

**LANDSKAP STRUKTUR PERNIAGAAN DAN
PEMASARAN SABAH FILEM
PRODUCTION**



AYOB BIN TABRI

UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

**PERPUSTAKAAN
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH**

**FAKULTI KEMANUSIAAN SENI DAN WARISAN
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH
2020**

**LANDSKAP STRUKTUR PERNIAGAAN DAN
PEMASARAN SABAH FILEM
PRODUCTION**

AYOB BIN TABRI



**PERPUSTAKAAN
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH**

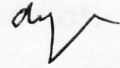
**TESIS INI DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI
SYARAT MEMPEROLEH IJAZAH DOKTOR
FALSAFAH**

**FAKULTI KEMANUSIAAN SENI DAN WARISAN
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH
2020**

PENGAKUAN

Saya mengaku bahawa tesis kedoktoran ini merupakan hasil usaha dan kerja saya sendiri, melainkan petikan dan ringkasan yang setiap satunya saya telah jelaskan sumbernya.

26 Disember 2018



Ayob Bin Tabri

PC1211006T



UMMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

PENGESAHAN

NAMA : **AYOB BIN TABRI**
NO MATRIK : **PC1211006T**
TAJUK : **LANDSKAP STRUKTUR PERNIAGAAN DAN
PEMASARAN SABAH FILEM PRODUCTION**
IJAZAH : **DOKTOR FALSAFAH
(SENI KREATIF)**
TARIKH VIVA : **12 FEBRUARI 2019**

DISAHKAN OLEH ;

PENYELIA

Prof. Madya Dr. Zairul Anuar bin Md. Dawam

Tandatangan



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

.....

PENGHARGAAN

Pertama kali penulis ingin merakamkan penghargaan jutaan terima kasih kepada penyelia dalam kajian ini Prof Madya Dr Zairul Anuar Md Dawam yang telah memberi bimbingan dan tunjuk ajar dalam menghasilkan kajian ini. Penulis juga ingin merakamkan ucapan terima kasih kepada kepada informan dalam kajian ini yang telah memberi kerjasama terutamanya kepada Deddy M. Borhan dan lain-lain informan seperti Yusof Haslam, Allahyarham Aziz Sattar, Zahran Ibrahim, Ogy Ahmad Daud, M. Nasir dan Rubiah Suparman. Akhir sekali, penulis ingin merakamkan ucapan terima kasih kepada ahli keluarga penulis iaitu isteri Imah dan anak Ikin yang telah memberi galakan dan bantuan dalam menjayakan kajian ini.

Ayob Bin Tabri
28 Disember 2018



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

ABSTRAK

Kajian ini mengkaji Landskap Struktur Perniagaan dan Pemasaran Sabah Filem Production. Pemilihan Sabah Filem Production sebagai bahan kajian kerana kemunculannya pada tahun 1975 dengan filem Keluarga Si Chomat (Aziz Sattar, 1975) telah mengubah selera penonton tempatan kepada filem Melayu yang sebelum ini mengalami kemerosotan dan masalah kurang sambutan daripada penonton. Kemunculan Sabah Filem Production telah mengubah sistem perniagaan studio kepada sistem perniagaan filem secara bebas serta sekaligus telah mengubah bentuk perniagaan dan strategi pemasaran filem Melayu tahun 1970-an hingga 1980-an yang menjadi asas kepada perubahan industri perfileman hari ini. Kajian ini juga meliputi sistem perniagaan filem yang melibatkan proses pembikinan, pengedaran dan penayangan yang dilakukan oleh Sabah Filem Production. Pendekatan yang digunakan bagi menyelesaikan masalah kepada kajian ini, pengkaji membangunkan soalan-soalan kajian bagi mengkaji bagaimanakah bentuk struktur perniagaan, strategi pemasaran, proses pembikinan filem, sistem pengedaran dan penayangannya yang dilakukan oleh Sabah Filem Production. Bagi membina kerangka teoritikal, pengkaji menggunakan pendekatan teori struktur organisasi perniagaan oleh Ian Worthington dan Chris Briton, teori pemasaran produk oleh Kotler dan Amstrong, teori perbezaan produk (product differentiation) oleh Nickels dan teori penyusunan semula produk (product repositioning) oleh Berkowitch. Bagi mendapatkan maklumat kajian ini, pengkaji menggunakan data primer yang diperolehi melalui informan terdiri daripada Deddy M. Borhan, pemilik Sabah Film Production, pengarah dan produser Yusof Haslam, pengarah Aziz Sattar, Zahran Ibrahim, pemilik Indra Film & Distribution Sdn Bhd, M. Nasir, komposer muzik, pelakon Ogy Ahmad Daud dan Rubiah Suparman. Data sekunder pula diperolehi melalui buku, jurnal, Suruhanjaya Syarikat Malaysia, majalah, akhbar, internet dan televisyen. Implikasi kajian ini dapat memberi fakta akan kepentingan strategi pemasaran bagi memastikan filem-filem yang dihasilkan mendapat sambutan daripada penonton dan mendapat kutipan box-office yang tinggi di pawagam. Produser hari ini atau bakal produser dan para pelajar boleh mencontohi dan mengaplikasikan model baharu strategi pemasaran filem oleh Sabah Filem Production seperti pembangunan produk baharu (new development product), perbezaan product (product differentiation) dan penyusunan semula produk (product repositioning) dalam menyusun strategi pemasaran bagi memastikan filem yang dihasilkan mendapat sambutan penonton dan berjaya mendapat kutipan box-office yang tinggi di pawagam.

