

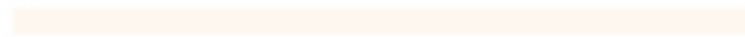
STRATEGI PEMASARAN MUZIUM WAU TUMPAT, KELANTAN.

FYP FTKW



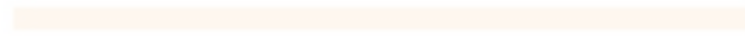
RABITAH SUTIKIN

UNIVERSITI



MALAYSIA

IJAZAH SARJANA MUDA PENGAJIAN WARISAN



DENGAN KEPUJIAN

KELANTAN

2023



UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

STRATEGI PEMASARAN MUZIUM WAU TUMPAT, KELANTAN

Oleh:

RABITAH SUTIKIN

Laporan Ini Dikemukakan Untuk Memenuhi Sebahagian Daripada Syarat
Memperolehi Ijazah Sarjana Muda Pengajian Warisan Dengan Kepujian

(Konservasi Warisan)

Fakulti Teknologi Kreatif dan Warisan
UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN

Tahun

2023

PERAKUAN STATUS TESIS

Saya dengan ini memperakukan bahawa kerja yang terkandung dalam tesis ini adalah hasil penyelidikan yang asli dan tidak pernah dikemukakan oleh ijazah tinggi kepada mana-mana Universiti atau institusi.

- | | | |
|-------------------------------------|----------------|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> | TERBUKA | Saya bersetuju bahawa tesis boleh didapati sebagai naskah keras atau akses terbuka dalam talian (teks penuh) |
| <input type="checkbox"/> | SEKATAN | Saya bersetuju bahawa tesis boleh didapati sebagai naskah keras atau dalam talian (teks penuh) bagi tempoh yang diluluskan oleh Jawatankuasa Pengajian Siswazah.
Dari tarikh _____ hingga _____ |
| <input type="checkbox"/> | SULIT | (Mengandungi maklumat sulit di bawah Akta Rahsia Rasmi 1972)* |
| <input type="checkbox"/> | TERHAD | (Mengandungi maklumat terhad yang ditetapkan oleh organisasi di mana penyelidikan dijalankan)* |

Saya mengakui bahawa Universiti Malaysia Kelantan mempunyai hak berikut:

1. Tesis adalah hak milik Universiti Malaysia Kelantan.
2. Perpustakaan Universiti Malaysia Kelantan mempunyai hak untuk membuat salinan tujuan pengajian sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan tesis ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian.

Tandatangan Utama

Tandatangan Penyelia


.....
RABIAH SUTIKIN


.....
JEFF GOOI LIANG JUN
Pensyarah.....
Fakulti Teknologi Kreatif Dan Warisan
Universiti Malaysia Kelantan

Tarikh: 22 FEBRUARI 2023

Tarikh: 22 FEBRUARI 2023

Nota: *Sekiranya Tesis ini adalah SULIT atau TERHAD, sila kepilkan bersama surat daripada organisasi dengan menyatakan tempoh dan sebab-sebab kerahsiaan dan sekatan.

THESIS DECLARATION

I hereby certify that the work embodied in this thesis is the result of the original research and has not been submitted for a higher degree to any other University or Institution.

- OPEN ACCESS** I agree that my thesis is to be made immediately available as hardcopy or on-line open access (full text)
- EMBARGOES** I agree that my thesis is to be made available as hardcopy or on-line (full text) for a period approved by the Post Graduate Committee.
Date from _____ until _____
- CONFIDENTIAL** (Contains confidential information under the Official Secret Act 1972)*
- RESTRICTED** (Contains restricted information as specified by the organization where research was done)*

I acknowledge that University Malaysia Kelantan reserves the right as follows.

1. The thesis is the property of University Malaysia Kelantan.
2. The library of University Malaysia Kelantan has the right to make copies for the purpose of research only.
3. The library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.

Signature

Signature of Supervisor

RABITAH SUTIKIN

JEFF GOOI LIANG JUN
Pensyarah
Fakulti Teknologi Kreatif Dan Wawasan
Universiti Malaysia Kelantan

Date: 22 FEBRUARI 2023

Date: 22 FEBRUARI 2023

Note: * If the thesis is CONFIDENTIAL OR RESTRICTED, please attach the letter from the organization stating the period reasons for confidentiality and restriction.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

PENGHARGAAN

Terlebih dahulu saya ingin memanjatkan rasa syukur ke hadrat ilahi atas limpah kurnia dan berkat darinya, sehingga saya berjaya menyiapkan tugas dengan baik. Dengan tugas yang dijalankan ini saya dapat menambah pengetahuan dan juga pengalaman sepanjang proses menyiapkan kerja ini dijalankan. Saya, Rabitah Sutikin ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada pensyarah penyelia, Encik Jeff Gooi Liang Jun atas segala tunjuk ajar dan bimbingan sepanjang saya menjalankan kajian. Atas tunjuk ajar beliau saya dapat memahami kajian dan menyiapkan tugas dengan lebih baik.

Seterusnya, saya ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada kedua ibu bapa saya atas bantuan yang diberikan dari segi kewangan untuk saya gunakan dalam melakukan kajian di kawasan kajian serta sokongan untuk menyiapkan kajian ini. Atas bantuan dan sokongan yang diberikan saya dapat melaksanakan kajian ini dengan lebih baik. Tidak lupa juga saya mengucapkan terima kasih kepada rakan-rakan yang telah bersama-sama belajar dan menyiapkan kajian Projek Penyelidikan 1 ini. Akhir sekali, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang secara tidak langsung telah membantu saya untuk menyiapkan dan melengkapkan Projek Penyelidikan 1 ini dengan sempurna.

Terima kasih.

Strategi Pemasaran Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

ABSTRAK

Secara amnya muzium digunakan sebagai bangunan untuk menyimpan bahan-bahan warisan serta mempamerkan bahan-bahan warisan kepada masyarakat. Walaubagaimanapun, sejak kebelakangan ini muzium telah menjadi salah satu tarikan pelancong bagi sesetengah negara untuk meningkatkan kedatangan pelancong ke negara tersebut. Oleh itu, pemasaran bagi muzium amatlah penting untuk memperkenalkan muzium kepada masyarakat agar dapat menarik lebih banyak pengunjung. Pemasaran bagi setiap muzium berbeza mengikut keistimewaan dan pameran yang dilakukan oleh pihak muzium. Melalui pemasaran yang dilakukan muzium akan dapat dikenali oleh lebih banyak masyarakat terutamanya pengunjung daripada masyarakat tempatan. Melalui kajian yang dilakukan dalam Projek Penyelidikan 1 ini, masyarakat serta penyelidik pada masa akan datang dapat mengetahui tentang keistimewaan dan keunikan Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Penyelidikan ini dijalankan mengikut objektif yang telah ditetapkan oleh pengkaji iaitu mengenal pasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan dan mengenalpasti ciri-ciri tarikan pelancong yang terdapat di Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Melalui objektif yang dipilih pengkaji telah menggunakan kaedah kualitatif untuk mengumpulkan maklumat dan data-data yang diperlukan dalam kajian ini. Antara kaedah yang dipilih ialah pemerhatian, soal selidik dan temubual untuk mendapatkan maklumat yang lebih tepat daripada responden. Dengan kajian yang dijalankan ini, penyelidik pada masa akan datang dapat mengetahui masalah dan juga keistimewaan Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Kata kunci: *Muzium Wau Tumpat, Kelantan, Wau, Pemasaran Muzium.*

Marketing Strategy of Wau Tumpat Museum, Kelantan.

ABSTRACT

Generally, the museum is used as a store for heritage materials as well as to exhibit heritage materials to the community. However, in recent times the museum has become one of the tourist attractions for some countries to increase the arrival of tourists to the country. Therefore, marketing for the museum is very important to introduce the museum to the community to attract more visitors. The marketing of each museum varies according to the privileges and exhibits performed by the museum. Through the marketing, the museum will be able to be recognized by many communities especially visitors from the local community. Through the research in this Research Project 1, the community and researchers in the future can learn about the specialties and uniqueness of the Wau Tumpat Museum, Kelantan. This research is carried out in accordance with the objectives set by the researchers which is to identify the marketing strategic carried out by Wau Tumpat Museum, Kelantan, identify the current promotion strategic carried out by the Wau Tumpat Museum, Kelantan and identify the features of the tourist attractions found at the Wau Tumpat Museum, Kelantan. Through the objectives chosen the researchers used qualitative methods to collect the information and data required in the study. Among the methods chosen are observations, questionnaires, and interviews to obtain more accurate information from the respondents. With this study, researchers in the future can find out the problems and the specialties of the Wau Tumpat Museum, Kelantan.

Keywords: *Museum Wau Tumpat, Kelantan, Wau, museum marketing.*

SENARAI KANDUNGAN

KANDUNGAN	MUKA SURAT
PENGHARGAAN.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
ISI KANDUNGAN	iv
SENARAI JADUAL.....	v
SENARAI RAJAH.....	vi
SENARAI CARTA PAI.....	vi
BAB 1 PENGENALAN	
1.1 Pengenalan	1-3
1.2 Latar belakang.....	3-4
1.3 Permasalahan kajian	5
1.4 Persoalan kajian.....	6
1.5 Objektif kajian.....	6
1.6 Kepentingan kajian.....	6
1.7 Skop kajian.....	7-8
1.8 Kesimpulan	8
BAB 2 SOROTAN KAJIAN	
2.1 Pengenalan.....	9-10
2.2 Asal-usul Wau	10-13
2.3 Muzium sebagai tarikan pelancongan	13-17

	2.4 Muzium layang-layang di nusantara	17-22
	2.5 Pemasaran muzium	22-26
	2.6 Kesimpulan	26-27
BAB 3	METODOLOGI KAJIAN	
	3.1 Pengenalan	28-29
	3.2 Reka bentuk kajian	30-31
	3.3 Lokasi kajian	32
	3.4 Instrumen kajian	33-36
	3.5 Persampelan	37-38
	3.6 Prosedur pengumpulan data	39
	3.7 Kesimpulan	40
BAB 4	DAPATAN KAJIAN	
	4.1 Pengenalan	41-42
	4.2 Dapatan Objektif 1	43-53
	4.3 Dapatan Objektif 2	54-84
	4.4 Kesimpulan	85-86
BAB 5	PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN	
	5.1 Pengenalan	87
	5.2 Perbincangan dapatan kajian	88
	5.2.1 Analisis objektif kajian 1	88-89
	5.2.2 Analisi objektif kajian 2	89-91

5.3 Cadangan kajian lanjutan	91-92
5.4 Rumusan	92-93
5.5 Penutup	94
BIBLIOGRAFI	95-96
SENARAI LAMPIRAN	97-102



SENARAI RAJAH

KANDUNGAN	MUKA SURAT
Rajah 1 Muzium Wau Tumpat, Kelantan.....	3
Rajah 2 Peta kawasan kajian: Muzium Wau Tumpat, Kelantan.....	8
Rajah 3 Gambar pesta wau 2022.....	44
Rajah 4 Gambar Pesta Wau 2022.....	44
Rajah 5 Gambar pegawai muzium dan pelajar.....	45
Rajah 6 Pelajar belajar membuat Wau.....	45
Rajah 7 Hasil Wau yang dihasilkan pelajar.....	46
Rajah 8 Gambar Wau Tradisi Negeri Kelantan Wau Puyuh.....	47
Rajah 9 Gambar Wau Tradisi Negeri Terengganu Wau Dodo Helang.....	47
Rajah 10 Gambar Wau Tradisi Kebangsaan Wau Bulan.....	48
Rajah 11 Gambar Wau Tradisi Kebangsaan Wau Kucing.....	48
Rajah 12 Layang-layang bentuk Panda.....	49
Rajah 13 Layang-layang bentuk Helang.....	49
Rajah 14 Gambar Wau Bulan.....	50
Rajah 15 Gambar peralatan membuat wau.....	51
Rajah 15 Gambar peralatan membuat wau.....	51
Rajah 17 Gambar dekat corak Wau Bulan.....	52
Rajah 18 Layang-layang kartun.....	52
Rajah 19 Layang-layang kartun.....	53
Rajah 4. 1 : Taburan Responden Mengikut Jantina.....	55

Rajah 4.2 Taburan Responden Mengikut Umur.....	56
Rajah 4.3 Taburan Responden Mengikut Bangsa	57
Rajah 4.4 Taburan Responden Mengikut Pekerjaan	58
Rajah 4.5 Umur Responden	38
Rajah 4.6 Carta alir prosedur pengumpulan data	40

SENARAI CARTA PAI

Carta Pai 1 Peratus pengetahuan pengunjung.....	60
Carta Pai 2 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	61
Carta Pai 3 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	62
Carta Pai 4 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	64
Carta Pai 5 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	65
Carta Pai 6 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	66
Carta Pai 7 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	67
Carta Pai 8 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	69
Carta Pai 9 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	70
Carta Pai 10 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	72
Carta Pai 11 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	73
Carta Pai 12 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	74
Carta Pai 13 Peratus pengetahuan pengunjung	75
Carta Pai 14 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	76
Carta Pai 15 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	78

Carta Pai 16 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	79
Carta Pai 17 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	80
Carta Pai 18 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	81
Carta Pai 19 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	82
Carta Pai 20 Peratus Pengetahuan pengunjung.....	83

SENARAI LAMPIRAN

Lampiran 1: Soal selidik	98-101
Lampiran 2: Soalan temubual.....	101
Kajian Lapangan	102

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Muzium merupakan bangunan atau fasiliti untuk menyimpan dan mengakses bahan-bahan warisan. Perkataan muzium merupakan bahasa pinjaman daripada bahasa Inggeris dan 'museum' pula merupakan bahasa pinjaman daripada bahasa Belanda yang berasal daripada bahasa Yunani iaitu 'Mouseion' yang merujuk kepada nama kuil yang dibina di Iskandariah untuk tujuan pemujaan sembilan Dewi Puteri Zeus yang melambangkan ilmu dan kesenian yang dibeli gelaran 'Mousai'. Takrifan awalan yang terdapat pada kitab Vortaro mengenai muzium ialah *tempat koempolan barang-barang koeno dan barang-barang jang aneh*. Muzium telah menjadi tempat untuk mengekalkan warisan yang telah menjadi identiti kepada sesebuah negara.

Pemasaran bermaksud menyalurkan barangan dan perkhidmatan kepada pengguna akhir. Hal ini bertujuan untuk mencari keuntungan. Barang keluar apabila ada permintaan kerana permintaan bergantung kepada keperluan dan kehendak. Pengeluar menggunakan saluran yang sesuai untuk mempromosikan produk mereka. Dalam erti kata lain juga pemasaran ditakrifkan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang dicipta oleh pengusaha. Pemasaran mempunyai beberapa fungsi iaitu memperkenalkan produk kepada pengguna untuk menunjukkan kelebihan sesebuah produk yang dicipta agar dapat menarik perhatian berbanding produk pesaing. Pemasaran juga dapat membantu

pengguna untuk mendapatkan maklumat berkenaan produk yang disediakan oleh pengusaha agar dapat memberikan pendapat berkaitan dengan produk untuk kegunaan diri sendiri ataupun orang lain. Pemasaran juga dapat membantu syarikat untuk memperkenalkan produk yang ingin dikeluarkan dengan lebih baik.

Pada oktober 2009 kerajaan Negeri Kelantan telah mencadangkan untuk menubuhkan sebuah muzium wau di Kelantan. Seterusnya, Kerajaan Negeri Kelantan telah mengumumkan bahawa sebuah Muzium Wau akan ditubuhkan di Pantai Irama, Bachok sempena Pesta Wau Antarabangsa Kelantan yang ke-28. Walaubagaimanapun, Pantai Sri Tujoh, Tumpat, Kelantan telah dipilih untuk dijadikan sebagai tapak Muzium Wau Kelantan. Muzium Wau Tumpat, Kelantan telah ditubuhkan sejak 08 Jun 2011 yang telah dirasmikan oleh Pengerusi Jawatankuasa Kerajaan Tempatan, Pelancongan dan kebudayaan Negeri Kelantan, YB Dato' Haji Takiyuddin Bin Haji Hassan.

Selain daripada Muzium Wau di Tumpat, Kelantan ini terdapat juga muzium yang mempamerkan Wau dan juga Layang-layang iaitu di Muzium Layang-layang Pasir Gudang dan Muzium Layang-layang di Melaka. Walaubagaimanapun, muzium ini berfokuskan kepada layang-layang walaupun mempamerkan Wau sebagai salah satu pameran mereka. Muzium Wau dan muzium Layang-layang merupakan permainan yang dihasilkan daripada hasil kraftangan dengan corak-corak yang diinginkan oleh pembuat Wau dan Layang-layang tradisional. Walaubagaimanapun, corak yang dibuat pada Wau mempunyai corak yang khas daripada negeri Kelantan sendiri. Hal ini kerana, Wau merupakan antara identiti bagi negeri Kelantan yang dapat disebar kepada masyarakat luar.



Rajah 1 Muzium Wau Tumpat, Kelantan

Sumber : Kajian Lapangan Di Muzium Wau, Tumpat Kelantan

1.2 Latar Belakang Kajian

Kajian ini dijalankan untuk mendapatkan maklumat tentang pemasaran yang dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat Kelantan sebagai salah satu produk pelancongan yang terdapat di Malaysia dan juga memperkenalkan muzium wau dengan lebih lanjut kepada masyarakat luar. Muzium Wau Tumpat, Kelantan sebagai muzium kraftangan yang kedua di Malaysia seharusnya mendapatkan perhatian yang lebih mendalam agar dapat diperluaskan ke mata dunia. Keunikan wau sebagai kraftangan di Kelantan boleh dijadikan sebagai salah satu produk pelancongan bagi negeri Kelantan sekaligus sebagai produk pelancongan yang berjaya di Malaysia.

Muzium Wau Tumpat, Kelantan ini mempamerkan wau sebagai pameran utama di muzium selain daripada menjalankan aktiviti bersama pengunjung dan juga pembuat wau untuk pengunjung mendapatkan pengalaman untuk membuat wau dengan tunjuk ajar daripada pembuat wau jempuan. Keunikan daripada corak dan jenis setiap wau di muzium ini dapat memberikan pengalaman dan juga pengetahuan yang baru kepada pengunjung muzium. Wau yang dipamerkan oleh muzium ini juga tidak hanya tertumpu kepada wau buatan tempatan tetapi wau buatan daripada luar negara juga dipamerkan untuk memberikan pengetahuan kepada pengunjung.

Muzium Wau Tumpat merupakan muzium wau pertama yang terdapat di Kelantan dan muzium wau kedua di Malaysia. Muzium ini telah menjadi salah satu tempat untuk mendapatkan rujukan dan juga maklumat berkenaan sejarah perkembangan dan seni kraftangan wau di seluruh dunia. Muzium ini memberikan pengalaman membuat wau kepada pengunjung yang melawat muzium ini dengan menyediakan keperluan asas yang diperlukan dalam membuat kraftangan ini. Antara peralatan yang disediakan ialah buluh, kertas dan tali serta buku-buku rujukan berkaitan dengan wau.

Muzium Wau Tumpat, Kelantan mempamerkan pelbagai jenis wau seperti Wau Bulan, Wau Kucing, Wau Jala Budi dan pelbagai lagi jenis wau. Selain daripada mempamerkan wau daripada hasil kraftangan pembuat wau tempatan terdapat juga daripada luar negara seperti negara Jepun, Thailand, Korea, Australia dan juga dari negara-negara lain. Selain daripada pameran yang disediakan muzium turut menyediakan aktiviti kepada para pengunjung untuk merasakan sendiri pengalaman untuk membuat Wau mengikut tunjuk ajar daripada pembuat wau tempatan. Bagi pengunjung yang ingin menjalankan aktiviti ini pengunjung haruslah memaklumkan kepada pihak muzium terlebih dahulu untuk mendapatkan tempahan sebelum berkunjung ke muzium tersebut.

Muzium Wau Kelantan mempunyai keistimewaannya yang tersendiri yang dapat menarik perhatian masyarakat ataupun pelancong yang datang melancong ke Kelantan. Keistimewaan Muzium Wau boleh dilihat daripada kepelbagaian jenis wau yang dipamerkan oleh muzium tersebut. Selain itu, muzium wau tersebut juga merupakan muzium kedua kraftangan yang terdapat di Malaysia. Muzium tersebut juga mengkhususkan wau sebagai pameran muzium tersebut yang memberikan maklumat dan juga rujukan yang berkaitan dengan Wau yang terdapat di Malaysia dan juga luar negara.

