



Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif

**PERANAN TOURISM INFORMATION CENTRE (TIC) DALAM  
MEMPROMOSIKAN PESTA WAU ANTARABANGSA 2012**

Siti Nurfarawahida binti Abdul Rahim

28996

Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Keupujian

(Pengurusan Seni)

2013

**PERANAN TOURISM INFORMATION CENTRE (TIC) DALAM  
MEMPROMOSIKAN PESTA WAU ANTARABANGSA 2012**

SITI NURFARAWAHIDA BINTI ABDUL RAHIM

28996

Projek ini merupakan salah satu keperluan untuk  
Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Keahlian  
Pengurusan Seni

Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif  
UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

2013

UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

**BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS/LAPORAN**

**JUDUL: PERANAN TOURISM INFORMATION CENTRE (TIC) DALAM  
MEMPROMOSIKAN PESTA WAU ANTARABANGSA 2012  
SESI PENGAJIAN : 2012/2013**

Saya **SITI NURFARAWAHIDA BINTI ABDUL RAHIM**

mengaku membenarkan tesis/Laporan\* ini disimpan di Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:

1. Tesis/Laporan adalah hak milik Universiti Malaysia Sarawak
2. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja
3. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat pendigitan untuk membangunkan Pangkalan Data Kandungan Tempatan
4. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan tesis/laporan ini sebagai pertukaran bahan antara institusi pengajian tinggi
5. \* sila tandakan

**SULIT**

(mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan seperti termaktub dalam **AKTA RAHSIA RASMI 1972**)

**TERHAD**

(mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh Organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan)

**TIDAK TERHAD**

Disahkan

\_\_\_\_\_  
Tandatangan Penulis

Tarikh:

Alamat tetap: PT 94

TAMAN SRI BINJAI BANGGU

16150 KOTA BHARU

KELANTAN.

\_\_\_\_\_  
Tandatangan Penyelia

Tarikh:

Catatan: \* Tesis/Laporan dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah, Sarjana dan Sarjana Muda  
\* Jika Tesis/Laporan ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis/laporan ini perlu dikelaskan sebagai SULIT atau TERHAD

## PENGAKUAN

Projek bertajuk **Peranan Tourism Information Centre (TIC) dalam Mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa 2012** ini telah disediakan oleh Siti Nurfarawahida binti Abdul Rahim dan telah diserahkan kepada Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif sebagai memenuhi syarat untuk Ijazah Sarjana Muda Gunaan dengan Kepujian Pengurusan Seni.

Diterima untuk diperiksa oleh:

\_\_\_\_\_  
( Tn. Hj Mohd Ghazali bin Abdullah)

Tarikh:

\_\_\_\_\_

## **PENGHARGAAN**

### **Assalamualaikum W.B.T dan Salam Sejahtera**

Bersyukur saya kehadiran Ilahi dengan limpah dan kurnianya dapat saya menyiapkan Penyelidikan Tahun Akhir Pengurusan Seni. Saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada Tn. Hj Mohd Ghazali bin Abdullah yang merupakan selaku penyelia untuk penyelidikan ini yang telah banyak membantu dan tidak jemu memberi tunjuk ajar kepada saya. Berkat dan sokongan daripada beliau telah menyemarakkan semangat saya untuk meneruskan penyelidikan ini walaupun terpaksa menghadapi pelbagai masalah serta cabaran bagi melengkapkan penyelidikan ini.

Di samping itu, penghargaan terima kasih juga diucapkan kepada Tourism Information Centre (TIC) terutamanya kepada Wan Ahmad Shazrul Wan Abdul Rahim selaku informan dan staf-staf TIC serta Persatuan Pelayang Malaysia iaitu En. Saradi Muhammad selaku Ketua Pengadil Pelayang Kelantan yang sudi meluangkan masa dan memberikan komitmen dalam menjayakan penyelidikan ini.

Selain itu, setinggi penghargaan yang tidak terhingga juga ditujukan kepada ahli keluarga terutamanya kedua ibu bapa saya iaitu Rubiah binti Yusoff dan Abdul Rahim bin Puteh yang banyak memberi sokongan dan dorongan dari segi kewangan dan semangat untuk saya menyiapkan penyelidikan ini. Tanpa berkat dan doa mereka tidak mungkin saya berjaya menyiapkan penyelidikan ini

dengan sempurna. Pengorbanan kalian dari segi sokongan moral dan segala bantuan semasa menjalankan penyelidikan telah memberi semangat untuk terus berjuang demi mencapai kejayaan.