ABSTRACT

LANDSCAPE OF BUSINESS STRUCTURE AND MARKETING OF SABAH FILM PRODUCTION

This study examines the Landscape Structure of Business and Marketing of Sabah Film Production. The selection of Sabah Film Production as the tool in the study was due to the debut in 1975 with Si Chomat (Aziz Sattar, 1975) had changed the locals' preference from an atrocious experience based on the previous movies due to the unsuccessful and less support from the audience. The emergence of Sabah Film Production had changed from a studio business system to a film business system publicly and thus transformed the business and marketing movie strategy from 1970s until 1980s which now has become the basis in the current film industry. This study also covers the business system which implicates the process of film making, distributions and shows made by Sabah Film Production. The approach used to resolve the problem in this study, requires the researchers to cultivate research questions to examine the business configuration, marketing strategies, film making process, distribution methods as well as the exhibitions by the Sabah Film Production. In constructing a theoretical framework, researchers use theoretical approach to organizational business structure by Ian Worthington and Chris Britons, product marketing theory by Kotler and Armstrong, theoretical differences of products (product differentiation) by Nickels and theoretical reconstruction of products (product repositioning) by Berkowitch. To assemble the details on this study, researchers use primary data which obtained from the informants directly comprising Deddy M. Borhan, the owner of Sabah Film Production, the Yusof Haslam, Director and producer, Aziz Sattar the director, Zahran Ibrahim, the owner of Indra Film Production & Distribution Sdn Bhd, M. Nasir, music composer, actors; Ogy Ahmad Daud and Rubiah Suparman. While the secondary data is acquired through books, journals, the companies Commission of Malaysia, magazines, newspaper, internet and television. The implications of this study aids to the importance facts of marketing strategies to ensure the films produced will be acknowledged and get through the top box-office movie list with astounding collection at the cinema. The current and future producers and students can emulate and apply the new model of film marketing strategies by Sabah Film Production such as development of new products (new product development), differences of products (product differentiation) and the rearrangement of products (product repositioning) in marketing strategies to ensure the films are greatly accepted by the audience and able to obtain the box-office cinema collection.

ISI KANDUNGAN

	Halaman	
TAJUK	i	
PENGAKUAN	ii	
PENGESAHAN	iii	
PENGHARGAAN	iv	
ABSTRAK	v	
<i>ABSTRACT</i>	vi	
SENARAI KANDUNGAN	vii	
SENARAI JADUAL	xi	
SENARAI RAJAH	xii	
SENARAI SINGKATAN	xiv	
SENARAI LAMPIRAN	xv	
BAB 1 : PENGENALAN		
1.1	Pendahuluan	1
1.2	Latar Belakang Kajian	4
1.3	Pernyataan Masalah	7
1.4	Objektif Kajian	7
1.5	Skop dan limitasi kajian	7
1.6	Kepentingan kajian	8
1.7	Definisi operasi	9
1.7.1	Kutipan Box-office	9
1.7.2	Filem Melayu	10
1.7.3	Promosi	10
1.7.4	Publisiti	11
1.7.5	Pengiklanan	12
1.7.6	Produser	12
1.7.7	Genre	12
1.7.8	Runut Bunyi (Soundtrack)	13
1.7.9	Poster Filem	14
1.7.10	Filem Trailer	14
1.7.11	Filem	14
1.7.12	Industri Filem	15

1.7.13	Konsep Perniagaan	15
1.7.14	Struktur Perniagaan Filem	15
1.7.15	Strategi	16
1.7.16	Strategi Pemasaran	16
1.7.17	Teori Struktur Perniagaan Ian Worthington dan Chris Briton	17
1.7.18	Teori Produk Kotler dan Amstrong	17
1.7.19	Teori Penyusunan Semula Produk (Product Repositioning)	18
1.7.20	Teori Perbezaan Produk (Product Differentiation)	18
1.7.21	Teori Lini Produk (Product Line)	19
1.7.22	Teori Campuran Promosi (Promotion Mix)	19
1.8	Kesimpulan	19

