



Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif

**STRATEGI MEMPROMOSIKAN MUZIUM ORANG ASLI JELI DI
KELANTAN**

SITI NOOR AISHAH BINTI RAMLY (44120)

**Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian
(Teknologi Senireka)**

2017

**STRATEGI MEMPROMOSIKAN MUZIUM ORANG ASLI JELI DI
KELANTAN**

SITI NOOR AISHAH BINTI RAMLY

Projek ini merupakan salah satu keperluan untuk
Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dan Kreatif dengan kepujian
(Teknologi Senireka)

Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif
UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK
2017

UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

Grade: _____

Please tick (✓)

Final Year Project Report

Masters

PhD

DECLARATION OF ORIGINAL WORK

This declaration is made on the Monday of June 2017.

Student's Declaration:

I **SITI NOOR AISHAH BINTI RAMLY (44120)** from **FACULTY OF APPLIED AND CREATIVE ART** hereby declare that the work entitled **STRATEGI PROMOSI MUZIUM ORANG ASLI JELI DI KELANTAN** is my original work. I have not copied from any other students' work or from any other sources except where due reference or acknowledgement is made explicitly in the text, nor has any part been written for me by another person.

SITI NOOR AISHAH BINTI RAMLY (44120)

19th JUNE 2017

Date Submitted

Supervisor's Declaration:

I **DR. MASTIKA BINTI LAMAT** hereby certifies that the work entitled **STRATEGI PROMOSI MUZIUM ORANG ASLI JELI DI KELANTAN** prepared by the above named student, and was submitted to the "FACULTY" as a * partial/full fulfillment for the conferment of **BACHELOR OF APPLIED ARTS WITH HONOURS (DESIGN TECHNOLOGY)**, and the aforementioned work, to the best of my knowledge, is the said student's work.

Received for examination by: _____
(DR. MASTIKA BIN LAMAT)

Date: 19th JUNE 2017

I declare that Project/Thesis is classified as (Please tick (√) :

- CONFIDENTIAL** (Contains confidential information under the Official Secret Act 1972)*
- RESTRICTED** (Contains restricted information as specified by the organization where research was done)*
- OPEN ACCESS**

Validation of Project/Thesis

I therefore duly affirm with free consent and willingly declare that this said Project/Thesis shall be placed officially in the Centre for Academic Information Services with the abiding interest and rights as follows:

- This Project/Thesis is the sole legal property of University Malaysia Sarawak (UNIMAS).
- The Centre for Academic Information Services has the lawful right to make copies for the purpose of academic and research only and not for other purpose.
- The Centre for Academic Information Services has the lawful right to digitalise the content for the Local Content Database.
- The Centre for Academic Information Services has the lawful right to make copies of the Project/Thesis for academic exchange between Higher Learning Institute.
- No dispute or any claim shall arise from the student itself neither third party on this Project/Thesis once it becomes the sole property of UNIMAS.
- This Project/Thesis or any material, data and information related to it shall not be distributed, published or disclosed to any party by the student except with UNIMAS permission.

Student signature _____
(Date: 19th JUN 2017)

Supervisor signature: _____
(Date: 19th JUN 2017)

Current Address:

NO 51 KAMPUNG PANGKAL JENEREH 18500 MACHANG, KELANTAN

Notes: * If the Project/Thesis is **CONFIDENTIAL** or **RESTRICTED**, please attach together as annexure a letter from the organisation with the period and reasons of confidentiality and restriction.

[The instrument is duly prepared by The Centre for Academic Information Services]

PENGAKUAN

Projek bertajuk **STRATEGI PROMOSI MUZIUM ORANG ASLI JELI DI KELANTAN** telah disediakan oleh **SITI NOOR AISHAH BINTI RAMLY** dan telah diserahkan kepada Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif sebagai memenuhi syarat untuk Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian (**Teknologi Seni Reka**).

Diterima untuk diperiksa oleh:

(DR MASTIKA BIN LAMAT)

Tarikh:

PENGESAHAN

Adalah ini diakui bahawa saya, **SITI NOOR AISHAH BINTI RAMLY** disertai penulisan yang bertajuk **STRATEGI PROMOSI MUZIUM ORANG ASLI JELI DI KELANTAN** sebagai sebahagian daripada keperluan untuk Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dan Kreatif dalam Program **Teknologi Seni Reka** diterima.