Akhir sekali, tidak lupa juga kepada rakan-rakan seperjuangan yang banyak membantu dan memberi sokongan serta nasihat kepada saya dalam menyiapkan penyelidikan ini. Terima kasih atas segalanya dan selamat maju jaya.

**Jasa kalian amat dihargai.**

**Sekian, terima kasih.**

# ISI KANDUNGAN

<b>PENGESAHAN</b>	<b>i</b>
<b>PENGAKUAN</b>	<b>ii</b>
<b>PENGHARGAAN</b>	<b>iii</b>
<b>ISI KANDUNGAN</b>	<b>v</b>
<b>SENARAI RAJAH</b>	<b>viii</b>
<b>SENARAI GAMBAR</b>	<b>viii</b>
<b>SENARAI SINGKATAN</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.0 Pengenalan	1
1.1 Latar Belakang Kajian	1
1.2 Permasalahan Kajian	5
1.3 Objektif Kajian	7
1.4 Persoalan Kajian	7
1.5 Kaedah Kajian	8
1.6 Kerangka Kajian	8
1.7 Skop Kajian	11
1.8 Kepentingan Kajian	12
1.9 Batasan Kajian	12
1.10 Penyampaian Kajian	14

## **BAB 2 SOROTAN KESUSASTERAAN**

2.0	Pengenalan	16
2.1	Konsep TIC	16
2.2	Konsep Pelancongan	19
2.3	Konsep Promosi	22
2.4	Konsep Pesta Wau	27
2.5	Rumusan	32

## **BAB 3 METODOLOGI KAJIAN**

3.0	Pengenalan	33
3.1	Pendekatan Penyelidikan Kualitatif	33
3.2	Jenis-jenis Data	34
3.2.1	Kaedah Pengumpulan Data Sukender	34
3.2.1.1	Kepustakaan	34
3.2.1.2	Buku	35
3.2.1.3	Jurnal	35
3.2.1.4	Majalah	35
3.2.1.5	Tesis	36
3.2.1.6	Akhbar	36
3.2.2	Kaedah Pengumpulan Data Primer	36
3.2.2.1	Temubual	37
3.2.2.2	Pemerhatian	38
3.2.2.3	Fotografi	38
3.3	Kaedah Penganalisan Data	38
3.4	Lokasi Kajian	40
3.5	Instrumen Kajian	40
3.6	Rumusan	41



## **BAB 4 ANALISIS DATA DAN DAPATAN KAJIAN**

4.0	Pengenalan	43
4.1	Mengenalpasti Peranan TIC dalam Mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa 2012	44
4.1.1	Mempromosikan Kelantan sebagai produk pelancongan Kelantan	44
4.1.2	Mengumpul data kemasukan pelancong dalam dan luar negara	48
4.1.3	Mengadakan dan mempromosi acara-acara kebudayaan negeri Kelantan	49
4.2	Mendokumentasi Bentuk dan Jenis Permainan Wau di PWA	53
4.3	Menganalisis Keberkesanan Promosi yang Dijalankan oleh TIC	68
4.4	Rumusan	71

## **BAB 5 RUMUSAN DAN CADANGAN KAJIAN**

5.0	Pengenalan	73
5.1	Cadangan kepada Organisasi	73
5.2	Cadangan kepada Pengkaji Akan Datang	74
5.3	Penemuan Kajian	76
5.4	Rumusan	78
5.5	Kesimpulan	81

<b>RUJUKAN</b>	82
----------------	----

<b>LAMPIRAN</b>	84
-----------------	----

Lampiran A: Soalan Temubual Informan	84
--------------------------------------	----

Lampiran B: Gambar 4.28: Kaunter Hadapan Tourism Information Centre	85
---	----

Lampiran C: Gambar 4.29: Bangunan Tourism Information Centre	86
--	----

Lampiran D: Gambar 4.30: Piagam Pelanggan TIC	87
---	----

Lampiran E:	Gambar 4.31: Matlamat Organisasi	88
Lampiran F:	Gambar 4.32: Aturcara Pesta Wau Antarabangsa 2012	89
Lampiran G:	Gambar 4.33: Pertunjukan Wau Negeri	90
Lampiran H:	Gambar 4.34: Aneka Bentuk dan Jenis Wau dari Peserta Antarabangsa	91
Lampiran I:	Gambar 4.35: Reaksi Peserta dari Jepun menarik wau	92
Lampiran J:	Gambar 4.36: Informan Saradi Muhammad	93
Lampiran K:	Gambar 4.37: Informan Wan Ahmad Shazrul Wan Abdul Rahim	94
Lampiran L:	Gambar 4.38: Informan Pok Ya Sok Hj. Umat	95

