

Sifat dan motivasi penontonan filem dalam kalangan penonton filem di Malaysia

Abstrak

Bilangan penontonan filem khususnya penontonan di pawagam di Malaysia telah meningkat dengan pesat sekali. Misalnya pada tahun 2005, bilangan penontonan filem di pawagam mencecah angka 25.92 juta dan, pada tahun 2014, bilangan ini telah meningkat lebih dari sekali ganda iaitu, kepada 61.80 juta (www.finans.gov.my). Terdapat banyak faktor yang menyumbang kepada peningkatan bilangan penontonan filem di Malaysia. Antaranya ialah faktor kepesatan kemajuan industri perfileman sejagat, perubahan gaya hidup masyarakat dan pertumbuhan pesat ekonomi negara yang menyumbang kepada peningkatan keupayaan berbelanja khususnya untuk aktiviti hiburan dalam kalangan penduduk di Malaysia. Bagi tujuan pemasaran filem khususnya filem tempatan, adalah penting untuk mengetahui dan mengambilkira sifat dan motivasi penontonan filem dalam kalangan penonton. Sehubungan itu, artikel ini bertujuan untuk mengenalpasti dan menilai sifat dan motivasi penontonan filem di Malaysia dengan memberi fokus kepada perbezaan dan persamaannya di antara penonton filem tegar dan penonton filem tidak tegar. Dua persoalan utama yang ingin dikupas melalui artikel ini. Pertama, adakah wujud perbezaan kecenderungan sifat dan motivasi penontonan di antara kumpulan responden yang dikaji? Kedua, sekiranya ada, apakah implikasinya kepada pemasaran industri filem tempatan? Borang soal selidik digunakan sebagai instrumen kajian. Sebanyak 1337 borang soal selidik telah berjaya diedarkan dalam kalangan pengunjung pawagam yang dipilih secara rawak di tujuh bandar iaitu, Kota Kinabalu, Kuching, Johor Bahru, Kuala Lumpur, Klang, Kuantan dan Alor Setar. Dapatan kajian mendapati, perbezaan sifat dan motivasi penontonan filem yang ketara di antara kumpulan responden yang dikaji adalah dalam tiga aspek iaitu medium penontonan, faktor dorongan penontonan dan jenis filem yang diminati.