



JOURNAL OF CREATIVE INDUSTRY AND SUSTAINABLE CULTURE

<https://e-journal.uum.edu.my/index.php/jcisc>

How to cite this article:

Sualman, I. (2023). Kesan dan Potensi Industri Kreatif Pasca Covid-19: Perbincangan Kumpulan Fokus. *Journal of Creative Industry and Sustainable Culture*, 2, 112-130. <https://doi.org/10.32890/jcisc2023.2.8>

KESAN DAN POTENSI INDUSTRI KREATIF PASCA COVID-19: PERBINCANGAN KUMPULAN FOKUS

(The Impact and Potential of The Post-Covid-19 Creative Industry: Focus Group Discussions)

Ismail Sualman

*Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media
Universiti Teknologi MARA*

Corresponding author: ismail952@uitm.edu.my

Received: 1/8/2023

Revised: 30/8/2023

Accepted: 29/9/2023

Published: 31/10/2023

ABSTRAK

Industri kreatif adalah salah satu sektor ekonomi yang paling menjanjikan potensi tinggi untuk menyumbang kepada sektor ekonomi negara. Namun Covid-19 yang melanda seluruh dunia telah merencatkan eko-sistem dan pembangunan industri kreatif termasuk Malaysia. Sebahagian industri ditutup dan terjejas kerana pengenalan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP). Kajian ini bertujuan untuk mengkaji kesan Covid-19 terhadap industri kreatif di Malaysia. Kajian kualitatif melalui perbincangan kumpulan fokus di Lembah Klang melibatkan 12 peserta juga merupakan pemain industri kreatif dilakukan pada bulan Februari 2023. Hasil kajian mendapati pandemik Covid-19 telah memberi kesan besar kepada kepada industri kreatif kerana ramai hilang pekerjaan dan pendapatan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa keterukan impak Covid-19 terhadap industri kreatif di Malaysia berbeza mengikut sifat dan saiz perniagaan. Antara kesan ialah gangguan dalam operasi perniagaan, pengurangan penawaran dan permintaan produk, pengeluaran yang rendah, ketidakstabilan kewangan, dan peralihan kepada saluran pengedaran digital. Secara keseluruhan kajian ini mendapati industri kreatif tetap mempunyai masa depan yang cerah untuk dipulihkan. Walaupun industri kreatif dilanda kemurungan dan kemelestan akibat Covid-19, namun beberapa inovasi melalui media digital, banyak PKS dan peniagaan berkaitannya masih mampu diteruska. Bantuan dan pakej ransangan kerajaan memainkan peranan penting dalam memudahkan industri kreatif untuk mengekalkan perniagaan mereka dalam industri.

Kata kunci: Industri Kreatif, Covid-19, Cabaran, Potensi

ABSTRACT

Creative industries are one of the most promising sectors of the economy with a high potential to contribute to the country's economic sector. But the Covid-19 that has hit the world has hampered eco-systems and the development of creative industries including Malaysia. Part of the industry was closed and affected due to the introduction of the Movement Control Order (MCO). This study examines the impact of Covid-19 on creative industries in Malaysia. A qualitative method through a focus group discussion in the Klang Valley involving 12 participants was also a creative industry player conducted in February 2023. The findings found that the Covid-19 pandemic had a major impact on the creative industries as many lost their jobs and incomes. The findings show that the severity of the impact of Covid-19 on creative industries in Malaysia varies according to the nature and size of the business. Among the effects are disruptions in business operations, reduced supply and demand for products, low production, financial instability, and the transition to digital distribution channels. Overall this study found that the creative industries still have a bright future to restore. Although the creative industries have been hit by depression and turmoil due to Covid-19, with some innovations through digital media, many SMEs and related businesses are still able to continue. Government assistance and stimulus packages play an important role in making it easier for creative industries to sustain their businesses in the industry.

Keywords: Creative Industry, COVID-19, Challenges, Potential

PENGENALAN

Sejak sedekad yang lalu, industri kreatif telah menjadi sektor penting dalam ekonomi global (Li, 2020, Rodríguez-Gulías et al., 2020). Sektor ini mempunyai kesan yang mendalam terhadap aspek sosial dan budaya kehidupan orang ramai (Santoro et al., 2020). Industri kreatif dianggarkan membentuk lebih 7% daripada KDNK dunia (UNCTAD, 2004). Menurut Pertubuhan Pendidikan, Saintifik dan Kebudayaan Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu (UNESCO, 2017) industri kreatif menjana pendapatan setiap tahun dianggarkan AS\$2,250 bilion di seluruh dunia dan diunjurkan mewakili lebih 10% daripada KDNK global pada tahun-tahun akan datang. Dengan kadar pertumbuhan eksport melebihi 7% dalam tempoh 13 tahun, perdagangan global dalam barangan kreatif meletakan sektor yang berkembang dan berdaya tahan.

Dalam tempoh 2002–2015, nilai pasaran global untuk barangan kreatif meningkat dua kali ganda daripada \$208 bilion pada 2002 kepada \$509 bilion pada 2015” (UNCTAD, 2018, hlm.9). Menurut World Bank (2020), United Kingdom (UK) dan Amerika Syarikat (AS) dengan ketara meningkatkan nilai dan bahagian eksport barangan yang berkaitan dengan industri kreatif, dengan ketara selama setahun -kadar pertumbuhan purata pada tahun sebanyak 1.02% untuk AS dan 29.28% untuk UK antara 2002 dan 2015.

Sementara Persidangan Perdagangan dan Pembangunan Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu (UNCTAD, 2018) menekankan bahawa nilai pasaran global industri kreatif adalah dianggarkan \$1.3 trilion, Pertubuhan Kerjasama dan Pembangunan Ekonomi (OECD) menunjukkan kadar pertumbuhan tahunan antara 5 dan 20% di negara-negara OECD. Di Kesatuan Eropah (EU),

industri kreatif menyumbang 3.3% daripada KDNK EU dan mewakili 3% daripada jumlah pekerjaan EU.

Industri kreatif di Malaysia merupakan sektor ekonomi yang memberi tumpuan kepada kreativiti, inovasi dan ekspresi artistik (Rosamund Davies, Gauti Sigthorsson, 2013). Ia merangkumi pelbagai bidang seperti seni visual, seni persembahan, media digital, permainan video, fesyen, seni bina, dan banyak lagi. Industri kreatif di Malaysia merupakan sektor yang penting dan berkembang pesat dan telah banyak menyumbang kepada ekonomi negara dan mewujudkan peluang pekerjaan kepada rakyat Malaysia. Pihak kerajaan dan sektor swasta telah melancarkan pelbagai inisiatif untuk menyokong pembangunan industri, termasuk subsidi, latihan dan peningkatan kemahiran, serta promosi dan pemasaran produk kreatif Malaysia di peringkat antarabangsa. Peranan teknologi dan internet juga telah memainkan peranan penting dalam mengembangkan pasaran produk kreatif Malaysia.

Industri ini juga merupakan kawasan strategik dalam memacu pertumbuhan ekonomi negara. Namun kehadiran Covid-19 telah membantut perkembangan dan pembangunan industri kreatif. Pandemik Covid-19 merupakan wabak di seluruh dunia yang telah memberi kesan besar kepada negara, sosial dan ekonomi. Di rantau Asia Tenggara, Malaysia merupakan ekonomi keempat terbesar yang telah berjaya menunjukkan prestasi yang baik sejak beberapa tahun kebelakangan ini sebelum pandemik. Walau bagaimanapun, dengan pandemik ini, Covid-19 telah mengubah perkembangan negara dengan ketara (WHO, 2022).

Menurut Ismail Sualman (2021) pada peringkat awal kerajaan memperkenalkan PKP, usaha itu berjaya mengawal wabak, namun Covid-19 menjejaskan mata pencarian dan ekonomi negara. Di sebalik pelbagai cabaran akibat Covid-19, pihak kerajaan yang berteraskan prinsip prihatin telah mengambil kira semua aspek dan kebajikan seluruh lapisan masyarakat dalam perancangan sektor ekonomi, kesihatan, pendidikan serta sosial. Usaha memulihkan ekonomi negara dalam keadaan sekarang bukanlah tugas mudah, namun kerajaan telah melaksanakan pelbagai inisiatif melibatkan semua peringkat. Inisiatif itu bertujuan meringankan beban rakyat dan memastikan tiada golongan yang tercicir.