1.3 Permasalahan Kajian

Kajian ini tertumpu kepada keistimewaan Muzium Wau Kelantan yang dapat disebarakan kepada pengunjung ataupun pelancong tidak mengira dari luar atau dalam negara. Pengkaji telah mengunjungi Muzium Wau Tumpat, Kelantan untuk memerhati keadaan dan juga Wau yang dipamerkan oleh pihak Muzium. Terdapat beberapa permasalahan yang telah didapati ketika berkunjung di Muzium tersebut.

Muzium Wau Tumpat, Kelantan merupakan muzium kedua di Malaysia yang mempamerkan kraftangan sebagai pameran utama dalam muzium. Walaubagaimanapun, kunjungan daripada masyarakat tempatan amatlah kurang. Walaupun, Muzium Wau Tumpat, Kelantan dibina berdekatan dengan salah satu pantai yang sering dikunjungi oleh pelancong dan juga pengunjung tempatan muzium ini kurang mendapat kunjungan daripada masyarakat.

Selain itu, promosi yang dijalankan oleh pihak muzium untuk memperkenalkan kepada orang ramai juga tidak menyeluruh menyebabkan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang muzium wau di Tumpat, Kelantan. Promosi yang kurang dari pihak muzium menyebabkan muzium kurang dikenali oleh masyarakat dari dalam dan juga luar.

Akhir sekali, masyarakat juga kurang mendapat pendedahan yang terperinci tentang aktiviti dan juga pameran yang dipamerkan oleh pihak muzium. Melalui masyarakat yang ditemubual oleh pengkaji banyak masyarakat yang belum mengetahui Muzium Wau ini. Masyarakat tempatan dari negeri lain tidak mengetahui tentang muzium di Kelantan yang hanya mempamerkan Wau sebagai pameran utama muzium. Promosi dan pengenalan muzium terhadap masyarakat luar kurang menyebabkan muzium kurang dikenali oleh masyarakat tempatan.

1.5 Persoalan Kajian

Antara persoalan kajian yang terdapat dalam kajian ini adalah;

- a. Apakah ciri-ciri tarikan pelancong yang terdapat di Muzium Wau Tumpat, Kelantan.
- b. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan oleh muzium Wau Tumpat, Kelantan.

1.4 Objektif kajian

Antara objektif kajian yang dijalankan dalam kajian ini adalah;

- a. Mengenalpasti ciri-ciri tarikan pelancong yang terdapat di Muzium Wau Tumpat, Kelantan.
- b. Mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

1.6 Kepentingan Kajian

Pengkaji mengambil Muzium Wau Tumpat sebagai subjek kajian penyelidikan pengkaji.

Antara kepentingan kajian ini juga ialah;

1.6.1 Untuk mendapatkan maklumat yang lebih terperinci tentang Muzium Wau yang dapat menarik perhatian lebih banyak pelancong daripada masyarakat tempatan dan juga pelancong luar.

1.6.2 Untuk mengetahui strategi yang dapat digunakan oleh pihak pengurusan Muzium Wau untuk mempromosikan Muzium Wau sebagai salah satu produk pelancongan yang dapat menyumbang kepada masyarakat dan juga kepada negeri Kelantan.

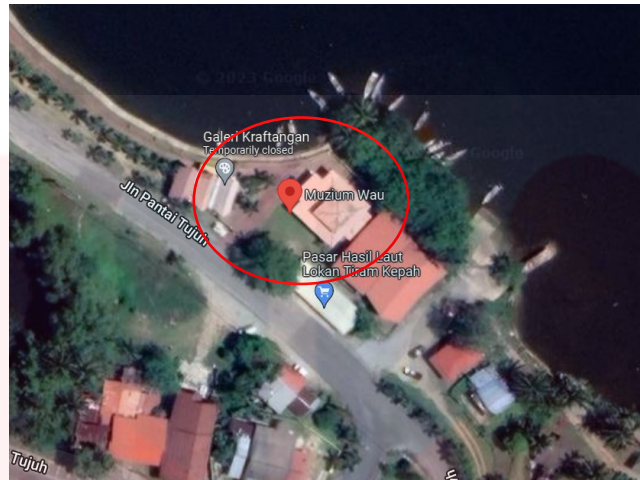
1.6.3 Kajian ini juga dapat membantu pengkaji dan juga penyelidik pada masa akan datang untuk mendapatkan maklumat berkaitan Muzium Wau.

1.7 Skop Kajian

Kajian tertumpu kepada Muzium Wau Tumpat, Kelantan dan juga kawasan sekitar muzium untuk mendapatkan maklumat dan juga pandangan masyarakat sekeliling berkaitan dengan muzium wau. Pengkaji menumpukan kajian ini di kawasan ini untuk memperincikan aktiviti dan juga keunikan yang boleh didapati daripada muzium ini. Pengkaji juga mendapatkan maklumat daripada pengunjung yang pernah berkunjung di muzium wau ini untuk mendapatkan pandangan daripada pengunjung berkaitan dengan pameran dan juga bangunan yang dijadikan sebagai tempat pameran.

Pengkaji juga akan menumpukan strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak muzium. Hal ini demikian kerana strategi yang digunakan oleh pihak muzium akan dapat mengenalpasti kekurangan pengunjung yang datang ke muzium. Selain itu, pengkaji juga akan mendapatkan maklumat berkaitan dengan keunikan dan tarikan yang terdapat pada Muzium Wau.

Pengalaman daripada pengunjung akan dapat membantu pengkaji untuk mendapatkan maklumat berkaitan dengan muzium wau. Kedudukan muzium yang berdekatan dengan kawasan yang menjadi tumpuan ramai seperti Pantai Sri Tujoh ini membolehkan Muzium Wau ini dipromosikan dengan lebih berkesan lagi terutamanya pelancong daripada luar negara mahupun pelancong tempatan. Kajian ini dijalankan kepada Muzium Wau Tumpat, Kelantan dari pameran, aktiviti dan juga keunikan untuk dipromosikan kepada masyarakat.



Rajah 2 Peta Lokasi Muzium Wau Tumpat, Kelantan

Sumber : *Google Maps*

1.7 Kesimpulan

Muzium Wau Tumpat, Kelantan merupakan muzium yang menawarkan pelbagai pengetahuan yang menarik dan seharusnya mendapat perhatian daripada masyarakat tempatan untuk membantu mempromosikan kraftangan yang dihasilkan oleh penduduk tempatan. Kraftangan yang dihasilkan dapat membantu memberi pengetahuan kepada masyarakat tidak mengira pengunjung tempatan ataupun pengunjung daripada luar negara. Hal ini akan dapat mempromosikan keindahan dan keunikan budaya dan juga adat yang telah diamalkan oleh nenek moyang.

Keunikan Wau yang dipamerkan di Muzium Wau Tumpat akan dapat menarik lebih banyak pengunjung terutamanya dari pengunjung tempatan dan juga pengunjung daripada luar negara. Kepelbagaian jenis wau dan aktiviti dalam muzium akan dapat membantu mempromosi keunikan muzium wau yang pertama di negeri Kelantan. Wau sebagai salah satu kraftangan yang mempunyai keunikan yang istimewa dalam budaya masyarakat di Kelantan menjadikan wau sebagai salah satu identiti masyarakat di Kelantan.

BAB 2

SOROTAN KAJIAN

2.1 Pengenalan

Kebelakangan ini fungsi muzium telah berubah menjadi tumpuan tarikan pelancong dan pelawat, dan bukan sahaja menjadi institusi untuk pembelajaran, menjaga kebudayaan, semula jadi dan saintifik semata-mata. Hal ini demikian kerana dalam kajian Muhammad Amirul Hafiz Zulkifli, Mohd Syuhaidi Abu Bakar dan Nor Azlin Hmidon (2019), Strategi Pemasaran Pameran Muzium: Kajian Kes Muzium Kesenian Islam Malaysia membincangkan bahawa muzium juga dapat membantu meningkatkan ekonomi sesebuah negara melalui peningkatan pelancong yang datang ke muzium. S.N Samanta Ray (1985), menerusi penulisan G.N Pant dan Hena Bajpan (1985), menyatakan muzium juga merupakan destinasi yang penting kepada pelancong, pelawat, cendekiawan, sejarawan, ahli arkeologi dan *museologist*; selain menjadi sumber tarikan. Muzium dapat memberikan pelbagai manfaat kepada masyarakat dan juga kepada sesebuah negara.

Muzium Wau merupakan salah satu produk pelancongan di Negeri Kelantan yang membantu negeri ini dalam memperkenalkan salah satu keunikan negeri ini. Permainan Wau sememangnya dikenali oleh setiap masyarakat namun muzium sebagai tempat penyimpanan sejarah dan dan koleksi muzium kurang dikenali oleh masyarakat sejak dirasmikan pada tahun 2011. Melalui statistik yang dikeluarkan oleh muzium pada setiap minggu menunjukkan bahawa pengunjung kurang mengunjungi muzium wau.

Pengunjung setiap minggu mempunyai peningkatan dan juga penurunan mengikut hari atau hari cuti kerana pengunjung selalunya mengunjungi pada waktu cuti.

Menurut Shaik Azahar B Shaik Hussain (2019), dalam kajiannya kebolehpasaran Muzium Wau menunjukkan bahawa Muzium Wau Tumpat Kelantan kurang dikenali oleh masyarakat sejak dirasmikan pada tahun 2011. Pemasaran yang kurang daripada pihak muzium menyebabkan muzium kurang dikenali oleh masyarakat tempatan. Promosi melalui dalam talian juga kurang digunakan menyebabkan generasi baru kurang mengetahui mengenai muzium wau. Dewan bahasa dan pustaka memberikan takrifan pemasaran merupakan perihal atau perbuatan memasarkan. Promosi ini merupakan antara kaedah yang dapat memperkenalkan produk kepada pengguna pada awal pengeluaran bagi sesebuah produk yang membantu pengguna untuk mengetahui fungsi atau keistimewaan sesebuah produk tersebut.

2.2 Asal Usul Wau

Permainan wau merupakan salah satu hobi daripada salah satu penduduk-penduduk di kawasan pedalaman terutama bagi negeri-negeri di Utara Semenanjung seperti Kedah, Perlis dan Kelantan. Permainan wau menjadi satu permainan tradisi selepas musim menuai. Petani bermain wau untuk menghilangkan penat setelah bekerja di sawah. Keseronokan ketika bermain bersama layang-layang menyebabkan sesetengah tempat dan daerah mengadakan pesta tahunan dan pertandingan wau tercantik di antara daerah-daerah. Dalam pembuatan layang-layang ini tukang-tukang wau yang mahir membuat wau mempunyai cara yang tersendiri dalam mengukur dan mengimbang ketika meraut buluh rangka wau. Petua untuk mendapatkan wau yang sempurna tentulah dapat boleh didapati daripada orang tua-tua, tetapi pengalaman daripada membuat wau ini juga dapat membantu untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Rautan pada buluh dan pemasangan rangka wau akan dapat menentukan kecantikan bentuk wau dan disokong dengan teraju yang dipasang dengan tepat.

Wau ini selalunya dimainkan di kawasan lapang seperti di tepi pantai, di kawasan sawah padi, atau di kawasan yang padang kerana merupakan antara kawasan yang sesuai untuk menerbangkan wau. Ketika bermain wau amatlah digalakkan untuk bermain di kawasan lapang agar tidak mencederakan diri dan juga mengakibatkan kemalangan yang tidak diingini ketika bermain wau ini. Ketika bermain wau ini terdapat 3 unsur yang mempengaruhi kenaikan wau, antaranya ialah tekanan angin iaitu apabila tekanan angin di permukaan wau semakin kuat, maka kemampuan untuk naik tinggi semakin meningkat. Selain itu, tarikan graviti juga mempengaruhi kenaikan wau kerana daya graviti mempunyai daya untuk menarik wau ke bawah. Daya seretan juga mempengaruhi kerana wau akan mengundur ke belakang apabila permukaan wau mendapat tekanan yang tinggi. Hal ini akan mewujudkan daya seretan. Permainan wau tradisional Melayu menggunakan satu tali sahaja iaitu tali tangsi yang akan memudahkan wau diterbangkan dan dikawal. Terdapat dua cara untuk melancarkan atau menaikkan wau iaitu, pelancaran jarak dekat dan pelancaran jarak jauh.

Cara bermain wau juga menggunakan teknik menaikkan wau jarak dekat kerana teknik ini sesuai bagi wau yang kecil dan ringan. Dalam melancarkan teknik ini hanya seorang sahaja diperlukan kerana mudah untuk melancarkan wau atau layang-layang. Untuk melancarkan wau ini pemain akan berdiri membelakangkan angin dan sebelah tangan kiri pemain akan memegang badan wau dan dihadapkan ke arah angin manakala sebelah tangan kanan pemain akan memegang gelung tali. Selepas itu, wau akan dilepaskan perlahan-lahan sehingga wau naik tinggi ke udara. Ketika bermain wau pemain hendaklah mengawal penerbangan wau kerana sekiranya tiupan angin tidak meneru pemain perlu mengawal penerbangan wau. Pengawalan penerbangan pada wau amat penting untuk mengelakkan wau jatuh ke tanah dan mengelakkan tali wau terputus. Tiupan angin mempengaruhi penerbangan wau, oleh itu pemain haruslah mengawal tali wau seperti ketika angin bertiup lemah pemain mestilah menggulung tali wau agar wau tersebut tidak terjatuh ke tanah. Dalam menurunkan wau juga mempunyai

teknik iaitu ketika menurunkan wau dua pemain diperlukan untuk menarik tali dan menggulung tali. Penarik tali akan menarik tali wau ketika menurunkan wau manakala penggulung tali pula menggulung tali yang ditarik oleh penarik tali. Terdapat juga permainan wau laga yang merupakan perlawanan yang memutuskan tali wau pihak lawan. Permainan ini memerlukan kepantasan, tumpuan dan kemahiran yang tinggi kerana dalam permainan ini bahagian tali wau ketika permainan ini akan disaluti dengan serpihan kaca yang halus.

Terdapat beberapa jenis wau agak popular dalam kalangan masyarakat di Malaysia iaitu antaranya Wau Bulan yang mempunyai bentuk yang menyerupai bulan sabit pada bahagian hadapan dan separa bulatan pada bahagian ekornya. Wau ini juga kelihatan seperti bulan yang terbit di angkasa apabila diterbangkan. Saiz wau ini juga lebih besar berbanding dengan wau lain dengan bidang biasa sepanjang 2.5 meter dengan tinggi 3.5 meter. Ini untuk memastikan corak yang terdapat pada wau tersebut kelihatan jelas dan menyerlah. Bagi menyerlahkan daya tarikan jenis wau ini, pemilihan warna yang terang dan corak yang lebih besar menjadi pilihan.

Menurut artikel yang bertajuk Permainan Wau membincangkan asal usul permainan wau ini yang sebenarnya tidaklah diketahui walaupun dalam beberapa buku sejarah melayu sudah menceritakan tentang permainan ini. Namun begitu, ramai yang berpendapat bahawa permainan wau ini bermula pada zaman pemerintahan Sultan Mahmud Shah (1488-1511). Pendapat ini berdasarkan kepada buku Sulalatus Salatin atau Sejarah Melayu yang mana telah menceritakan permainan wau ini. Nama lain bagi wau adalah layang-layang. Perkataan "Wau" ini dikatakan berasal dari perkataan Thailand memandangkan negeri Kelantan, Terengganu, Perlis dan Kedah menggunakan perkataan tersebut. kaum yang mempopularkan permainan wau ialah kaum Melayu dan Siam yang ramai tinggal di negeri tersebut. Perkataan layang-layang pula digunakan di kebanyakan negeri-negeri seperti di Pantai Barat dan Selatan Semenanjung Malaysia seperti Selangor, Melaka dan Johor ini dapat dibuktikan

menerusi catatan Tun Seri Lanang yang menyatakan bahawa Raja Ahmad bermain layang-layang bersama pemuda-pemuda serta kerabat Diraja dan tidak pula disebut wau. Selain itu, kemunculan nama wau juga dikaitkan dengan bunyi yang terhasil daripada busur yang diikat pada wau. Hal ini kerana ketika wau dinaikan ke udara, daun ibus yang dipasang pada busur tersebut akan menghasilkan bunyi “wau”, “wau”, “wau” secara berirama.

Menurut Anindya Latumahima (2010), yang mengkaji reka bentuk dalaman Muzium Layang-layang Indonesia di Bali juga menjelaskan bahawa layang-layang adalah permainan tradisional yang telah dikenali sejak 4000 tahun yang lalu. Jika memahami permainan ini layang-layang yang lebih baik sebagai permainan tradisional, layang-layang juga merupakan objek seni yang tidak mudah. Tambahan pula corak dan warna yang pelbagai menjadikan permainan ini unik dan menarik, bahan-bahan yang digunakan untuk membuat layang-layang ini berasal dari alam semulajadi, oleh itu amatlah mudah bagi sesiapa untuk membuatnya sesuai dengan imaginasi dan kreativiti setiap orang. Oleh itu, tempat untuk menjalankan aktiviti seperti ini dan tempat untuk memelihara permainan tradisional ini amatlah diperlukan kerana selain daripada memulihara dan memelihara permainan tradisional seperti ini dapat juga merangsang perkembangan kreativiti dan seni seseorang kerana layang-layang juga mempunyai nilai sejarah yang tinggi.

2.3 Muzium Sebagai Tarikan Pelancong

Setiap muzium mempunyai keunikan dan tujuan yang tersendiri mengikut kepentingan yang dipilih oleh setiap kurator di setiap negeri atau negara. Muzium yang ditubuhkan oleh setiap negara mempunyai keistimewaan yang dapat menarik perhatian pelancong untuk mengunjungi muzium tersebut. Walaubagaimanapun, sejarah dan pameran yang dipamerkan dalam sesebuah muzium akan membantu muzium untuk menarik pengunjung untuk mengunjungi sesebuah muzium. Pemasaran yang

menyeluruh dan bahan sejarah yang dipamerkan oleh muzium akan dapat membantu sesebuah muzium untuk dikenali oleh pengunjung dari luar dan juga dalam negara.

Dalam sorotan akhbar yang ditulis oleh Ulfa Arieza (2022), menunjukkan bahawa terdapat 10 muzium yang terkenal di dunia yang berjaya dikunjungi oleh 2,82 juta orang. Antara muzium yang berjaya menarik pengunjung di seluruh dunia ialah *Museum Louvre*, *Perancis* yang telah mendapat gelaran muzium paling terkenal pada tahun 2021. Dalam sorotan akhbar ini menuliskan pernyataan daripada *The Art Newspaper* telah mencatatkan 2,82 juta pengunjung pada tahun 2021, atau naik 5% pengunjung dibandingkan pada tahun 2020. Muzium Louvre, Perancis merupakan sebuah piramid yang diperbuat daripada struktur kaca dan baja serta mempunyai sekitar 482.000 koleksi seni termasuk koleksi seni paling terkenal iaitu lukisan Mona Lisa karya Loenardo da Vinci.

Seterusnya, *State Russian Museum* yang terdapat di Saint Petersburg, Rusia. Dalam sorotan akhbar ini menuliskan pernyataan *The Art Newspaper* yang mencatatkan bahawa jumlah pengunjung di muzium ini hampir mencecah 2,26 juta orang pada tahun 2021. Peningkatan ini telah menunjukkan 88% peningkatan pengunjung yang mengunjungi muzium ini berbanding pengunjung pada tahun 2020. Muzium ini mempamerkan lebih dari 400.000 koleksi tentang sejarah seni Rusia lebih dari seribu tahun, iaitu dari abad X hingga XXI. Pada masa ini, ruangan muzium ini telah mencecah 30 hektar. Koleksi seni di *State Museum Russian* ditempatkan di bangunan dengan seni bina abad XVII-XIX, seperti bangunan Mikhailovsky, Stroganov, Istana Marmar dan Istana Mikhailovsky.

