

# **BAB 1**

## **PENGENALAN**

### **1.1 Latar Belakang Kajian**

Industri kreatif di Malaysia didefinisikan sebagai aktiviti yang menyatukan dan menggunakan kemahiran dan bakat individu atau kumpulan yang berasaskan kreativiti, inovasi dan teknologi untuk menghasilkan kandungan yang memberi penekanan kepada nilai-nilai murni dan budaya yang mampu menyumbang kepada kemajuan dan keberhasilan ekonomi Malaysia (Kementerian Penerangan Komunikasi dan Budaya, 2010). Industri kreatif di Malaysia terbahagi kepada tiga skop utama iaitu industri kreatif multimedia, warisan budaya dan seni budaya (Kementerian Penerangan Komunikasi dan Budaya, 2010). Istilah 'media kreatif' pula diistilahkan sebagai sektor yang menghasilkan sesuatu produk audio-visual seperti radio, filem, televisyen, dan produk berbentuk digital yang seterusnya mengasingkan sektor ini daripada sektor industri kreatif yang lain (Hesmondhalgh & Baker 2011a; Dent, 2019). Dalam konteks kajian ini industri media kreatif yang dimaksudkan adalah industri televisyen dan filem di Malaysia. Industri televisyen dan filem di Malaysia telah berkembang pesat sejak beberapa dekad yang lalu, menjadi medium penting untuk penyebaran maklumat dan hiburan.

Saluran televisyen di Malaysia pada awalnya dikelola oleh kerajaan iaitu TV1 dan TV2. Namun setelah wujud dasar penswastaan pada tahun 1983, TV3 menjadi saluran televisyen komersial yang pertama di Malaysia. Dengan kemajuan teknologi, televisyen satelit mula diperkenalkan pada tahun 1996. Pertumbuhan pesat saluran televisyen di Malaysia menyebabkan mereka perlu bersaing untuk mendapatkan lebih

ramai penonton yang menjadi sumber kepada pendapatan melalui iklan (Juliana et al., 2013). Manakala menurut Juliana Abdul Wahab dan Zatil Hidayah Abdullah (2017), pada awal kemunculan industri televisyen di Malaysia, kandungan media masih lagi bergantung kepada kandungan dari luar negara untuk mengisi masa tayangan. Hal ini terjadi disebabkan kekurangan bajet dan kepakaran industri tempatan untuk menghasilkan kandungan media. Dari segi kandungan program, majoriti stesen televisyen memberi tumpuan kepada penyebaran dasar-dasar kerajaan dengan beberapa slot khusus untuk program hiburan. Pada masa kini, industri televisyen di Malaysia terbahagi kepada empat jenis industri iaitu perkhidmatan televisyen satelit berasaskan langganan ASTRO (*Asia Satellite TV and Radio Organisation*), saluran televisyen komersial di bawah syarikat Media Prima Berhad (TV3, NTV7, 8TV, TV9), saluran televisyen percuma iaitu TV1 dan TV2 dan saluran televisyen Islamik milik kerajaan TV Al-Hijrah (Nur Kareelawati, 2021).

Hizral Tazzif dan Suria Hani (2018) mendapati pada peringkat awal kemunculan industri filem di Malaysia, kebanyakan filem yang dihasilkan adalah berbahasa Melayu yang mencerminkan budaya dan tradisi masyarakat Melayu. Tambahan juga penduduk Malaysia yang majoritinya beragama Islam menjadikan Islam sebagai ciri umum dalam filem-filem Melayu. Akan tetapi filem-filem tempatan ini juga terpaksa bersaing dengan filem-filem dari luar negara seperti Hollywood dan Hong Kong (Hizral Tazzif & Suria Hani, 2018). Pada tahun 1960-an dan 1970-an, industri filem tempatan semakin berkembang dan bereksperimen dengan gaya dan genre yang pelbagai menghasilkan filem yang ikonik dan pengkarya yang terkenal. Dalam dekad berikutnya industri filem di Malaysia mula menghadapi cabaran seperti perubahan pilihan penonton, kemajuan teknologi dan globalisasi (Aziz et al., 2015). Selain itu, kerajaan Malaysia mula menyedari mengenai kepentingan mempromosikan industri perfileman tanah air.