Disahkan oleh:

(DR MASTIKA BIN LAMAT)

Penyelia

PENGHARGAAN

Assalamualaikum, Terlebih dahulu saya ingin melafazkan setinggi-tinggi syukur kehadiran Ilahi dengan berkat kurnia-Nya dapat juga saya menghasilkan dan menyiapkan Projek Tahun Akhir ini dalam jangkaan yang telah ditetapkan.

Pertama sekali, teristimewa buat kedua ibubapa tercinta Ramly Bin Mohamad Nor dan Suaibah Bt Hamid serta ahli keluarga tersayang, kalian adalah sumber inspirasi dan kekuatan bagi diri ini. Jutaan terima kasih diucapkan kepada mereka yang telah banyak memberi dorongan dan restu kepada saya serta mendidik dari kecil hinggalah ke hari ini dalam ketaatan Allah S.W.T.

Seterusnya, terima kasih yang tidak terhingga kepada penyelia saya iaitu Dr Mastika Lamat yang telah banyak memberi tunjuk ajar, sokongan, galakan dan teguran yang membina saya untuk meneruskan usaha di samping membantu memcurahkan idea-idea yang bernas dalam proses menyiapkan Projek Tahun Akhir saya dengan baik. Terima kasih juga diucapkan kepada para pensyarah lain yang banyak membantu saya untuk menyiapkan kajian ini. Tidak lupa juga, kepada rakan-rakan seperjuangan yang banyak memberi sokongan terima kasih diucapkan. Sekalung penghargaan juga buat sesiapa yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam membantu menyiapkan projek dan penulisan ini.

ISI KANDUNGAN

TAJUK	MUKA SURAT
Halaman Tajuk	
Borang Laporan	i
Status Laporan	ii
Pengakuan	iii
Pengesahan	iv
Penghargaan	v
Abstrak	x
<i>Abstract</i>	<i>xi</i>
BAB 1 : PENGENALAN	
1.0 Pengenalan	1
1.1 Peranan Promosi	2-3
1.2 Strategi Pemasaran	3-4
1.3 Latar Belakang	5-6
1.4 Persoalan kajian	7
1.5 Objektif Kajian	7

TAJUK	MUKA SURAT	
1.6	Penyataan Masalah	8
1.7	Skop Kajian	9
1.8	Hipotesis Kajian	9
1.9	Kumpulan Sasaran	10
1.10	Analisa Swot	10-11
	1.10.1 Kekuatan	10
	1.10.2 Kelemahan	11
	1.10.3 Peluang	11
	1.10.4 Ancaman	11
1.11	Limitasi Kajian	11-12
1.12	Kepentingan Kajian	12
1.13	Kesimpulan	13

BAB 2 SOROTAN KAJIAN

2.0	Pengenalan	14
2.1	Periklanan dan Promosi	15-18
2.2	Muzium	19
2.3	Tipografi	20

TAJUK	MUKA SURAT
2.4 Warna	21
2.5 Kesimpulan	21-22

BAB 3 : METODOLOGI KAJIAN

3.0 Pengenalan	23-24
3.1 Lokasi Kajian	25-26
3.2 Sumber Data	26
3.3 Sumber Data Primer	27
3.3.1 Pengenalan	27
3.3.2 Kaedah Kualitatif	27-29
3.3.3 Kaedah Kuantitatif	29-30
3.4 Data Sekunder	30
3.4.1 Sumber Internet	31
3.4.2 Bahan Cetakan (majalah dan keratin akhbar)	32
3.4.3 Jurnal	32
3.5 Populasi	33
3.6 Isntrumen Kajian	33

TAJUK	MUKA SURAT
3.7 Kesimpulan	34
BAB 4 : DAPATAN KAJIAN	
4.1 Pengenalan	35
4.2 Temu Bual	36-39
4.2.1 En. Azri B. Daud	36
4.2.2 Dolah B Terang	37
4.2.3 En Ramli B. Awang	37-38
4.2.4 Pn Siti Maryam Awang	38-39
4.3 Soal Selidik	39
4.4 Dapatan Kajian	40-59
4.4.1 Keputusan Bahagian A	40-43
4.4.2 Keputusan Bahagian B	44-48
4.4.3 Keputusan Bahagian C	49-59
4,5 Kesimpulan	60

BAB 5 : IDEA DAN CADANGAN

5.1	Pengenalan	61
5.2	Konsep	62
5.3	Logo	63
5.4	Poster	64-66
5.5	Surat Khabar	67
5.6	Flyer	68
5.7	Billboard	69
5.8	Pengiklanan Mobile	70
5.9	Tvc	71
5.10	Pengiklanan Pada Pengangkutan	72
5.11	Barangan Promosi	73-75
5.12	Kesimpulan	76-77