## **SENARAI RAJAH**

Rajah 1.1:	Kerangka Kajian Promosi Campuran	8
------------	----------------------------------	---

## **SENARAI GAMBAR**

Gambar 4.1:	Promosi melalui laman sosial	44
Gambar 4.2:	Promosi melalui majalah	46
Gambar 4.3:	Promosi melalui akhbar	47
Gambar 4.4:	Promosi melalui LED Billboard	47
Gambar 4.5:	Promosi melalui banner	48
Gambar 4.6:	Jumlah Kemasukan Pelancong Tempatan dan Antarabangsa Kelantan	49
Gambar 4.7:	Festival Makanan dan Buah-buahan Kelantan 2012	50
Gambar 4.8:	Karnival Seni Budaya 2012	51
Gambar 4.9:	Karnival Walk With Me	52
Gambar 4.10:	Perkampungan ICT Kelantan 2012	53
Gambar 4.11:	Wau Bulan	54
Gambar 4.12:	Wau Jala Budi	55
Gambar 4.13:	Wau Kangkang	56

Gambar 4.14: Wau Helang	57
Gambar 4.15: Wau Merak	58
Gambar 4.16: Wau Burung	59
Gambar 4.17: Wau Kucing	60
Gambar 4.18: Wau Puyuh	61
Gambar 4.19: Wau Seri Bulan	62
Gambar 4.20: Wau Seri Negeri	63
Gambar 4.21: Wau Daun	64
Gambar 4.22: Wau Dodo Helang	65
Gambar 4.23: Wau Kapal	66
Gambar 4.24: Wau Payung	67
Gambar 4.25: Keberkesanan promosi melalui banner	69
Gambar 4.26: Keberkesanan promosi melalui banting	70
Gambar 4.27: Keberkesanan promosi melalui LED Billboard	71

#### **SENARAI SINGKATAN**

TIC- Tourism Information Centre

PWA- Pesta Wau Antarabangsa

SUK- Pejabat Setiausaha Bendahari Negeri Kelantan

## **ABSTRAK**

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji peranan Tourism Information Centre (TIC) dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa 2012. TIC memainkan peranan yang penting dalam mempromosikan produk-produk kesenian dan kebudayaan negeri Kelantan. Objektif utama untuk mengenalpasti peranan TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa. Objektif kedua untuk mendokumentasi bentuk-bentuk dan jenis permainan wau di Pesta Wau Antarabangsa. Objektif ketiga untuk menganalisis keberkesanan promosi yang dijalankan oleh TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif melalui pemerhatian dan temubual. Dapatan kajian menunjukkan bahawa permainan wau adalah permainan tradisional masyarakat melayu, kini diperkenalkan ke peringkat antarabangsa melalui Pesta Wau Antarabangsa 2012.

## **ABSTRACT**

*This study aims to investigate the role of Kelantan Tourist Information Centre (TIC) in promoting the International Wau Festival 2012. TIC plays an important role in promoting the products of arts and culture in Kelantan. The main objective to identify the role of TIC in promoting international kite festival. The second objective is to document the forms and types of kites game at international kite festival. The third objective is to analyze the effectiveness of the campaign carried out by the TIC in promoting international kite festival. This study used qualitative methods through observation and interviews. The results showed that the kite games are traditional games Malay community, is now introduced to the international level through International Kite Festival 2012.*

# **BAB SATU**

## **PENDAHULUAN**

### **1.0 Pengenalan**

Dalam bab satu menerangkan tentang latar belakang kajian, sejarah TIC, permasalahan kajian, objektif kajian, persoalan kajian, kaedah kajian, kerangka kajian, kepentingan kajian, skop kajian dan penyampaian kajian. Dalam kajian ini, penyelidik akan mengupas mengenai tajuk yang ingin dikaji oleh penyelidik iaitu peranan Tourism Information Centre (TIC) dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa 2012.