Justeru itu kerajaan Malaysia telah menubuhkan FINAS (Perbadanan Kemajuan Filem Nasional) iaitu sebuah agensi kerajaan yang bertanggungjawab dalam pembangunan industri filem. Penubuhan FINAS juga telah menunjukkan impak yang positif apabila bilangan kemasukan filem cereka (*feature films*) ke pawagam telah meningkat dengan pesat selama bertahun-tahun. Bukan hanya pawagam malahan saluran televisyen tempatan juga memainkan peranan penting dalam mempromosikan filem terbitan tempatan. Bilangan filem yang dihasilkan untuk saluran televisyen juga semakin meningkat, selaras dengan perkembangan di stesen penyiaran televisyen (Rosnan et al., 2012).

Kewujudan industri televisyen dan filem di Malaysia bukan sahaja bertujuan untuk menghasilkan kandungan kreatif dan menghibur rakyat Malaysia, malahan telah membuka peluang pekerjaan yang luas kepada rakyat Malaysia khususnya wanita. Namun begitu budaya produksi dalam industri televisyen dan filem yang dibentuk oleh majoriti pekerja lelaki menjadi cabaran kepada pekerja wanita. 'Budaya produksi' adalah sebuah konsep yang diperkenalkan oleh John Thornton Caldwell (2008) untuk mengkaji dinamik kuasa (*dynamic of power*) dalam industri filem dan televisyen di Hollywood. Konsep 'budaya produksi' kemudiannya digunakan oleh Nur Kareelawati Abd Karim (2015) dalam tesis PhD beliau yang berjudul *Production Culture of religious Television: the Case of the Islam Channel*. Kajian beliau juga cuba membuktikan dinamik kuasa yang berlaku dalam sebuah stesen televisyen di London. Menurut Caldwell (2008), dinamik kuasa yang menjadi budaya sesebuah produksi ini mempengaruhi dan membentuk struktur kuasa dan proses pembuatan sesebuah keputusan dalam industri.

Kajian oleh Zulkiple Abd Ghani (2006) turut menyumbang kepada pemahaman kepada budaya produksi yang melibatkan wanita Muslim. Kajian beliau mendedahkan

bagaimana penglibatan awal wanita dalam industri televisyen. Bidang tugas di belakang tabir dikatakan bersesuaian dengan naluri kewanitaan iaitu sebagai juru solek dan pereka pentas. Apa yang kurang sesuai ialah *bi'ah* atau suasana kerja industri kandungan kreatif yang tidak mempunyai jadual kerja yang tetap, bersifat lasak dan lebih sesuai dengan lelaki. Selain itu, pemilihan bidang kerjaya dalam industri televisyen dikatakan bersesuaian dengan fitrah wanita khususnya dalam kategori eksekutif dan perkeranian. Kajian terkini daripada Nur Kareelawati (2021) turut mendedahkan bahawa penglibatan wanita di belakang tabir dalam industri televisyen masih lagi rendah berbanding wanita di hadapan skrin. Pekerja wanita membentuk hanya satu pertiga daripada kru produksi dengan purata tiga wanita daripada setiap sembilan kru. Penceburan kaum wanita dalam pekerjaan di belakang tabir yang dimaksudkan di sini termasuklah wanita sebagai penerbit, pembantu penerbit dan pengarah kreatif.

Penglibatan awal wanita dalam industri filem di Malaysia adalah sebagai pelakon dan bukannya sebagai penerbit ataupun pengarah. Mulai tahun 1975 wanita mengorak langkah sebagai pengarah, dengan perintis seperti Saadiah Binti Baharom dan Rosani Jamil. Namun di sebalik kemajuan ini, pengarah wanita seperti Yasmin Ahmad juga telah menghadapi kritikan daripada masyarakat kerana filem yang dihasilkannya menyentuh mengenai sensitiviti budaya masyarakat di Malaysia (Wahyuni & Mohd Adnan, 2022). Namun, di sebalik kemajuan ini, terdapat pelbagai cabaran yang dihadapi oleh wanita yang dipengaruhi oleh dinamik kuasa yang menjadi budaya produksi industri televisyen dan filem. Kajian ini dijalankan bertujuan untuk meneliti cabaran yang dihadapi oleh wanita yang bekerja di belakang tabir industri kreatif menurut perspektif budaya produksi. Kajian ini menggunakan konsep budaya

produksi (Nur Kareelawati, 2015) yang merangkumi aspek-aspek seperti dinamik kuasa, eksploitasi, eksploitasi-kendiri, autonomi kreatif dan kesejahteraan emosi.