Kertas kerja ini mengkaji kesan ekonomi, sosial dan teknologi akibat pandemik Covid-19 ke atas industri kreatif di Malaysia. Industri ini ialah salah satu industri global yang paling rancak, bertanggungjawab untuk menggaji berjuta-juta pekerja, menawarkan potensi pertumbuhan untuk Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS). Menawarkan peluang kepada negara untuk membangunkan usahawan PKS kelas pertengahan yang kukuh, dan juga menawarkan peluang untuk mengembangkan portfolio eksport produk dan perkhidmatan kreatif. Kajian ini juga membincangkan beberapa cabaran dan peluang yang dihadapi oleh pemain industri kreatif di Malaysia. Selain menghuraikan bagaimana sesetengah segmen industri kreatif menangani cabaran dan peluang ini, serta bagaimana sesetengah industri kreatif mereka bentuk strategi untuk menyokong industri agar terus berdaya saing.

Pernyataan Masalah

Pandemik Covid-19 masih mempunyai kesan ekonomi dan sosial yang lebih mendalam di seluruh dunia sehingga kini. Menurut UNESCO (2022), pandemik Covid-19 mencipta kemelesetan dan krisis ekonomi global terbesar dalam tempoh lebih seratus tahun. Krisis global ini lebih dasyat daripada krisis ekonomi dunia tahun 2008-2009 dan krisis pandemik SARS.

Kedua-dua krisis itu tidak dijangka hadir dan mempunyai kesan mendalam terhadap ekonomi global, dengan kos sosial dan ekonomi yang tinggi. Akibat daripada wabak ini, hampir 50% daripada GDP global terjejas dari segi kewangan dan bahagian sebenar ekonomi mereka, dengan ekonomi sedang pesat membangun lebih terjejas daripada ekonomi maju.

Dasar “duduk di rumah” dan penjarakan sosial memburukkan kedudukan dan prestasi ekonomi dengan cara yang tidak pernah dilihat sejak tahun-tahun kemurungan yang hebat pada tahun 1930-an. Kesan ekonomi dijangka membebankan ekonomi global hampir \$12.5 trilion USD menjelang 2024, seperti yang dianggarkan oleh IMF. Pada tahun 2023, negara seperti China masih mengalami kesan sosial dan ekonomi akibat pandemik Covid-19 (UNESCO, 2022).

Pandemik Covid-19 di Malaysia telah memberi kesan besar terhadap ekonomi Malaysia termasuk penurunan nilai ringgit Malaysia dan penurunan Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK). Wabak ini juga memberi kesan buruk kepada beberapa sektor utama termasuk sektor hiburan, pasaraya, peruncitan, perhotelan, dan pelancongan (Salehuddin, 2020).

Seperti kebanyakan negara, Malaysia mengalami penguncupan ekonomi akibat wabak itu. Penutupan dan sekatan pergerakan menyebabkan aktiviti ekonomi berkurangan, terutamanya dalam sektor seperti pelancongan, peruncitan dan perhotelan. Pandemik ini menyebabkan kehilangan pekerjaan dan pendapatan sebahagian rakyat Malaysia termasuk yang bergiat dalam perniagaan dan perkhidmatan industri kreatif.

Untuk mengurangkan kesan ekonomi, kerajaan Malaysia melaksanakan pelbagai pakej rangsangan. Pakej-pakej ini termasuk bantuan kewangan, subsidi upah, dan sokongan kepada perniagaan untuk membantu mereka bertahan semasa krisis. Kerajaan melaksanakan sejumlah inisiatif berikutan impak Covid-19 ke atas ekonomi menerusi dua pusingan Pakej Rangsangan Ekonomi Prihatin Rakyat iaitu seperti Pelan Jana Semula Ekonomi Negara. Kerajaan telah menyediakan banyak bantuan tunai untuk membantu PKS, contohnya dalam bentuk geran bernilai RM3,000 kepada perusahaan mikro bagi memulakan semula perniagaan mereka (Bernama, 2020).

Industri pelancongan Malaysia terjejas teruk, dengan penurunan mendadak dalam pelancong antarabangsa. Ini memberi kesan riak pada sektor berkaitan, seperti hospitaliti dan pengangkutan. Apabila usaha vaksinasi berkembang, Malaysia menyasarkan untuk memulihkan ekonominya. Walau bagaimanapun, pemulihan ekonomi tidak sekata merentas sektor, dan cabaran kekal. Namun pandemik mempercepatkan penggunaan teknologi digital di Malaysia. Kerja jarak jauh, e-dagang, dan perkhidmatan digital menyaksikan peningkatan penggunaan dan pertumbuhan.

Adalah penting untuk juga mengambil kira kesan ketakutan orang ramai dalam menguatkan kesan ekonomi wabak itu, kerana ia menyumbang kepada pengembangan kesan ekonomi wabak dan kedalaman penguncupan ekonomi (UNESCO, 2022). Akibat penutupan yang ketat, banyak industri kreatif mengalami penurunan yang teruk dalam keseluruhan jualan mereka.

Kertas kerja ini menawarkan pemahaman tentang kesan pandemik Covid-19 terhadap industri kreatif dan tindak balas mereka terhadap krisis ini. Kajian ini akan membantu mengenal pasti kesan sosial dan ekonomi Covid-19 serta hala tuju yang berpotensi untuk penyelidikan masa depan dalam industri kreatif.

OBJEKTIF KAJIAN

- 1) Mengkaji kesan sekatan akibat pandemik Covid-19 terhadap industri kreatif.
- 2) Meneroka usaha-usaha pemulihan industri kreatif akibat pandemik Covid-19.
- 3) Mengkaji potensi untuk memulihkan kembali industri kreatif yang terjejas akibat pandemik Covid-19.

INDUSTRI KREATIF DAN COVID-19

Sejak November 2019 dunia telah memerangi wabak yang disebabkan oleh Sindrom Pernafasan Akut Teruk Coronavirus 2 (SARS-CoV-2), juga dikenali sebagai 'Penyakit Coronavirus 2019' (Covid-19) (Barrero, Bloom, & Davis, 2020). Pandemik yang berterusan ini telah membawa kerugian besar kepada perniagaan yang tidak terkira banyaknya, yang membawa kepada gangguan serius bagi banyak industri kreatif (Prentice et al., 2020, Mehroli et al., 2021).

Bersama-sama dengan sektor pengembaraan, hospitaliti dan perdagangan runcit, industri kreatif telah terjejas teruk oleh pandemik Covid-19 (Bank dan O'Connor, 2020). Memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang kesan sosial dan ekonomi akibat pandemik Covid-19, serta merumuskan potensi tindak balas terhadap krisis ini, adalah sebahagian daripada agenda penyelidikan semasa (Serafini dan Novosel, 2020).

Kajian lalu mengenai perniagaan dan pengurusan yang berkaitan dengan kesan ekonomi dan sosial pandemik Covid-19 terhadap industri kreatif berkembang pesat (Nayal et al., 2021). Walau bagaimanapun, sedikit yang diketahui tentang cara industri kreatif mengendalikan wabak Covid-19 dan kesannya (Meyrick and Barnett, 2021). Dinamik impak berbeza dengan ketara merentas subsektor dan negara kreatif (Machovec, 2020) manakala perpustakaan, muzium, industri seni dan hiburan mengalami kesan negatif (Kim, Parboteeah, & Cullen, 2020), namun sektor teknologi maklumat mengalami kesan positif (Florida dan Seman, 2020).

Industri kreatif secara keseluruhan telah menghadapi banyak cabaran jangka pendek dan jangka panjang akibat daripada wabak itu, seperti pemberhentian kerja, mufliis, pembatalan acara dan sebagainya. Analisis cara negara berbeza bertindak balas terhadap pandemik Covid-19 boleh membantu dalam membangunkan langkah selanjutnya untuk mengimbangi kehilangan pendapatan dalam industri kreatif (Betzler et al., 2020, Joffe, 2020,). Negara yang berbeza memperkenalkan banyak langkah sokongan kerajaan dan swasta yang berbeza seperti skim pengekalan pekerjaan, geran dan pembiayaan sekali sahaja untuk memanfaatkan kesan ekonomi dan sosial jangka panjang pandemik Covid-19.