### **1.1 Latar Belakang Kajian**

Kajian ini membincangkan tentang Peranan TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa 2012. Permainan wau atau pun lebih dikenali layang-layang suatu ketika dahulu lebih popular di kawasan pedalaman seperti di kawasan pantai dan kawasan lapang seperti di padang, sawah padi dan sebagainya. Kini permainan tersebut telah mulai popular dan diminati oleh pelbagai kaum termasuklah mereka yang menetap di kawasan bandar. Bukan itu sahaja, ianya telah diperkenalkan hingga ke peringkat

antarabangsa seperti di Pasir Gudang Kite Festivals International Guests yang diadakan pada setiap tahun. Sambutan festival ini juga sangat memberangsangkan terutamanya peserta dari luar negara (Perbadanan Perpustakaan Awam Selangor, Shah Alam).

Di Malaysia terdapat satu istilah yang juga bermaksud layang-layang iaitu 'wau'. Perkataan wau digunakan oleh negeri-negeri di Timur dan Utara Semenanjung Malaysia seperti Kelantan, Terengganu, Perlis dan Kedah. Terdapat beberapa teori yang menyatakan bagaimana perkataan wau ini wujud dan salah satunya menurut Wayne Hosking, 2004 dalam bukunya yang bertajuk "*Kites Of Malaysia*", mengatakan perkataan wau berasal dari perkataan Belanda iaitu "wouw" yang merujuk sejenis burung besar yang dijumpai di Asia Tenggara. Menurut cerita orang tua-tua di negeri Kedah bahawa perkataan wau berasal dari perkataan Thailand dan boleh dianggap sebagai teori yang paling kukuh setakat ini.

Fakta yang terbaru dijumpai dari penggiat-penggiat wau di Semenanjung Malaysia menyarankan bahawa perkataan wau tersebut wujud daripada bunyi yang dihasilkan oleh busur yang terdapat pada wau. Apabila dinaikkan ke udara, daun ibus yang dipasang pada busur tersebut akan menghasilkan bunyi "wau", "wau", "wau" secara berirama. Wau tradisional mempunyai keunikannya tersendiri. Warisan tradisional ini haruslah dikekalkan kerana ia adalah identiti budaya bangsa Melayu. Kini permainan wau mulai popular di kalangan masyarakat bandar dan tidak lagi terhad di luar bandar sahaja. Bukan itu sahaja, permainan wau ini juga telah dimodenkan berdasarkan bentuk, corak, motif dan jenis wau dan mula memasuki peringkat antarabangsa.

TIC berperanan untuk memperkasakan pemasaran produk seni budaya kepada para pelancong dalam negeri dan antarabangsa. Selain itu, TIC juga berperanan memperkenalkan tempat-tempat untuk pelancongan, organisasi ini juga memainkan peranan memperkenalkan aktiviti kesenian dan kebudayaan masyarakat Kelantan. Pengurusnya ialah En. Nik Hasanuddin bin Nik Hussain dan terdapat 7 orang kakitangan dalam jabatan itu.

Organisasi ini terletak di tengah-tengah bandar Kota Bharu. Tempatnya adalah strategik kerana terletak di pusat bandar dan tempat masyarakat Kelantan berkumpul dimana terdapat pusat membeli belah, hotel, muzium dan sebagainya.

Perkembangan pesat dalam sektor pelancongan telah diberi perhatian oleh Kerajaan Negeri di mana pihak berkuasa Negeri telah memutuskan supaya TIC diambil alih oleh Kerajaan Negeri daripada Pengurusan Perbadanan Kemajuan Iktisad Negeri Kelantan (PKINK) pada 1 April 1994. Pengambilalihan ini ialah memandangkan pada ketika itu tidak ada agensi Kerajaan Negeri yang diberi tanggungjawab secara khusus bagi mengendalikan pengurusan mengenai pelancongan, kebudayaan dan juga kesenian .

Sebelum ini, TIC hanya diberi tanggungjawab di dalam aktiviti-aktiviti pelancongan sahaja iaitu mengendalikan aktiviti penggalakan pelancongan anjuran Kerajaan Negeri dan juga Persekutuan. Mulai 1 Januari 1995, apabila TIC telah diambil alih oleh Kerajaan Negeri, ianya dikenali sebagai Bahagian Pelancongan dan Kebudayaan yang dipertanggungjawab kepada Timbalan



Setiausaha Kerajaan Negeri (SUK) Pembangunan. Walaubagaimanapun, ianya masih dikenali dengan nama Tourism Information Centre (TIC).