BAB 2 : SOROTAN LITERATUR

2.1	Pendahuluan	20
2.1.2	Konsep dan Definisi Perniagaan	20
2.2	Struktur Perniagaan	22
2.2.1	Definisi Struktur Perniagaan	22
2.2.2	Bentuk Perniagaan	22
2.3	Struktur Organisasi	23
2.3.1	Definisi Struktur Organisasi	23
2.3.2	Jenis Struktur Organisasi Perniagaan	24
2.3.3	Faktor-Faktor Perubahan Struktur Organisasi	38
2.3.4	Kepentingan Struktur Perniagaan	39
2.4	Struktur Industri Filem Di Malaysia	40
2.4.1	perkembangan industri perkembangan filem Melayu	40
2.4.2	Kategori Kumpulan Produser Filem Bebas	45
2.4.3	Masalah Yang dihadapi Produser Filem Bebas	46
2.4.4	Pengedaran Filem dan Penayangan	51
2.5	Bentuk Perniagaan Filem Di Malaysia	53
2.5.1	Struktur Syarikat Filem Bebas	63
2.5.2	Syarikat Filem Bebas Bumiputera (Selepas Pasca Studio)	66
2.5.3	Perniagaan Filem	68
2.5.4	Organisasi Filem Milik kerajaan	70
2.6	Pemasaran Filem	73
2.6.1	Konsep dan Definisi Pemasaran	73
2.6.2	Definisi Pemasaran Filem	76

2.6.3	Fungsi Pemasaran	77
2.6.4	Strategi Pemasaran	78
2.7	Campuran Pemasaran	79
2.7.1	Penambahan Elemen Campuran Pemasaran 4 P	81
2.7.2	Elemen Campuran Pemasaran	82
2.7.3	Campuran Pemasaran Filem	88
2.8	Kajian Terhadap Perfileman Melayu	144
2.9	Kerangka Teoritikal	147
2.9.1	Teori Struktur Organisasi Perniagaan	147
2.9.2	Teori Campuran Pemasaran Filem 4 P Mc Carthy	148
2.9.3	Strategi Campuran Promosi (Promotion Mix)	151
2.10	Kesimpulan	151

BAB 3 : METODOLOGI KAJIAN

3.1	Kerangka Teoritikal	152
3.1.1	Teori Struktur Perniagaan	152
3.1.2	Teori Campuran Pemasaran Filem 4 P Mc Carthy	153
3.2	Metodologi Kajian	156
3.2.1	Kaedah Kualitatif	156
3.3	Analisa Data Kualitatif	163
3.9	Kesimpulan	164

BAB 4 : MENGANALISIS LANDSKAP STRUKTUR PERNIAGAAN DAN PEMASARAN SABAH FILEM PRODUCTION (SFP)

4.1	Latarbelakang SFP	166
4.2	Struktur Organisasi Perniagaan	169
4.3	Aktiviti SFP	173
4.3.1	Pembikinan Filem	174
4.3.2	Proses Praproduksi, Produksi dan Pascaproduksi	187
4.3.3	Pengedaran	194
4.3.4	Lain-Lain Aktiviti Perniagaan	200
4.4	Strategi Pemasaran SFP	201
4.4.1	Strategi Harga	227
4.4.2	Strategi Tempat	230
4.4.3	Strategi Promosi	232
4.4.4	Promosi	233
4.5	Kesan Dari Hasil Strategi Pemasaran Pungutan Filem-Filem Terbitan	270

4.6	Rumusan	275
-----	---------	-----

BAB 5 : RUMUSAN DAN PENUTUP

5.1	Hasil Dapatan Kajian	278
5.1.1	Analisis Struktur Organisasi Perniagaan SFP	278
5.1.2	Strategi Pemasaran SFP	279
5.1.3	Model Perniagaan SFP	283
5.1.4	Cadangan Kajian Masa Hadapan	284
5.2	Penutup	286

BIBLIOGRAFI	287
--------------------	-----

LAMPIRAN	300
-----------------	-----



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

SENARAI JADUAL

	Halaman
Jadual 4.1 : Pembahagian Kos Mengikut Item Filem <i>Hapuslah Air Mata Mu</i>	182
Jadual 4.2 : Jumlah Bayaran Pelakon dan Komposer	185
Jadual 4.3 : Pemilihan Pengarah dan Pelakon Popular SFP	218
Jadual 4.4 : Genre Filem Terbitan SFP	224
Jadual 4.5 : Impak Ulasan Filem ke atas Pungutan Filem	244
Jadual 4.6 : Senarai Pungutan 17 Buah Filem Terbitan SFP	271