TAJUK	MUKA SURAT
BAB 6 : KESIMPULAN	
6.1 Rumusan	78-79
RUJUKAN	80-81
LAMPIRAN	82-95

ABSTRAK

Muzium Orang Asli Jeli merupakan tempat sejarah dan khazanah bagi memperkenalkan adat, budaya, dan kepercayaan masyarakat orang asli di Jeli. Kaedah fotografi digunakan dalam elemen penyelidikan ini bagi mempromosikan Muzium Orang Asli Jeli. Promosi melalui media cetak dan media elektronik digunakan untuk menarik lebih ramai pelancong ke Muzium Orang Asli.

Kata Kunci : Budaya, Muzium Orang Asli, Strategi promosi

ABSTRACT

Orang Asli Jeli Museum is a historical place that introduces the customs, cultures and beliefs of the indigenous people in Jeli, Kelantan. Photography method is used for the research element in promoting the Museum. Electronic and printed mass media are example of promotions held to attract people especially tourist to visit the Museum.

Keywords : Cultures, Orang Asli Museum, Promotion Strategy

BAB 1

PENGENALAN

1.0 Pengenalan

Promosi bermaksud proses kaedah atau cara, untuk memberitahu, menyedarkan, memujuk dan mempengaruhi pengguna untuk membeli sesuatu barangan atau perkhidmatan. Promosi merupakan sejenis bantuan perniagaan. Promosi dijalankan dalam pelbagai cara bergantung kepada kehendak pengeluar atau produk yang dikeluarkan. Promosi adalah satu perkara yang berkait rapat dengan usaha atau kegiatan untuk menggalakkan atau meningkatkan jualan barangan seperti pelancongan. Hal ini dilakukan agar, produk atau barangan yang ada dipasaran dapat dikenali oleh masyarakat terutamanya masyarakat luar. Selain itu, bagi melaksanakan sesuatu promosi seseorang itu hendaklah menggunakan teknik-teknik promosi yang bersesuaian seperti promosi jualan, periklanan dan sebagainya. Hal ini dilakukan bagi, memastikan barangan atau perkhidmatan yang ingin dipromosikan dapat mempengaruhi emosi pelanggan dan pengguna.

1.1 PERANAN PROMOSI

1.1.1 Menyampaikan maklumat

Bagi menyampaikan atau memperkenalkan kepada pengguna bahawa sesuatu barangan atau produk baru telah wujud dipasaran yang sedia ada. Hal ini dilakukan, bagi memastikan produk yang ada dipasaran mendapat sambutan daripada pengguna, Akrib (2011).

1.1.2 Mewujudkan pasaran baru

Bertujuan untuk menyedarkan pengguna tentang kewujudan produk baru dipasaran, dan menarik minat pengguna untuk membeli atau memiliki produk tersebut. Selain itu, dengan sambutan yang diberikan serta permintaan yang tinggi oleh pengguna mengenai sesuatu produk atau perkhidmatan akan memudahkan lagi pihak pengeluar untuk mengembangkan aktiviti penjualan produk mereka, ke pasaran yang lebih besar, Akrib (2011).

1.1.3 Memantapkan Imej barangan dan Syarikat

Menjadikan barangan atau produk yang dikeluarkan oleh Sebuah syarikat akan menjadi popular dan dikenali sehingga ke pasaran luar, dengan cara ini, produk yang dikeluarkan akan sentiasa mendapat sambutan daripada pengguna, Akrib (2011).

1.1.4 Mengatasi persaingan

Dengan adanya promosi yang baik terhadap sesuatu barangan tidak mudah bagi pesaing untuk menyayangi produk tersebut. Hal ini berlaku kerana, pengguna telah meletakkan kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan dan merasa selesa apabila menggunakan produk tersebut, Akrib (2011).

1.2 STRATEGI PEMASARAN

1.2.1 Produk

Pengeluar haruslah menghasilkan barangan atau produk yang menepati cita rasa dan kehendak pengguna. Hal ini demikian kerana, barangan atau produk yang dihasilkan adalah memfokuskan kepada pengguna. Selain itu, dengan adanya produk yang menepati kehendak pengguna, sesuatu produk itu akan menjadi laris dan akan memberikan keuntungan yang besar kepada pengeluar dan pembekal.