Misi TIC ialah untuk menjadikan Negeri Kelantan sebagai sebuah negeri tarikan pelancongan yang berkesan dengan memberi penumpuan khusus kepada industri pelancongan sebagai penyumbang utama kepada pertumbuhan sosio-ekonomi rakyat Kelantan. Selain itu, TIC juga berperanan dalam mempromosikan bidang kebudayaan dan kesenian kepada masyarakat Kelantan dan juga kepada pelancong tidak kira pelancong tempatan ataupun pelancong asing yang berkunjung ke Kelantan. Ini adalah untuk memelihara warisan kesenian yang wujud di Kelantan secara turun temurun.

Kepentingan sektor pelancongan dalam pertumbuhan ekonomi dan pendapatan per kapita bagi negeri Kelantan tidak dapat dinafikan kerana kedatangan pelancong ke Kelantan mengaktifkan sektor-sektor pelancongan kepada penduduk tempatan seperti kegiatan-kegiatan kesenian dan kebudayaan seperti Pesta Wau Antarabangsa Kelantan 2012 memandangkan kajian mengenai peranan TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa belum lagi dikaji oleh mana-mana pengkaji maka tajuk yang dipilih ini adalah wajar untuk dibuat kajian. Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti peranan TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa, mendokumentasi bentuk-bentuk dan jenis permainan wau di Pesta Wau Antarabangsa dan menganalisis keberkesanan promosi yang dijalankan oleh TIC.

## **1.2 Permasalahan Kajian**

Kajian ini berkenaan Peranan TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa 2012. TIC dipertanggungjawabkan sebagai agensi kerajaan untuk mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa 2012 sebagai daya tarikan kepada kedatangan pelancong tempatan dan antarabangsa ke Kelantan. Kedatangan pelancong dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan memberi ruang dan pendapatan kepada penduduk tempatan dalam pelbagai sektor pekerjaan seperti petani, peniaga, pemandu teksi, pekerja hotel, restoran dan sebagainya. Mengikut King (1993:29), menjelaskan bahawa tidak kurang daripada 28 sektor pekerjaan yang terlibat dalam pelancongan.

Bagi kajian ini, pengkaji telah mengenal pasti beberapa masalah kajian yang menjurus kepada minat pengkaji untuk mengetahui dengan lebih lanjut lagi mengenai perkembangan Pesta Wau Antarabangsa dan sejauh mana peranan yang dimainkan oleh TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa 2012.

Sejak berkurun wau amat rapat dengan masyarakat Kelantan malah diangkat menjadi salah satu khazanah tradisi negeri selain mak yong, dikir barat, kertuk dan gasing. Pesta Wau Antarabangsa bermula pada tahun 1982, kali ini Pesta Wau Antarabangsa dipindahkan di Pantai Geting, Tumpat kali ke-30. TIC mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa melalui media cetak dan media elektronik bagi menarik pelancong tempatan juga pelancong asing serta memperkenalkan pesta wau ini kepada mereka. Kebanyakan wau tradisional berasal dari Kelantan iaitu wau bulan, wau kekek, wau puyuh, wau kucing, wau kebayak dan jala budi yang terkenal dengan keindahan dan

kehalusan buaatannya. Manakala para pembuat wau yang mahir kebanyakan dari Pantai Timur.

Dalam pada itu, permasalahan kajian juga terletak kepada pertanyaan, apakah benar permainan wau akan mendapat sambutan yang baik daripada pelancong tempatan atau pun pelancong asing yang berkunjung ke Kelantan. Lantaran itu, pengkaji cuba membongkar apakah tindakan yang dilakukan oleh TIC untuk mengatasi permasalahan ini.

Permasalahan ini juga dilihat melalui salah satu badan organisasi seni iaitu TIC yang bertanggungjawab dalam memelihara permainan tradisi rakyat Kelantan. Oleh itu, pengkaji melihat kepada masalah daripada kurangnya keberkesanan dalam mengadakan promosi-promosi yang berkaitan dengan semua aktiviti kesenian dan kebudayaan. Oleh kerana kurangnya bentuk promosi yang dijalankan, pelancong tempatan mahupun pelancong asing tidak mengetahui setiap persembahan yang diadakan.