## 1.2 Skop Kajian

Kajian yang dijalankan ini memberi tumpuan kepada industri media kreatif. Industri kreatif terbahagi kepada beberapa cabang yang luas, justeru itu kajian yang dijalankan ini juga memiliki batasan dan had tertentu. Keterbatasan masa yang dimiliki penyelidik untuk menelusuri keseluruhan sektor industri kreatif yang luas mendorong penyelidik memfokus kepada industri media kreatif sahaja. Berikut adalah skop kajian yang dikenal pasti bagi kajian ini:

Pertama, disebabkan oleh kekangan untuk mendapatkan pekerja wanita dalam industri televisyen dan filem, majoriti peserta wanita yang ditemu bual adalah wanita Muslim yang berbangsa Melayu sahaja. Hal ini demikian kerana majoriti daripada pekerja industri televisyen dan filem di Malaysia adalah didominasi oleh kaum Melayu.

Kedua, walaupun penyelidik ada menyatakan beberapa kesimpulan umum berkaitan budaya produksi media kreatif dalam bab yang seterusnya namun, kajian ini tidak mewakili keseluruhan konteks apa yang berlaku dalam industri media kreatif. Secara umumnya, penyelidik hanya menumpukan kepada media tradisional sahaja iaitu televisyen dan filem sahaja berbanding dalam talian seperti YouTube, TikTok dan Instagram. Justeru itu, perbincangan mengenai produksi kandungan media perlu difahami dalam konteks produksi filem dan televisyen tempatan.

Ketiga, dapatan kajian ini juga bergantung kepada kejujuran peserta yang ditemu bual ketika menjawab persoalan yang diajukan. Bagi mengelakkan kerisauan dalam kalangan peserta sekiranya identiti mereka terdedah identiti peserta adalah dirahsiakan bagi menjamin kerahsiaan dan privasi. Kerahsiaan ini juga membantu untuk

meyakinkan peserta untuk lebih terbuka ketika memberi jawapan bagi memastikan kesahihan dan ketulusan jawapan yang diberikan.

### **1.3    Penyataan Masalah**

Penglibatan pekerja wanita dalam industri media kreatif menyumbang kepada kepelbagaian dalam industri. Namun, kajian oleh Nur Kareelawati (2021) mendapati bahawa penglibatan kaum wanita di dalam industri media kreatif hanya mewakili 30 peratus daripada jumlah keseluruhan pekerja industri media kreatif. Situasi ini secara tidak langsung menjadi cabaran kepada pekerja wanita. Hal ini demikian kerana budaya dan dinamik kuasa yang dibentuk oleh majoriti pekerja lelaki mengaburi cabaran yang dihadapi oleh pekerja wanita. Kajian terdahulu oleh Nur Kareelawati (2015) mendapati bahawa budaya produksi yang dibentuk oleh majoriti pekerja lelaki seringkali menghadkan kebebasan kreatif dan peluang profesional pekerja wanita.

Kajian oleh Putri Wahyuni dan Mohd Adnan (2022) mendedahkan bahawa dominasi kaum lelaki telah menimbulkan stereotaip dan ketidakpercayaan kepada kebolehan wanita menjawat jawatan yang berpengaruh seperti pengarah. Begitu juga dengan kajian oleh Kartini Kamalul Ariffin dan Faridah Ibrahim (2022a, 2022b), mendedahkan bahawa wanita dalam industri media kreatif masih lagi menghadapi stereotaip dan bias yang berdasarkan kepada gender. Meskipun menjadi seorang pemimpin, wanita masih lagi perlu memenuhi jangkauan budaya dan norma masyarakat yang dipengaruhi struktur patriarki yang menghadkan peranan dan tanggungjawab tradisional wanita sepenuhnya terhadap keluarga.

Tidak seperti di Barat yang giat menjalankan kajian berkaitan wanita dalam industri kreatif. Di Malaysia kajian yang berasaskan gender yang dijalankan hanya mengkhusus kepada wanita berkerjaya dalam bidang selain daripada bidang industri

media kreatif. Nur Kareelawati (2021) menyatakan bahawa kajian berkaitan wanita berkerjaya di sebalik tabir dalam industri televisyen kurang diberi perhatian oleh penyelidik dan pembuat dasar di Malaysia. Dapatan kajian ini juga turut disokong oleh Wahyuni dan Mohd Adnan (2022) yang mendedahkan bahawa banyak kajian yang dijalankan berkaitan filem Malaysia, namun kajian berkaitan wanita berkerjaya dalam industri filem Malaysia masih lagi rendah. Hal ini kerana majoriti daripada kajian awal adalah berkaitan representasi wanita sebagai pelakon. Selain itu juga, Kartini dan Faridah (2022) turut menyatakan bahawa kajian berkaitan wanita dalam industri kreatif di Malaysia masih lagi kurang dijalankan. Kekurangan kajian berkaitan wanita dalam industri media kreatif ini secara tidak langsung mengaburi isu dan cabaran sebenar yang dihadapi oleh pekerja wanita khususnya dari aspek kajian berkaitan budaya produksi. Justeru itu, kajian ini bertujuan untuk meneroka dengan lebih jelas mengenai cabaran sebenar yang dihadapi oleh pekerja wanita dalam konteks industri kandungan media kreatif di Malaysia. Khususnya, pekerja wanita Muslim yang bekerja di belakang tabir penerbitan televisyen dan filem di Malaysia.