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

SENARAI RAJAH

Halaman

Rajah 2.1	: Struktur Mengikut Fungsi	25
Rajah 2.2	: Struktur Organisasi Produk Atau Perkhidmatan	27
Rajah 2.3	: Struktur Geografi	29
Rajah 2.4	: Struktur Matrik	31
Rajah 2.5	: Penyusunan Mengikut Struktur Hibrid	32
Rajah 2.6	: Struktur Garis	34
Rajah 2.7	: Struktur Garis dan Kakitangan	35
Rajah 2.8	: Evolusi Kedai Pakaian Fasa 1, 2, dan 3	38
Rajah 2.9	: Struktur Organisasi Sistem Studio	59
Rajah 2.10	: Pemahaman Pemasaran Dan Proses Pemasaran (Konsep Utama Pemasaran)	75
Rajah 2.11	: Elemen Empat P (The Four Ps)	80
Rajah 2.12	: Elemen Campuran Pemasaran 7S	81
Rajah 2.13	: Carta Aliran Proses Pembangunan Produk	84
Rajah 2.14	: Keratan Gambar ulasan TINA bagi filem Dendang Perantau (Jamil Sulong, 1979)	130
Rajah 2.15	: Keratan Gambar Ulasan Filem <i>Tuan Badul</i> (Jamil Sulong, 1979).	131
Rajah 3.1	: Kerangka Konseptual Penyelidikan SFP	156
Rajah 4.1	: Bekas bangunan pejabat Sabah Films Productions yang diduduki kedai serbaneka 7 eleven	168
Rajah 4.2	: Ahli Lembaga Pengarah SFP (a)(b)	169
Rajah 4.3	: Model Struktur Organisasi Perniagaan Sabah Filem Production	171
Rajah 4.4	: Aktiviti perniagaan SFP	174
Rajah 4.5	: Aspek Pengeluaran SFP	175

Rajah 4.6	: Keperluan Modal SFP	176
Rajah 4.7	: Pembahagian Kos Pembikinan Filem <i>Hapuslah Air Matamu</i>	180
Rajah 4.8	: Pembahagian Kos Filem <i>Azura</i>	181
Rajah 4.9	: Carta Pai Kos Pembikinan Filem <i>Hapuslah Air Matamu</i>	183
Rajah 4.10	: Proses Penilaian Skrip	190
Rajah 4.11	: Tahap-Tahap Produk	203
Rajah 4.12	: Model produk filem SFP	204
Rajah 4.13	: Model Pembangunan Produk Baru SFP	205
Rajah 4.14	: Penghasilan Idea Sabah Filem Production	206
Rajah 4.15	: Model <i>Product Repositioning</i> SFP	210
Rajah 4.16	: Model Perbezaan Produk (<i>Product Differentiation</i>) SFP	214
Rajah 4.17	: Bilangan Genre Filem Terbitan SFP	226
Rajah 4.18	: Model Strategi Promosi SFP	234
Rajah 4.19	: Deddy M. Borhan Menghargai <i>Press</i>	239
Rajah 4.20	: Jamal Abdillah dan Geng Motor Besar	240
Rajah 4.21	: Poster Filem <i>Pendekar</i>	260
Rajah 4.22	: Poster Filem <i>Kisah Seorang Biduan</i>	261
Rajah 4.23	: Poster Filem <i>Si Badul</i>	262
Rajah 4.24	: Poster Filem <i>Talak</i>	263
Rajah 4.25	: Poster Filem <i>Azura</i>	264
Rajah 4.26	: Poster Filem <i>Di Ambang Kasih</i>	265
Rajah 4.27	: Poster Filem <i>Pagar-Pagar Cinta</i>	266
Rajah 4.28	: Poster Filem <i>Si Jantung Hati</i>	267
Rajah 4.29	: Carta Kutipan Pungutan Filem 17 Buah Filem SFP Tahun 1975 hingga 1986.	274
Rajah 4.30	: Deddy M. Bohan Menerima Piala Keris dari Cathay Organization	277
Rajah 5.1	: Model Perniagaan SFP	284

SENARAI SINGKATAN

- ASTRO** - All-Asia Satellite Television and Radio
- GAFICO** - Gabungan Artis Film Company
- MIG** - Metrowealth International Group
- FINAS** - Perbadanan Kemajuan Filem Malaysia
- SFP** - Sabah Filem Production
- TV3** - Sistem Televisyen Malaysia Bhd
- PERFIMA** - Syarikat Perusahaan Fiem Malaysia