Kerajaan Kelantan melalui TIC akan meningkatkan promosi bagi mempopularkan kembali Pesta Wau Antarabangsa Kelantan yang menjadi acara tradisi di sini sejak sekian lama. Kajian ini dijalankan terhadap Pesta Wau Antarabangsa anjuran Kerajaan Negeri Kelantan melalui TIC dengan kerjasama Majlis Daerah Tumpat, Persatuan Pelayang Negeri Kelantan dan Majlis Pelayang Malaysia. Pesta Wau Antarabangsa Kelantan 2012 ini merupakan kali yang ke-30 dianjurkan di Negeri Serambi Mekah ini.

Di samping itu, penglibatan penyertaan antarabangsa pada tahun ini melibatkan 48 peserta terdiri dari 18 buah negara iaitu USA, New Zealand, Thailand, Jerman, Switzerland, Brunei, Singapura, Indonesia, Vietnam,

Kemboja, India, Australia, Filipina, Jepun, China, Macau, Korea dan Nepal. Manakala penyertaan kebangsaan melibatkan 168 peserta dari seluruh negeri, 88 peserta dari peringkat Institusi Pengajian Tinggi (IPT) juga lebih 60 pelajar turut mengambil bahagian.

### **1.3 Objektif Kajian**

Berikut adalah objektif kajian dalam menentukan peranan TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa Kelantan 2012:

- a) Mengenalpasti peranan TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa.
- b) Mendokumentasi bentuk-bentuk dan jenis permainan wau di Pesta Wau Antarabangsa.
- c) Menganalisis keberkesanan promosi yang dijalankan oleh TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa.

### **1.4 Persoalan Kajian**

Kajian ini memberi fokus terhadap peranan TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa Kelantan 2012. Terdapat beberapa aspek yang menimbulkan persoalan, antaranya ialah:

- a) Apakah peranan TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa?
- b) Bagaimanakah cara mendokumentasi bentuk dan jenis permainan wau di Pesta Wau Antarabangsa?
- c) Sejauh manakah keberkesanan promosi yang dijalankan oleh TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa?

## 1.5 Kaedah Kajian

Kajian ini akan menggunakan kaedah kualitatif sebagai pendekatan kajian. Kaedah kualitatif deskriptif ini dipilih berdasarkan kepada ciri-ciri yang terdapat dalam penyelidikan yang sedang dibuat. Penyelidikan kualitatif dijalankan dalam situasi yang sebenar. Pengkaji menjalankan kerja lapangan, penyelidikan ini memerlukan pengkaji turut serta dan memerlukan pemerhatian yang jelas. Penyelidikan kualitatif adalah deskriptif, data yang dikumpul adalah dalam bentuk perkataan, jurnal-jurnal, videografi, gambar-gambar kajian, nota lapangan dan lain-lain rekod yang berkaitan.

Pengumpulan data bagi penyelidikan kualitatif ini akan dibuat melalui proses pemerhatian turut serta, kerana ia merupakan satu proses penyelidikan yang lebih fleksibel dan berubah mengikut konteks. Pengumpulan data akan ditetapkan oleh batas kajian dengan menumpukan kepada fokus kajian. Pengumpulan data bagi penyelidikan ini akan dibuat melalui pemerhatian dan temubual sahaja.

## 1.6 Kerangka Kajian



Gambarajah 1.1: Promosi Campuran, Belch, Belch, Kerr and Powell (2009)  
Sumber: Belch, Belch, Kerr and Powell (2009)  
(*Advertising and Promotion*)

Dalam gambarajah di atas, menurut Belch, Belch, Kerr and Powell 2009 menyatakan promosi adalah penyelarasan semua penjual memulakan usaha untuk menubuhkan saluran maklumat dan pujukan untuk menjual barangan dan perkhidmatan atau menggalakkan idea. Elemen-elemen dalam promosi campuran ialah pengiklanan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif/internet, promosi jualan, perhubungan awam/publisiti dan jualan peribadi.

