yo, Kak Tie, Ayu, Erra, Syafiq & Iqa;  
Ingatlah.....ilmu itu penyuluh diri, kejar ia walau  
di mana.....

# KANDUNGAN

Muka Surat

ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
PENGHARGAAN.....	iv
ISI KANDUNGAN.....	vi
SENARAI JADUAL.....	viii
SENARAI RAJAH.....	x
<b>BAB</b>	
<b>I</b>	<b>PENDAHULUAN..... 1</b>
1.1	Pengenalan..... 1
1.2	Pernyataan Masalah..... 2
1.3	Objektif Kajian..... 3
1.4	Skop Kajian..... 4
1.5	Kepentingan Kajian..... 4
1.6	Organisasi Laporan Kertas Projek..... 5
<b>II</b>	<b>DEFINISI KONSEP DAN KAJIAN LITERATUR..... 7</b>
2.0	Pengenalan..... 7
2.1	Definisi Konsep..... 8
2.1.1	Konsep Tingkah Laku..... 8
2.1.2	Konsep Pengguna..... 10
2.1.3	Konsep Tingkah Laku Pengguna..... 11
2.1.4	Konsep Belia..... 13
2.1.5	Konsep Muzik..... 16
2.1.6	Konsep Lagu Melayu Nusantara..... 18
2.2	Ulasan Kajian Lalu..... 22
<b>III</b>	<b>METODOLOGI KAJIAN..... 30</b>
3.0	Pengenalan..... 30
3.1	Hipotesis Kajian..... 30
3.2	Reka Bentuk Kajian..... 32
3.3	Kawasan dan Populasi Kajian..... 33
3.4	Persampelan..... 33
3.5	Alatan Kajian..... 34

3.6	Prosedur Kajian.....	35
	3.6.1 Kajian Rintis.....	35
	3.6.2 Pengumpulan dan Pentadbiran Data.....	37
3.7	Menganalisis Data & Menguji Hipotesis.....	39
	3.7.1 Profil Demografi Responden.....	39
	3.7.2 Ujian Hipotesis – Analisis <i>Cross-tabulation</i> , Ujian <i>T-Test</i> dan ‘ANOVA’ Sehal.....	40
	3.7.3 Analisis Kolerasi.....	40
	3.7.4 Model Regresi Mudah.....	40
<b>IV</b>	<b>ANALISIS DATA.....</b>	<b>41</b>
4.0	Pengenalan.....	41
4.1	Ciri Demografi Responden.....	41
4.2	Minat Responden Terhadap Muzik, Lagu Melayu dan Lagu Nusantara.....	50
4.3	Analisis <i>Crosstabulation</i> .....	54
4.4	Ujian <i>T-Test</i> .....	56
4.5	Analisis ‘ANOVA’ Sehal.....	59
4.6	Analisis Kolerasi.....	74
4.7	Analisis Regresi Mudah.....	79
<b>V</b>	<b>KESIMPULAN DAN CADANGAN.....</b>	<b>86</b>
5.0	Pengenalan.....	86
5.1	Ringkasan Hasil Kajian.....	86
5.3	Batasan Kajian.....	88
5.4	Cadangan Kepada Pemasar Industri Muzik.....	89
5.5	Cadangan Kepada Pengkaji Akan Datang.....	90
5.6	Kesimpulan.....	91
<b>LAMPIRAN</b>	<b>A</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	<b>B</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	<b>C</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	<b>D</b>	

## SENARAI JADUAL

JADUAL		MUKA SURAT
1	Jumlah Sampel Mengikut Kaum.....	34
2	Taburan Responden Mengikut Jantina.....	42
3	Taburan Responden Mengikut Umur.....	42
4	Taburan Kekkerapan Bangsa Responden.....	43
5	Taburan Kekkerapan Status Responden.....	44
6	Taburan Kelayakan Akademik Tertinggi.....	44
7	Taburan Kekkerapan Pendapatan Responden...	45
8	Taburan Kekkerapan Jumlah Radio/Hi-fi dan Walkman.....	46
9	Taburan Kekkerapan Jumlah TV / Astro.....	47
10	Taburan Kekkerapan Jumlah Alat Perakam Video.....	48
11	Taburan Kekkerapan Jumlah VCD / DVD.....	48
12	Taburan Kekkerapan Jumlah Komputer.....	49
13	Taburan Kekkerapan Jumlah Komputer Ber- Berinternet.....	50
14	Taburan Kekkerapan Minat Responden Ter- hadap Muzik dan Lagu Melayu.....	51
15	Taburan Kekkerapan Minat Responden Ter- hadap Lagu Melayu Nusantara.....	52
16	Taburan Kekkerapan Minat Responden Ter- hadap Penyanyi.....	52
17	Taburan Kekkerapan Sikap dan Cara Men- dapat Maklumat Muzik.....	53
18	<i>Crosstabulation</i> - Bangsa dan Minat Ter- hadap Muzik dan Lagu Melayu.....	55
19	<i>Crosstabulation</i> - Bangsa dan Sikap / Cara Dpt.Maklumat Muzik, Lagu Melayu /Nusantara...	56



20	<i>T-Test</i> – Jantina & Minat Terhadap Penyanyi.....	57
21	Analisis 'ANOVA' Sehalala antara Kaum dan Minat Penyanyi Lagu Melayu & Nusantara.....	59
22	'ANOVA' - Kaum dan Minat Lagu Nusantara.....	61
23	'ANOVA' – Umur dan Minat Lagu Nusantara.....	67
24	'ANOVA' - Kaum dan Pemahaman Lirik Lagu Nusantara.....	73
25	Analisis Kolerasi di antara Minat Muzik dan Lagu Melayu, Lagu Nusantara, Penyanyi dan Sikap / Cara Dapat Maklumat Muzik & Lagu Melayu.....	75
26	Analisis Kolerasi di antara Minat Lagu Nusantara dengan jumlah alat komunikasi.....	78
27	Model Regresi Pembolehubah.....	80
28	Model Regresi ' <i>Stepwise</i> '.....	83

# SENARAI RAJAH

RAJAH	MUKA SURAT
1	An Organizing Model of Consumer Behavior..... 12