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

SENARAI SINGKATAN

- ASTRO** - All-Asia Satellite Television and Radio
- GAFICO** - Gabungan Artis Film Company
- MIG** - Metrowealth International Group
- FINAS** - Perbadanan Kemajuan Filem Malaysia
- SFP** - Sabah Filem Production
- TV3** - Sistem Televisyen Malaysia Bhd
- PERFIMA** - Syarikat Perusahaan Fiem Malaysia



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

SENARAI LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A : Soalan kajian	300
Lampiran B : Transkripsi Temu bual bersama Aziz Sattar	313
Lampiran C : Transkripsi Temu bual Bersama Deddy M. Borhan	317
Lampiran D : Transkripsi Temu bual Bersama Yusof Haslam	329
Lampiran E : Transkripsi Temu bual bersama Zahran Ibrahim	333
Lampiran F : Transkripsi Temu bual Bersama Mustapha A.R	336
Lampiran G : Transkripsi Temu bual Bersama Ogy Ahmad Daud	337
Lampiran H : Transkripsi Temu bual Bersama Rubiah Suparman	338
Lampiran I : Transkripsi Temu bual Bersama M. Nasir	340
Lampiran J : Resit dan Salinan SSM Bagi SFP	341



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Pengeluaran filem di Malaysia telah bermula sejak tahun 1933 semasa era penjajahan yang dimulakan oleh bakat asing. Filem tersebut berjudul *Laila Majnun* (B.S. Rajhans, 1933) yang diterbitkan oleh *Motilal Chemical Company*. Filem tersebut diarahkan oleh B.S. Rajhans yang merupakan sebuah filem adaptasi daripada Arab Parsi. Filem tersebut dibintangi oleh pelakon bangsawan seperti M. Suki dan Fatimah Jasmin (William van de Heide, 2002: 124). Kejayaan filem *Laila Majnun* (B.S. Rajhans, 1933) yang mendapat sambutan daripada penonton telah menarik minat Shaw Brothers untuk menceburi bidang pembikinan filem. Shaw Brothers yang diterajui oleh adik-beradik Shaw iaitu Run Run Shaw dan Runne Shaw telah menubuhkan studio perfileman yang dikenali Shaw Brothers pada tahun 1933 dan bermula era dalam sejarah industri perfileman Melayu.

Shaw Brothers melalui studio Malay Film Productions (MFP) di Jalan Ampas, Singapura mula aktif menerbitkan filem Melayu. Sebuah lagi syarikat perfileman iaitu Cathay-Keris mengikuti jejak langkah Shaw Brothers terlibat dalam pembikinan filem Melayu. Kedua-dua syarikat gergasi filem tersebut mengamalkan sistem studio atau monopoli dalam perniagaan filem. Kedua-dua syarikat iaitu Shaw Brothers dan Cathay-Keris menguasai ketiga aspek pembikinan filem iaitu pembikinan, pengedaran dan penayangan.

Melalui sistem studio perkembangan filem Melayu di Singapura pada tahun 1955 hingga 1965 telah berkembang pesat. Menurut Hatta (1997: 87) tempoh tersebut dikenali sebagai *Golden Era* bagi filem-filem Melayu. Filem-filem Melayu yang dihasilkan mendapat kutipan *box-office* yang tinggi. Kegemilangan filem Melayu yang beroperasi secara sistem studio di Singapura tidak kekal lama. Pada tahun

1967, Studio Jalan Ampas telah ditutup setelah beroperasi selama dua puluh tahun (Zeadi, 2012: 33) manakala studio Cathay-Keris telah ditutup operasinya pada tahun 1977 (Hassan, 2013, 75).

Menurut Zaedi (2012: 33), terdapat tiga sebab utama berlaku kemerosotan filem Melayu pada era studio. Pertamanya kerana kemunculan televisyen hitam putih sebagai hiburan alternatif, keduanya kemasukan filem asing yang mempunyai gambar berwarna seperti dari Indonesia, Hong Kong dan Hollywood dan ketiganya kerana penghijrahan P. Ramlee dari studio Jalan Ampas ke Studio Merdeka Ulu Klang yang menjadi punca kejatuhan filem Melayu di Singapura sebagai pusat perfileman.

Selepas penutupan dua buah studio tersebut, industri filem Melayu telah berpindah ke Kuala Lumpur. Studio Merdeka yang ditubuhkan pada tahun 1961 oleh Shaw Organization telah menjadi pusat baharu perniagaan filem Melayu ketika itu. Dari segi struktur perniagaan filem telah berubah. Studio Merdeka tidak lagi mengamalkan sistem perniagaan studio sepenuhnya. Walaupun begitu, Studio Merdeka masih mengawal sepenuhnya perniagaan bersifat monopoli, namun para pelakon tidak lagi diikat kontrak secara jangka panjang. Persaingan filem warna daripada filem luar negara menyebabkan kutipan *box-office* filem Melayu terus merudum. Filem-filem Melayu yang dikeluarkan dalam bentuk hitam putih oleh Studio Merdeka seperti *Si Tora Harimau Jadian* (1964), *Dr Rusdi* (1970), *Gelora* (1970), *Putus Sudah Kasih Sayang* (1971), *Jangan Tinggal Daku* (1971) dan *Laksmiana Do Remi* (1972) hanya mendapat kutipan di bawah RM91,000.00 (Hamzah, 1997: 31).