1.2.2 Harga

Biasanya harga sesuatu produk atau barangan dipasaran diletakkan bersesuaian dengan kemampuan pengguna. Hal ini demikian kerana, tidak semua pengguna mampu memiliki produk atau barangan yang mempunyai harga yang tinggi di pasaran. Selain itu, harga sesuatu produk haruslah diletakkan setanding dengan kualiti yang ada pada produk tersebut.

1.2.3 Tempat

Tempat bagi mempromosikan sesuatu barangan, produk dan perkhidmatan hendaklah strategik agar mudah dilihat oleh pelanggan. Oleh itu, kemunculan produk baru di pasaran haruslah diletakkan di tempat yang mudah ditemui dan dilihat oleh

pengguna, agar produk tersebut mendapat sambutan yang baik daripada pengguna. Seperti perletakkan poster, billboard, bunting, dan banner sesuatu produk atau perkhidmatan yang diiklankan pada tempat yang sesuai agar pelanggan mudah dilihat dan membaca iklan tersebut.

1.2.4 Promosi

Biasanya tertumpu kepada kumpulan sasaran. Hal ini, bertujuan memperkenalkan kewujudan produk baru kepada para pengguna. Seterusnya, dengan adanya promosi sesuatu produk akan lebih dikenali oleh pengguna dan mendapat permintaan yang tinggi daripada pengguna.

Promosi merupakan salah satu variabel *marketing mix* yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai “proses berlanjutan” kerana dapat menumbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Promosi adalah “arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menyebabkan pertukaran dalam pemasaran.” Menurut Apa style (1993).

Tujuan promosi dijalankan ialah setiap perusahaan yang melakukan sesuatu kegiatan tentu mempunyai tujuan. Demikian juga perusahaan melakukan kegiatan promosi dengan tujuan untuk menjual barang dan jasa yang diproduksinya, yang kemudian pada akhirnya perusahaan akan mendapatkan label.

1.3 LATAR BELAKANG KAJIAN

Muzium Orang Asli Jeli adalah sebuah muzium yang menunjukkan perkembangan dan kemajuan orang asli di sekitar kawasan di Kelantan. Sejarah Muzium Orang Asli Jeli bermula pada tahun 1987 di sebuah bangunan kayu. Muzium ini berada di tengah-tengah daerah Jeli, Kelantan. Pada mulanya, muzium ini adalah Pusat Pameran dan Kraftangan Orang Asli. Selepas itu, muzium ini dinaiktaraf pada tahun 2011 dan sehingga kini dikenali sebagai Muzium Orang Asli Jeli. Bangunan ini mempunyai senibina yang unik dengan gambaran seperti daun nipah sebagai bumbung muzium. Keluasan keseluruhan Muzium Orang Asli adalah 5 hektar. Seterusnya, waktu beroperasi bagi Muzium Orang Asli Jeli ini adalah bermula pada pukul 9.00 pagi dan akan ditutup pada 5.30 petang setiap hari Ahad hingga Sabtu. Manakala kemasukkan tiada pembayaran dikenakan.

Masyarakat orang asli merupakan komuniti kecil di negara ini dan secara rasminya dibahagikan kepada tiga kumpulan kaum iaitu Negrito, Senoi dan Melayu Proto yang membentuk 18 kumpulan etnik. JAKOA (Jabatan Hal Ehwal Orang Asli) dahulunya dikenali sebagai JHEOA adalah pihak berwajib yang bertanggungjawab untuk menjaga kebajikan serta pembangunan orang asli. Ketiga-tiga kumpulan kaum ini dapat dibezakan berdasarkan ciri-ciri budaya, bahasa, bentuk fizikal dan organisasi sosial masing-masing.



Rajah 1 Muzium Orang Asli Jeli, Kelantan



Rajah 2 Muzium Orang Asli Jeli, Kelantan

1.4 PERSOALAN KAJIAN

Persoalan ini adalah satu garis panduan kepada pengkaji untuk mendapatkan penyelesaian terhadap masalah yang ingin dihadapi dalam kajian ini. Antara persoalan yang di kenalpasti perlu dikaji adalah apakah kaedah yang kesesuaian untuk membuat promosi bagi menarik minat orang tempatan dan pelancong asing untuk mengunjungi Muzium Orang Asli Jeli. Persoalan seterusnya ialah pengkaji perlu mengetahui bagaimanakah cara pengunjung mengenali Muzium Orang Asli Jeli samaada melalui media elektronik ataupun media cetak. Disamping itu juga, pengkaji perlu mengenalpasti promosi yang dijalankan memberi kesan kepada pengunjung untuk berkunjung ke Muzium Orang Asli Jeli. Antara persoalan lain, adakah masyarakat sama ada dalam atau luar negara menyedari tentang kewujudan Muzium Orang Asli Jeli ini di negeri Kelantan.