Multimedia Art Museum juga merupakan antara muzium yang berjaya menarik ramai pengunjung kerana keunikan yang dipamerkan di muzium ini. *The Art Newspaper* telah mencatat 2,24 juta pengunjung yang telah mengunjungi muzium ini pada tahun 2021. Muzium ini merupakan muzium yang mempamerkan karya seni dari seniman dan juga fotografer terkenal. Muzium ini juga menyediakan lawatan untuk kanak-kanak bagi

memberikan mereka pengetahuan dan penerangan tentang koleksi yang dipamerkan oleh muzium. Selain itu, pameran seni kontemporari juga ditampilkan sejak beberapa tahun untuk menambahkan koleksi pameran di muzium ini. Muzium ini juga menyediakan studio seni pada hujung minggu untuk pengunjung mempelajari seni di muzium ini.

Walaupun banyak muzium yang menarik pengunjung untuk mengunjungi muzium tersebut masih terdapat muzium yang kurang mendapat perhatian daripada pelancong tidak mengira dari luar atau dalam negara. Muzium-muzium ini kurang mendapat perhatian kerana tempat yang jauh daripada pusat bandar atau pun tidak mempunyai koleksi yang menarik minat pelancong. Walaupun koleksi yang dipamerkan menarik minat pengkaji atau penyelidik, pelancong yang tidak meminati koleksi tersebut tidak akan mengunjungi muzium tersebut. Pelancong akan tertarik dengan muzium yang mempunyai keunikan dari muzium yang lain walaupun tidak mempamerkan koleksi yang sama.

Dalam artikel yang ditulis oleh Putri Rizqi Hernasari, tentang muzium yang mempunyai keistimewaan dan keunikannya tetapi kurang mendapat perhatian daripada orang ramai. Artikel ini membincangkan tentang 6 muzium di Indonesia yang mempunyai koleksi yang menarik tetapi kurang mendapat pengunjung malah dari pengunjung tempatan juga jarang mengunjungi muzium ini. Antara muzium yang dibincangkan ialah Muzium Taman Prasati, Jakarta Pusat yang berada di JL Tanah Abang No 1, Jakarta Pusat. Muzium ini mempamerkan nisan kuno ataupun makam miniatur khas dari semua daerah di Indonesia, pelbagai jenis patung dan kereta jenazah antik. Muzium ini juga mempunyai keluasan 1,2 hektar yang mempamerkan karya seni dari pembuat patung, pengukir, kaligrafi dan penulis. Patung-patung besar juga menghiasi setiap sudut muzium untuk pameran kepada pengunjung. Pada awalnya, muzium ini merupakan tempat perkuburan awam yang bernama Kebon Jahe Kober tetapi dijadikan muzium

awam pada tahun 1977. Di muzium ini juga pengunjung boleh mengunjungi kubur aktivis mahasiswa Soe Hok Gie.

Walaupun koleksi yang digunakan oleh muzium ini memberikan pengetahuan kepada masyarakat dan mempamerkan keunikan pemakaman di Indonesia pengunjung kurang berminat untuk mengunjungi muzium ini. Kurangnya pengunjung mengunjungi muzium ini menyebabkan muzium ini kurang dikenali oleh pelancong luar dan juga dalam negara. Hal ini kerana, pengunjung akan lebih tertarik untuk mengunjungi muzium yang mempunyai pengunjung yang ramai kerana ingin tahu keunikan atau pameran yang dipamerkan oleh muzium-muzium yang mempunyai pengunjung yang ramai. Kesan daripada itu juga akan mengakibatkan muzium mengalami kemerosotan daripada jumlah pengunjung sepanjang tahun dan memberi kesan kepada pendapatan muzium.

Selain Muzium Taman Prasati, Jakarta Pusat, Muzium Basoeki Abdullah juga kurang dikunjungi oleh pengunjung tidak mengira daripada luar atau dalam negara. Muzium ini berada di JL Keuangan Raya No 19, Cilandak Barat, Jakarta Selatan yang merupakan rumah keluarga milik Basoeki Abdullah. Basoeki Abdullah merupakan pengkarya seni yang dikenali oleh kerana karyanya yang indah. Muzium Basoeki Abdullah ini telah dirasmikan pada tahun 2001. Muzium mempunyai dua tingkat di mana di bahagian tingkat bawah mempamerkan barang-barang koleksi Basoeki Adullah seperti wayang, patung-patung, alat-alat tulis, pakaian yang pernah beliau gunakan, pistol, jam tangan dan buku-buku. Di tingkat atas pula mempamerkan 40 lukisan yang dilukis oleh beliau yang bertemakan pemandangan alam, tokoh-tokoh besar negara dan lukisan abstrak. Di tingkat atas muzium ini juga mempunyai ruang perpustakaan yang mempunyai 3 000 koleksi buku Basuki dan ruang penyimpanan lukisan.

Walaupun Basoeki Abdullah merupakan salah satu pengkarya seni yang dikenali, Muzium Basoeki Abdullah ini kurang mendapat perhatian daripada pelancong dan juga pengunjung dalam negara. Seperti Muzium Taman Prasati, kurangnya pengunjung yang datang mengunjungi muzium ini menyebabkan pengunjung pada masa akan datang

kurang berminat untuk melawat muzium ini kerana kurangnya ulasan daripada pengunjung yang dapat menarik minat pengunjung. Kurangnya pemasaran daripada pihak muzium akan mengakibatkan pengunjung tidak mengetahui banyak maklumat mengenai muzium. Hal ini akan menyebabkan kurangnya pengunjung melawat muzium tersebut.

2.4 Muzium Layang-Layang Di Nusantara

Muzium layang-layang di Indonesia juga merupakan antara muzium yang telah menjadi salah satu produk pelancongan dalam negara yang berjaya kerana penglibatan dari pelbagai pihak untuk mempromosikan muzium. Keunikan yang terdapat dalam muzium memberikan pengetahuan kepada mahasiswa yang ingin mendapatkan bahan dalam kajian berkaitan dengan layang-layang yang dihasilkan oleh pembuat layang-layang Indonesia.

Muzium layang-layang Indonesia atau muzium Layang-layang Jakarta, memiliki pameran khusus tentang bermain dan membuat seni wau. Muzium Layang-layang di Jakarta didirikan dengan tujuan menjadi Pusat Pendidikan Wau di Indonesia. Koleksi yang terdapat di muzium ini terdiri daripada potongan-potongan kecil berukuran hanya 2 cm dan berukuran 9 x 26 cm. Muzium Layang-layang di Indonesia juga menyediakan teater yang menayangkan filem tentang sejarah Wau di Indonesia serta berbagai festival wau yang diadakan di seluruh negeri.

Muzium Layang-layang ini terletak di JL. H. Kamang No. 38, Pondok Labu, Jakarta Selatan. Muzium ini merupakan muzium layang-layang pertama di Indonesia. Muzium ini juga memiliki 600 koleksi layang-layang, walaubagaimanapun jumlah koleksi yang disimpan di muzium ini terus bertambah dengan koleksi baru yang didapati daripada masyarakat tempatan dan juga asing serta layang-layang yang dibuat oleh staf muzium. Muzium layang-layang dibuka setiap hari dari 09:00-16.00 WIB dan ditutup pada cuti umum. Di Indonesia layang-layang ini bukan sahaja menjadi permainan pada

waktu kecil tetapi juga digunakan dalam menjalankan beberapa jenis ritual. Muzium layang-layang di Indonesia juga menjadikan layang-layang dari luar sebagai koleksi dan memeliharanya agar dapat mengapresiasi layang-layang dan mempelajari teknik yang digunakan dalam pembuatan layang-layang tersebut.

Muzium Layang-layang Indonesia telah ditubuhkan oleh seorang pakar kecantikan yang berkecimpung dalam dunia layang-layang sejak tahun 1985, dan mendirikan Merindo Kites & Gallery yang bernama Endang W. Puspooyo yang pakar dalam bidang layang-layang. Hasil karyanya dalam mendirikan Muzium Layang-layang Indonesia membuat muzium tersebut mendapat penghargaan dari Muzium Rekod Indonesia (MURI) kerana memecahkan rekod sebagai penganjur dan penganjur layang-layang terbesar berbentuk berlian pada tahun 2011, dan Anugerah Pelancongan Indonesia pada tahun 2004, ketika I Gede Ardika masih berkhidmat sebagai Menteri Kebudayaan dan Pelancongan.

Koleksi Layang-layang yang dipamerkan oleh Muzium Layang-layang di Indonesia bukan saja dari Indonesia tetapi juga mempamerkan koleksi daripada berbagai negara seperti China, Jepun, Belanda, Vietnam dan beberapa negara lainnya. Muzium ini mempamerkan layang-layang dari layang-layang yang berukuran kecil sehingga berukuran besar. Bahkan, muzium ini juga memiliki beberapa layang-layang gergasi yang terbesar di negara tersebut, seperti "Megaray" yang berukuran 9 x 26 meter. Di muzium ini juga mempunyai layang-layang berasal dari Kalimantan Selatan yang harus diterbangkan secara berpasangan dan kedua layang-layang tersebut juga memiliki alat muzik seperti seruling yang digantung di atasnya agar ketika sepasang layang-layang terbang, layang-layang tersebut akan mengeluarkan muzik yang merdu. Selain daripada itu, ada juga layang-layang pengantin yang akan diterbangkan dalam upacara pernikahan adat agar masyarakat sekitar dapat melihat sepasang layang-layang terbang di udara untuk mengetahui adanya majlis perkahwinan diadakan di sekitar kejiranan.

Keunikan dan keistimewaan pada Muzium Layang-layang di Indonesia akan dapat meningkatkan kedatangan pelancongan ke Indonesia. Muzium ini membantu industri pelancongan kerana kedatangan pelancong ke muzium ini akan dapat membawa lebih banyak pelancong ke negara tersebut. Keistimewaan pada sesebuah muzium dapat menarik lebih banyak pelancong kerana pelancong akan tertarik untuk mengunjungi negara tersebut untuk mengetahui sejarah ataupun pengetahuan mengenai muzium. Kedatangan pelancong di muzium akan membantu industri pelancongan untuk mempromosikan sesebuah negara itu bukan sahaja sejarah negara tetapi pelancongan yang menarik dalam negara tersebut.

Muzium layang-layang di Pasir Gudang, Johor Bahru merupakan muzium pertama di Malaysia yang mempamerkan layang-layang sebagai pameran utama dalam muzium. Muzium ini telah dibina pada Februari 2002 semasa Festival Layang-layang Antarabangsa Pasir Gudang Ke-7. Selain mempamerkan pelbagai jenis layang-layang dari seluruh dunia dan menganjurkan perlawanan serta pertunjukan layang-layang, muzium ini juga mempamerkan poster dan juga video berkaitan dengan Festival Layang-layang Antarabangsa. Muzium ini terletak di Aras 19, Menara Aqabah, Jalan Bandar, 81700 Pasir Gudang, Johor, harga tiket bagi dewasa warganegara ialah RM 2 manakala bagi kanak-kanak warganegara ialah RM 1. Harga yang ditetapkan bagi pelancong asing yang dewasa pula ialah RM 3 dan kanak-kanak RM 1. Muzium ini dibuka setiap hari Isnin hingga Khamis pada jam 8:30 pagi sehingga 5:00 petang dan Jumaat dibuka dari jam 9 pagi sehingga 5 petang.

Muzium ini mempunyai 3 tingkat yang mempamerkan pelbagai jenis layang-layang dari dalam negara dan juga luar negara. Layang-layang yang dipamerkan datang daripada seluruh Malaysia sehingga muzium ini mempunyai pelbagai koleksi dari dalam negara. Festival yang dilakukan di Muzium ini telah menambahkan koleksi layang-layang dari seluruh dunia dalam muzium ini. Muzium ini juga menyediakan padang yang luas untuk para peminat layang-layang untuk bermain di kawasan ini. Padang tersebut

ini juga sesuai untuk kanak-kanak bermain layang-layang dan juga bermain permainan yang disediakan di padang ini. Selain itu juga muzium ini menggunakan kincir angin di bumbung muzium untuk membekalkan elektrik ke seluruh muzium.

Muzium ini dapat membantu industri pelancongan untuk meningkatkan pelancong kerana muzium ini menganjurkan festival layang-layang sedunia di mana peminat layang-layang dari seluruh dunia akan datang ke muzium ini untuk berlawan layang-layang dan juga membuat pertunjukan bagi rekabentuk dan corak layang-layang yang menarik yang selalunya dilakukan pada hujung bulan Februari dan Mac. Festival ini akan menambah kemasukan pelancong bukan sahaja dari dalam tetapi dari luar negara akan membantu industri pelancongan untuk mempromosikan keunikan dan juga keistimewaan muzium-muzium yang terdapat di Malaysia.

Melalui sorotan akhbar yang ditulis oleh Nurul Amanina Suhaini bertajuk Festival Layang-layang Sedunia Pasir Gudang 2017 tarik 40 Negara membincangkan jumlah pengunjung yang dijangka akan mengunjungi Festival Layang-layang Sedunia yang diadakan di Pasir Gudang pada tahun 2017 lalu. Pada ketika Festival ini dianjurkan terdapat 40 negara yang menyertai festival ini dengan membabitkan 1,000 peserta antarabangsa dan tempatan bagi tujuh kategori. Dengan festival besar-besaran ini Pengerusi Jawatankuasa Pelancongan Perdagangan dan Kepenggunaan negeri, Datuk Tee Siew Kiong mengatakan bahawa festival ini akan dapat merancakkan industri pelancongan negara. Dengan festival layang-layang yang dianjurkan di Pasir Gudang ini sektor pelancongan di Johor amnya dan Malaysia akan dapat meningkatkan kedatangan pelancong ke Negeri tersebut dan juga Malaysia.

Muzium Layang-layang di Melaka merupakan muzium yang terletak dia aras satu dalam bangunan Muzium Rakyat, Kecantikan dan Layang-layang di Jalan Kota, Bandar Hilir, Melaka. Muzium ini dirasmikan oleh YAB Ketua Menteri Melaka pada September 1995. Bangunan muzium ini asalnya dibina pada tahun 1996 yang dipercayai dibina di atas runtuh bangunan Belanda yang pada awalnya digunakan sebagai bangunan

Majlis Perbandaran Bandaraya Bersejarah Melaka. Muzium Layang-layang ini rasmi dibuka pada September 1995 oleh Ketua Menteri Melaka Mohd Zin Abdul Ghani sempena seminar Kastam Melayu Serantau. Muzium Layang-layang ini terletak di tingkat atas bangunan bersama dengan Muzium Rakyat dan Muzium Kecantikan di tingkat bawah bangunan. Muzium ini mempamerkan sejarah permulaan permainan layang-layang di seluruh dunia yang digunakan sebagai alat komunikasi atau digunakan dalam peperangan, sukan dan masa lapang. Muzium ini memceritakan tentang tradisi pembuatan, permainan dan fungsi layang-layang daripada banyak negara di dunia. Selain itu, muzium ini juga mempamerkan pelbagai bentuk layang-layang tradisi dan moden termasuk wau tradisional Nusantara.

Dalam sorotan akhbar yang ditulis oleh Bernama dalam akhbar Melaka Hari Ini bertajuk Muzium Bukan Lagi Pilihan Destinasi Pelancongan Terakhir membincangkan tentang peningkatan pelancong yang disebabkan oleh penaik tarafan yang dilakukan oleh pihak muzium di Melaka pada tahun 2020. Mohd Nasruddin Rahman sebagai pengurus besar di Perbadanan Muzium Melaka memberikan nafas baru kepada hiasan dalaman muzium, menambahkan elemen realiti maya (VR), Hologram dan realiti terimbuh (AR) untuk menambahkan tarikan pelancong kepada muzium yang terdapat di Melaka.

Keunikan dan keistimewaan yang terdapat dalam setiap muzium akan dapat membantu menarik perhatian pelancong yang datang ke sesebuah negeri atau negara tersebut. Hal ini kerana, pelancong akan tertarik dengan perbezaan setiap muzium yang dilawati untuk menambah pengetahuan dan juga pengalaman ketika melancong di sesebuah negara. Muzium sebagai salah satu pengenalan kepada masyarakat luar akan dapat membantu pelancong luar untuk mengenali identiti sesebuah negeri tersebut melalui bahan-bahan dan sejarah dalam yang dipamerkan dalam muzium. Setiap muzium yang dibina akan dapat membantu industri pelancongan dalam meningkatkan

jumlah pelancong setiap tahun melalui ketertarikan yang dipamerkan oleh setiap muzium.

2.5 Pemasaran Muzium

Menurut Kotler dan Andreason (1996) dalam buku Ruth Rentschele dan Anne-Marie Hede (2007), *Museum Marketing competing in the global marketplace* membincangkan tentang strategi pemasaran bagi pertubuhan yang tidak mempunyai untung termasuk muzium, sebagai penentuan kedudukan supaya memberi tumpuan kepada pelanggan, dengan orientasi yang sesuai terhadap pasaran. Kelebihan strategi pemasaran muzium yang berjaya termasuk pencapaian tujuan organisasi yang jelas, struktur organisasi yang mantap dan pengurusan yang lebih baik. Dalam persekitaran berkonsep ini muzium boleh berkembang, walaupun terdapat keperluan untuk menilai tanggapan pemasaran dalam konteks globalisasi dan era media baharu sambil mengiktiraf secara serentak misi sosial muzium. Pendekatan pemasaran muzium dalam buku ini cuba untuk mencapai keseimbangan antara realiti ekonomi global semasa dan keperluan untuk memupuk inovasi. Ia melihat resipi untuk budaya berkembang organisasi sebagai pengiktirafan terhadap dua matlamat iaitu memenuhi keperluan pembinaan sosial dan pemeliharaan budaya serta menubuhkan dan memenuhi keperluan penonton menegaskan bahawa pemasaran muzium yang lebih baik bukanlah satu penghujung.

Menurut Annette Van Den Bosch, yang membincangkan tentang *Major case study: cultural memory represented at the Quai Branly Museum* pemasaran juga mempunyai pelbagai jenis yang dapat membantu mempromosikan muzium iaitu antaranya *Word of mouth marketing* adalah maklumat produk yang didapatkan oleh pengguna dari pengguna lain secara verbal dan langsung. Dikenal juga dengan promosi dari mulut ke mulut iaitu dengan disampaikan secara langsung. *Public Relations* merupakan salah satu dari jenis-jenis pemasaran yang penting. Banyak perusahaan yang bekerjasama dengan media untuk meningkatkan *brand awareness* (kesedaran

produk) produk mereka dan manfaat yang boleh didapat oleh pengguna saat produk ini mereka miliki. Membangun hubungan (*relationship*) dengan pengguna adalah cara yang efektif untuk memasarkan produk. Analoginya saat kesetiaan pengguna telah terbina maka ketika syarikat mengeluarkan produk baru para pengguna dengan sukarela akan membeli produk tersebut.

Menurut Ruth Rentschele (2007), dalam kajiannya *museum marketing: no longer a dirty word*, *Digital marketing* membincangkan kajian Kim Lehman and John Byrom(2007), *The Boag's Centre for Beer Lovers: building brand with a corporate museum* yang memanfaatkan semua sumber daya dan asetnya melalui *online*. *Digital marketing* atau pemasaran digital memaksimalkan segala potensi yang ada di internet agar bisa mencapai target syarikat. Selain itu *digital marketing* juga cara yang efektif untuk membangun jenama dengan biaya yang rendah. Target pasarnya juga bisa ditentukan karena banyak penyedia jasa iklan yang memiliki fitur ini. Sebuah produk selayaknya memiliki target pasar, serta nama atau "jenama," untuk dikenal. *Branding* adalah salah satu dari jenis-jenis pemasaran yang memiliki fungsi sebagai promosi jangka panjang. *Branding* sering kali menyertakan nama, slogan, dan logo. Radio sebagai media pemasaran adalah salah satu bentuk iklan berbayar yang umum digunakan oleh perusahaan atau pemilik bisnis. Konsep pemasaran ke pengguna dengan cara ini sangat potensial karena saat menyalakan radio para pendengar benar-benar mendengarkan apa yang diucapkan oleh penyiarinya. Sedangkan untuk menjangkau pelanggan secara luas, bisa digunakan media iklan di television. *Multi-level marketing* adalah bentuk pemasaran secara langsung yang melibatkan banyak orang di mana syarikat rekrut dan menjual produk-produknya. *Multi-level marketing* sering dikenal juga dengan sebutan *network marketing* karena tenaga pemasarannya mendapatkan komisen dari produk yang mereka pasarkan serta komisen pemasaran dan penjualan dari jaringannya.