Kemunculan sebuah syarikat produksi filem bebas Sabah Filem Production melalui filem pertamanya pada tahun 1975 *Keluarga Si Chomat* (Aziz Sattar, 1975) telah mengubah semula selera penonton tempatan kepada filem Melayu dan filem Melayu mula mendapat sambutan ramai (temu bual Aziz Sattar, 11 Januar 2014). Justeru itu, kajian ini memfokus kepada analisis landskap struktur perniagaan dan pemasaran Sabah Filem Production yang mula mengeluarkan filem pertamanya pada 1975 iaitu *Keluarga Si Chomat* (Aziz Sattar, 1975). Kajian ini dilakukan kerana kemunculan Sabah Filem Production yang merupakan sebuah produksi filem bebas telah mengubah struktur perniagaan studio atau monopoli kepada sebuah

perniagaan filem bentuk bebas. Menurut (Zairul Anuar, 2010: 14), kemunculan Sabah Filem Production sebenarnya telah mengubah bentuk perniagaan dan strategi pemasaran filem Melayu pada era tahun 1970-an dan 1980-an serta menjadikan perniagaan filem Melayu sebagai sebuah industri filem yang menguntungkan. Hamzah (1997: 100) pula menyatakan selepas penutupan studio Malay Film Productions (MFP) di Jalan Ampas dan Cathay-Keris di Singapura terdapat pandangan daripada setengah usahawan yang menyatakan perusahaan filem Melayu dianggap tidak membawa keuntungan. Perusahaan filem Melayu diibaratkan seperti perusahaan matahari tenggelam dan tiada yang berani menanam modal dalam industri filem Melayu. Dengan kemunculan Sabah Filem Production pada tahun 1975 dengan filem pertamanya *Keluarga Si Chomat* (Aziz Sattar, 1975) senario ini telah berubah. Bagi Hatta (1997: 126), kejayaan Sabah Filem Production sekitar tahun 1979 dengan filem-filem terbitannya yang mendapat sambutan ramai daripada penonton menjadi faktor penarik kepada usahawan lain menceburi bidang perusahaan filem. Menurut Hatta lagi, kemunculan Sabah Filem Production melalui filem *Keluarga Chomat* (Aziz Sattar, 1975) sebenarnya menjadi landasan bumiputera dalam industri perfileman. Di antara usahawan dari bidang lain telah menubuhkan produksi filem adalah seperti Syed Kechik Syed Muhamad yang menubuhkan Syed Kechik Film Productions Sdn Bhd, Hj Zahran Ibrahim dengan Indra Film Production & Distribution Sdn Bhd dan Mustapha Hj Ton dengan Varia Filem Productions. Tahun 1979 merupakan era permulaan baharu yang cerah bagi kebangkitan syarikat filem bebas di Malaysia (Hatta, 1997: 127). Dalam kajian ke atas Landskap Struktur Perniagaan dan Pemasaran Sabah Filem Production, pengkaji menggunakan pendekatan kajian seperti berikut:

- a. Bagi menganalisis struktur perniagaan Sabah Filem Production pengkaji menggunakan pendekatan teori organisasi anjuran Ian Worthington & Chris Briton (1997: 23). Teori ini menganjurkan sebuah organisasi dapat beroperasi dengan berkesan apabila tenaga manusia yang bekerja di setiap cawangan mengikut kepakaran masing-masing serta bertanggungjawab terus kepada pengarah urusan.

- b. Bagi menganalisis strategi pemasaran produk Sabah Film Production, pengkaji menggunakan pendekatan teori pembangunan produk baharu (*new product development*) anjuran Kotler & Armstrong (1996: 275) yang diintegrasikan dengan proses pembikinan filem oleh Brodwell dan Thompson (1999: 17), teori perbezaan produk (*product differentiation*) anjuran Nickels *et al.*, (2013: 382), teori penyusunan semula produk (*product repositioning*) anjuran Berkowitz, Kerin & Rudelius (1986: 256) dan teori Lini produk oleh Lamb, Hair & Carl Mc Dannel (2000: 323) bagi kepelbagaian produk genre.
- c. Bagi menganalisis strategi promosi filem yang dilakukan oleh Sabah Film Production, pengkaji menggunakan pendekatan teori Ricky W. Griffin & J. Elbert, (2002: 329) dalam strategi pemasaran melalui elemen campuran promosi (*promotion mix*) yang terdiri daripada publisiti, jualan personel, perhubungan dan pengiklanan.