1.5 OBJEKTIF KAJIAN

Secara umumnya, objektif kajian adalah bertujuan mengkaji bagaimana strategi untuk memperkenalkan atau mempromosikan Muzium Orang Asli Jeli kepada orang ramai serta menjadikan muzium tersebut sebagai tempat kunjungan masyarakat secara berkesan. Menganalisis elemen-elemen yang sesuai untuk membuat strategi periklanan atau menyelidiki bentuk promosi yang sedia ada, sama ada dalam bentuk media cetak mahupun media elektronik. Oleh hal demikian, menghasilkan strategi promosi dan melahirkan konsep periklanan yang baru untuk menarik pengunjung datang ke Muzium Orang Asli Jeli tidak kira orang tempatan mahupun pelancong asing.

1.6 PENYATAAN MASALAH

Antara masalah yang dikenal pasti melalui kajian ini adalah:

1.6.1 Strategi promosi yang kurang memberangsangkan.

Muzium Orang Asli Jeli telah dinaiktaraf pada tahun 2011, Namun tidak banyak promosi yang dilakukan bagi memperkenalkan kawasan ini kepada orang ramai. Kurangnya strategi promosi menggunakan media seperti Televisyen, Radio dan Surat Khabar menyebabkan ramai yang tidak mengetahui tentang kewujudan Muzium Orang Asli Jeli.

1.6.2 Promosi yang dilakukan tidak berterusan.

Melalui pemerhatian pengkaji mengenai Muzium Orang Asli Jeli, didalam laman web yang diselenggara oleh organisasi Jabatan Kemajuan Hal Ehwal Orang Asli (JAKOA) tersebut, Mendapati bahawa maklumat yang ditulis dalam laman web tidak diselenggara atau dikemas kini dengan baik. Secara tidak langsung hal ini akan mencetuskan kekeliruan kepada pelancong atau orang awam, Kerana tiada maklumat terkini daripada pihak organisasi Muzium Orang Asli berkaitan dengan aktiviti yang ada di tempat tersebut.

1.6.3 Lokasi Dan Persaingan Tempat Pelancongan

Permasalahan yang sering dilihat dalam strategi mempromosikan Muzium Orang Asli Jeli ialah kedudukan bangunan muzium yang terlindung dengan bangunan sektor yang lain. Sesebuah muzium atau galeri yang mengusahakan sesebuah pameran kini perlu bersaing dengan taman tema, gedung membeli-belah dan pusat peranginan dalam menarik minat pelanggan. Muzium Orang Asli Jeli merupakan muzium yang

mempamerkan bahan-bahan, peralatan, budaya, bahasa, cara kehidupan, penyelidikan, perkembangan dan sebagainya yang berkaitan dengan Masyarakat kaum Asli.

1.7 SKOP KAJIAN

Melalui skop kajian ini, pengkaji lebih menekankan kepada keberkesanan strategi promosi mengenai Muzium Orang Asli Jeli khususnya, kepada orang awam dan pelancong di dalam dan luar negara. Kajian ini dijalankan di sekitar daerah-daerah negeri Kelantan kepada semua pelancong, tempatan dan pelancong luar Negara.

1.8 HIPOTESIS KAJIAN

Pengkaji meramalkan selepas kajian ini dibuat, satu kaedah pengiklanan dan promosi yang baru dapat dikenal pasti dan diaplikasikan dengan baik dalam usaha untuk mempromosikan Muzium Orang Asli Jeli, khususnya kepada orang awam, pelancong tempatan dan luar Negara. Dengan kaedah pengiklanan dan promosi yang strategik pengkaji berharap agar Muzium Orang Asli Jeli dapat dimajukan lagi. Pengkaji mengharapkan hasil kajian ini dapat mempromosikan Muzium Orang Asli Jeli dengan lebih berkesan.. Segelintir masyarakat pada masa kini masih kurangnya pendedahan dan informasi mengenai sejarah masyarakat orang asli di negara ini. Penyelidik ingin mendedahkan pengetahuan tentang kehidupan masyarakat orang asli di Muzium Orang Asli Jeli, di Kelantan dalam bentuk kempen dan promosi.