Kajian melihat kesan ekonomi pandemik Covid-19 ke atas perniagaan kecil dan mereka yang bekerja sendiri (Barrero et al., 2020) memberi tumpuan sama ada pada transformasi model perniagaan tradisional atau pada mekanisme yang mendasari perubahan dalam corak pekerjaan dan penglibatan pelanggan (Sheth, 2020), penyelidikan tentang kesan pandemik Covid-19 pada sektor ini agak terhad (OECD, 2020). Walau bagaimanapun, di sebalik kepentingan sosio-ekonomi industri kreatif dari segi jejak ekonomi dan sosial mereka dan sumbangan pekerjaan mereka (Donthu dan Gustafsson, 2020).

Pandemik telah memberi kesan kepada industri secara berbeza. Industri yang dapat memindahkan operasi mereka dalam talian, jauh lebih baik daripada industri yang tidak dapat

menukar tawaran mereka dalam talian. Lebih-lebih lagi, kebanyakan aliran baharu ini mungkin membentuk titik infleksi sebenar, mengubah sifat industri ini dalam jangka panjang juga.

Sebagai contoh, Institusi Pembelajaran berjalan dengan baik memandangkan keupayaan mereka untuk memindahkan kandungan dalam talian, hiburan dalam talian juga berjalan lancar semasa pandemik. Sebaliknya, panggung wayang, hotel, pusat kecergasan dan beberapa segmen industri pelancongan pasti terjejas untuk tempoh yang lebih lama.

Di Malaysia, era pandemik Covid-19 telah memaksa landskap media dan industri kreatif mengalami perubahan dan proses adaptasi secara langsung. Kajian oleh Abdur Rahman Ahmad Raji et. al (2020) menganalisa sejauh mana implikasi pandemik Covid-19 terhadap struktur media dan industri kreatif dari beberapa perspektif kritikal iaitu digitalisasi dan teknologi 5G, medium media baru sebagai sumber maklumat, perkembangan tenaga kreatif, penghasilan kandungan kreatif, dominasi media asing, kemampuan media tempatan sebagai sumber rujukan serantau, serta capaian media tempatan terhadap audiens global. Keseluruhan kajian ini digarap dengan data sekunder daripada dokumen agensi dan kerajaan, laporan berautoriti, surat khabar, serta data primer daripada perbincangan bersama ahli pakar akademik. Hasil kajian mendapati pandemik Covid-19 mengesani media dan industri kreatif secara langsung terutama dalam aspek digitalisasi akibat daripada PKP yang mengekang operasi media secara fizikal. Kajian mendapati berlaku peningkatan penggunaan internet secara mendadak dan peningkatan pengaruh media baharu dan media sosial dalam masyarakat. Situasi ini memberikan landskap baharu kepada industri media dan kreatif apabila masyarakat secara umum mampu bersaing secara langsung dengan pemain industri dalam mencorak karya kreatif dan mendapatkan sumber maklumat secara langsung dan terkini, tanpa pengantara media massa.

Jelas sekali, pandemik Covid-19 membawa kepada strategi perniagaan baharu dan “modus operandi” yang akan membentuk semula landskap perniagaan selepas krisis. Teknologi Baharu muncul menjana cara interaksi baharu di segmen ekonomi. Tempoh krisis juga menjana risiko dan peluang. Banyak industri dan firma baharu diwujudkan akibat pandemik semasa, dan ramai yang menderita akibat paradigma perniagaan global baharu. Apa yang kita makan, cara kita makan, cara kita bekerja dan cara produk dan perkhidmatan dihasilkan dan dihantar sangat dipengaruhi oleh wabak Covid-19 (Ismail Sualman 2022).

Dalam sesetengah industri kreatif, perubahan ini menjadi lebih asas daripada yang lain. Dalam sesetengah industri, kita mempunyai titik infleksi sementara, dan dalam yang lain, titik infleksi ini kekal. Syarikat yang dapat mengenal pasti sementara daripada titik infleksi kekal mempunyai kelebihan berbanding persaingan (UNESCO, 2020).

Strategi perniagaan baharu seperti kerja jauh, pembelajaran jarak jauh, e-dagang, transaksi digital dan penggunaan teknologi baharu dipercepatkan semasa wabak dan selepas krisis pandemik. Teknologi baharu memformat semula landskap perniagaan global. “Normal perniagaan” baharu sedang dijalankan, serta “normal baharu” (Ismail Sualman, 2022).

Tempoh dan kedalaman kemelesetan ekonomi menentukan kelangsungan hidup syarikat dan industri mereka. Segmen ekonomi kreatif yang dikuasai oleh gergasi berteknologi tinggi, seperti Apple, Google, Amazon, Netflix, Microsoft, mempunyai peluang yang lebih tinggi untuk bertahan dalam pandemik ekonomi semasa lebih baik daripada teater, rangkaian pawagam dan PKS.

Menurut Agensi Pembangunan Ekonomi Kebudayaan (CENDANA), 93 peratus artis dan pekerja budaya Malaysia telah terjejas akibat wabak itu, dengan 70 peratus kehilangan semua atau sebahagian besar pendapatan mereka (Saemah Mohd Sallehuddin, 2020). Antara tindakan yang diambil oleh kerajaan Malaysia untuk menyokong industri kreatif ketika Covid-19 termasuklah:

1. Penyediaan Sokongan Kewangan: Kerajaan menyediakan pelbagai insentif, geran, dan pinjaman untuk menyokong pembangunan dan pertumbuhan perniagaan kreatif, terutamanya bagi perusahaan kecil dan sederhana.
2. Pendidikan dan Latihan yang Lebih Baik: Meningkatkan kualiti pendidikan dan latihan dalam bidang kreatif membantu mewujudkan tenaga kerja yang berkelayakan dan inovatif dalam sektor ini.
3. Membina Infrastruktur dan Akses Teknologi: Pelaburan dalam infrastruktur dan teknologi membantu meningkatkan akses pasaran, pengedaran, dan kerjasama dalam industri kreatif.
4. Promosi dan Pemasaran: Kerajaan dan agensi berkaitan giat mempromosikan karya kreatif Malaysia di peringkat kebangsaan dan antarabangsa melalui pelbagai pameran, festival dan acara kebudayaan.

Di samping itu, sokongan daripada masyarakat, sektor swasta, dan institusi kreatif tempatan juga memainkan peranan penting dalam membangunkan industri kreatif di Malaysia. Walau bagaimanapun, perlu diingat bahawa keadaan dan keadaan industri kreatif mungkin berubah dari semasa ke semasa, bergantung kepada faktor ekonomi, sosial, dan politik semasa.

Kajian Ismail Sualman (2021) mendapati 76% PKS di Selangor ditutup akibat daripada pandemik Covid-19. Daripada jumlah berkenaan 68% PKS berkaitan dengan industri kreatif seperti filem, panggung wayang, persembahan serta industri pembuatan terjejas dan memberhentikan operasinya.

Menurut Ismail Sualman (2022) industri kreatif telah merubah pendekatan operasi kepada atas talian dan industri digital terus bertahan dan melonjak pasaran dan jualan ketika era sekatan perjalanan dilaksanakan. Ini kerana ketika itu sebahagian besar operasi dan perkhidmatan secara online seperti Pendidikan, perkhidmatan, penjualan, pemasaran dan perbankan.

METODOLOGI KAJIAN

Kaedah kualitatif dalam kajian ini adalah pendekatan penyelidikan yang sering digunakan untuk memahami fenomena kompleks dalam konteks sosial dan budaya. Kaedah ini sering digunakan dalam kajian sains sosial, termasuk dalam sains sosial (Meriam, 1998; Ritchie, 2003). Kaedah kajian ini adalah Perbincangan Kumpulan Fokus (*Focus Group Discussions*) iaitu kaedah penyelidikan kualitatif yang popular dalam sains sosial. Kaedah ini melibatkan sekumpulan peserta dalam perbincangan fokus pada topik tertentu.

Melalui Perbincangan Kumpulan Fokus (PKF) dalam kajian kualitatif membolehkan interaksi antara peserta yang mempunyai pengalaman atau pandangan yang berbeza. Interaksi ini boleh menjana dinamik yang kaya, di mana peserta boleh merangsang dan melengkapkan pemikiran masing-masing. Kaedah ini membolehkan penyelidik mendengar perspektif yang pelbagai dari beberapa peserta. Ini membantu dalam memahami pandangan yang berbeza mengenai topik yang sedang dikaji. Dalam satu sesi kumpulan fokus, penyelidik boleh mengumpul data

daripada beberapa peserta sekaligus. Ini boleh menjadi lebih cekap berbanding dengan wawancara individu yang memerlukan lebih banyak masa dan usaha.