1.2 Permasalahan Kajian

Penutupan studio Malay Film Productions (MFP) di Jalan Ampas pada tahun 1963 dan Cathay-Keris di Singapura menyebabkan industri filem tempatan dalam keadaan tidak menentu. Dunia perfileman Melayu hampir terkubur selepas Studio Merdeka, Ulu Klang menghentikan operasinya kerana kehilangan penonton. Penutupan operasi kedua syarikat gergasi filem Melayu tersebut telah meninggalkan kekosongan dalam industri perfileman Melayu. Menurut Yusof (2006: 277), dunia perfileman Melayu selepas pasca penutupan Studio Malay Film Productions (MFP) diibaratkan seperti layu. Menurutnya, filem Melayu telah kehilangan penonton dan hampir berkubur. Walaupun ada usaha penerbitan filem dari Studio Merdeka, Ulu Klang tetapi tidak dapat menambat hati penonton untuk ke pawagam. Kekangan belanjawan menyebabkan filem tempatan tidak dapat bersaing dengan filem-filem import terutama filem dari Indonesia, Hong Kong, Hollywood dan Hindustan. Filem-filem import dalam bentuk warna telah menenggelamkan filem-filem tempatan yang masih dikeluarkan dalam bentuk hitam putih. Sebagai contoh, filem warna Indonesia genre drama muzikal dangdut, mistik dan aksi telah menambat penonton tempatan dan Singapura. Begitu juga dalam filem Hindustan (*Bobby*), Hong Kong (*Big Boss*) dan Hollywood (*James Bond*) sangat popular dari kalangan penonton tempatan (Mohd

Kamsah, 1992: 89-90; William van de Heide, 2002: 147). Faktor kemasukan filem warna import dan ditayangkan pula dalam *cinema scope* layar besar adalah menjadi di antara faktor kurangnya minat penonton tempatan kepada filem-filem Melayu (*Sinar Harian*, 25 Mei 2014; Zeady, 2012: 33). Justeru itu, kutipan filem-filem Melayu terus merundum serta kurang mendapat sambutan daripada penonton.

Ketika filem Melayu yang berpusat di Kuala Lumpur sedang mengalami kemerosotan dan masalah sambutan daripada penonton tempatan, Sabah Film Production muncul memberi nafas baharu dalam pengeluaran filem warna pertama *Keluarga Si Chomat* (Aziz Sattar, 1975) dengan *cinema scope* layar besar. Justeru itu, dari segi teknikalnya filem tempatan akhirnya setaraf dengan filem-filem import daripada Hollywood, Hong Kong, Indonesia dan Hindustan. Perubahan ini telah menyebabkan citarasa penonton tempatan berubah secara tiba-tiba kepada filem Melayu serta mendapat sambutan yang baik (Baharudin, 1989: 50).

Menurut Aziz Sattar (temu bual Aziz Sattar, 11 Januari 2014), walaupun filem *Keluarga Si Chomat* ditayangkan di bulan puasa ia telah mendapat sambutan menggalakan daripada penonton hingga berlarutan pada hari raya. Filem tersebut berjaya ditayangkan selama 60 hari di pawagam Coliseum. Filem *Keluarga Si Chomat* (Aziz Sattar, 1975) tersebut bukan sahaja telah mengubah titik tolak minat penonton kepada filem Melayu bahkan telah mencatat dalam sejarah industri perfileman Melayu kerana belum ada filem Melayu ditayangkan dalam bulan puasa. Kejayaan filem tersebut telah berjaya menarik minat ramai penonton kepada filem Melayu serta mendapat sambutan yang amat baik sehingga penonton berpusu-pusu ke pawagam Coliseum, Kuala Lumpur (temu bual Aziz Sattar, 11 Januari 2014).

Bagi Shah (1980: 15), kejayaan filem *Keluarga Si Chomat* (Aziz Sattar, 1975) yang ditayangkan di dalam bulan puasa telah mengubah tradisi bagi penempah filem yang sebelumnya tidak akan menempah filem Melayu atau Hindustan di bulan puasa kerana penonton Melayu tidak suka menonton filem di bulan puasa. Justeru itu, menurut Rosyam Noor (*Berita Harian*, 18 Mei 2014) kebangkitan Sabah Film Production melalui filem pertamanya *Keluarga Si Chomat* (temu bual Aziz Sattar, 11 Januari 2014) adalah penyelamat maruah industri perfileman Melayu dan telah

membangkitkan semula industri perfileman Melayu yang terkulai pada era tahun 1970-an.

