

BAB 5

KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.0 Pengenalan

Bab ini akan merumuskan secara keseluruhan kajian termasuk batasan kajian dan juga cadangan-cadangan yang perlu diketengahkan terutama kepada para pemasar di dalam industri muzik dan juga pengkaji-pengkaji di masa akan datang.

5.1 Ringkasan Hasil Kajian

Hasil kajian mendapati responden perempuan melebihi responden lelaki sebanyak 20.6 peratus. Hal ini sedikit sebanyak mempengaruhi hasil daripada kajian yang dilakukan. Walaupun begitu, '*Quota Sampling*' yang dibuat mencerminkan gambaran sebenar apabila pengguna kaum Melayu (66.7%) mendahului kaum lain dalam aspek minat kepada muzik dan lagu Melayu. Hal ini menyebabkan hipotesis yang dibentuk terpaksa ditolak.

Begitu juga dengan peratusan yang meminati lagu Melayu Nusantara. Pengguna kaum Melayu paling ramai meminati lagu Melayu Nusantara iaitu sebanyak 60.0 peratus berbanding pengguna Cina dan India. Oleh itu, hipotesis yang dibentuk juga ditolak.

Bagi analisis yang membandingkan jantina dengan minat kepada penyanyi, didapati dua item memberikan perbezaan yang signifikan pada nilai 0.000 (V017) dan 0.027 (V018) iaitu lebih kecil daripada nilai Alpha 0.05. Ini bermakna hipotesis yang dibentuk bagi kedua-dua item ditolak. Gambaran yang jelas daripada hasil kajian ini menunjukkan pengguna perempuan

lebih realistik dalam meminati penyanyi berbanding pengguna lelaki yang lebih menjurus kepada penampilan penyanyi.

Keadaan sebaliknya berlaku dalam aspek minat kepada penyanyi lagu Nusantara (item V045 dan V046) apabila kedua-dua pengguna lelaki dan perempuan mempunyai persamaan pendapat. Untuk itu, hipotesis yang dibentuk diterima. Ini kerana nilai signifikan adalah lebih besar daripada nilai Alpha dan tidak wujud perbezaan yang signifikan. Jadi boleh dikatakan bahawa jantina tidak mempengaruhi minat kepada penyanyi lagu Nusantara.

Analisis kolerasi pula menunjukkan wujud perhubungan yang kuat di antara minat kepada penyanyi dengan minat kepada lagu Melayu Nusantara; sikap - cara mendapat maklumat melalui media massa dengan minat terhadap muzik dan lagu Melayu; sikap - cara mendapat maklumat melalui media massa dengan minat lagu Nusantara; dan akhir sekali minat terhadap muzik dan lagu Melayu dengan pendapatan pengguna.

Analisis kolerasi antara minat lagu Nusantara dengan alat-alat komunikasi di rumah pula menunjukkan perhubungan negatif yang tidak signifikan. Ini menggambarkan bahawa jumlah alat komunikasi yang ada di rumah pengguna tidak mempengaruhi minat mereka terhadap lagu Melayu Nusantara.

Hasil daripada persamaan Model Regresi Mudah Pembolehubah pula menunjukkan minat terhadap lagu Nusantara mempunyai hubungan positif dengan bangsa, umur dan pendapatan. Keadaan sebaliknya berlaku dengan jantina, status perkahwinan dan sijil pengguna yang berhubungan secara negatif dengan minat lagu Nusantara. Apabila digunakan Model Regresi 'Stepwise' hanya pembolehubah bangsa sahaja diterima. Oleh

itu, bangsa mempunyai hubungan dan memberi kesan kepada pembolehubah bebas iaitu minat terhadap lagu Nusantara.

Keseluruhan hasil kajian menunjukkan pengguna kaum Melayu mengatasi kaum Cina dan India dalam meminati lagu Melayu dan Nusantara. Pengguna lelaki pula lebih meminati penyanyi secara umum tanpa meneliti kekuatan lagu yang didendangkan. Namun begitu, hasil kajian akan lebih memberi hasil yang terbaik sekiranya pengkaji tidak dibatasi dengan pelbagai konstren.