Selain itu, PKF dapat merangsang peserta untuk berkongsi idea atau pandangan baru yang tidak pernah difikirkan sebelum ini. Ini boleh membantu dalam membongkar maklumat yang mungkin tidak muncul dalam wawancara individu. Kaedah ini sesuai untuk memahami dinamik, interaksi, dan norma dalam kumpulan tertentu. Bukan sahaja pandangan individu didedahkan, tetapi juga bagaimana mereka berinteraksi dengan norma dan nilai kumpulan.

PKF boleh membantu mengenal pasti bidang konflik atau konsensus dalam kalangan peserta. Ini boleh membantu dalam memahami perbezaan pendapat dan pemetaan titik perjanjian. Peserta juga boleh memberikan sokongan sosial antara satu sama lain. Ini boleh mewujudkan persekitaran yang lebih selesa untuk peserta bercakap tentang pengalaman atau pandangan peribadi mereka.

Data yang dihasilkan daripada PKF boleh dianalisis secara kolektif. Ini bermakna penyelidik dapat melihat corak, tema, dan makna yang muncul dari interaksi antara peserta. Metode ini juga membolehkan mencetuskan idea dan refleksi yang lebih mendalam melalui kesan sinergi antara peserta. Kadang-kadang, rangsangan dari orang lain boleh mencetuskan pemikiran yang lebih mendalam.

Kaedah ini sesuai untuk meneroka pengalaman yang dikongsi dalam kumpulan yang terlibat dalam industri kreatif, seperti pengalaman dalam komuniti, organisasi, atau persekitaran tertentu. Walau bagaimanapun, PKF juga mempunyai batasan dan memerlukan persediaan yang teliti, pemilihan peserta yang betul, dan pemudahan yang baik untuk mendapatkan hasil yang bermakna.

Kajian ini menggunakan pemilihan persampelan bertujuan dan dibantu oleh pemilihan berdasarkan kriteria, serta melaksanakannya dengan persampelan teori. Dalam kajian ini, sampel dipilih dengan sengaja kerana ia mempunyai ciri-ciri yang membolehkan penyelidik memperoleh banyak maklumat, perincian dan pemahaman yang mendalam tentang masalah dan persoalan berkaitan industri kreatif.

Kajian ini memastikan bahawa semua sampel dapat memberikan jawapan kepada perkara-perkara yang menjadi objektif kajian. Sampel juga harus mengambil kira faktor kepelbagaian yang wujud untuk setiap sampel dengan harapan ia akan mempunyai kesan yang pelbagai terhadap data yang akan diperoleh.

Proses persampelan teori bermaksud bahawa proses awal adalah serupa dengan jenis pensampelan lain, iaitu memilih peserta yang memenuhi kriteria tertentu supaya dapat menghasilkan data yang kaya dengan maklumat. Walau bagaimanapun, bilangan pemberi maklumat atau sampel tidak ditentukan pada peringkat awal kajian (Meriam, 1998). Ini bermakna proses pengumpulan data untuk menghasilkan teori di mana proses analisis dibuat satu demi satu sampel secara berterusan. Data yang diperoleh daripada sampel pertama akan menentukan kriteria sampel seterusnya. Sekiranya data yang diperoleh masih tidak mencukupi untuk tujuan menjana dan melengkapkan teori, maka sampel seterusnya akan dipilih dan dianalisis. Proses ini akan berjalan secara berterusan sehingga penyelidik berpuas hati bahawa sampel yang dipilih telah menghasilkan data yang dapat membantunya menjana perkembangan teori atau membentuk hipotesis baru. Apabila data dikumpulkan secara berterusan dan pembinaan teori semakin muncul, maka penyelidik cuba mengecualikan kes terpencil yang

menyimpang (pemilihan kes negatif dan pemilihan kes diskrepant) dalam hasil kajian yang diperolehi.

Pemilihan Informan

Informan atau peserta bagi kajian ini juga dipilih menggunakan persampelan bertujuan tetapi di bawah jenis variasi maksimum serta melalui proses persampelan kritikal seperti yang diterangkan sebelum ini. Pensampelan variasi maksimum bermaksud bahawa walaupun sampel yang dipilih adalah kecil, tetapi ia dipilih dari pelbagai aksara supaya hasil kajian adalah pelbagai (Meriam, 1998). Pemberi maklumat dipilih berdasarkan pemilihan berasaskan kriteria seperti berikut:

- i) Lelaki dan Perempuan pelbagai bangsa
- ii) Berumur 25 tahun ke atas
- iii) Tinggal di kawasan bandar dan luar bandar
- iv) Tahap pendidikan dan pemahaman yang tinggi dan sederhana tentang industri kreatif.
- v) Mengambil bahagian secara sukarela dalam kajian ini

Instrumen Penyelidikan

'Instrumen' kajian ini adalah penyelidik sendiri. Ini kerana penyelidik sendiri terlibat dalam semua proses pengumpulan data dari awal, iaitu menjejaki lapangan sehingga aktiviti terakhir di lapangan. Menurut Morse & Richards (2002), peranan penyelidik sebagai instrumen penyelidikan adalah bahawa mereka membuat data mengenai peristiwa yang berkaitan dengan masalah dan soalan penyelidikan mereka. Maklumat yang berada dalam diri seseorang individu atau peristiwa atau bahan yang menjadi tumpuan kajian seseorang.

Pra-Ujian

Sesi temuduga mendalam yang pertama dikendalikan oleh penyelidik yang berkhidmat sebagai juruterbang. Rakaman audio dan visual telah dibuat dan rakaman telah ditranskripsikan dan dianalisis untuk melihat sama ada soalan-soalan yang ditimbulkan serta kandungan perbincangan yang telah diperolehi adalah mencukupi untuk menjawab masalah dan soalan penyelidikan.

Analisis mendapati bahawa data adalah mencukupi untuk mencapai objektif kajian ini. Temu bual selama satu jam itu berjaya menghasilkan tema yang menjawab masalah dan soalan penyelidikan. Oleh itu, data untuk kumpulan pra-uji ini juga digunakan untuk kajian sebenar. Tiada pembetulan dibuat kepada protokol temuduga dan penyelidik mengambil penjagaan khas dengan cara yang sesuai dan fleksibel apabila mengumpul data.

Proses Pengumpulan Data

Teknik mengumpul data untuk kajian ini adalah dengan menjalankan PKF. Seramai 12 peserta atau Informan yang terlibat dalam kajian ini dan proses persampelan teori telah digunakan untuk menentukan bilangan peserta yang terlibat. Memandangkan beberapa faktor seperti kesukaran untuk hadir dalam sesi perbincangan dan kesibukan kerja, PKF dijalankan secara hibrid iaitu bersemuka dan dalam talian menggunakan platform Google Meet. Penyelidik

memastikan sambungan internet yang stabil dari kedua-dua hujung dalam kejelasan audio dan visual semasa pengumpulan data.

Kajian kualitatif ini melibatkan warga Malaysia pelbagai kaum yang mengambil bahagian yang bekerja dalam sektor industri kreatif, pendidikan dan sejarawan, budayawan dan perniagaan. Persoalan status, cabaran dan penambahbaikan terhadap industri kreatif telah memberikan pandangan yang pelbagai dan menarik bagi melonjakkan lagi industri ini.