#### **1.4 Persoalan Kajian**

Kajian yang akan dijalankan ini cuba menjawab tiga persoalan berkaitan wanita berkerjaya dalam industri media kreatif. Antara soalan tersebut ialah:

- 1) Apakah aspek yang membentuk budaya produksi industri televisyen dan filem di Malaysia?
- 2) Apakah bentuk cabaran yang dihadapi oleh wanita Muslim kesan daripada budaya produksi industri televisyen dan filem di Malaysia?
- 3) Bagaimanakah wanita Muslim menangani cabaran-cabaran yang dihadapi?

## 1.5 Objektif Kajian

Kajian ini dijalankan bertujuan untuk mencapai objektif berikut:

- 1) Mengenal pasti aspek yang membentuk budaya produksi industri televisyen dan filem di Malaysia.
- 2) Mengenal pasti bentuk cabaran yang dihadapi oleh wanita Muslim kesan daripada budaya produksi industri televisyen dan filem di Malaysia.
- 3) Mengenal pasti strategi wanita Muslim menangani cabaran-cabaran yang mereka hadapi.

## 1.6 Kepentingan Kajian

Kajian ini menyumbang kepada analisis terkini mengenai kajian wanita berkerjaya dalam industri media kreatif dari perspektif budaya produksi industri televisyen dan filem di Malaysia. Walaupun industri ini menggambarkan dirinya sebagai "kreatif," amalan dominan contohnya pengasingan pekerjaan mengikut gender, diskriminasi di tempat kerja, gangguan seksual dan eksploitasi masih menjadi budaya dalam sesebuah produksi. Selain itu, kajian ini juga menyumbang kepada kajian berdasarkan perspektif pekerja wanita Muslim merentasi peranan, tahap pengalaman dan sektor yang berbeza dalam industri menawarkan pemahaman yang lebih holistik mengenai cabaran yang dihadapi oleh pekerja wanita dalam landskap media yang semakin berkembang di Malaysia.

Tambahan juga kajian ini juga memberi manfaat kepada analisis yang mendalam mengenai strategi yang digunakan pekerja wanita untuk menangani cabaran ketika bekerja dalam industri televisyen dan filem. Kesimpulannya walaupun kajian ini memberikan kefahaman asas mengenai kesan interaksi antara pengaruh budaya produksi terhadap pekerja wanita, namun penyelidik lain juga boleh meneroka

mengenai strategi yang digunakan pekerja wanita untuk menangani bentuk-bentuk cabaran yang tidak diterokai oleh penyelidik seperti strategi menangani autonomi kreatif yang terhad. Namun penyelidik juga menyedari bahawa perbincangan semata-mata belum cukup untuk mendorong tindakan yang diperlukan bagi menjamin kesejahteraan pekerja wanita dalam industri kreatif di Malaysia. Penyelidik berharap kajian seperti ini tidak hanya menambah perdebatan tetapi juga memungkinkan penyelidikan yang berasaskan intervensi dasar untuk perubahan jangka panjang.

## **1.7 Definisi Operasional**

Pada bahagian ini penyelidik akan membahaskan konsep berkaitan dengan tajuk kajian seperti konsep wanita berkerjaya, definisi wanita Muslim, industri media kreatif dan konsep budaya produksi.

### **1.7.1 Wanita Muslim Berkerjaya**

Wanita berkerjaya merujuk kepada wanita yang terlibat dalam peranan profesional, terutamanya dalam industri produksi media (Nur Kareelawati, 2021). Dalam konteks kajian yang dijalankan, wanita Muslim berkerjaya merujuk kepada wanita Melayu yang bekerja di sebalik tabir dalam industri televisyen dan filem di Malaysia. Wanita Muslim ini terdiri daripada wanita yang berstatus bujang, berkahwin, bercerai, janda atau balu, wanita sebagai ibu dan wanita sebagai ibu tunggal.