Dalam buku *Museum Marketing competing in the global marketplace* melalui kajian Annete Van de Broch tentang *cultural memory re-presented at the Quai Branly Museum* menunjukkan bahawa kempen dapat membantu meningkatkan kedatangan pengunjung di muzium. Kempen yang dilakukan di Australia dan France oleh pihak muzium dengan pelbagai tema dapat meningkatkan pengunjung kerana mendapat pengenalan yang lebih awal berkenaan dengan pameran yang ingin dipamerkan oleh pihak muzium. Dengan cara ini pengunjung akan berminat untuk mengetahui dan mempelajari pameran yang ingin dipamerkan di muzium. Selain kempen yang dijalankan, pusingan bagi menjalankan pameran dalam muzium dapat meningkatkan pelancong atau masyarakat tempatan untuk melawat muzium. Pameran daripada antarabangsa akan membantu muzium untuk memperkenalkan bahan-bahan sejarah yang terdapat dalam muzium kepada orang ramai. Hal ini akan dapat menambah ketertarikan kepada muzium melalui kepelbagaian pameran pada masa-masa tertentu yang membantu masyarakat memahami dan mengetahui maklumat yang ingin disampaikan oleh muzium.

Menurut Ruth Rentschele(2007) dalam kajiannya *Museum Marketing: no longer dirty word* menunjukkan dalam beberapa tahun kebelakangan ini muzium sebagai medium untuk pembelajaran dan pengetahuan mulai berubah. Muzium berfungsi sebagai tempat untuk memelihara, berkomunikasi dan mempamerkan seni untuk pembelajaran dan pengetahuan. Muzium ini juga dibina dan mempamerkan bahan-bahan sejarah untuk masyarakat menghayati dan mempelajari koleksi yang menjadi salah satu amanah masyarakat. Perubahan yang berlaku menyebabkan definisi bagi muzium yang menjadi tempat pembelajaran dari segi penceritaan yang dilakukan oleh muzium. Perubahan konsep dalam muzium ini menjadikan muzium sebagai salah satu sektor yang membantu kerajaan untuk menambah pendapatan negara melalui kedatangan pengunjung ke muzium. Sumbangan daripada muzium dalam sektor ekonomi negara menjadikan muzium sebagai peranan utama dalam ekonomi yang membantu meningkatkan sumber ekonomi negara. Dengan peranan muzium sebagai

salah satu pemangkin ekonomi negara selain daripada muzik, Australia menyumbangkan 19 Billion untuk muzium setiap tahun. Ini menunjukkan sumbangan muzium kepada negara di mana muzium menyumbangkan €3 Billion terhadap ekonomi negara. Peningkatan pelawat ke muzium telah mengubah peranan muzium yang terhad kepada tempat pembelajaran sahaja. Perubahan pengurusan dan pemasaran bagi sesebuah muzium dapat mengekalkan peningkatan pengunjung pada muzium.

Menurut Muhammad Amirul Hafiz Zulkifli, Mohd Syuhaidi Abu Bakar dan Nor Azlin Hamidon (2019) dalam kajian Strategi Pemasaran Pameran Muzium: Kajian Kes Muzium Kesenian Islam Malaysia membincangkan bahawa promosi melalui media sosial dapat membantu muzium untuk meningkatkan kedatangan pengunjung ke muzium. Bagi penganjuran yang dilakukan oleh pihak muzium boleh dipromosikan di media-media yang dapat menjangkau lebih banyak pengunjung seperti Instagram, Facebook, Twitter dan juga iklan television. Promosi melalui media sosial ini juga memberikan gambaran yang awal kepada pengunjung yang tidak dapat datang ke muzium dengan melawat muzium secara maya. Promosi di media sosial ini dapat menarik lebih banyak pengunjung terutamanya pengunjung yang belum mengenali sesebuah muzium atau galeri tersebut.

Muzium sebagai tempat untuk mendapatkan maklumat dan mendapatkan penyelidikan tidak lagi asing dalam konsep permuziuman sebagai tempat menyimpan bahan-bahan sejarah bukan sahaja dalam negara tetapi luar negara. Walaubagaimanapun, peningkatan pengunjung mengunjungi muzium mengikut peredaran zaman menjadikan muzium salah satu tempat pelancongan yang dapat memperkenalkan identiti sesebuah negara itu dengan lebih dalam bukan sahaja melalui tempat menarik yang disediakan dalam pakej pelancongan. Oleh itu, pemasaran bagi muzium juga amat penting untuk memperkenalkan pengunjung terlebih dahulu sebelum mengunjungi sesebuah muzium tersebut. Pemasaran yang baik akan dapat menarik

lebih banyak pengunjung yang ingin mengetahui keunikan dan kepelbagaian yang dipamerkan dalam muzium tersebut.

2.6 Kesimpulan

Dapatlah disimpulkan bahawa muzium wau ini mempunyai pelbagai keunikan dan ketertarikannya kepada pengunjung sehingga dapat memberikan pengetahuan kepada pengunjung tentang keunikan sesebuah negara. Setiap muzium wau mempunyai cerita dan sejarah yang tersendiri di setiap negara yang melambangkan identiti dan keunikan setiap bangsa dengan menggunakan wau atau layang-layang sebagai salah satu warisan yang dijaga sejak turun temurun. Muzium wau ini juga dapat memelihara dan memulihara sejarah setiap rekabentuk dan corak wau yang telah digunakan sejak zaman dahulu lagi sebagai salah satu pengetahuan kepada generasi baru.

Permainan wau merupakan permainan yang mempunyai pelbagai keunikan dan juga keistimewaan mengikut kepercayaan dan cara sesebuah masyarakat itu memahami permainan ini. Keunikan dan keistimewaan Wau ini dapat dilihat daripada reka bentuk dan corak setiap jenis wau yang dibuat di setiap negara. Hal ini demikian kerana corak yang dilukis pada wau ini dibuat berdasarkan pada kepercayaan dan juga ciri-ciri sebuah negara tersebut. Reka bentuk wau ini juga dipengaruhi oleh ajaran daripada nenek moyang lagi yang membuatkan wau ini unik dan mempunyai sejarah yang dapat dijadikan sebagai salah satu indentiti bagi sesebuah negeri atau negara. Corak yang digunakan juga akan dapat membantu generasi pada masa akan datang untuk memahami dan mengetahui warisan sejak turun temurun lagi.

Pemasaran bagi muzium dapat membantu masyarakat untuk mengetahui keunikan dan keistimewaan sesebuah muzium melalui pemasaran yang baik daripada pihak muzium. Pelbagai jenis pemasaran yang dapat membantu muzium untuk memperkenalkan pada masyarakat. Hal ini demikian kerana muzium mempunyai

perbezaan daripada produk-produk pelancongan yang lain. Perbezaan ini memerlukan pihak muzium memikirkan cara yang sesuai untuk membuka muzium kepada orang ramai mengikut peringkat umur pengunjung muzium. Pameran yang dijalankan akan dapat membantu semua golongan masyarakat memahami dan mempelajari pameran yang dijalankan oleh sesebuah muzium.



METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan

Dalam menjalankan kajian yang sempurna dan teratur, metod atau kaedah yang digunakan haruslah menepati mengikut data atau dapatan kajian yang diinginkan. Dengan menggunakan metod kajian yang sesuai data atau dapatan kajian mengenai kajian yang dipilih bertepatan dan dapat menjalankan kajian dengan lebih baik.

Pengkaji haruslah menggunakan kaedah penyelidikan kajian yang sempurna dan mengikut prosedur yang ditetapkan oleh pengkaji itu sendiri agar data yang diinginkan akan didapati dengan lebih baik. Kaedah penyelidikan kajian yang sempurna akan dapat menjamin dapatan kajian yang dihasilkan merupakan data yang bertepatan. Pengkaji haruslah berhati-hati dalam memilih metod atau kaedah kajian yang digunakan dalam mendapatkan data agar kaedah yang dipilih lebih sesuai mengikut dapatan kajian yang diinginkan.

Metod atau kaedah kajian yang digunakan dalam mendapatkan hasil kajian dijalankan berdasarkan objektif atau persoalan kajian yang telah ditetapkan oleh pengkaji. Metod atau kaedah kajian yang ditentukan oleh pengkaji adalah kaedah kuantitatif atau kualitatif yang akan membantu pengkaji untuk mendapatkan data. Misalnya, pengkaji ingin mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh muzium yang terdapat di Malaysia, reka bentuk kajian yang sesuai ialah melakukan kajian daripada kajian-kajian lepas yang berkaitan dengan strategik pemasaran yang dilakukan

oleh muzium-muzium di Malaysia. Manakala untuk mengenalpasti strategi promosi semasa yang dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan, pendekatan yang sesuai dalam mendapatkan data ialah melakukan temubual terhadap pihak muzium ataupun soal selidik terhadap pengunjung yang telah mengunjungi muzium. Untuk mengenalpasti ciri-ciri tarikan pelancong yang terdapat di Muzium Wau Tumpat, Kelantan, pendekatan yang paling sesuai ialah melakukan temubual pihak muzium ataupun pengunjung di muzium tersebut.

Perancangan yang terperinci oleh pengkaji akan dapat membantu penyelidikan dijalankan dengan lebih teratur dan maklumat yang didapati juga akan dapat disusun dengan teratur. Maklumat yang didapati akan dapat membantu pengkaji seterusnya untuk memahami dengan lebih dalam tentang kajian yang dijalankan. Pendekatan yang digunakan oleh pengkaji akan dapat membantu kajian dijalankan mengikut perancangan yang sudah dilakukan.

3.2 Rekabentuk Kajian

Kajian ini dijalankan untuk merancang penyelidikan dengan lebih baik agar penyelidikan yang dijalankan dapat menjawab objektif yang sudah ditetapkan oleh pengkaji. Kajian yang digunakan oleh pengkaji merupakan kajian yang menggunakan kuantitatif dan kualitatif dalam mendapatkan data. Kaedah kuantitatif memerlukan pengkaji untuk meninjau kawasan kajian, membuat sampel kajian dan percubaan pada sesuatu yang baru dan berbeza. Kaedah kualitatif pula memerlukan pengkaji menyediakan soal selidik, melakukan pemerhatian dan menemubual pihak tertentu yang telah ditetapkan untuk mendapatkan maklumat.

Reka bentuk kajian yang digunakan oleh pengkaji adalah salah satu cara untuk mendapatkan jawapan-jawapan bagi objektif yang sudah ditetapkan oleh pengkaji. Hal ini juga dijalankan untuk mendapatkan objektif-objektif kajian yang dapat ditimbulkan oleh pengkaji. Bagi mencapai objektif yang dijalankan, pengkaji mencari kaedah serta cara yang sesuai berkaitan dengan objektif untuk mendapatkan data bagi setiap objektif yang dipilih. Oleh itu, pengkaji melakukan tinjauan terhadap penyelidikan-penyelidikan yang dijalankan sebelum ini. Tinjauan ini dijalankan untuk mengelakkan terdapat pertindihan tajuk antara penyelidik-penyelidik sebelumnya.

Setelah tajuk yang dipilih oleh pengkaji tidak mempunyai pertindihan tajuk daripada penyelidik sebelumnya, pengkaji melakukan tinjauan di kawasan muzium untuk mendapatkan permasalahan yang dihadapi oleh pihak muzium berkaitan dengan pemasaran muzium terhadap masyarakat. Melalui objektif yang dipilih, pengkaji akan mengkaji kaedah yang sesuai dalam mendapatkan objektif-objektif yang dipilih agar tujuan dan data yang sesuai didapati dengan terperinci. Selain meninjau permasalahan yang dihadapi oleh pihak muzium, pengkaji juga melakukan pemilihan responden untuk mendapatkan maklumat dengan lebih lanjut tentang pemasaran yang dijalankan oleh pihak muzium dalam beberapa tempoh.

Pengunjung yang mengunjungi muzium dan juga masyarakat sekitar muzium dijadikan responden kajian. Selain itu, pegawai muzium yang masih berkhidmat dan pernah berkhidmat di muzium juga dijadikan sebagai responden untuk mendapatkan data berkaitan dengan objektif yang dijalankan. Responden ini terhad kepada pengunjung, masyarakat tempatan dan pegawai muzium untuk membatasi kajian yang dijalankan. Setelah sampel kajian dan responden diperolehi, pengkaji membina beberapa instrumen kajian seperti soalan-soalan serta borang soal selidik untuk mendapatkan data dan maklumat daripada responden.

Borang soal selidik yang disediakan oleh pengkaji akan diberikan kepada dua kumpulan iaitu;

- a. Borang soal selidik pengunjung muzium yang mengunjungi muzium pada waktu kajian.
- b. Borang soal selidik masyarakat sekitar muzium untuk mendapatkan kekerapan pemasaran yang dijalankan oleh muzium.

Setelah pengkaji berjaya mengumpulkan maklumat dan juga data-data yang diperlukan daripada soal selidik dan temubual yang dijalankan, semua maklumat dan juga data-data diproses dan dianalisis dengan lebih dalam untuk melengkapkan laporan kajian yang dijalankan. Dapatan kajian daripada soal selidik akan dijadikan sebagai dapatan kajian dalam kajian pengkaji.

3.4 Lokasi Kajian

Melalui beberapa tinjauan yang telah dibuat oleh pengkaji terhadap beberapa muzium di Negeri Kelantan, pengkaji menetapkan Muzium Wau Tumpat, Kelantan untuk dijadikan sebagai sampel kajian. Penyelidik mendapati muzium ini mempunyai keunikan dan potensi untuk dikenali oleh masyarakat luar. Walaubagaimanapun, pengunjung yang datang ke muzium ini amatlah sedikit. Hal ini juga berkemungkinan disebabkan oleh pandemik yang telah melanda dunia pada 2 tahun yang lalu. Oleh itu pengkaji mengambil keputusan untuk mengambil muzium ini sebagai tajuk kajian yang berkaitan dengan pemasaran muzium. Hal ini akan dapat mengetahui pemasaran yang dilakukan oleh pihak muzium dalam beberapa tahun kebelakangan ini.

Muzium Wau Tumpat, Kelantan merupakan salah satu muzium yang menjadikan kraftangan sebagai pameran utama dalam muzium. Muzium ini dibina berdekatan dengan salah satu pantai yang juga merupakan tumpuan ramai iaitu Pantai seri Tujoh. Muzium ini terletak berhampiran tapak Pesta Wau Antarabangsa Kelantan, yang bertempat tepat di laluan utama ataupun pintu masuk ke kawasan Pantai Seri Tujoh. Untuk mengunjungi muzium ini pengunjung akan mengambil masa selama setengah jam dari Kota Bharu ke Muzium Wau iaitu 26. 1 KM.

3.3 Instrumen Kajian

I. Pemerhatian

Kaedah pemerhatian ini digunakan dalam kajian ini bagi memenuhi objektif yang dibuat oleh pengkaji. Selain itu, kaedah ini digunakan dalam kajian ini untuk mendapatkan maklumat melalui melihat kawasan kajian iaitu di Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Di samping itu, melalui kaedah ini pengkaji dapat melihat potensi Muzium Wau sebagai salah satu produk pelancongan yang terdapat di Kelantan.

Dalam kaedah ini, pengkaji akan mengunjungi muzium untuk mendapatkan maklumat berkaitan dengan koleksi dan bangunan yang digunakan oleh muzium untuk mempamerkan koleksi. Selain itu, pengkaji juga akan memerhatikan pemasaran yang dilakukan oleh pihak muzium untuk mendapatkan permasalahan dalam kajian yang dijalankan.

IV. Temubual

Pengkaji akan menemubual pegawai muzium yang telah berkhidmat selama 3-4 tahun untuk mendapatkan maklumat tentang strategik yang dilakukan oleh muzium selama beberapa tahun. Hal ini demikian kerana pengkaji ingin mendapatkan maklumat berkaitan dengan pemasaran yang dilakukan oleh muzium dalam tempoh beberapa tahun sama ada yang sudah berjaya atau tidak dalam membawa lebih banyak pengunjung ke Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Dalam temubual ini pengkaji akan memfokuskan tentang maklumat yang berkaitan dengan promosi yang dilakukan oleh muzium serta dapatan daripada promosi yang dilakukan.

Pengkaji juga akan menemubual pihak muzium dan juga pengunjung serta masyarakat sekitar untuk mendapatkan maklumat yang lebih lanjut berkaitan dengan tajuk kajian yang dipilih oleh pengkaji. Melalui kaedah ini pengkaji dapat membantu pihak muzium untuk memperbaiki dan meningkatkan sistem sedia ada untuk mempromosikan

muzium sebagai produk pelancongan yang dapat menarik perhatian pelancong tidak kira dari luar atau dalam negara.

Dalam sesi temubual ini pelajar menggunakan temubual separa berstruktur di mana pengkaji menyediakan beberapa soalan untuk ditanyakan kepada responden dan pengkaji akan menambah soalan mengikut kesesuaian soalan yang ingin ditanyakan kepada responden. Hal ini demikian, kerana pengkaji ingin mendapatkan maklumat dengan lebih terperinci dan tidak tertumpu hanya kepada soalan yang ingin ditanyakan. Jenis temubual seperti ini akan membantu pengkaji untuk menjawab soalan yang sudah ditetapkan dan menambah maklumat kajian dengan lebih dalam lagi.

Dalam menghasilkan soalan untuk temubual pengkaji merujuk pada objektif yang sudah ditetapkan oleh pengkaji untuk membuat soalan agar objektif tersebut dapat dijawab. Soalan yang direka oleh pengkaji akan ditambah mengikut penerangan yang diberikan oleh responden. Soalan yang direka oleh pengkaji akan disoal kepada responden tanpa mengikut urutan pada soalan yang direka untuk menyesuaikan soalan yang sedang disoal kepada responden. Dengan kaedah ini responden tidak akan merasa tertekan dengan soalan yang disoal oleh pengkaji. Pengkaji juga akan memberikan soalan yang sesuai dengan situasi dan penerangan yang diberikan oleh responden.

VI. Perangkaan borang soal selidik

Pengkaji akan memberikan borang soal selidik kepada 50 responden yang dipilih secara rawak kepada responden yang berkunjung ke Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Antara soalan yang akan dikemukakan ialah jantina, umur, Pekerjaan, negeri/negara dan lain-lain. Di samping itu, pengkaji akan mengemukakan soalan seperti pengetahuan yang diketahui oleh pengunjung berkaitan dengan Wau yang dipamerkan di muzium, juga kesan penubuhan muzium kepada masyarakat dan juga negeri Kelantan itu sendiri serta tarikan muzium terhadap pelancong di negeri Kelantan

Untuk mendapatkan data kajian, pengkaji juga menggunakan kaedah soal selidik yang memerlukan responden untuk menjawab beberapa persoalan untuk pengkaji mendapatkan data yang bersesuaian. Soal selidik ini akan diberikan kepada masyarakat sekitar dan juga pengunjung muzium. Kaedah ini dirangka bagi membolehkan responden dapat menjawab soalan-soalan yang disediakan tanpa mendapat paksaan daripada mana-mana pihak.

Dalam membina soalan-soalan dalam soal selidik, penyelidik menyediakan borang yang terbahagi kepada dua bahagian, iaitu

- a. Bahagian A : Promosi semasa Muzium Wau Tumpat, Kelantan.
- b. Bahagian B : Keistimewaan Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Borang soal selidik yang diagihkan kepada responden akan mempunyai beberapa soalan yang perlu diisi antaranya ;

- a. Biodata diri
- b. Pengetahuan tentang koleksi muzium
- c. Pengetahuan tentang muzium
- d. Pemasaran/pengiklanan yang telah menarik pengunjung ke muzium tersebut
- e. Soalan berkaitan pemasaran muzium

Semua soalan (Sila rujuk lampiran 1) yang dibina dalam dua bentuk, iaitu bentuk skala likert dan dalam bentuk subjektif. Untuk jawapan yang berbentuk skala ini, pengkaji menyediakan soalan-soalan yang berkaitan dengan kajian ini, dimana responden akan memberikan jawapa dengan mengisi jawapan dalam bentuk skala. Skala yang ditetapkan oleh pengkaji terdiri daripada angka 1 sehingga 5, iaitu 1 mewakili jawapan paling minima, manakala angka 5 mewakili jawapan yang paling maksima.