Peserta juga telah dimaklumkan mengenai kerahsiaan identiti dan maklumat sepanjang sesi tersebut dan mereka dibenarkan menarik diri secara sukarela pada bila-bila masa. Sesi PKF telah dijalankan pada 22 Februari 2023. Jadual 1 menunjukkan komposisi fokus PKF terdiri daripada pemberi maklumat lelaki dan wanita berdasarkan kriteria yang ditetapkan:

Jadual 1

Peserta Perbincangan Kumpulan Fokus

Peserta	Umur (Tahun)	Pekerjaan	Pendidikan
Lelaki Melayu (P1)	45	Pensyarah Bidang Kreatif	Sarjana Seni Kreatif
Lelaki Melayu (P2)	56	Pengiat Seni (sajak/pantun)	Ijazah Pendidikan
Wanita Melayu (P3)	36	Guru Muzik	Ijazah Pendidikan Muzik
Wanita Melayu (P4)	34	Instafamous	DiplomaPemasaran
Wanita Melayu (P5)	48	Usahawan Batik	Sijil Pelajaran Malaysia
Lelaki Cina (P6)	37	Penjual komputer	Ijazah Pengkomputeran
Wanita Cina (P7)	28	Jurujuar telefon	Ijazah Pemasaran
Wanita India (P8)	36	Aktivis Seni Tari India	Diploma Sains Sosial
Lelaki India (P9)	25	Pelajar Seni Bina	Diploma Reka Bentuk
Lelaki Melayu (P10)	26	Pelajar Seni Persembahan	Diploma Seni Persembahan
Wanita Melayu (P11)	56	Pengarah/ Penerbit Filem	Ijazah Pemasaran
Wanita Cina (P12)	48	Pelukis	Ijazah Seni Lukis

Data dianalisis serentak dengan proses pengumpulan data. Sejurus selepas selesai proses pengumpulan data untuk kumpulan pertama, data telah ditranskripsikan dengan bantuan bahan rakaman audio dan visual. Pada setiap penyempurnaan proses pengumpulan dan transkripsi, data dianalisis menggunakan kaedah perbandingan yang berterusan. Tema dan kategori dibentuk berdasarkan soalan penyelidikan.

ANALISIS DATA

Analisis data daripada PKF ini melibatkan proses perincian, mengenal pasti dan mentafsir corak, tema dan makna yang muncul daripada perbualan peserta (Meriam, 1998). Kajian ini menggunakan skema tematik iaitu struktur hierarki yang menerangkan hubungan antara tema utama dan sub-tema yang lebih spesifik. Dalam skim ini, tema utama berada di peringkat paling atas, diikuti dengan sub-tema yang lebih terperinci.

Penyelidik menyemak skema tematik yang telah dicipta dan memastikan tema dan sub-tema saling berkaitan dan menggambarkan makna sebenar data. Selepas memastikan skema tematik sesuai, dan mengenal pasti tema utama yang paling penting dari data, penyelidik mengurangkan bilangan tema untuk mengekalkan fokus analisis tajam. Setelah proses menganalisis data dilakukan dengan teliti, kajian ini menggunakan perisian analisis kualitatif NVivo untuk membantu mengurus dan menganalisis data. Setiap langkah dalam proses analisis perlu dijalankan secara sistematik bagi memastikan penemuan yang dihasilkan adalah tepat dan bermakna (Otman Talib, 2019).

Strategi Kesahan dan Kebolehpercayaan

Untuk mendapatkan tahap kesahihan, penyelidik telah menggunakan strategi pemeriksaan rakan sebaya. Untuk mendapatkan kesahihan luaran, penyelidik telah memilih untuk membuat laporan terperinci dan kaya maklumat atau penerangan yang kaya dan tebal. Laporan terperinci disediakan di bahagian reka bentuk kajian sehingga proses analisis data. Strategi kebolehpercayaan bagi kajian ini dicapai melalui kaedah trail audit.

Selain itu, maklumat berkaitan industri kreatif diperoleh daripada pelbagai sumber dan maklumat yang diterima oleh mereka telah menjurus kepada sikap dan tingkah laku peserta terhadap topik perbincangan. Penggunaan kaedah ini adalah untuk menangkap data deskriptif yang kaya tentang bagaimana orang berfikir dan berkelakuan serta melancarkan proses yang kompleks. Justeru, sesi PKF yang berlangsung selama sekitar 120 minit itu dimanfaatkan bagi meneroka pemahaman, sikap serta menyemak sumber maklumat berkaitan industri kreatif di Malaysia. Analisis data temubual sebagai data utama melibatkan proses sistematik seperti penyediaan nota lapangan dan transkrip, pengekodan, penjejakan dan pembinaan tema utama, pembinaan sub-tema dan sub-tema (Mitchell, 2005).

Penyelidik bersikap terbuka dalam pembentukan tema ini. Data yang dikeluarkan dalam bentuk transkrip kemudiannya akan dibentuk data verbatim. Verbatim data ini dimasukkan menggunakan perisian analisis data kualitatif bantuan komputer, Atlas-ti untuk menganalisis tema utama dan sub-tema yang terlibat dan analisis yang digunakan adalah analisis tematik.

HASIL KAJIAN

Pengkaji membahagikan dapatan kajian ini kepada tiga kategori tema utama iaitu (i) cabaran pemain industri kreatif berhadapan dengan pandemik-19 (ii) inisiatif yang dilakukan industri kreatif berhadapan dengan cabaran yang dihadapi akibat pandemik Covid-19. (iii) potensi untuk memulihkan kembali industri kreatif yang terjejas akibat pandemik Covid-19.

Kategori Cabaran Berhadapan Pendemik Covid-19.

Secara keseluruhan peserta membincangkan mengenai cabaran yang dialami ketika berhadapan dengan era Covid-19. Tema utama hasil PKF adalah seperti berikut:

1. **Cabaran Ekonomi:** Industri kreatif menghadapi cabaran ekonomi akibat sekatan pergerakan, sekatan perhimpunan, dan kemelesetan ekonomi secara keseluruhan yang disebabkan oleh pandemik. Banyak acara, pameran, dan persembahan dibatalkan atau ditangguhkan, yang membawa kepada masalah kewangan untuk artis, penghibur, dan profesional kreatif. (P1, P3, P4, P5, P7, P10, P11, P12)

2. **Transformasi Digital:** Akibat kehadiran wabak ini mempercepat pandemik peralihan ke arah platform digital. Banyak aktiviti kreatif, seperti pameran maya, persembahan dalam talian, dan kempen pemasaran digital, menjadi lebih lazim kerana aktiviti secara peribadi terhad. Ini memaksa ramai individu dan perniagaan dalam industri kreatif untuk menyesuaikan diri dan menerima teknologi digital. Pengalaman bekerja dari rumah bukan penghalang dan ia merupakan gaya hidup baharu (P2, P4, P6, P7, P9).

Malahan platform digital merubah cara hidup dan menjadi budaya pasca pandemik yang menjadi kebiasaan dalam kalangan masyarakat masa kini. Media digital melakukan pelbagai inovasi yang tidak terfikir selama ini yang mampu dibuat di luar kotak pemikiran (P5, P8, P10).

Bagi mereka yang menjalankan perniagaan berasaskan media digital, pandemik ini dianggap “Rahmat” kerana ia kurang terjejas malah meningkat pemasaran dan jualan. Ini kerana ketika era pandemik kita melalui kehidupan secara atas dan dalam talian dalam pelbagai hal termasuklah Pendidikan, perniagaan, perkhidmatan awam dan swasta, perbankan dan banyak lagi (P6, P7,9, P11).

Ketika pandemik juga penjualan komputer dan pencetak naik mendadak sehingga kekurangan stok dalam pasaran (P6, P7).

3. **Pekerja Freelancers dan Gig:** Industri kreatif sangat bergantung kepada pekerja bebas dan gig yang sangat terkesan akibat pandemik. Dengan peluang yang berkurangan untuk projek dan acara, banyak freelancers menghadapi ketidakpastian pendapatan. Sokongan dan inisiatif kerajaan untuk membantu pekerja-pekerja ini menjadi penting (P2, P4, P8).
4. **Sektor Acara dan Hiburan:** Acara dan sektor hiburan terjejas teruk kerana perhimpunan besar dihadkan. Konsert, festival, dan acara langsung lain ditangguhkan atau dibatalkan, menyebabkan kerugian kewangan bagi penganjur acara, penghibur, dan perniagaan yang berkaitan (P2, P3, P4, P7, P10).
5. **Pengeluaran Filem dan Televisyen:** Penerbitan filem dan rancangan televisyen terganggu kerana sekatan pergerakan dan protokol keselamatan. Ini menyebabkan kelewatan siaran dan menjejaskan jadual pengeluaran dan produksi keseluruhan (P2, P5, P7).
6. **Pelancongan dan Seni Kreatif:** Kemerosotan kawasan pelancongan memberi kesan seperti persembahan kebudayaan, seni dan kraf tradisional, dan aspek kreatif lain yang sering memenuhi keperluan pelancong. Ini memberi kesan langsung kepada kehidupan mereka yang terlibat dalam aktiviti tersebut (P1, P5, P8, P11).