Seperti yang diutarakan oleh Belch, Belch, Kerr dan Powell (2009) pengiklanan ditakrifkan sebagai apa-apa bentuk berbayar komunikasi bukan peribadi tentang organisasi, produk, perkhidmatan, atau idea oleh penaja yang dikenal pasti. Komponen bukan peribadi bermakna pengiklanan yang melibatkan media massa yang boleh menghantar mesej kepada kumpulan-kumpulan besar. Pengiklanan adalah alat promosi yang sangat penting, terutamanya bagi syarikat-syarikat yang produk dan perkhidmatan disasarkan pada pasaran pengguna massa.

Sebagai contoh, TIC menggunakan billboard yang berada di tengah-tengah bandar Kota Bharu untuk memberitahu pelancong dan masyarakat Kelantan bahawa terdapat aktiviti atau program yang diadakan seperti pesta wau. Setiap program atau aktiviti yang dianjurkan di Kelantan akan diiklankan di billboard. Pengiklanan menggunakan billboard bertujuan untuk memberitahu kepada masyarakat tentang aktiviti kebudayaan dan kesenian di

Kelantan. Selain itu, TIC menggunakan radio seperti Radio Malaysia Kelantan bagi mewar-warkan setiap program atau aktiviti yang diadakan di Kelantan.

Belch meneruskan hujah pemasaran langsung bermaksud adalah cara bagi organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan sasaran untuk menjana tindak balas dan transaksi. Ia melibatkan pelbagai aktiviti termasuk pengurusan pangkalan data, jualan langsung, telepemasaran dan iklan tindak balas langsung melalui mel langsung, internet dan pelbagai siaran dan media cetak. TIC menggunakan promosi melalui internet dan juga media cetak seperti mempromosikan program setiap tahun melalui internet seperti mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa untuk memberi maklumat yang jelas kepada pelancong tempatan mahupun pelancong asing yang ingin berkunjung ke Kelantan.

Menurut Belch, Belch (2009:49) media interaktif membenarkan aliran dua hala maklumat di mana pengguna boleh mengambil bahagian dan mengubah suai dalam bentuk dan kandungan maklumat yang mereka terima dalam masa sebenar. Tidak seperti bentuk komunikasi pemasaran seperti pengiklanan, yang merupakan salah satu cara yang membolehkan pengguna untuk melaksanakan pelbagai fungsi seperti menerima dan mengubah maklumat sebelum membuat pembelian.

Manakala promosi jualan sebagaimana yang dijelaskan oleh Belch ialah aktiviti-aktiviti pemasaran yang menyediakan nilai tambahan atau insentif kepada pasukan jualan, pengedar atau pengguna muktamad dan boleh merangsang jualan segera.

Namun demikian, publisiti merujuk kepada komunikasi bukan peribadi mengenai organisasi, produk, perkhidmatan atau idea yang tidak dibayar terus atau berlari di bawah tajaan yang dikenalpasti, seperti yang dikatakan oleh Belch dalam bukunya *Advertising and Promotion*. Publisiti melibatkan komunikasi bukan peribadi kepada khalayak ramai, tetapi tidak seperti pengiklanan, publisiti tidak langsung dibayar oleh syarikat. Perhubungan awam menggunakan publisiti dan pelbagai alat lain, termasuk penerbitan khas, penyertaan dalam aktiviti komuniti, mengumpul dana, penajaan acara-acara khas, dan pelbagai aktiviti perhubungan awam untuk meningkatkan imej organisasi.

Jualan peribadi adalah satu bentuk komunikasi di mana orang ke orang penjual cuba untuk membantu dan memujuk bakal pembeli untuk membeli produk atau perkhidmatan syarikat atau untuk bertindak ke atas idea. Tidak seperti pengiklanan, jualan peribadi melibatkan hubungan secara langsung antara pembeli dan penjual, sama ada muka ke muka atau melalui beberapa bentuk telekomunikasi seperti jualan telefon. Contohnya TIC sebagai penjual dan pelancong adalah pembeli yang mana pelancong akan ke TIC untuk mendapatkan maklumat mengenai aktiviti-aktiviti yang dijalankan di Kelantan serta mendapat sebarang maklumat mengenai kebudayaan dan kesenian yang terdapat di negeri Kelantan.

## **1.7 Skop Kajian**

Mengkaji peranan TIC dalam mempromosikan Pesta Wau Antarabangsa 2012. Skop kajian ini menumpukan kepada promosi yang digunakan oleh TIC untuk memperkenalkan Pesta Wau Antarabangsa 2012