5.2 Batasan Kajian

Kajian ini dibuat dalam tempoh masa yang amat terhad iaitu dalam masa satu tahun. Oleh kerana kekangan masa, kajian terpaksa tertumpu kepada pengagihan borang soal selidik kepada responden dalam bentuk kumpulan iaitu pelajar sekolah menengah atas kerana ia lebih praktikal.

Kekangan masa juga menyebabkan proses memasukkan data kajian dibuat sendiri oleh pengkaji secara berperingkat hingga ke saat akhir. Masalah kurangnya kerjasama di kalangan pelajar-pelajar Universiti Malaya sendiri menyebabkan kutipan data responden golongan ini tidak menepati kehendak asal kajian iaitu 100 orang.

Kajian hanya terhad kepada pengguna belia kawasan bandar sahaja terutama di sekitar daerah Petaling Jaya dan Shah Alam. Ini untuk memudahkan proses pengumpulan data yang dibuat sendiri oleh pengkaji. Jadi, ia tidak menggambarkan minat, sikap dan pendapat pengguna belia secara keseluruhan. Kajian akan lebih memberikan hasil yang lebih tepat dan menyeluruh sekiranya liputan melibatkan semua belia lingkungan umur 16 hingga 30 tahun di seluruh Malaysia tidak kira di bandar ataupun luar bandar.

5.3 Cadangan – Cadangan Kepada Pemasar Industri Muzik

- 5.3.1 Perkara utama yang perlu diambil perhatian oleh pihak syarikat rakaman yang mengendalikan penyanyi-penyanyi lagu Melayu Nusantara ialah promosi meluas berkenaan konsep lagu tersebut. Pihak syarikat perlu yakin dan tidak lokek mengeluarkan belanja terutama menaja slot-slot siri drama Cina dan juga cerita-cerita Barat jika ingin menarik kaum lain selain kaum Melayu mendekati dan membeli album-album penyanyi Nusantara. Hal ini perlu kerana pengguna belia tidak begitu mengetahui berkenaan lagu Melayu Nusantara dan perlu diberi penjelasan terlebih dahulu.
- 5.3.2 Pihak syarikat juga perlu memperluaskan laman web mereka dengan memuatkan secara ringkas asal usul muzik Melayu Nusantara dan konsep yang dibawakan oleh penyanyi di bawah naungan mereka. Hal ini tidak sukar untuk dilaksanakan dan pasti akan dilawati oleh sesiapa sahaja yang suka melayari Internet pada waktu lapang mereka.
- 5.3.3 Satu perkara yang paling sukar untuk diatasi oleh syarikat rakaman ialah wujudnya golongan 'cetak rompak' yang mengaut keuntungan tinggi. Hal ini berlaku kerana harga kaset atau 'compact disc' (CD) yang mahal berbanding harga kaset dan CD cetak rompak. Perbezaan harga yang amat jauh ini menyebabkan penggemar muzik lebih suka membeli yang cetak rompak kerana hasilnya lebih kurang sama dengan yang asli. Perkara ini telah terlalu lama dibincangkan namun masih di takuk lama. Perlu ada satu kaedah promosi berkembar seperti; beli kaset atau CD yang asli penyanyi lagu Nusantara akan mendapat satu tiket eksklusif untuk menonton persembahan penyanyi tersebut secara 'live'. Ini bermakna persembahan itu diadakan khas untuk mereka dan tiada jualan tiket

dibuat (pastikan tiket-tiket diletakkan secara rahsia di dalam kaset atau CD dan hanya diumumkan setelah album diedarkan di pasaran). Langkah-langkah keselamatan tiket perlu diambil kira kerana di mana saja akan berlaku penipuan.