Usaha-usaha Industri Kreatif Berhadapan Implikasi Pendemik Covid-19

Secara keseluruhan peserta bersetuju bahawa pihak kerajaan dan berwajib telah melakukan inisiatif dan inovasi ketika berhadapan dengan era Covid-19. Ini kerana untuk memulihkan industri kreatif yang terjejas memerlukan pelaburan dan sokongan kewangan yang mencukupi untuk pembangunan, pengeluaran, dan pemasaran karya kreatif ketika Covid-19 melanda. Kekurangan pembiayaan dan akses terhad kepada sumber pembiayaan menjadi halangan bagi pencipta dan pengkarya untuk mengembangkan potensi kreatif mereka.

Beberapa inisiatif menurut informan melibatkan pembiayaan dan sokongan kewangan dalam industri kreatif termasuk:

1. **Kerajaan:** Kerajaan telah memberi bantuan kewangan dalam bentuk subsidi, geran atau pinjaman faedah rendah kepada artis, pencipta dan syarikat kreatif. Ia bertujuan untuk menggalakkan pembangunan industri kreatif, memelihara budaya tempatan, dan meningkatkan sumbangan ekonomi sektor ini. (P1, P2, P4, P5, P7 P12).
2. **Pelaburan Swasta:** Syarikat swasta, pelabur, atau dana modal teroka telah menyediakan pembiayaan langsung atau pelaburan dalam projek kreatif yang menjanjikan potensi pulangan yang baik. Namun jumlahnya terhad dan mempunyai syarat yang ketat. (P3, P5, P6)
3. **Institusi dan Yayasan:** Institusi kebudayaan, yayasan seni, dan organisasi bukan keuntungan juga memberikan bantuan kewangan melalui geran atau sokongan kewangan untuk projek kreatif yang sejajar dengan misi mereka (P10, P11).
4. **Pinjaman Kreatif:** Sesetengah institusi kewangan atau program kerajaan menawarkan produk pinjaman khas untuk pemain industri kreatif dengan terma dan kadar faedah yang lebih fleksibel. (P5, P8, P9).
5. **Crowdfunding:** Pembiayaan melalui platform crowdfunding boleh menjadi cara alternatif untuk mengumpulkan dana daripada orang atau komuniti tertentu yang berminat dalam projek kreatif tertentu (P4, P8, P9).

Sokongan kewangan ini penting untuk memastikan artis, pencipta, dan syarikat kreatif mempunyai akses kepada sumber yang mencukupi untuk merealisasikan visi kreatif mereka. Dengan pembiayaan dan sokongan kewangan yang mencukupi, industri kreatif boleh terus berkembang, mewujudkan pekerjaan, menggalakkan inovasi, dan memperkayakan budaya dan identiti rakyat.

Walaupun menghadapi cabaran, ramai individu dan perniagaan dalam industri kreatif menemui cara inovatif untuk menyesuaikan diri. Ini membawa kepada kemunculan model perniagaan baru dan pendekatan kreatif, seperti pameran seni maya dan persembahan dalam talian. Oleh itu, Kerajaan Malaysia melaksanakan pelbagai langkah untuk menyokong industri kreatif semasa pandemik. Ini termasuk bantuan kewangan, geran, dan inisiatif yang bertujuan membantu artis dan perniagaan kreatif mengharungi cabaran ekonomi.

Kategori Potensi Pemulihan Industri Kreatif Akibat Covid-19

Secara keseluruhan peserta bersetuju bahawa industri kreatif tetap mempunyai masa depan yang cerah untuk dipulihkan. Walaupun industri kreatif dilanda kemurungan dan kemelestan akibat Covid-19, namun beberapa inovasi melalui media digital, banyak PKS dan peniagaan berkaitannya masih mampu diteruskan. Hasil kajian juga menunjukkan beberapa potensi untuk membangkitkan kembali industri kreatif agar terus bersaing dengan sektor ekonomi yang lain.

Dengan mengatasi cabaran teknologi dan inovasi, industri kreatif boleh mencipta peluang baharu, meningkatkan kecekapan dan mengembangkan pengaruhnya di tengah-tengah persaingan yang semakin sengit dalam era digital.

Bagi menjadikan industri kreatif terus berjaya, terdapat beberapa langkah dan usaha yang boleh dilakukan oleh penggiat industri, kerajaan dan masyarakat secara keseluruhannya. Sebahagian daripada ini termasuk:

1. **Sokongan Kerajaan:** Kerajaan boleh memberikan sokongan melalui dasar yang menyokong pembangunan industri kreatif, termasuk insentif fiskal, pembiayaan, latihan, dan pihak berkepentingan. Sokongan ini membantu mewujudkan persekitaran yang kondusif untuk pertumbuhan dan inovasi dalam industri kreatif. (P4, P5, P7).
2. **Infrastruktur dan Teknologi:** Membina infrastruktur dan teknologi yang mencukupi adalah kunci untuk memastikan akses yang lebih baik kepada pasaran, pengedaran, dan inovasi. Akses internet yang cepat dan stabil, teknologi pengeluaran moden, dan platform digital yang cekap menyokong pencipta dan syarikat kreatif untuk berkembang maju dan bersaing di pasaran global (P8, P9, P12).
3. **Pelaburan dalam Modal Insan:** Meningkatkan kualiti dan kemahiran tenaga kerja dalam industri kreatif melalui latihan, pendidikan, dan pembangunan profesional membantu mewujudkan tenaga kerja yang kompeten dan inovatif. Pemain industry perlu celik media digital bagi operasi jualan dan perkhidmatan. (P7, P10).
4. **Promosi dan Pemasaran:** Mengukuhkan usaha promosi dan pemasaran produk atau kerja kreatif dapat meningkatkan keterlihatan dan daya tarikan di pasaran. Menggunakan media sosial, pameran, dan platform e-dagang membantu menjangkau khalayak yang lebih luas. (P6, P11)
5. **Perkongsian dan Kerjasama:** Membina perkongsian dan kerjasama antara syarikat, pencipta, institusi dan agensi kerajaan dapat mengukuhkan industri kreatif dan mewujudkan peluang baru. Ketika Covid-19 jaringan dan rangkaian industry kreatif sering berinteraksi bagi membincangkan jalan keluar bagi mengatasi kesan terjejas akibat wabak ini (P2, P12).
6. **Menghadapi Cabaran Digital:** Mengikuti trend teknologi digital dan menyesuaikan diri dengan cepat adalah kunci untuk kekal relevan dan berdaya saing dalam era digital. Pandemik Covid-19 mendorong pemain kreatif dan perusahaan lain menjadikan dunia digital sebagai katalis bagi memastikan kelangsungan industri ini. (P4, P9, P11).
7. **Menyuarakan Isu Industri:** Pemain industri kreatif boleh memainkan peranan aktif dalam menyuarakan isu dan keperluan industri mereka kepada kerajaan, masyarakat dan pihak berkepentingan lain terutama dari luar (P7, P8).
8. **Teknologi dan Inovasi:** Walaupun teknologi membuka peluang baru dalam industri kreatif, ia juga perlu menyesuaikan diri dengan cepat kepada perubahan teknologi dan trend kreatif yang sentiasa berubah. Malah pemain industri kreatif perlu bersiap siaga berhadapan kembalinya wabak ini atau berhadapan dengan risiko lain pada masa akan datang (P1, P3).

Dengan mengambil langkah-langkah ini, industri kreatif boleh terus berkembang maju, mewujudkan pekerjaan, menghasilkan produk inovatif, dan menyumbang secara positif kepada pertumbuhan ekonomi dan kepelbagaian budaya. Kerjasama dan komitmen daripada semua

pihak akan mengukuhkan ekosistem industri kreatif dan membuka potensi besar untuk masa depan yang cerah.

RUMUSAN

Industri kreatif di Malaysia terjejas teruk akibat Covid-19 melibatkan pelbagai sektor termasuk seni persembahan, media dan penerbitan, seni halus, fesyen, reka bentuk, seni bina, seni digital dan banyak lagi. Namun Kerajaan Malaysia telah mengambil langkah berstruktur bagi membantu dan memulihkan industri ini. Malah mengiktiraf potensi industri kreatif sebagai salah satu pemacu utama pertumbuhan ekonomi dan usaha untuk memajukan sektor ini.