Soal selidik ini akan dapat membantu pengkaji untuk mendapatkan data yang diperlukan berkaitan dengan objektif kajian. Kaedah ini akan memudahkan pengkaji dalam mendapatkan skala yang diperlukan untuk mengukur tahap pengetahuan

masyarakat terhadap pemasaran muzium. Setiap jawapan yang diberikan oleh responden akan dapat dijadikan sebagai data atau dapatan kajian.

Soal selidik yang dijalankan akan dilakukan secara dalam talian untuk memudahkan responden menjawab soalan di mana sahaja. Soalan ini direka dalam skala Likert untuk memudahkan pengkaji mendapatkan data yang diperlukan daripada responden. Mengikut format soal selidik Ahmad Sabri dalam soal selidik beliau, soal selidik yang direka dibahagikan kepada beberapa bahagian mengikut maklumat dan data yang ingin didapatkan oleh pengkaji. Format soal selidik ini menggunakan skala likert untuk mendapatkan data daripada responden. Soal selidik yang disediakan juga dibahagikan kepada beberapa bahagian untuk memudahkan responden memahami soalan yang diberikan oleh pengkaji.

3.4 Persampelan

Sampel kajian merupakan kumpulan yang dapat memberikan maklumat yang berkaitan dengan kajian untuk dijadikan sebagai sumber maklumat dalam kajian. Dalam memilih sampel kajian ini pengkaji telah menjalankan penyelidikan untuk mendapatkan sampel kajian yang sesuai mengikut kajian yang dipilih oleh pengkaji. Sampel kajian ini dipilih oleh pengkaji untuk membantu pengkaji mendapatkan maklumat yang diperlukan dalam kajian, antara sampel kajian yang dipilih oleh pengkaji;

RESPONDEN	UMUR
Penduduk sekitar	18 tahun – 40 tahun ke atas
Pengunjung muzium	18 tahun – 40 tahun ke atas

Rajah 4.5 Umur responden

- a. Masyarakat sekitar Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Sebagai sampel kajian yang pertama, pengkaji memilih masyarakat sekitar muzium untuk mendapatkan data tentang kekerapan pemasaran yang dilakukan oleh pihak muzium dalam mengiklankan muzium ataupun aktiviti yang dijalankan oleh muzium tersebut. Masyarakat sekitar muzium ini akan dapat membantu pengkaji untuk mendapatkan maklumat dengan lebih lanjut dengan pengiklanan yang dijalankan oleh pihak muzium terutamanya iklan-iklan yang dipaparkan di sekitar muzium ataupun dalam sosial media.

Masyarakat sekitar yang diberikan soal selidik ini dimaklumkan terlebih dahulu berkenaan soal selidik yang bakal dijawab oleh mereka. Ini bertujuan untuk membolehkan mereka menjawab soalan yang diberikan mengikut pengetahuan mereka berkenaan pemasaran yang dilakukan oleh pihak muzium serta tidak dipengaruhi oleh mana-mana pihak.

b. Pengunjung Muzium

Selain daripada masyarakat sekitar, pengkaji juga mengedarkan soal selidik kepada pengunjung yang mengunjungi muzium untuk dijadikan sebagai sampel kajian. Hal ini demikian kerana, pengkaji ingin mendapatkan maklumat berkenaan pemasaran yang dilakukan oleh pihak muzium yang dapat menarik pengunjung untuk mengunjungi muzium. Pengiklanan yang dijalankan oleh pihak muzium akan dapat menarik lebih banyak pengunjung kerana iklan daripada pihak muzium merupakan salah satu permulaan untuk memperkenalkan muzium kepada masyarakat.

Semasa tinjauan ini dilakukan pengkaji telah memaklumkan kepada responden terlebih dahulu untuk mendapatkan kerjasama agar responden dapat memahami soal selidik yang diberikan oleh pengkaji. Hal ini kerana responden akan lebih bersedia untuk menjawab soalan dan mempunyai kerelaan untuk menjawab soal selidik ini tanpa paksaan daripada mana-mana pihak.

3.4 Prosedur Pengumpulan Data

Pada awal kajian ini pengkaji membuat penyelidikan berkaitan dengan kajian yang akan dijalankan. Pengkaji juga mencari data maklumat dengan merujuk karya-karya penulisan lepas dan kemudian mengenalpasti masalah sebenar yang dihadapi oleh kajian yang ingin di kaji oleh pengkaji. Data primer atau rujukan pertama termasuklah pencarian data daripada kaedah pemerhatian, temubual dengan pengunjung yang berkunjung ke Muzium Wau Tumpat, Kelantan untuk mendapatkan statistik pengunjung yang berkunjung ke muzium. Data sekunder atau rujukan kedua pula didapati daripada pencarian data melalui laporan dan tesis yang sedia ada, jurnal internet dan laman sesawang rasmi muzium-muzium yang berkaitan.

Pengkaji akan menemubual beberapa responden yang dipilih terlebih dahulu untuk menjawab objektif yang pertama sebelum memberikan soal selidik kepada responden yang dipilih untuk menjawab objektif yang seterusnya. Temubual juga akan dapat membantu pengkaji untuk mereka soal selidik yang akan diberikan kepada responden yang seterusnya. Soal selidik akan dapat membantu pengkaji untuk melengkapkan kajian yang dijalankan dengan data dan maklumat yang diperolehi.

Carta alir prosedur pengumpulan data;



Rajah 4.6 Carta alir Prosedur Pengumpulan Data

3.5 Kesimpulan

Sesungguhnya, setiap kaedah yang digunakan oleh pengkaji dapat membantu pengkaji untuk mendapatkan maklumat yang tepat berkaitan dengan kajian yang dipilih oleh pengkaji serta memudahkan pengkaji untuk menjalankan kajian. Melalui kaedah yang digunakan oleh pengkaji juga dapat membantu pengkaji untuk mendapatkan maklumat dan data yang dapat dijadikan sebagai rujukan dalam penyelidikan ini. Selain itu, pengkaji juga akan turun ke kawasan kajian untuk melakukan kaedah pemerhatian dan temubual terhadap pengawai dan staf muzium Wau untuk mendapatkan maklumat dan pandangan awal berkaitan dengan kajian yang dikaji oleh pengkaji.

Dengan kaedah yang digunakan oleh pengkaji dalam menjalankan kajian ini diharapkan objektif kajian ini dapat dicapai dengan baik. Kajian ini dijalankan bagi mengetahui sejauh mana keberkesanan pemasaran yang dijalankan di muzium ini untuk menjadi rujukan pada masa akan datang. Melalui kajian yang dijalankan ini diharapkan masyarakat luar akan dapat menambah pengetahuan tentang pemasaran muzium dan muzium untuk pengetahuan kepada generasi akan datang.

DAPATAN KAJIAN

4.0 Pengenalan

Dalam bab ini pengkaji akan membincangkan dapatan kajian daripada objektif kajian. Pengkaji akan membentangkan dapatan kajian mengikut instrumen kajian yang digunakan iaitu soal selidik dan temubual. Keputusan kajian akan dianalisis dalam tiga bahagian iaitu bahagian 1 menerangkan tentang data demografi responden, bahagian 2 menerangkan huraian temubual dari pihak pengawai Muzium Wau, Tumpat berkaitan dengan ciri-ciri tarikan pelancong yang ada di Muzium Wau Tumpat, Kelantan dan bahagian 3 mengenai analisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Pengkaji juga mendapatkan pendapat daripada pengunjung melalui perkongsian komen di media sosial dan juga pendapat daripada laman web rasmi muzium. Pengkaji mendapatkan bukti dengan kajian-kajian lepas yang dijalankan oleh pengkaji berkenaan dengan pemasaran yang dilakukan oleh muzium-muzium yang ada di luar dan dalam negara. Pengkaji menggunakan kaedah ini untuk mendapatkan lebih banyak maklumat dan bukti yang dapat diperolehi berkaitan dengan Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Muzium Wau Tumpat, Kelantan yang menunjukkan pelbagai jenis Wau yang menarik dapat menarik pelbagai pengunjung tidak mengira bangsa dan umur. Keunikan pameran di Muzium Wau ini dapat membantu pelajar dan pengunjung untuk mengetahui jenis-jenis wau yang terdapat di Malaysia dan juga luar negara. Selain itu, pengunjung

dapat mengenali peralatan-peralatan yang digunakan untuk membuat wau serta belajar untuk membuat layang-layang. Lokasi muzium yang terletak berdekatan dengan kawasan pelancongan dapat menarik pelancong untuk mengunjungi kawasan pantai yang merupakan salah satu pantai yang terdapat di Kelantan.

4.1 Analisis Dapatan Kajian Ciri-ciri Tarikan Pelancong Yang Terdapat di Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Berdasarkan analisis soal selidik yang telah dijalankan pada bahagian sebelum ini, ianya banyak menjelaskan maklumat mengenai maklumat responden yang mengunjungi Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Untuk pengkaji mendapatkan maklumat dan data yang lebih terperinci berkaitan dengan keunikan dan tarikan pelancong di

muzium ini, pengkaji menjalankan temubual kepada pegawai muzium di Muzium Wau Tumpat ini.

Temubual ini dijalankan kepada pegawai muzium di Muzium Wau Tumpat yang dikenali sebagai Pak Cik Din. Encik Nordin Bin Che Ma, 57 tahun merupakan salah satu pegawai muzium yang menjaga muzium ini sejak tahun 2015 sehingga kini. Menurut beliau pengunjung di muzium wau ini lebih banyak pada musim cuti sekolah dan juga hujung minggu. Hal ini kerana, kebanyakan ibu bapa tidak berkerja dan pelajar sekolah tidak melakukan aktiviti selain daripada aktiviti yang disediakan oleh ibu bapa. Walaubagaimanapun, pada hari-hari biasanya pengunjung di muzium ini amat kurang kecuali pelajar daripada Universiti berdekatan yang menjalankan kajian berkaitan dengan wau ataupun muzium tersebut. Pengunjung muzium ini juga kebanyakannya penduduk tempatan kerana kurang mendapat perhatian daripada pelancong luar.

Selain itu, Pak cik Din juga mengatakan bahawa Kerajaan Negeri Kelantan menganjurkan Pesta Wau Kebangsaan Kelantan 2022 melalui Pusat Penerangan Pelancongan Negeri Kelantan (TIC) dengan kerjasama Majlis Daerah Tumpat, Persatuan Layang-layang Kelantan dan Majlis Pelayang Malaysia untuk memperkenalkan pelbagai jenis wau yang dipamerkan oleh muzium. Pesta wau ini merupakan salah satu pesta yang diadakan setiap tahun untuk promosi pelancongan tahunan bagi Negeri Kelantan. Walaubagaimanapun, pesta wau pada tahun ini diadakan peringkat kebangsaan sahaja disebabkan oleh sekatan yang masih dilakukan untuk mengurangkan jangkitan Covid-19. Pesta wau ini juga biasanya diadakan pada bulan Ogos pada setiap tahun. Melalui pesta wau ini pengunjung akan dapat mempelajari cara pembuatan wau dan juga menerbangkan wau dengan bantuan pembuat-pembuat wau yang mahir. Pesta wau ini juga menyediakan pelbagai aktiviti kepada peserta tidak mengira dari pelbagai peringkat umur untuk merasai pengalaman dalam memainkan serta membuat wau ini.



Rajah 3 Gambar pesta wau 2022

Sumber : Laman Rasmi Perbadanan Muzium Negeri Kelantan



Rajah 4 Gambar Pesta Wau 2022

Sumber : Laman Rasmi Perbadanan Muzium Negeri Kelantan

Melalui temubual yang dijalankan oleh pengkaji terhadap Pak cik Din di Muzium Wau Tumpat, Kelantan, muzium ini didapati mempunyai pelbagai tarikan untuk pengunjung. Antaranya ialah pihak muzium menyediakan bengkel untuk membuat asas layang-layang yang biasanya dimainkan oleh kanak-kanak. Bengkel ini untuk memperkenalkan kepada pelajar tentang proses menghasilkan wau dengan tunjuk ajar dari pengawai muzium. Melalui bengkel ini pelajar akan dapat memahami dan mengetahui pembuatan wau dari awal sehingga siap dengan membuat layang-layang terus di muzium tersebut.



Rajah 5 Gambar pengawai muzium dan pelajar

Sumber : Laman Rasmi Perbadanan Muzium Negeri Kelantan



Rajah 6 Pelajar belajar membuat Wau

Sumber : Laman Rasmi Perbadanan Muzium Negeri Kelantan



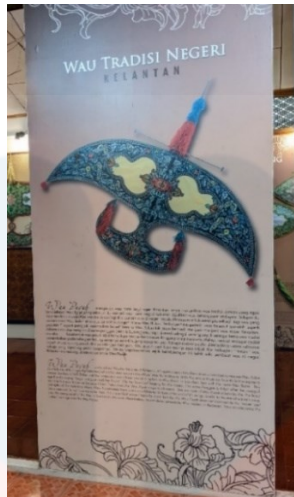
Rajah 7 Hasil Wau yang dihasilkan pelajar

Sumber : Laman Rasmi Perbadanan Muzium Negeri Kelantan

Bengkel yang diadakan ini disediakan kepada pelajar-pelajar yang ingin mendapatkan pengetahuan tentang pembuatan wau di muzium ini. Walaubagaimanapun, untuk merasai pengalaman ini pengunjung haruslah memohon terlebih dahulu untuk memberikan masa kepada pegawai muzium untuk menyediakan peralatan yang sesuai untuk aktiviti ini. Aktiviti ini biasanya disertai oleh pelajar yang menginginkan aktiviti yang bermanfaat kepada pelajar untuk sesi lawatan di muzium tersebut. Aktiviti ini akan dapat membantu pelajar untuk merasai pengalaman untuk membuat sendiri wau yang sememangnya tidak lagi mendapat sambutan dari generasi yang baru. Dengan aktiviti yang dijalankan ini generasi baru akan dapat mengetahui warisan yang sudah menjadi salah satu identiti di Negeri Kelantan.

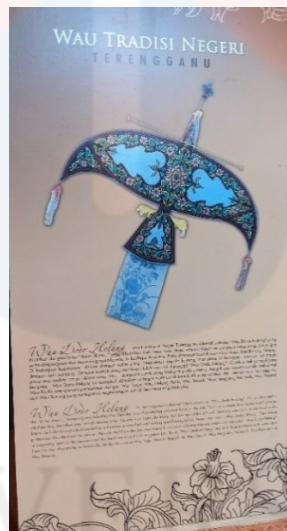
Muzium Wau Tumpat, Kelantan ini juga mempunyai pelbagai jenis wau dari pelbagai negeri dan juga dari luar negara seperti Singapura, Jepun, Thailand, Korea, Australia dan dari negara lain. Antara wau yang terdapat di muzium wau ialah Wau Bulan, Wau Kucing, Wau Jala Budi dan pelbagai jenis wau lain. Muzium ini mempamerkan pelbagai Wau Tradisi dari setiap Negeri di Malaysia seperti Wau Puyuh yang merupakan Wau tradisi Negeri Kelantan, Wau Dodo Helang sebagai Wau Tradisi Negeri Terengganu, Wau Cenderawasih sebagai Wau Tradisi Negeri Pahang dan pelbagai wau tradisi dari negeri lain. Selain wau tradisi dari pelbagai negeri ini terdapat juga wau tradisi kebangsaan seperti Wau Bulan, Wau Kucing, dan Wau Jala Budi. Menurut Pak cik Din pegawai muzium wau ini mengatakan bahawa terdapat 80 jenis termasuk wau atau layang-layang yang disumbangkan ke muzium ini daripada peserta luar negara.

KELANTAN



Rajah 8 Gambar Wau Tradisi Negeri Kelantan Wau Puyuh

Sumber : Kajian Lapangan



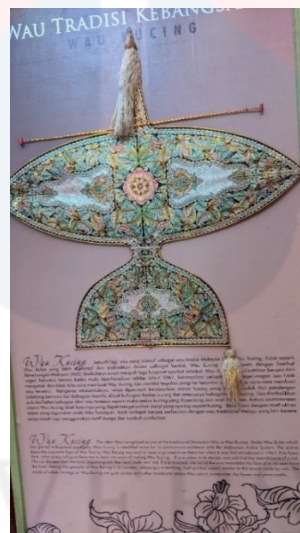
Rajah 9 Gambar Wau Tradisi Negeri Terengganu Wau Dodo Helang

Sumber : Kajian Lapangan



Rajah 10 Gambar Wau Tradisi Kebangsaan Wau Bulan

Sumber : Kajian Lapangan



Rajah 11 Gambar Wau Tradisi Kebangsaan Wau Kucing

Sumber : Kajian Lapangan

Rajah di atas merupakan antara wau yang dipamerkan di muzium ini untuk memperkenalkan kepada pengunjung yang berminat dengan sejarah dan juga hasil karya yang dihasilkan oleh pembuat wau tempatan. Selain wau tempatan wau dari pelbagai negara juga menunjukkan keunikan dan ciri-ciri dari negara masing-masing yang dapat menarik pengunjung. Wau atau layang-layang yang dipamerkan merupakan

hasil sumbangan masyarakat, dibeli dari pembuat wau atau layang-layang dan juga sumbangan daripada peserta yang mengikuti pertandingan yang dijalankan di setiap tahun di Pantai Genting.



Rajah 12 Layang-layang bentuk Panda

Sumber : Kajian Lapangan



Rajah 13 Layang-layang bentuk Helang

Sumber : Kajian Lapangan

Wau Bulan yang tidak lagi asing bagi masyarakat di Malaysia ini merupakan antara wau yang popular kerana corak dan bentuknya yang mempunyai keunikan yang tidak terdapat di wau yang lain. Wau bulan ini mempunyai teknik dan corak tersendiri yang menjadikannya menarik dan lebih menonjol daripada wau yang lain. Wau Bulan ini juga merupakan wau yang didominasi oleh rakyat Negeri Kelantan. Wau ini biasanya menggunakan teknik ukiran sobek dan menggunakan motif flora. Pembuatan wau ini berbeza dengan pembuatan layang-layang yang biasanya kerana wau ini memerlukan teknik dan corak yang lebih menarik serta menonjol. Walaupun, asas dalam membuat layang-layang sama dengan wau, proses untuk menghasilkan sebuah wau memerlukan

ketelitian yang lebih berbanding dengan layang-layang yang lebih ringkas. Mengikut lagenda Wau bulan ini juga dikatakan telah bermula pada zaman kerajaan Srivijaya yang mula digunakan oleh seorang putera bernama Dewa Muda. Corak yang digunakan oleh putera itu juga merupakan peta daerah yang telah dikuasainya.



Rajah 14 Gambar Wau Bulan

Sumber : Kajian Lapangan

Dalam penghasilan wau ini, ketelitian dalam memilih ukiran amat penting untuk menghasilkan wau yang mempunyai nilai estetik dalam penghasilan tersebut. Wau Bulan sebagai wau kebangsaan mempunyai pelbagai aspek yang perlu diambil berat ketika menghasilkan wau ini. Dalam menghasilkan wau ini pemilihan warna yang lebih terang dan corak yang lebih besar menjadi pilihan untuk menonjolkan corak wau ini. Pemilihan bagi buluh dalam menghasilkan Wau Bulan lebih besar berbanding wau lain. Saiz wau yang biasanya ialah 2.5 meter dengan ketinggian 3.5 meter. Rekabentuk corak bagi wau ini juga biasanya menggunakan awan larat serta bermotifkan tumbuh-tumbuhan seperti putik bunga, bunga kembang dan buah. Penggunaan warna dan penyerlahan unit pada silat juga dapat menonjolkan ciri-ciri keindahan pada panel ukiran. Nilai estetik juga diambil kira dalam ukiran wau ini seperti keindahan ukiran, konsep, komposisi, pemilihan bahan, teknik dan kemasan. Ukiran pada wau juga bergantung kepada alam persekitaran dan kepercayaan pengukir tersebut untuk mempengaruhi nilai estetik seni wau.

Selain pameran wau dari dalam dan luar negara, Muzium wau ini juga mempamerkan peralatan untuk menghasilkan wau. Antara peralatan yang dipamerkan ialah gam, tali dan juga peralatan lainnya. Pameran peralatan ini memberikan pengenalan awal untuk kepada pengunjung untuk mendapatkan maklumat tentang alatan yang digunakan untuk membuat wau. Peralatan yang digunakan untuk membuat wau ini juga bergantung dengan jenis wau dan tujuan wau ini dihasilkan.