### **1.7.2 Industri Media Kreatif**

Menurut Kementerian Penerangan Komunikasi dan Budaya (2010) industri media kreatif atau industri kreatif multimedia terdiri daripada industri yang mengaplikasikan kemajuan teknologi terkini untuk menghasilkan produk-produk

kreatif. Antara industri tersebut ialah industri penerbitan filem dan televisyen, pengiklanan, seni reka dan animasi dan kandungan digital. Dalam konteks kajian ini, industri media kreatif merujuk kepada industri televisyen dan filem.

### **1.7.3 Budaya Produksi**

Menurut Caldwell (2008), budaya produksi (*production culture*) adalah amalan budaya (*cultural practice*) dan sistem kepercayaan (*belief system*) yang diamalkan oleh pekerja produksi ketika menghasilkan kandungan kreatif di Hollywood. Beliau turut memfokus kepada dinamik kuasa yang berlaku dalam industri kreatif. Sebaliknya kajian ini, dijalankan untuk mengkaji mengenai amalan pekerja yang menjadi budaya dalam produksi daripada perspektif industri televisyen dan filem di Malaysia. Konsep ‘budaya produksi’ yang digunakan dalam kajian ini juga merujuk kepada konsep ‘budaya produksi’ oleh Nur Kareelawati (2015) yang merangkumi empat konsep utama iaitu eksploitasi, eksploitasi-kendiri, autonomi kreatif dan kesejahteraan emosi. Beliau mengaplikasi konsep budaya produksi untuk mengkaji pekerja produksi dalam stesen saluran televisyen Islamik yang beroperasi di London. Hasil kajian beliau mendapati budaya produksi saluran televisyen Islamik adalah bersifat *Culture of Caution*, iaitu budaya pengawasan yang sangat tinggi sehingga memberi kesan kepada kualiti kandungan dan kesejahteraan pekerja produksi. Kajian ini menggunakan konsep budaya produksi yang di hasil oleh Nur Kareelawati (2015) kerana ia bersesuaian dengan fokus kajian iaitu pekerja produksi Muslim.

## **1.8 Ringkasan Bab Dalam Tesis**

Tesis ini bertujuan untuk mengenal pasti budaya produksi industri televisyen dan filem di Malaysia, serta bentuk cabaran yang dihadapi oleh wanita Muslim dan

strategi digunakan untuk menangani cabaran-cabaran tersebut. Oleh yang demikian, tesis ini terbahagi kepada lima bab. Bab yang pertama mengandungi berkaitan latar belakang kajian, pernyataan masalah, persoalan kajian, objektif kajian, kepentingan kajian, skop kajian, dan definisi operasional kajian. Bab kedua mengandungi sorotan literatur kajian yang menyediakan latar belakang dan konteks bidang kajian bagi mengenal pasti jurang penyelidikan. Selain itu, sorotan literatur ini juga membantu penyelidik untuk menyediakan konsep-konsep utama dalam pembinaan kerangka konsep kajian. Bab tiga membincangkan mengenai reka bentuk kajian, instrumen kajian, pensampelan kajian, etika penyelidikan, prosedur merekod data, proses analisis data serta kebolehpercayaan dan penentusahan data. Bab empat pula membincangkan berkaitan hasil penemuan utama kajian secara terperinci daripada analisis yang telah dijalankan oleh penyelidik. Bab yang terakhir iaitu bab lima pula mengandungi berkaitan kesimpulan, implikasi dan cadangan kajian.

## **1.9 Kesimpulan**

Secara keseluruhannya, bab ini menyediakan asas dan konteks kajian dengan memberikan gambaran menyeluruh tentang kajian yang dijalankan oleh pengkaji berkaitan wanita Muslim dalam industri media kreatif. Gambaran menyeluruh ini dapat dilihat melalui latar belakang kajian, menetapkan batasan melalui skop kajian, menyatakan masalah utama yang mendorong kajian melalui pernyataan masalah, merumuskan soalan spesifik yang akan dijawab melalui persoalan kajian, menyatakan tujuan-tujuan spesifik melalui objektif kajian, menjelaskan sumbangan kajian melalui kepentingan kajian, dan memberikan definisi yang jelas untuk istilah-istilah penting melalui definisi operasional kajian. Aspek-aspek yang dinyatakan di atas ini membantu

untuk memahami konteks, tujuan, dan metodologi kajian dengan jelas. Bab seterusnya pula akan berfokus kepada sorotan literatur kajian.