Walaupun menghadapi pelbagai cabaran, industri kreatif di Malaysia masih mempunyai potensi besar untuk berkembang. Kerajaan, sektor swasta, dan masyarakat boleh memainkan peranan dalam menangani cabaran Covid-19 ini melalui dasar sokongan, kerjasama, dan promosi yang sesuai. Dengan mengatasi cabaran-cabaran ini, industri kreatif di Malaysia boleh terus berkembang dan memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang ketara.

Pembiayaan dan sokongan kewangan dalam industri kreatif berupa sumber dana dan bantuan kewangan yang diperlukan untuk membangun, menghasilkan, dan memasarkan karya kreatif. Ini sangat penting kerana industri kreatif memerlukan pelaburan yang mencukupi untuk menghasilkan produk dan kandungan kreatif berkualiti tinggi.

Beberapa bentuk seni dan kraf tradisional mungkin menghadapi cabaran dalam mengekalkan kaitannya dalam era moden. Pengiktirafan terhadap nilai-nilai budaya tradisional dan usaha untuk mewariskan warisan budaya adalah penting bagi memastikan pemeliharaan dan pembangunan industri kreatif yang berakar umbi kepada nilai-nilai tempatan.

Pengiktirafan nilai-nilai budaya adalah usaha untuk menghargai, menghormati, dan mengukuhkan nilai-nilai budaya masyarakat, termasuk seni, tradisi, bahasa, dan amalan budaya yang telah diturunkan dari generasi ke generasi. Pengiktirafan ini penting dalam memastikan pemeliharaan dan pembangunan warisan budaya yang kaya dan pelbagai. Pengiktirafan nilai-nilai budaya adalah salah satu cara untuk menggalakkan dan menyokong kelestarian warisan budaya dan kepelbagaian budaya di tengah-tengah cabaran globalisasi dan pemodenan. Melalui pengiktirafan ini, nilai-nilai budaya yang kaya dapat terus diwariskan dan dihormati, serta menjadi sumber inspirasi untuk pembangunan seni, kreativiti, dan identiti masyarakat.

Perlindungan hak intelektual adalah sistem undang-undang dan mekanisme yang direka untuk melindungi hak kreatif, inovatif, dan intelektual individu atau kumpulan daripada penggunaan, penyalinan, atau pembiakan yang tidak dibenarkan. Perlindungan ini menyediakan keselamatan undang-undang kepada pemegang hak untuk mencegah penggunaan atau penyalahgunaan karya mereka oleh orang lain.

Perlindungan hak intelektual adalah penting dalam menggalakkan inovasi, kreativiti, dan ekonomi kreatif. Ini memberikan insentif kepada pencipta, inovator dan artis untuk melaburkan masa dan usaha dalam mencipta karya baharu dan unik. Perlindungan hak intelektual juga menyokong pemeliharaan dan pembangunan kepelbagaian budaya dan meningkatkan keselamatan menjalankan perniagaan dan bersaing di pasaran global. Cabaran dalam pendidikan dan penambahbaikan adalah yang boleh menjejaskan proses pembelajaran dan perkembangan individu serta sistem pendidikan secara keseluruhan.

Bagi mengatasi cabaran teknologi dan inovasi, penggiat industri kreatif boleh mengambil beberapa langkah seperti menjalankan penyelidikan dan pendidikan mengenai teknologi terkini

dan trend industri untuk mengikuti perkembangan terkini. Pemain industri ini juga mestilah mencari peluang untuk bekerjasama dan berkongsi pengetahuan dengan pakar teknologi di dalam dan di luar industri kreatif. Melaksanakan strategi perlindungan hak cipta dan harta intelek yang kukuh untuk melindungi karya kreatif daripada pelanggaran dan penyalahgunaan. Membina infrastruktur teknologi yang boleh dipercayai dan cekap untuk menyokong pengeluaran, pengedaran, dan pemasaran karya kreatif. Selain melabur dalam latihan kemahiran teknologi dan pembangunan untuk pencipta dan pekerja industri kreatif. Sesuai dengan perubahan dan kehendak pengguna, mereka juga mestilah menggunakan media sosial dan platform digital untuk memperluaskan jangkauan dan kesan karya kreatif.

Walaupun menghadapi pelbagai cabaran, industri kreatif di Malaysia masih mempunyai potensi besar untuk berkembang. Kerajaan, sektor swasta, dan masyarakat boleh memainkan peranan dalam menangani cabaran ini melalui dasar sokongan, kerjasama, dan promosi yang sesuai. Dengan mengatasi cabaran-cabaran ini, industri kreatif di Malaysia boleh terus berkembang dan memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang ketara.

Pembiayaan dan sokongan kewangan dalam industri kreatif merujuk kepada sumber dana dan bantuan kewangan yang diperlukan untuk membangun, menghasilkan, dan memasarkan karya kreatif. Ini sangat penting kerana industri kreatif memerlukan pelaburan yang mencukupi untuk menghasilkan produk dan kandungan kreatif berkualiti tinggi.

Sokongan kewangan amat penting untuk memastikan artis, pencipta, dan syarikat kreatif mempunyai akses kepada sumber yang mencukupi untuk merealisasikan visi kreatif mereka. Dengan pembiayaan dan sokongan kewangan yang mencukupi, industri kreatif boleh terus berkembang, mewujudkan pekerjaan, menggalakkan inovasi, dan memperkayakan budaya dan identiti rakyat.

Pendekatan dan operasi industri kreatif pasca Covid-19 perlulah menggunakan platform digital dan media sosial untuk menjangkau khalayak global dan mewujudkan rangkaian pemasaran yang lebih luas. Mereka juga mesti terokai peluang dalam perdagangan elektronik dan e-dagang untuk meningkatkan akses pasaran dan pengedaran produk. Selain membentuk perkongsian dengan pihak ketiga, seperti pengedar atau ejen, untuk membantu mencapai pasaran yang lebih luas. Melaksanakan strategi penetapan harga yang sesuai untuk menarik perhatian pengguna dan mewujudkan nilai tambah bagi produk atau kandungan kreatif. Malah mereka perlu menyesuaikan produk atau kandungan mengikut pilihan dan keperluan pasaran tertentu.

Dengan mengatasi cabaran akses dan pengedaran pasaran, pemain industri kreatif dapat mengembangkan jangkauan dan kesan karya mereka, serta mewujudkan peluang untuk pertumbuhan dan kejayaan perniagaan. Cabaran teknologi dan inovasi adalah cabaran yang dihadapi oleh industri kreatif yang berkaitan dengan penggunaan teknologi dan keupayaan untuk berinovasi dalam mencipta karya baru dan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi yang sentiasa berubah.

Dengan mengatasi cabaran teknologi dan inovasi, industri kreatif boleh mencipta peluang baharu, meningkatkan kecekapan dan mengembangkan pengaruhnya di tengah-tengah persaingan yang semakin sengit dalam era digital. Industri kreatif boleh terus berkembang maju, mewujudkan pekerjaan, menghasilkan produk inovatif, dan menyumbang secara positif kepada pertumbuhan ekonomi dan kepelbagaian budaya. Kerjasama dan komitmen daripada

semua pihak akan mengukuhkan ekosistem industri kreatif dan membuka potensi besar untuk masa depan yang cerah.

Kajian mendapati bahawa industri kreatif memerlukan perubahan kritikal dan berkesan dalam pembangunan teknologi media digital, kandungan kreatif yang lebih berkesan dan keupayaan sumber manusia mampu memenuhi kepompong industri di peringkat tempatan hari ini mula diisi oleh pemain konglomerat luar negara. Industri kreatif tempatan perlu menerima keperluan dan perubahan corak khalayak digital dan terbuka, dan perlu mempunyai strategi penyesuaian kepada trend media baru muncul hasil daripada penghijrahan digital ini untuk kekal relevan dan berpengaruh.

Tidak dinafikan bahawa dunia digital ini telah membuka aliran persaingan yang lebih kukuh antara pemain industri kreatif tempatan dan global dalam merebut pengaruh pentas tempatan, tetapi kekuatan dan elemen identiti negara, budaya tempatan, falsafah agama yang terdapat dalam kandungan media adalah kelebihan bagi pemain industri tempatan jika ia dihebahkan dengan integrasi pengeluaran berkualiti dan keupayaan teknologi platform digital yang berkesan.