5.3.4 Selain itu, penyanyi juga perlu rajin 'turun padang' terutama pertunjukan-pertunjukan amal. Di samping menyanyi, mereka boleh menyampaikan secara langsung serba sedikit konsep muzik dan lagu yang disampaikan. Rasanya zaman memaklumkan kepada pendengar dan penonton siapa pencipta lagu, penulis lirik dan penerbit album sudah tidak sesuai lagi di zaman serba bermaklumat kini. Penyanyi kini perlu lebih bersedia dan mengetahui rahsia muzik dan lagu yang dinyanyikan. Mereka perlu lebih berinformasi dan menyampaikan secara sepintas lalu sebelum menyanyi. Hal ini memerlukan penyanyi bijak berkomunikasi dengan penonton dan pendengar, bukan sekadar bertanya khabar – idea basi yang tidak serasi pada zaman siber ini.

5.3.5 Akhirnya, pengurus-pengurus promosi syarikat rakaman perlu mempunyai ilmu pengurusan yang strategik untuk memasarkan album-album artis naungan syarikat. Kaedah pengurusan strategik dan lain daripada syarikat pesaing mampu 'menjual' nama artis, syarikat rakaman dan sekaligus melariskan album artis.

5.4 Cadangan – Cadangan Kepada Pengkaji Akan Datang.

5.4.1 Sekiranya kajian serupa ingin dibuat pada masa akan datang, adalah dicadangkan agar ia dilakukan di kalangan belia berumur 25 tahun hingga 45 tahun kerana dikira telah mempunyai pendapatan sendiri dan mampu mengagihkan wang untuk hiburan

sama ada membeli kaset, 'CD' atau ke konsert-konsert yang dianjurkan.

- 5.4.2 Kajian yang serupa dicadangkan dibuat di kalangan belia luar bandar untuk melihat perbezaan minat mereka terhadap lagu Melayu dan Nusantara dan bagaimana 'taksu' dan minat mereka kepada penyanyi lagu Melayu dan Nusantara yang menjadi pujaan.
- 5.4.3 Selain itu, perubahan boleh dibuat dalam proses pengumpulan data. Selain menggunakan soal selidik, temuduga melalui telefon dengan beberapa soalan utama yang penting adalah bersesuaian bagi memantapkan lagi hasil kajian.
- 5.4.4 Satu lagi kaedah membuat soal selidik secara meluas ialah dengan mengiklankan dalam suratkhbar harian selama seminggu berturut-turut dengan menawarkan hadiah menarik melalui cabutan bertuah jika mengisi dan mengembalikan borang soal selidik. Cara ini melibatkan kos yang tinggi untuk ruang iklan suratkhbar dan juga hadiah cabutan bertuah. Namun begitu, ia tidak mustahil jika mendapat sokongan kewangan daripada syarikat rakaman yang sememangnya mudah mendapat penaja.

5.5 Kesimpulan

Sebagai penutup, kajian mendapati wujud pengguna di kalangan belia yang meminati muzik dan lagu Melayu khususnya belia Melayu. Belia yang telah bekerja sanggup mengeluarkan duit sendiri untuk membeli album-album penyanyi lagu Melayu dan lagu Melayu Nusantara kesukaan mereka. Nyatalah faktor pendapatan turut memberi sumbangan kepada minat kepada muzik. Di samping itu, didapati juga pengguna belia tidak begitu mementingkan berita mengenai muzik Melayu kerana lebih

terdorong untuk mengulangkaji pelajaran khasnya responden sekolah menengah dan pelajar universiti. Selain itu, faktor jumlah alat komunikasi yang ada di rumah tidak menyumbang kepada minat belia terhadap muzik dan lagu Melayu dan lagu Melayu Nusantara. Alat tersebut hanya menjadi halwa telinga sesekali di waktu lapang atau ketika berkumpul dengan keluarga. Apa yang nyata, tiada tumpuan khas kepada berita berkenaan muzik dan lagu Melayu serta lagu Melayu Nusantara menjadikan tahap ketidakfahaman belia terhadap konsepnya adalah tinggi; apatah lagi untuk memahami lirik-lirik lagu Nusantara. Bagi mereka, lagu Melayu Nusantara terlalu asing dan jarang didengar.