Rajah 15 Gambar Peralatan Membuat Wau

Sumber : Kajian Lapangan



Rajah 16 Gambar Peralatan Membuat Wau

Sumber : Kajian Lapangan

Corak wau yang biasanya digunakan dalam menghasilkan wau ialah motif flora kerana mempunyai ciri-ciri yang menarik serta sesuai untuk corak wau. Walaubagaimanapun, terdapat beberapa jenis yang digunakan untuk menghasilkan reka corak wau iaitu abstrak, haiwan dan geometri. Corak wau bulan pula biasanya menggunakan motif flora kerana dapat menunjukkan nilai estetik bagi wau tersebut. Wau

Bulan ini dipanggil Wau Bulan kerana bentuknya seperti bulan sabit pada bahagian hadapan dan separa bulatan pada bahagian ekornya. Justeru itu, wau ini akan kelihatan seperti bulan yang terbit di angkasa apabila diterbangkan. Dalam pembuatan corak wau ini teknik sobekan digunakan untuk menghasilkan corak-corak mengikut corak yang sudah dipilih. Teknik ini digunakan untuk menunjukkan pelbagai corak yang digunakan pada wau.



Rajah 17 Motif Wau Bulan

Sumber : Kajian Lapangan

Corak yang terdapat di setiap wau bergantung kepada pembuat wau itu sendiri kerana mengikut kepercayaan pembuat tersebut. Hal ini kerana setiap negara mempunyai kepercayaan dan juga identiti yang ingin ditunjukkan dalam setiap hasil karya masing-masing. Layang-layang yang dihasilkan juga mengikut kreativiti pembuat wau atau layang-layang.



Rajah 18 Layang-layang Kartun

Sumber : Muzium Wau Tumpat, Kelantan.



Rajah 19 Layang-layang Kartun

Sumber : Kajian Lapangan.

Kepelbagaian jenis-jenis wau yang dipamerkan di muzium ini dapat memberikan sedikit tarikan kepada pengunjung untuk mengunjungi Muzium Wau Tumpat. Pameran dan aktiviti yang dijalankan memberikan pelbagai pengetahuan dan pengalaman yang dapat membantu pengunjung untuk mengenali pelbagai jenis wau dan juga sejarah-sejarah wau yang terdapat di muzium ini. Dengan ini wau akan dapat diperkenalkan kepada generasi yang akan datang dengan lebih mendalam dan terperinci.

4.3 Analisis Dapatan Kajian Strategi Pemasaran Yang Dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Soal selidik dijalankan untuk mendapatkan data berkaitan dengan strategi yang dijalankan oleh pihak muzium untuk memperkenalkan muzium Wau ini kepada orang ramai. Strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak muzium akan memberi kesan kepada kedatangan pengunjung di muzium ini. Pengenalan yang lebih awal terhadap pengunjung akan dapat menarik lebih ramai pengunjung untuk datang ke muzium tersebut. Walaubagaimanapun, setiap pengunjung mempunyai pilihan dalam melakukan aktiviti pada hujung minggu bersama dengan keluarga. Oleh itu, strategi pemasaran yang digunakan oleh muzium amat penting untuk memperkenalkan kepada orang ramai.

Berdasarkan analisis soal selidik yang diterangkan pada bahagian sebelum ini, yang menjelaskan tentang pengunjung yang datang ke Muzium Wau Tumpat untuk melihat dengan lebih dekat mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh Muzium Wau Tumpat serta Perbadanan Muzium Negeri Kelantan untuk memperkenalkan Muzium Wau Tumpat kepada pengunjung dari dalam dan luar negara. Strategi pemasaran yang dijalankan dilihat daripada pengetahuan awal pengunjung mengenai pameran yang dijalankan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Dalam analisis promosi semasa yang dijalankan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan, terdapat dua aspek yang pengkaji fokuskan dan perincikan dalam menjawab persoalan kajian ini. Aspek yang difokuskan untuk menjawab objektif kajian ialah promosi semasa Muzium Wau Tumpat, Kelantan dan keistimewaan Muzium Wau Tumpat yang mampu menarik lebih ramai pengunjung.

4.2 Analisis demografi responden

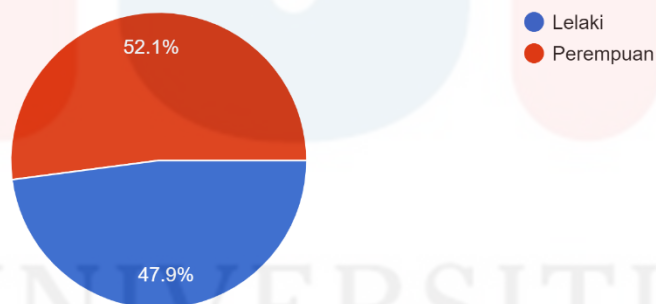
Dapatan analisis demografi responden mempunyai beberapa soalan iaitu jantina, umur, bangsa dan pekerjaan. Soalan-soalan akan dapat membantu pengkaji untuk memahami kekurangan pengunjung yang terdapat di Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

4.1.1 Maklumat profil responden

Berikut adalah aspek-aspek yang dihuraikan dalam maklumat profil responden:

- i. Jantina
- ii. Umur
- iii. Bangsa
- iv. Pekerjaan

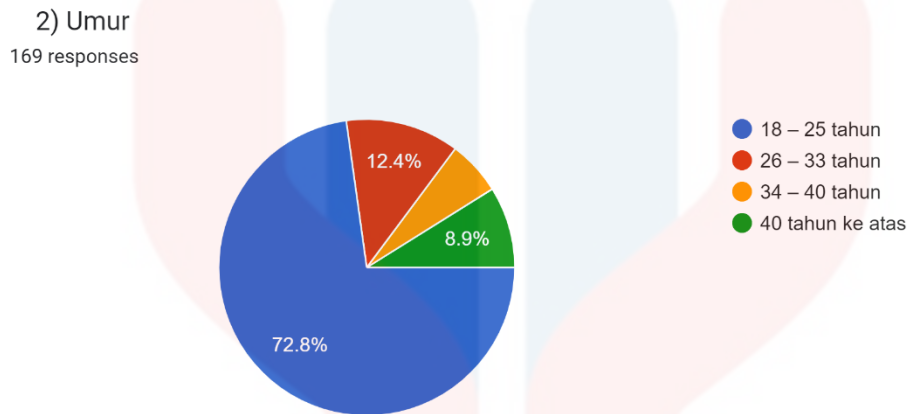
1) Jantina
169 responses



Rajah 4. 1 : Taburan Responden Mengikut Jantina

Responden yang digunakan dalam kajian ini ialah pengunjung muzium. Seramai 169 responden yang dipilih daripada 300 pengunjung yang mengunjungi muzium ini sepanjang bulan. Jadual 4.1 menunjukkan bahawa 47.9% atau 81 orang daripada keseluruhan jumlah responden adalah lelaki dan 52.1% atau 88 orang responden perempuan yang telah menjawab soal selidik ini. Kesemua responden yang menjawab soal selidik ini adalah orang tempatan yang merupakan pelajar dan pengunjung Muzium

Wau Tumpat, Kelantan. Melalui jumlah responden yang didapati daripada soal selidik ini jumlah perempuan lebih banyak dari lelaki yang mengunjungi Muzium Wau ini.

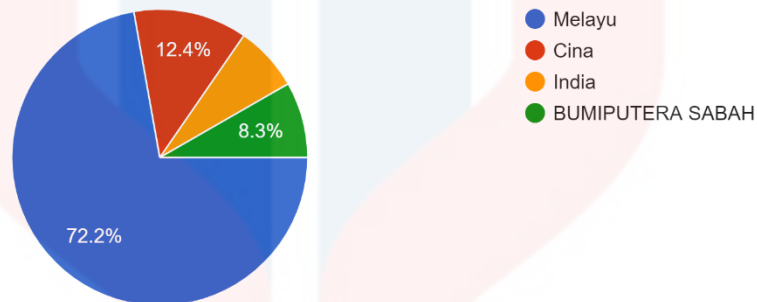


Rajah 4.2 Taburan responden mengikut umur

Daripada soal selidik yang dijalankan, didapati sebahagian besar umur pengunjung Muzium Wau Tumpat ialah 18-25 tahun yang mewakili 72.8% dengan nilai kekerapan 123 orang yang merupakan pelajar dari pelbagai peringkat umur terutamanya pelajar dari Universiti yang berdekatan dengan muzium tersebut seperti Universiti Malaysia Kelantan. Hal ini demikian kerana pelajar ingin mendapatkan maklumat berkaitan dengan pameran yang dijalankan di muzium tersebut. Seterusnya, pengunjung yang berumur 26-33 tahun yang mewakili 12.4% dengan nilai kekerapan 21 orang yang juga merupakan pelajar dan pekerja kerajaan dan swasta yang ingin membuat kajian serta meluangkan masa dengan keluarga pada hujung minggu. Pengunjung yang berumur 40 tahun ke atas yang mewakili 8.9% dengan nilai kekerapan 15 orang pula merupakan ibu bapa kepada pelajar yang membuat kajian di Muzium Wau. Dengan ini pengunjung di Muzium Wau bertambah dengan adanya kedatangan daripada pelbagai peringkat umur untuk mengunjungi pameran yang terdapat di muzium ini. Akhir sekali, pengunjung yang berumur 34-40 tahun yang mewakili 5.9% dengan nilai kekerapan 10 orang. Jumlah pengunjung daripada peringkat umur ini lebih sedikit

daripada pengunjung daripada peringkat umur yang lain kerana lebih memilih untuk mengunjungi tempat yang menyediakan aktiviti yang lebih banyak.

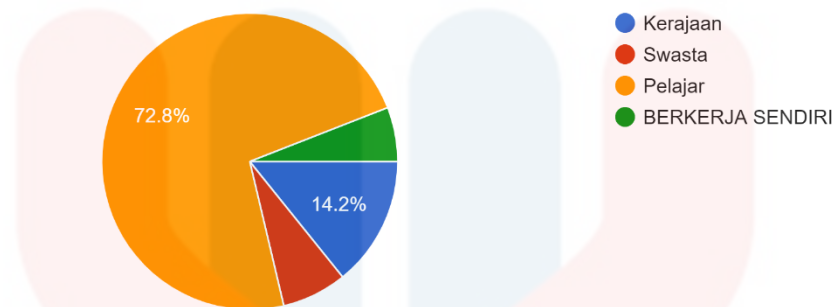
3) Bangsa
169 responses



Rajah 4.3 Taburan Responden Mengikut Bangsa

Daripada soal selidik yang dijalankan, didapati bangsa Melayu menunjukkan peratusan yang paling banyak iaitu sebanyak 72.2% dengan nilai kekerapan seramai 122 orang. Hal ini kerana bangsa Melayu merupakan bangsa yang mempunyai majoriti paling banyak di Negeri Kelantan. Selain itu, majoriti pelajar di Universiti Malaysia Kelantan juga berbangsa Melayu. Seterusnya, bangsa Cina menunjukkan peratus sebanyak 12.4% dengan nilai kekerapan 21 orang. Pengunjung yang berbangsa Cina mempunyai kekerapan yang lebih sedikit kerana merupakan antara bangsa minoriti di Kelantan. Begitu juga dengan bangsa India yang juga merupakan minoriti dengan kekerapan seramai 12 orang iaitu 7.1%. Manakala bangsa lain-lain yang merangkumi Bumiputera Sabah dan Sarawak menunjukkan kekerapan seramai 14 orang atau sebanyak 8.3% yang terdiri daripada pelajar yang menuntut di Universiti Malaysia Kelantan.

4) Pekerjaan
169 responses



Rajah 4.4 Taburan Responden Mengikut Pekerjaan

Daripada soal selidik yang dijalankan, pelajar lebih banyak mengunjungi muzium iaitu kekerapan seramai 123 orang bersamaan 72.8%. Hal ini kerana, pelajar membuat kajian berkaitan dengan wau yang terdapat di Muzium Wau Tumpat serta melakukan lawatan sambil belajar di muzium ini. Seterusnya, pengunjung yang berkerja kerajaan seramai 24 orang bersamaan dengan 14.2%. Ini didapati daripada pengunjung yang membawa anak-anak mereka untuk membuat kajian di Muzium Wau serta pengunjung yang datang pada hujung minggu bersama dengan keluarga untuk meluangkan masa bersama di Muzium Wau. Manakala hanya 7.1% bagi pengunjung yang berkerja swasta dan 5.9% dari pengunjung yang berkerja sendiri.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

4.3.1 Promosi Semasa Muzium

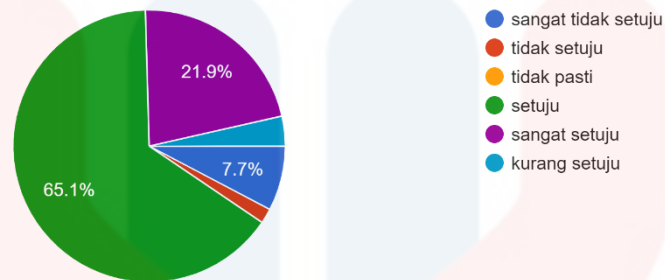
Analisis promosi kajian terhadap muzium wau menerangkan tentang pengetahuan awal pengunjung yang berkunjung ke muzium ini. Hal ini kerana, promosi yang dijalankan membantu pelancong dari dalam dan luar negara mengetahui tentang keunikan serta pameran yang dipamerkan. Selain itu, pengunjung juga dapat mengetahui serba sedikit tentang muzium wau ini melalui promosi yang dijalankan. Tujuan kajian ini dilakukan ialah untuk melihat sejauhmana promosi yang dijalankan oleh pihak muzium dapat menarik perhatian pengunjung untuk mengunjungi muzium. Soalan yang disediakan kepada responden mempunyai 10 soalan yang berkaitan dengan promosi yang dijalankan oleh pihak muzium. Responden yang menjawab soalan ini merupakan pengunjung yang mengunjungi muzium dalam tempoh penyelidikan dijalankan serta masyarakat yang berdekatan dengan muzium.

4.3.1.1 Pengunjung Mengetahui Tentang Muzium Dari Perkongsian di Media Sosial Seperti Facebook, Instagram dan tiktok.

Soalan 1 ini untuk menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan tersebut memerlukan responden untuk menandakan pengetahuan responden berkenaan perkongsian tentang muzium di media sosial seperti facebook, instagram dan tiktok. Soalan ini bertujuan untuk melihat promosi semasa yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Responden dikehendaki untuk menandakan ruang yang dikehendaki bagi menjawab soalan yang diberikan. Carta Pai 1 ini merupakan keputusan daripada pencapaian responden bagi soalan 1.

Pengunjung mengetahui tentang muzium dari perkongsian di media sosial seperti Facebook, Instagram dan tiktok.

169 responses



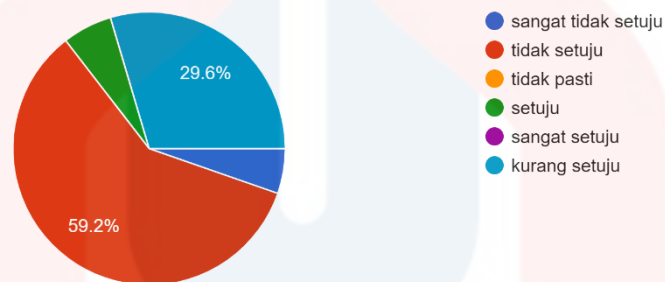
Carta Pai 1 Peratus pengetahuan pengunjung

Berdasarkan kepada carta pai di atas, terdapat 65.1% atau 110 orang pengunjung bersetuju bahawa pengunjung mendapatkan maklumat muzium dari media sosial seperti Instagram, facebook dan Tiktok. Daripada responden yang bersetuju ini pengkaji mendapati bahawa kebanyakan yang mengetahui muzium ini melalui media sosial ialah pelajar yang kebanyakannya menggunakan media sosial untuk mendapatkan maklumat berkaitan dengan muzium ini sebelum mengunjungi muzium ini. Selain itu, terdapat 21.9% atau 37 orang pengunjung yang sangat setuju melihat muzium wau dari media sosial seperti Instagram, facebook dan tiktok yang juga merupakan pelajar dan juga pengunjung yang lebih selesa untuk mendapatkan maklumat berkaitan dengan muzium melalui media sosial terlebih dahulu sebelum mengunjungi muzium ini. Terdapat beberapa orang pengunjung sangat tidak bersetuju mengetahui tentang muzium melalui perkongsian di media sosial iaitu sebanyak 7.7% atau 13 orang yang mengetahui muzium ini melalui platform lain. Manakala hanya 3.6% atau 6 orang pengunjung yang kurang setuju mengetahui muzium melalui perkongsian di media sosial dan 1.8% atau 3 orang pengunjung tidak setuju mengetahui muzium ini melalui media sosial. Pengkaji mendapati kebanyakan pengunjung yang datang ke muzium wau ini mengetahui muzium melalui media sosial dengan perkongsian yang dilakukan oleh pengunjung sebelumnya.

4.3.1.2 Pengunjung Mengetahui Tentang Muzium Melalui Iklan Televisyen.

Soalan 2 ini juga merupakan soalan untuk menjawab objektif kajian kedua yang mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan dengan pengunjung yang mengetahui tentang muzium melalui iklan televisyen. Soalan ini juga memerlukan responden untuk memilih jawapan yang disediakan mengikut pengetahuan pengunjung berkaitan dengan muzium wau. Carta pai 2 menunjukkan keputusan peratusan responden yang menjawab soalan yang sudah disediakan.

Pengunjung mengetahui tentang muzium melalui iklan televisyen.
169 responses



Carta Pai 2 Peratus Pengetahuan pengunjung

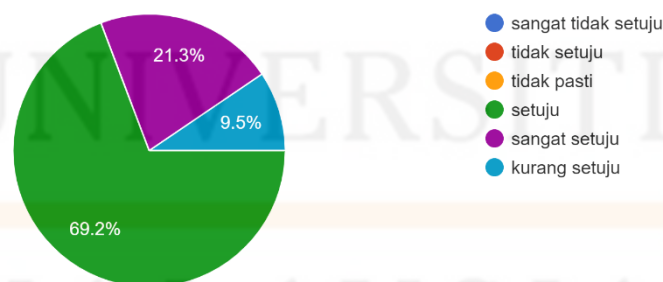
Berdasarkan kepada carta pai di atas, terdapat 59.2% atau 100 orang pengunjung yang tidak setuju mengetahui tentang muzium melalui iklan Televisyen dan 29.6% atau 50 orang pengunjung yang kurang setuju mengetahui tentang muzium melalui iklan Televisyen. Hal ini berkemungkinan Muzium Wau Tumpat, Kelantan kurang mengiklankan tentang muzium. Hal ini menyebabkan masyarakat kurang melihat iklan yang dijalankan oleh muzium. Terdapat 5.9% atau 10 orang pengunjung yang setuju mengetahui tentang muzium melalui iklan Televisyen yang merupakan dari golongan yang sudah berumur kerana mungkin melihat di berita-berita yang ditayangkan di televisyen dan 5.3% atau 9 orang sangat tidak setuju mengetahui tentang muzium melalui iklan Televisyen kerana mungkin tidak pernah melihat iklan televisyen berkaitan

dengan Muzium Wau di Tumpat. Daripada peratusan yang pengkaji dapati daripada soal selidik yang dijawab oleh responden, responden tidak bersetuju mengetahui tentang muzium melalui iklan televisyen. Hal ini kerana, pihak muzium tidak mengiklankan Muzium Wau melalui iklan televisyen kecuali rakaman yang dilakukan oleh pengunjung yang datang berkunjung di muzium ini.

4.3.1.3 Pengunjung Tertarik Dengan Promosi Yang Dijalankan Oleh Pihak Muzium.

Soalan 3 ini juga masih soalan untuk menjawab soalan objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Dalam soalan ini juga pengkaji memberikan soalan berbentuk objektif yang memerlukan responden untuk menandakan jawapan di ruang yang diberikan. Objektif soalan ini ialah untuk mengetahui keberkesanan promosi yang sudah dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan tersebut berkaitan dengan pengunjung yang tertarik dengan promosi yang dijalankan oleh pihak muzium. Berikut ialah carta pai peratusan responden yang bersetuju dan tidak bersetuju dengan promosi yang dijalankan oleh pihak muzium.