Pandemik Covid-19 telah mempercepatkan pendigitalan industri kreatif di samping menjejaskan beberapa operasi media seperti penerbitan filem, pawagam, malah melumpuhkan media cetak yang melibatkan majalah dan akhbar. Jadi, strategi dan agenda pengaruh kreatif digital perlu diperhalusi lagi kerajaan menerusi peruntukan belanjawan, dasar kawalan kandungan digital, dan kerjasama langsung dengan usahawan kandungan digital akan membentuk spektrum pengaruh kreatif mereka sendiri.

Maka, penggunaan kaedah atas talian telah menjadi salah satu kaedah yang strategi dalam norma baharu ini. Kaedah ini didapati dapat mempercepatkan serta memudahkan cara komunikasi dan pengurusan. Dengan adanya inisiatif menggunakan aplikasi-aplikasi dalam kehidupan norma baharu ini telah banyak membantu para penggiat seni bagi mengatasi masalah yang dialami akibat penularan penyakit Covid-19.

RUJUKAN

Abdur Rahman Ahmad Raji, Ahmad Shueib Sulaiman, Yusre Zulhamize, Mohd Asyraf Mohd Farique (2020). Impak Pandemik Covid-19 Terhadap Pembangunan Industri Kreatif dan Pusat Media Serantau di Malaysia. *International Journal of Interdisciplinary Strategic Studies*. Vol. 3 No 5.

Banks, M. O'Connor, J. *Art and culture in the viral emergency Cultural Trends*, 30 (1) (2021), pp. 1-2, 10.1080/09548963.2021.1882063

Barrero, N. Bloom, S.J. Davis Covid-19 is also a reallocation shock. *National Bureau of Economic Research* (2020), 10.3386/w27137

BERNAMA, *Pakej rangsangan Malaysia bantu kurangkan impak Covid-19*. Jun 25, 2020.

Betzler, E. Loots, M. Prokūpek, L. Marques, P. Grafenauer Covid-19 and the arts and cultural sectors: Investigating countries' contextual factors and early policy measures. *International Journal of Cultural Policy*, 1-19 (2020), 10.1080/10286632.2020.1842383

- Culture Economy Development Agency. (CENDANA) (2020a). Covid-19 impact to the arts report (Report No. 2). *CENDANA*. https://www.cendana.com.my/clients/Cendana_78A7CADC-1C4A-44E8-A815-E2B4C1D11FE0/contentms/img/COVID/COVIDreport-29may2020.
- Donthu, A. Gustafsson. Effects of Covid-19 on business and research. *Journal of business research*, 117 (2020), pp. 284-289, 10.1016/j.jbusres.2020.06.008.
- Florida, R. & Seman, M. (2020). *Measuring Covid-19's devastating impact on America's creative economy*. Available at: https://www.researchgate.net/profile/Michael_Seman/publication/343587506_Lost_Art_Measuring_COVID19's_devastating_impact_on_America's_creative_economy/links/5f32ef3e92851cd302ef24d8/Lost-Art-Measuring-COVID-19s-devastating-impact-on-Americas-creative-economy.pdf Accessed November 2023.
- Ismail Sualman (2021). *Laporan Kesan COVID-19 terhadap Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) di Selangor*. Kerajaan Negeri Selangor.
- Ismail Sualman, Semoga Malaysia Terus Pulih, *Sinar Harian* 4 Januari 2021.
- Ismail Sualman, Tahun 2021 lebih Inovatif, *Sinar Harian*. 28 Disember 2020,
- Joffe. A. Covid-19 and the African cultural economy: An opportunity to reimagine and reinvigorate? *Cultural Trends*, 30 (1) (2020), pp. 28-39, 10.1080/09548963.2020.1857211.
- Kim, S. K.P. Parboteeah, J.B. Cullen. The Covid-19 Crisis Management in the Republic of Korea. B. George, Q. Mahar (Eds.), *International Case Studies in the Management of Disasters (Tourism Security-Safety and Post Conflict Destinations)*, Emerald Publishing Limited, Bingley (2020), pp. 231-249, 10.1108/978-1-83982-186-820201014
- Li, F. The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends *Technovation*, 92-93 (2020), p. 102012, 10.1016/j.Techovation.2017.12.004.
- Machovec, G. Pandemic Impacts on Library Consortia and Their Sustainability. *Journal of Library Administration*, 60 (5) (2020), pp. 543-549, 10.1080/01930826.2020.1760558.
- Malaysian National News Agency. (2020, April 8). 19th edition of French Film Festival at GSC cancelled due to MCO. *BERNAMA*. <https://themalaysianreserve.com/2020/04/08/19th-edition-of-french-film-festival-at-gsc-cancelled-due-to-mco/>.
- Mehroliya, S. Alagarsamy, S., Solaikutty V.M. Customers response to online food delivery services during COVID-19 outbreak using binary logistic regression. *International journal of consumer studies*, 45 (3) (2021), pp. 396-408.
- Merriam, S.B. (1998) *Qualitative Research and Case Study Applications in Education*. Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- Meyrick, J. and Barnett T. From public good to public value: Arts and culture in a time of crisis. *Cultural Trends*, 30 (1) (2021), pp. 75-90, 10.1080/09548963.2020.1844542
- Mitchell. W. K. (2005). *Research Methodology* (3rd ed.). Oxford University Press.
- Morse, J. M., and Richards, L. (2002). *Readme First for a User's Guide to Qualitative Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Nayal, P. and Pandey, N. and Paul. J. Covid-19 Pandemic and Consumer-Employee-Organization wellbeing: A dynamic capability theory approach. *Journal of Consumer Affairs*. 1-32 (2021), 10.1111/joca.12399

- OECD (2020). *Culture shock: Covid-19 and the cultural and creative sectors*. Available at: https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=135_135961-nenh9f2w7a&title=Culture-shock-COVID-19-and-the-cultural-and-creative-sectors Accessed December 2023.
- Othman Talib (2019). *Analisis Data Kualitatif Dengan Atlas Ti*. UPM Press.
- Prentice, C. Quach, S. Thaichon, P. Antecedents and consequences of panic buying: The case of Covid-19. *International Journal of Consumer Studies*.00 (2020), pp. 1-15, 10.1111/ijcs.12649
- Rosamund Davies, Gauti Sigthorsson, *Introducing the Dreative Industries: From Theory to Practice*. 2013. Sage
- Sallehudin, I. S. M. (2020, May 14). The arts during this pandemic. *The Star*. <https://www.thestar.com.my/news/nation/2020/05/14/the-arts-during-pandemic>
- Santoro, G. Bresciani, S. Papa. A. Collaborative modes with cultural and creative industries and innovation performance: The moderating role of heterogeneous sources of knowledge and absorptive capacity. *Technovation*, 92-93 (2020), p. 102040, 10.1016/j.technovation.2018.06.003.
- Seimah Mohd Sallehuddin. 70 peratus artis, kru hilang punca pendapatan. *Berita Harian* 11 November 2020.
- Serafini, P. and Novosel, N. Culture as care: Argentina's cultural policy response to Covid-19. *Cultural Trends*, 30 (1) (2020), pp. 52-62, 10.1080/09548963.2020.1823821
- Sheth, J. Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*, 117 (2020), pp. 280-283, 10.1016/j.jbusres.2020.05.059.
- UNCTAD (2004) *Creative Industries and Development*. Available at: https://unctad.org/system/files/official-document/tdxibpd13_en.pdf Accessed December 2023.
- UNCTAD (2018) *Creative economy outlook: trends in international trade in creative industries*. Available at: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf Accessed December 2023.
- UNESCO (2021) *Cultural and creative industries in the face of Covid-19: An economic impact outlook*. Available at: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377863?posInSet=1&queryId=18d8b725-72cd-4018-ad79-bfdd0ee274e4> Accessed September 2023.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation (UNESCO) (2022, Oct 20). Call for Expression of Interest: Economic impact study of the COVID-19 on cultural and creative industries. *UNESCO*. <https://en.unesco.org/creativity/news/call-expression-interest-economic-impact-study-Covid-19>
- World Bank, (2020). *TCdata360*. Available at: <https://tcdata360.worldbank.org/indicators> Accessed December, 2023.