Selepas kejayaan filem *Keluarga Si Chomat* (Aziz Sattar, 1975) Sabah Filem Production menerbitkan pula filem *Hapuslah Air Mata Mu* (M. Amin, 1976). Filem tersebut dibarisi penyanyi popular Broery Marantika, pelakon terbaik Indonesia, Christine Hakim, penyanyi popular tanah air Sharifah Aini dan Latif Ibrahim. Kemunculan filem tersebut menjadi fenomena besar dalam perkembangan filem Melayu seterusnya. Lagu-lagu runut bunyi daripada filem *Hapuslah Air Mata Mu* seperti *Seiring dan Sejalan, Hati ku Dicuri Lagi, Sabar Menanti, Hapuslah Air Mata Mu* menjadi siulan peminat sehinggakan hampir setiap rumah memiliki kaset dari filem tersebut (temu bual Deddy M. Borhan, 12 Jun 2013; Abnadin, 2008: 3). Sabah Filem Production meneruskan kecemerlangan dengan penerbitan filem seterusnya *Si Badul* (Aziz Sattar, 1979) yang telah mendapat sambutan hebat daripada penonton. Filem tersebut berjaya ditayangkan selama tiga bulan di pawagam Coliseum dan 102 hari di pawagam P. Ramlee (temu bual Aziz Sattar, 11 Januari 2014; Melati Pusaka, 2013).

Kajian ini memfokus kepada analisis Landskap Struktur Perniagaan dan Pemasaran Sabah Filem Production kerana telah berjaya menarik semula sambutan penonton tempatan kepada filem Melayu dengan menghasilkan filem-filem *box-office* yang mendapat sambutan ramai. Ia sekaligus telah memulihkan semula era dunia filem Melayu yang merundum selepas era studio. Kemunculan Sabah Filem Production sekaligus telah merubah sistem perniagaan studio kepada sistem perniagaan filem bebas yang menjadi asas kepada perubahan industri filem hari ini. Ia menandakan bermulanya era baharu dengan kebangkitan syarikat filem bebas bumiputera hingga kekal ke hari ini (Baharudin, 1989: 48-49).

Kajian ini juga meliputi aspek pembikinan, pengedaran dan penayangan yang dilakukan Sabah Filem Production. Kajian ini dapat memberi panduan kepada produser filem baharu mengenai struktur perniagaan dan pemasaran yang boleh dilaksanakan. Iannya sekaligus akan membantu membangunkan industri filem Melayu terutama dari aspek sambutan *audience* dan kutipan *box-office*.

1.3 Persoalan Kajian

Pengkaji membangunkan soalan-soalan kajian bagi mencapai objektif kajian seperti berikut:

- 1.3.1. Bagaimanakah bentuk struktur perniagaan Sabah Filem Production?
- 1.3.2. Bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan oleh Sabah Filem Production sehingga filem yang dihasilkan mencapai kutipan *box-office*?
- 1.3.3. Bagaimanakah proses pembikinan filem Sabah Filem Production?
- 1.3.4. Bagaimanakah sistem pengedaran dan penayangan Sabah Filem Production?

Soalan-soalan kajian yang dikemukakan kepada informan dapat memberi maklumat kepada kajian ini seperti Deddy M. Borhan, produser Sabah Filem Production, pengarah dan pelakon Aziz Sattar, Yusof Haslam, produser Skop Productoin Sdn Bhd, komposer M. Nasir, pelakon Ogy Ahmad Daud, Rubiah Suparman dan Hj Zahran Ibrahim, Timbalan Pngerusi FINAS dan produser Indra Film & Distribution Sdn Bhd adalah seperti di Lampiran A.

1.4 Objektif Kajian

Kajian ke atas Landskap Struktur Perniagaan dan Pemasaran Sabah Filem Production dapat memberi fakta bagaimana kemunculan Sabah Filem Production telah mengubah struktur perniagaan studio atau monopoli kepada perniagaan filem bebas yang menjadi asas kepada perubahan industri perfileman Malaysia hari ini. Justeru itu, objektif kajian ini adalah berpaksikan kepada:

1. Menganalisis struktur perniagaan Sabah Filem Production
2. Menganalisis strategi pemasaran Sabah Filem Productio

1.5 Skop Dan Limitasi Kajian

Kajian ini dipilih kerana kemunculan Sabah Filem Production telah berjaya mengembalikan semula sambutan filem Melayu daripada penonton setelah penutupan operasi Shaw Brothers dan Cathay-Keris di Singapura. Dunia perfileman Melayu selepas era penutupan studio telah mengalami zaman merundum dan