Pengunjung tertarik dengan promosi yang dijalankan oleh pihak muzium
169 responses



Carta Pai 3 Peratus Pengetahuan pengunjung

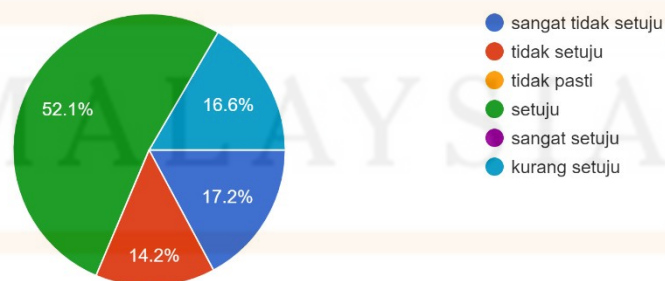
Berdasarkan carta pai di atas, terdapat 69.2% atau 117 orang pengunjung yang setuju tertarik dengan promosi yang dijalankan oleh pihak muzium dan 21.3% atau 36 orang pengunjung sangat setuju tertarik dengan promosi yang dijalankan oleh pihak muzium. Hal ini menunjukkan bahawa promosi yang dijalankan oleh pihak muzium dapat

menarik pengunjung untuk berkunjung ke muzium ini. Promosi yang dijalankan berkaitan dengan program dan aktiviti muzium dapat menarik perhatian masyarakat sekitar untuk mengetahui tentang muzium dan pameran yang dijalankan. Manakala terdapat 9.5% atau 16 orang pengunjung kurang setuju dengan promosi yang dijalankan oleh pihak muzium. Hal ini berkemungkinan pengunjung tidak mengetahui dengan promosi yang dijalankan oleh pihak muzium. Melalui peratus yang didapati pengkaji menyimpulkan bahawa pengunjung bersetuju bahawa promosi yang dijalankan oleh pihak muzium dapat menarik pengunjung untuk mengunjungi muzium wau.

4.3.1.4 Pengunjung Mengenali Muzium Melalui Iklan Yang Dipaparkan Di Papan Iklan.

Soalan 4 juga masih bertujuan untuk menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan dengan pengunjung yang mengenali muzium melalui iklan yang dipaparkan di papan iklan. Soalan ini juga memerlukan responden untuk menandakan ruang kosong untuk memilih jawapan mengikut pengetahuan pengunjung berkaitan dengan muzium wau di Tumpat, Kelantan. Berikut adalah carta pai yang menunjukkan peratusan jawapan responden bagi soalan 4.

Pengunjung mengenali muzium melalui iklan yang dipaparkan di papan iklan.
169 responses



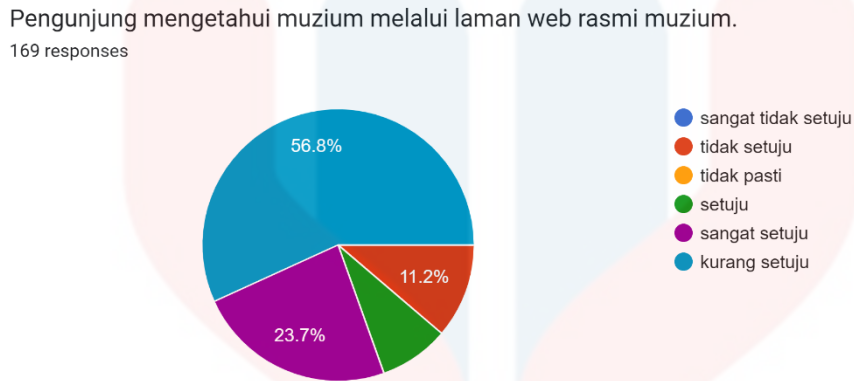
Carta Pai 4 Peratus Pengetahuan pengunjung

Carta pai di atas menunjukkan peratusan pilihan responden mengenai pengunjung yang mengenali muzium melalui iklan yang dipaparkan di papan iklan, terdapat 52.1% atau 88 orang yang setuju mengenali muzium melalui iklan yang dipaparkan di papan iklan. Hal ini menunjukkan iklan yang dipaparkan oleh pihak muzium dapat memberikan pengetahuan kepada pengunjung serta menarik pengunjung untuk mengunjungi muzium. Papan iklan yang dipaparkan di muzium-muzium terdekat di Kota Bharu dapat memperkenalkan muzium ini kepada pelancong atau masyarakat yang mengunjungi muzium yang ada di Kota Bharu. Manakala terdapat 17.2% atau 29 orang yang sangat tidak setuju mengenali muzium melalui iklan yang dipaparkan di papan iklan, 16.6% atau 28 orang yang kurang setuju mengenali muzium melalui iklan yang dipaparkan di papan iklan dan 14.2% atau 24 orang yang tidak setuju mengenali muzium melalui iklan yang dipaparkan di papan iklan. Hal ini kerana berkemungkinan papan iklan yang dipaparkan tidak dapat dicapai oleh semua masyarakat kerana diletakkan di kawasan-kawasan tertentu sahaja. Hal ini menunjukkan bahawa papan iklan yang dipaparkan masih kurang dapat menarik perhatian pengunjung serta belum dapat mencapai semua kumpulan masyarakat. Walaubagaimanapun, Melalui hasil analisis soalan ini pengkaji mendapati bahawa pengunjung mengetahui Muzium Wau Tumpat, Kelantan melalui papan iklan yang diiklankan oleh muzium. Hal ini menunjukkan papan iklan yang disediakan dapat dicapai oleh beberapa golongan masyarakat yang berminat untk mengetahui Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

4.3.1.5 Pengunjung Mengetahui Muzium Melalui Laman Web Rasmi Muzium.

Soalan 5 juga masih bertujuan untuk menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan tersebut berkaitan dengan pengunjung yang mengetahui muzium melalui laman web rasmi muzium. Soalan ini juga memerlukan responden untuk menandakan ruang kosong untuk memilih jawapan mengikut pengetahuan pengunjung

berkaitan dengan muzium wau di Tumpat, Kelantan. Berikut adalah carta pai yang menunjukkan peratusan jawapan responden bagi soalan 5.



Carta Pai 5 Peratus Pengetahuan pengunjung

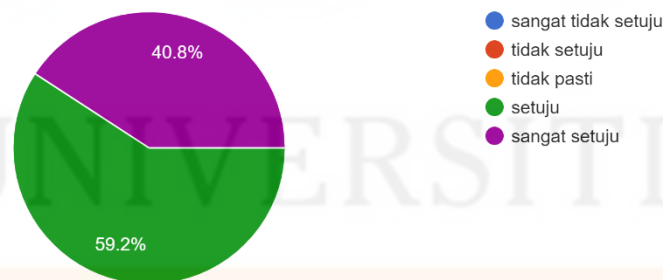
Carta pai di atas menunjukkan peratusan pilihan responden mengenai pengunjung yang mengenali muzium melalui iklan yang dipaparkan di papan iklan, terdapat 56.8% atau 96 orang yang kurang setuju mengetahui muzium melalui laman web rasmi muzium. Hal ini menunjukkan pengunjung tidak mengetahui tentang muzium melalui laman web rasmi muzium. Walaupun muzium ini mempunyai laman web rasmi yang mempunyai pelbagai maklumat tetapi hanya sedikit pengunjung yang mengetahui muzium melalui laman web rasmi muzium ini. Hal ini menunjukkan pengunjung mengetahui kewujudan muzium melalui platform lain yang dapat membantu pengunjung untuk mengetahui muzium ini. Selain itu, terdapat 23.7% atau 40 orang yang sangat setuju mengetahui muzium melalui laman web rasmi muzium dan 8.3% atau 14 orang yang setuju mengetahui muzium melalui laman web rasmi muzium. Hal ini menunjukkan laman web rasmi Muzium Wau Tumpat masih dapat membantu pengunjung untuk mengetahui muzium ini melalui laman web. Hal ini kerana terdapat pengunjung daripada luar yang tidak mengetahui keberadaan muzium ini di Negeri Kelantan. Oleh itu, maklumat daripada laman akan dapat memberikan petunjuk kepada pengunjung yang berminat untuk mengunjungi muzium ini. Terdapat 11.2% atau 19 orang yang tidak

setuju mengetahui muzium melalui laman web rasmi muzium yang berkemungkinan mengetahui muzium ini melalui platform lain ataupun saranan daripada rakan-rakan yang pernah mengunjungi muzium ini. Dengan ini analisis responden soalan ini menunjukkan bahawa pengkaji mendapati kebanyakan pengunjung kurang setuju mengetahui muzium melalui laman web rasmi muzium.

4.3.1.6 Pengunjung Tertarik Dengan Aktiviti Yang Dijalankan Oleh Muzium.

Soalan 6 juga masih bertujuan untuk menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan dengan pengunjung yang tertarik dengan aktiviti yang dijalankan oleh muzium. Soalan ini juga memerlukan responden untuk menandakan ruang kosong untuk memilih jawapan mengikut pengetahuan pengunjung berkaitan dengan muzium wau di Tumpat, Kelantan. Berikut adalah carta pai yang menunjukkan peratusan jawapan responden bagi soalan 6.

Pengunjung tertarik dengan aktiviti yang dijalankan oleh muzium.
169 responses



Carta Pai 6 Peratus Pengetahuan pengunjung

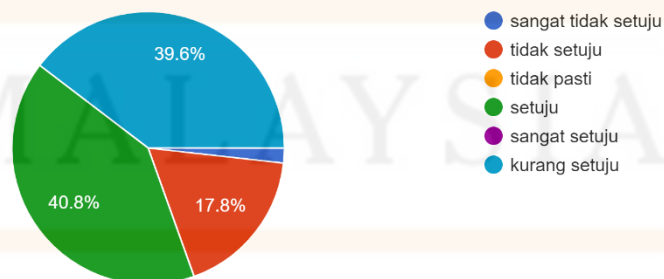
Berdasarkan carta pai di atas, terdapat 59.2% atau 100 orang pengunjung yang setuju tertarik dengan aktiviti yang dijalankan oleh pihak muzium. Hal ini kerana aktiviti yang disediakan oleh pihak muzium kepada pengunjung dapat memberikan banyak pengetahuan dan pengalaman yang juga membantu pengunjung untuk mengenali dengan lebih dalam tentang wau. Aktiviti yang disediakan seperti membuat asas layang-

layang dan wau dapat menarik perhatian pengunjung yang berminat untuk mengetahui dengan lebih lanjut berkaitan cara pembuatan wau daripada pembuat yang mahir. Manakala terdapat 40.8% atau 69 orang pengunjung sangat setuju tertarik dengan aktiviti yang dijalankan oleh pihak muzium. Melalui peratus yang didapati pengkaji menyimpulkan bahawa pengunjung bersetuju bahawa aktiviti yang dijalankan oleh pihak muzium dapat menarik pengunjung untuk mengunjungi muzium wau. Aktiviti dan pameran yang dijalankan oleh muzium dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung yang mengunjungi muzium.

4.3.1.7 Pengunjung Mendapat Maklumat Tentang Muzium Daripada Hebahan Orang Ramai.

Soalan 7 juga masih bertujuan untuk menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan dengan pengunjung yang mendapat maklumat tentang muzium daripada hebahan orang ramai. Soalan ini juga memerlukan responden untuk menandakan ruang kosong untuk memilih jawapan mengikut pengetahuan pengunjung berkaitan dengan muzium wau di Tumpat, Kelantan. Berikut adalah carta pai yang menunjukkan peratusan jawapan responden bagi soalan 7.

Pengunjung mendapat maklumat tentang muzium daripada hebahan orang ramai.
169 responses



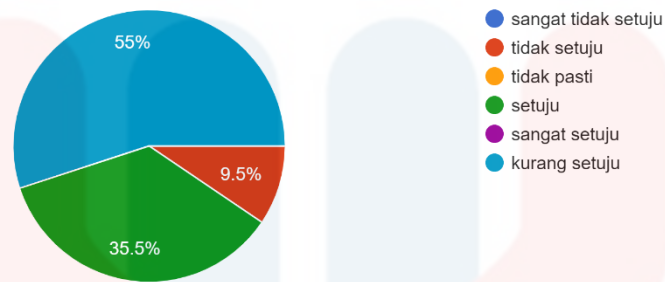
Carta Pai 7 Peratus Pengetahuan pengunjung

Carta pai di atas menunjukkan peratusan pilihan responden mengenai pengunjung yang mendapat maklumat mengenai muzium daripada hebahan orang ramai, terdapat 40.8% atau 69 orang yang setuju mendapat maklumat mengenai muzium daripada hebahan orang ramai dan 39.6% atau 67 orang yang sangat setuju mendapat maklumat mengenai muzium daripada hebahan orang ramai. Ini menunjukkan bahawa pengunjung yang pernah mengunjungi muzium ini mempunyai pengalaman yang menarik di muzium ini sehingga dapat menarik rakan-rakan yang mempunyai minat yang sama. Aktiviti yang dijalankan dan pameran yang disediakan oleh pihak muzium telah menarik perhatian para pengunjung yang mengunjungi muzium. Terdapat 17.8% atau 30 orang yang tidak setuju mendapat maklumat mengenai muzium daripada hebahan orang ramai yang mungkin merupakan pekerja yang tidak mempunyai masa untuk meninjau tempat-tempat pelancongan seperti muzium ini. selain itu, terdapat 1.8% atau 3 orang yang setuju mendapat maklumat mengenai muzium daripada hebahan orang ramai yang merupakan pelajar yang ingin mendapatkan maklumat berkaitan dengan muzium. Melalui peratusan yang didapati oleh pengkaji, pengunjung mendapat maklumat tentang muzium daripada hebahan orang ramai. Pengunjung yang mengunjungi muzium ini memberikan maklumat berkaitan dengan muzium kepada rakan-rakan atau keluarga berkenaan dengan muzium.

4.3.1.8 Pengunjung Mengenal Muzium Melalui Program Yang Dijalankan oleh Pihak Muzium.

Soalan 8 juga masih bertujuan untuk menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan dengan pengunjung yang mengenali muzium melalui program yang dijalankan oleh pihak muzium. Soalan ini juga memerlukan responden untuk menandakan ruang kosong untuk memilih jawapan mengikut pengetahuan pengunjung berkaitan dengan muzium wau di Tumpat, Kelantan. Berikut adalah carta pai yang menunjukkan peratusan jawapan responden bagi soalan 8.

Pengunjung mengenali muzium melalui program yang dijalankan oleh pihak muzium.
169 responses



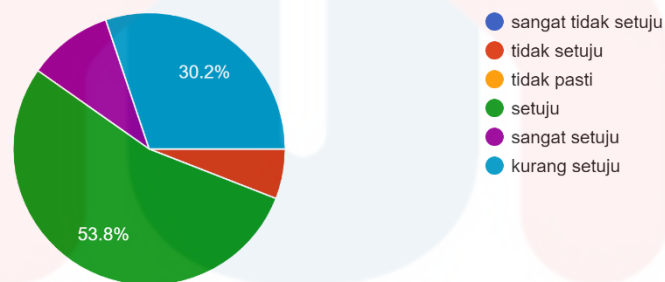
Carta Pai 8 Peratus Pengetahuan pengunjung

Carta pai di atas menunjukkan peratusan pilihan responden mengenai pengunjung yang mendapat maklumat mengenai muzium daripada hebahan orang ramai, terdapat 55% atau 93 orang yang kurang setuju mengenali muzium melalui program yang dijalankan oleh pihak muzium. Hal ini menunjukkan program yang dijalankan oleh pihak muzium belum dapat menjangkau masyarakat terutamanya generasi baru. Program yang dijalankan tertumpu hanya di kawasan terdekat dan tidak diketahui oleh masyarakat luar. Terdapat 35.5% atau 60 orang yang setuju mengenali muzium melalui program yang dijalankan oleh pihak muzium. Melalui keputusan peratus ini pengkaji mendapati bahawa ada segelintir pengunjung yang mengenali muzium melalui program yang disediakan oleh pihak muzium. Hal ini menunjukkan bahawa program yang dijalankan dapat menarik perhatian pengunjung yang mempunyai minat untuk mempelajari warisan. Manakala terdapat 9.5% atau 16 orang yang tidak setuju mengenali muzium melalui program yang dijalankan oleh pihak muzium. Melalui peratusan yang didapati oleh pengkaji, pengunjung tidak mengenali muzium melalui program yang dijalankan oleh pihak muzium. Hal ini menunjukkan promosi yang dijalankan oleh pihak muzium belum dapat menarik perhatian pengunjung melalui program yang dijalankan.

4.3.1.9 Pengunjung Mengenal Muzium Melalui Kempen Yang Dijalankan Oleh Pihak Muzium.

Soalan 9 juga masih bertujuan untuk menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan dengan pengunjung yang mengenali muzium melalui kempen yang dijalankan oleh pihak muzium. Soalan ini juga memerlukan responden untuk menandakan ruang kosong untuk memilih jawapan mengikut pengetahuan pengunjung berkaitan dengan muzium wau di Tumpat, Kelantan. Berikut adalah carta pai yang menunjukkan peratusan jawapan responden bagi soalan 9.

Pengunjung mengenali muzium melalui kempen yang dijalankan oleh pihak muzium
169 responses



Carta Pai 9 Peratus Pengetahuan pengunjung

Carta pai di atas menunjukkan peratusan pilihan responden mengenai pengunjung yang mendapat maklumat mengenai muzium daripada hebahan orang ramai, iaitu terdapat 53.8% atau 91 orang yang setuju mengenali muzium melalui kempen yang dijalankan oleh pihak muzium. Hal ini menunjukkan kempen yang dijalankan untuk menarik perhatian pengunjung telah berjaya menarik perhatian pengunjung di muzium wau ini. Hal ini kerana, pihak muzium berkerjasama dengan beberapa agensi untuk menganjurkan pertandingan dan pertunjukkan wau yang dinamakan Pesta Wau pada setiap tahun. Oleh itu, kempen yang dijalankan akan dapat menarik perhatian masyarakat terhadap pesta wau ini sekali gus mengetahui tentang

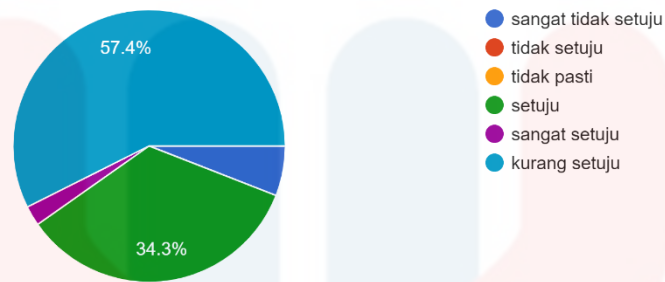
muzium. Dengan ini pengunjung akan mengetahui muzium ini melalui kempen yang dijalankan oleh pihak muzium.

Selain itu, terdapat juga 30.2% atau 51 orang yang kurang setuju mengenali muzium melalui kempen yang dijalankan oleh pihak muzium yang berkemungkinan sudah mengenali muzium daripada platform lain ataupun sudah mengetahui tentang keberadaan muzium ini. Terdapat juga 10.1% atau 17 orang yang sangat setuju mengenali muzium melalui kempen yang dijalankan oleh pihak muzium. Hal ini kerana terdapat pengunjung yang mempunyai minat yang mendalam terhadap permainan ini sehingga mengikuti setiap perkembangan yang dikeluarkan oleh pihak muzium. 5.9% atau 10 orang yang tidak setuju mengenali muzium melalui kempen yang dijalankan oleh pihak muzium. Melalui peratusan yang didapati oleh pengkaji, pengunjung mengenali muzium melalui kempen yang dijalankan oleh pihak muzium. Melalui kempen yang dijalankan oleh pihak muzium pengunjung tertarik dengan pameran yang dipamerkan di muzium ini.

4.3.1.10 Pengunjung Mendapat Maklumat Muzium Wau Daripada Perbadanan Muzium Negeri Kelantan.

Soalan 10 juga masih bertujuan untuk menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan dengan pengunjung yang mendapat maklumat muzium wau daripada Perbadanan Muzium Negeri Kelantan. Soalan ini juga memerlukan responden untuk menandakan ruang kosong untuk memilih jawapan mengikut pengetahuan pengunjung berkaitan dengan muzium wau di Tumpat, Kelantan. Berikut adalah carta pai yang menunjukkan peratusan jawapan responden bagi soalan 10.

Pengunjung mendapat maklumat muzium wau daripada Perbadanan Muzium Negeri Kelantan
169 responses



Carta Pai 10 Peratus Pengetahuan pengunjung

Carta pai di atas menunjukkan peratusan pilihan responden mengenai pengunjung yang mendapat maklumat mengenai muzium daripada hebahan orang ramai, terdapat 57.4% atau 97 orang yang kurang setuju mendapat maklumat mengenai muzium wau daripada Perbadanan Muzium Wau Negeri Kelantan. Hal ini demikian kerana pengunjung telah mendapat pengetahuan mengenai muzium daripada platform lain yang telah membantu pengunjung untuk mengetahui muzium dengan lebih baik seperti media sosial dan program yang dijalankan oleh pihak muzium. Terdapat 34.3% atau 58 orang yang setuju mendapat maklumat mengenai muzium wau daripada Perbadanan Muzium Wau Negeri Kelantan dan 2.4% atau 4 orang yang sangat setuju mendapat maklumat mengenai muzium wau daripada Perbadanan Muzium Wau Negeri Kelantan yang menunjukkan bahawa maklumat yang dikeluarkan oleh pihak Perbadanan Muzium Wau Negeri Kelantan dapat membantu pengunjung mengetahui mengenai muzium. Manakala terdapat 5.9% atau 10 orang yang sangat tidak setuju mendapat maklumat mengenai muzium wau daripada Perbadanan Muzium Wau Negeri Kelantan. Hal ini demikian kerana terdapat pengunjung yang sudah mengetahui muzium ini melalui hebahan orang ramai serta merupakan penduduk berdekatan dengan kawasan muzium. Melalui peratusan yang didapati oleh pengkaji, pengunjung mendapat maklumat mengenai muzium wau daripada Perbadanan Muzium Wau Negeri Kelantan.

4.3.2 Keistimewaan Muzium Wau

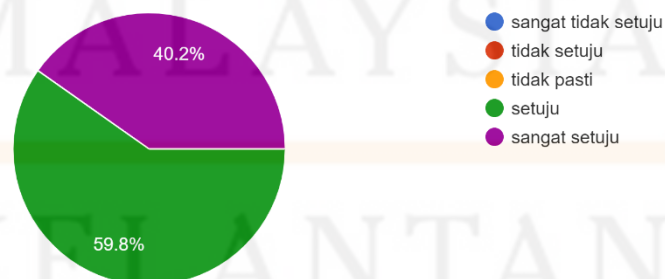
Dalam bahagian ini pengkaji mendapatkan pandangan pengunjung berkaitan dengan keistimewaan yang ada di muzium. Dalam bahagian ini juga pengkaji menyediakan 10 soalan untuk mendapatkan pandangan pengunjung mengenai keistimewaan yang dapat menarik lebih ramai pengunjung ke Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Melalui keputusan responden, pengkaji akan dapat melihat tarikan yang ada di muzium ini mengikut soalan yang diberikan kepada responden. Dengan ini pengkaji akan dapat mengetahui keberkesanan strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak muzium dalam memperkenalkan muzium kepada masyarakat. Keunikan dan keistimewaan yang ada di muzium ini akan dapat membantu masyarakat untuk lebih mengenali pameran yang terdapat di Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

4.3.2.1 Kedudukan Muzium Yang Strategik iaitu Berdekatan Dengan Pantai Sri Tujoh.

Soalan soal selidik ini juga merupakan soalan untuk menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran di Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan pertama ini berkaitan dengan kedudukan muzium yang strategik iaitu berdekatan dengan Pantai Sri Tujoh. Hal ini untuk mengetahui kedudukan muzium yang strategik dapat membantu pihak muzium dalam strategi pemasaran.

Kedudukan muzium yang strategik iaitu berdekatan dengan Pantai Sri Tujoh.

169 responses



Carta Pai 1 Peratus Pengetahuan pengunjung

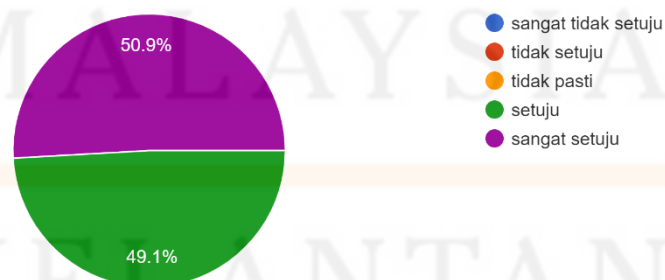
Merujuk Carta pai di atas yang menunjukkan peratus pilihan responden mengenai soalan kedudukan muzium yang strategik iaitu berdekatan dengan Pantai Sri Tujoh, terdapat 59.8% atau 101 orang yang setuju mengenai soalan kedudukan muzium yang strategik iaitu berdekatan dengan Pantai Sri Tujoh dan 40.2% atau 68 orang yang sangat setuju mengenai soalan kedudukan muzium yang strategik iaitu berdekatan dengan Pantai Sri Tujoh. Hal ini menunjukkan kawasan muzium yang berdekatan dengan kawasan tarikan pelancong seperti Pantai Sri Tujoh dapat menarik pelancong untuk mengunjungi muzium ini. Melalui keputusan yang didapati pengkaji mendapati bahawa pengunjung di Muzium Wau Tumpat, Kelantan bersetuju bahawa kedudukan muzium wau yang berdekatan dengan Pantai Sri Tujoh membantu pengunjung mengetahui kedudukan Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

4.3.2.2 Pameran Yang Menarik Perhatian Pengunjung.

Soalan 2 ini juga merupakan soalan untuk menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan dengan pameran yang dijalankan oleh pihak muzium yang dapat menarik perhatian masyarakat untuk mengunjungi muzium ini. Melalui pameran yang dapat menarik perhatian masyarakat ini strategi pemasaran yang dijalankan oleh pihak muzium akan dapat menarik lebih ramai pengunjung.

Pameran yang menarik perhatian pengunjung.

169 responses



Carta Pai 2 Peratus Pengetahuan pengunjung

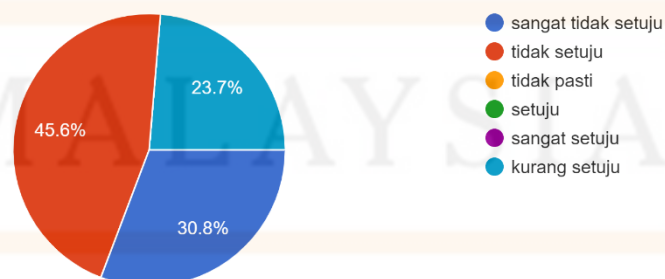
Berdasarkan carta pai di atas, 50.9% atau 86 orang sangat setuju bahawa pameran yang dipamerkan oleh pihak muzium menarik perhatian pengunjung dan 49.1% atau 83 orang yang setuju bahawa pameran yang dipamerkan oleh pihak muzium menarik perhatian pengunjung. Hal ini demikian kerana wau sebagai pameran utama muzium ini menunjukkan ciri-ciri warisan yang telah menjadi salah satu identiti di Malaysia ini. Dengan ini pengunjung dapat melihat dan menambah pengetahuan mengenai salah satu warisan ini yang bukan sahaja warisan di Negeri Kelantan tetapi di Negara kita Malaysia. Dengan ini pengkaji dapat menyimpulkan bahawa pengunjung bersetuju bahawa pameran yang dipamerkan oleh pihak muzium menarik perhatian pengunjung.

4.3.2.3 Muzium Menyediakan Kedai Cenderahati.

Soalan 3 ini masih menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan dengan cenderahati yang disediakan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan kepada pengunjung yang datang untuk melawat muzium. Kedai cenderahati untuk pengunjung akan dapat menarik lebih ramai pengunjung untuk mengunjungi muzium kerana mempunyai pelbagai tarikan yang disediakan.

Muzium menyediakan kedai cenderahati.

169 responses



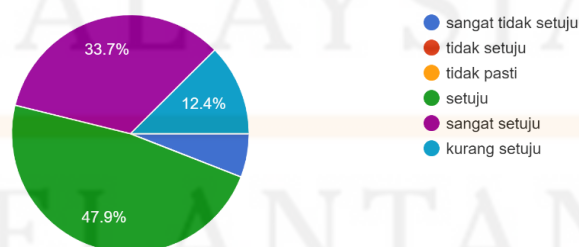
Carta Pai 3 Peratus pengetahuan pengunjung

Berdasarkan carta pai di atas, 45.6% atau 77 orang tidak setuju bahawa muzium menyediakan kedai cenderahati, 23.7% atau 40 orang yang kurang setuju bahawa pengunjung menyedari kewujudan muzium menyediakan kedai cenderahati dan 30.8% atau 52 orang yang sangat tidak setuju bahawa muzium menyediakan kedai cenderahati. Hal ini demikian kerana, pihak muzium tidak menyediakan cenderahati kepada pengunjung yang mengunjungi muzium. Walaubagaimanapun, terdapat galeri kraftangan yang dapat pengunjung kunjungi setelah mengunjungi muzium wau. Galeri ini juga menyediakan perkhidmatan untuk pengunjung yang berminat untuk mempelajari kraftangan di galeri tersebut. Dengan ini pengkaji dapat menyimpulkan bahawa pengunjung tidak mendapati muzium menyediakan kedai cenderahati untuk pengunjung yang berkunjung di muzium ini.

4.3.2.4 Bangunan Muzium Yang Menunjukkan Nilai Kesenian Seperti Mural di Dinding Muzium.

Soalan 4 ini masih menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan dengan ciri-ciri kesenian yang ditonjolkan oleh pihak muzium untuk menarik lebih ramai pengunjung iaitu bangunan muzium yang menunjukkan nilai kesenian seperti mural di dinding muzium. Dengan ciri-ciri yang ada di muzium ini pengunjung akan lebih tertarik untuk mengunjungi muzium untuk merasai pengalaman tersebut.

Bangunan muzium yang menunjukkan nilai kesenian seperti mural di dinding muzium.
169 responses



Carta Pai 4 Peratus Pengetahuan pengunjung

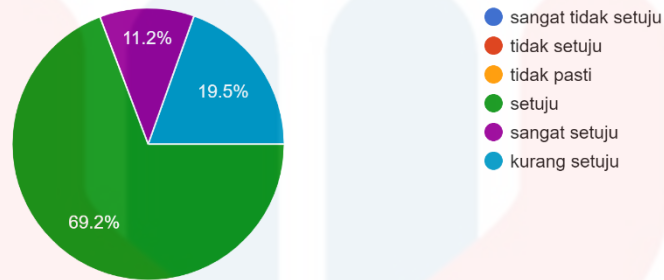
Berdasarkan carta pai di atas, 47.9% atau 81 orang yang setuju bahawa bangunan muzium menunjukkan nilai kesenian seperti mural di dinding muzium, 33.7% atau 57 orang yang sangat setuju bahawa bangunan muzium menunjukkan nilai kesenian seperti mural di dinding muzium. Hal ini kerana dinding muzium ini mempunyai mural yang menunjukkan muzium ini sebagai muzium yang mempamerkan wau. Mural pada dinding muzium ini menunjukkan identiti muzium ini sebagai salah satu muzium yang menjadikan muzium kraftangan yang mempamerkan wau sebagai pameran utama. Manakala terdapat 12.4% atau 21 orang yang kurang setuju bahawa bangunan muzium menunjukkan nilai kesenian seperti mural di dinding muzium dan 5.9% atau 10 orang yang sangat tidak setuju bahawa bangunan muzium menunjukkan nilai kesenian seperti mural di dinding muzium. Hal ini berkemungkinan pengunjung tidak tertarik dengan mural yang ada dinding muzium sebagai salah satu keunikan muzium tersebut. Dengan ini pengkaji dapat menyimpulkan bahawa pengunjung tertarik dengan bangunan Muzium Wau Tumpat mempunyai nilai kesenian di dinding muzium.

4.3.2.5 Aktiviti Yang Dianjurkan Oleh Pihak Muzium Menarik Minat Pengunjung Seperti Belajar Membuat Wau.

Soalan 5 ini masih menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan aktiviti yang dianjurkan oleh pihak muzium untuk menarik minat pengunjung seperti belajar membuat wau di muzium tersebut. Aktiviti seperti ini akan dapat membantu pemasaran yang dijalankan oleh pihak muzium. Hal ini akan dapat meningkatkan kehadiran pengunjung di muzium ini walaupun ruang muzium yang kurang memuaskan.

Aktiviti yang dianjurkan oleh pihak muzium menarik minat pengunjung seperti belajar membuat wau.

169 responses



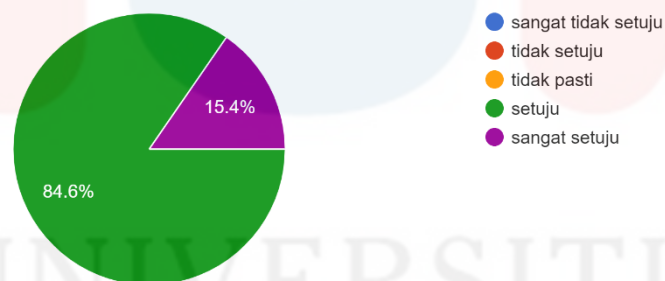
Carta Pai 5 Peratus Pengetahuan pengunjung

Berdasarkan carta pai di atas, 69.2% atau 117 orang yang setuju aktiviti yang dianjurkan oleh pihak muzium menarik minat pengunjung seperti belajar membuat wau dan 11.2% atau 19 orang yang sangat setuju aktiviti yang dianjurkan oleh pihak muzium menarik minat pengunjung seperti belajar membuat wau. Hal ini menunjukkan pengunjung tertarik dengan aktiviti yang disediakan oleh pihak muzium kepada pengunjung. Hal ini kerana aktiviti seperti ini dapat membantu pengunjung seperti pelajar untuk mempelajari salah satu warisan di Negeri Kelantan. Manakala terdapat 19.5% atau 33 orang yang kurang setuju aktiviti yang dianjurkan oleh pihak muzium menarik minat pengunjung seperti belajar membuat wau. Yang berkemungkinan pengunjung hanya ingin melihat pameran yang disediakan oleh pihak muzium kerana mempunyai masa yang terhad. Walaubagaimanapun, Aktiviti yang disediakan kepada pengunjung dapat menarik perhatian pengunjung yang memohon perkhidmatan ini. Aktiviti yang bermanfaat kepada pengunjung ini dapat membantu pengunjung untuk mengetahui dan memahami cara pembuatan wau atau layang-layang yang dipamerkan di muzium tersebut.

4.3.2.6 Persekitaran Muzium Yang Menarik Perhatian Pengunjung Seperti Berada di Kawasan Pelancongan.

Soalan 6 ini masih menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini membincangkan tentang persekitaran muzium yang dapat menarik perhatian pengunjung seperti berada di kawasan pelancongan. Kawasan persekitaran muzium akan mempengaruhi kehadiran pengunjung ke muzium. Dengan ini peningkatan pengunjung ke kawasan pelancongan, muzium ini juga akan berkembang mengikut peningkatan pengunjung di kawasan pelancongan tersebut. Pandangan daripada pengunjung akan dapat membantu pihak muzium untuk mendapatkan keberkesanan strategi yang sudah digunakan oleh pihak muzium.

Persekitaran muzium yang menarik perhatian pengunjung seperti berada di kawasan pelancongan.
169 responses



Carta Pai 6 Peratus Pengetahuan pengunjung

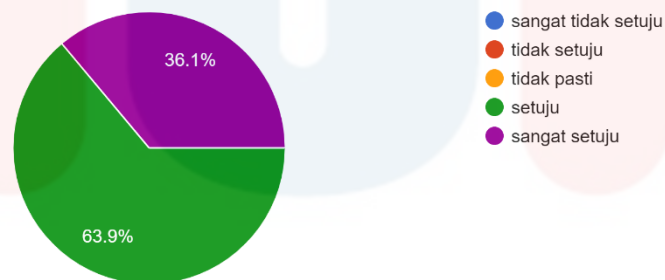
Berdasarkan carta pai di atas, 84.6% atau 143 orang yang setuju persekitaran muzium yang menarik perhatian pengunjung seperti berada di kawasan pelancongan dan 15.4% atau 26 orang yang sangat setuju persekitaran muzium yang menarik perhatian pengunjung seperti berada di kawasan pelancongan. Dengan keputusan yang didapati daripada pengunjung, pengkaji dapat menyimpulkan bahawa kawasan persekitaran muzium berkemungkinan dapat mempengaruhi peningkatan pengunjung di

Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Hal ini kerana pengunjung akan cenderung mengunjungi kawasan yang berhampiran untuk membantu mengurangi perbelanjaan dalam aktiviti yang sudah dirancang.

4.3.2.7 Pameran Yang Memberikan Pengetahuan Baru.

Soalan 7 ini masih menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini membincangkan tentang pameran di Muzium Wau Tumpat, Kelantan yang dapat memberikan pengetahuan yang baru kepada pengunjung muzium tersebut. Soalan ini adalah untuk mengetahui keberkesanan pameran yang dipamerkan oleh pihak muzium kepada pengunjung.

Pameran yang memberikan pengetahuan baru.
169 responses



Carta Pai 7 Peratus Pengetahuan pengunjung

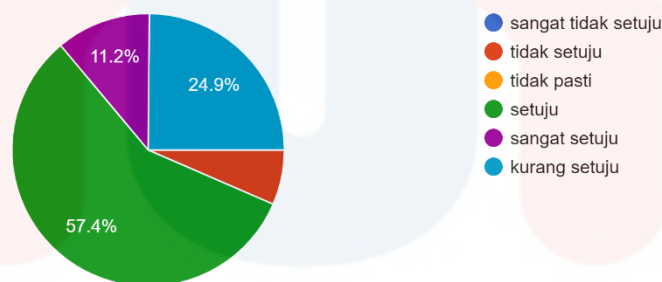
Berdasarkan carta pai di atas, 63.9% atau 108 orang yang setuju persekitaran muzium yang menarik perhatian pengunjung seperti berada di kawasan pelancongan dan 36.1% atau 61 orang yang sangat setuju persekitaran muzium yang menarik perhatian pengunjung seperti berada di kawasan pelancongan. Hal ini demikian kerana Muzium Wau Tumpat mempamerkan wau berserta dengan maklumat lengkap berkaitan dengan wau tersebut. Selain dari tu juga pameran di muzium ini mempunyai pameran yang cukup berkaitan dengan wau berserta dengan peralatan yang digunakan untuk membuat wau. Pengkaji dapat menyimpulkan pameran yang dipamerkan kepada

pengunjung memberikan pengetahuan yang baru kepada pengunjung. Dengan ini pihak muzium berjaya mempamerkan warisan yang dapat menarik generasi baru.

4.3.2.8 Maklumat Pameran Membantu Pelancong Luar Mengetahui Jenis Pameran.

Soalan 8 ini masih menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini berkaitan dengan maklumat pameran yang dapat membantu pengunjung untuk memahami pameran dengan lebih dalam mengikut maklumat yang sudah disediakan oleh pihak muzium. Maklumat sesebuah koleksi akan dapat membantu pengunjung untuk mengetahui koleksi yang dipamerkan oleh pihak muzium.

Maklumat pameran membantu pelancong luar mengetahui jenis pameran.
169 responses



Carta Pai 8 Peratus Pengetahuan pengunjung

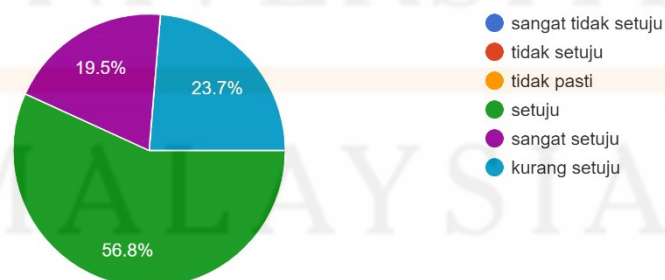
Berdasarkan carta pai di atas, 57.4% atau 97 orang yang setuju maklumat pameran membantu pelancong luar mengetahui jenis pameran dan 11.2% atau 19 orang yang sangat setuju maklumat pameran membantu pelancong luar mengetahui jenis pameran. Hal ini kerana maklumat yang terdapat di muzium ini lengkap dan dapat membantu pelancong luar untuk mengetahui pameran di muzium ini. Manakala terdapat 24.9% atau 42 orang yang kurang setuju maklumat pameran membantu pelancong luar mengetahui jenis pameran, dan 6.5% atau 11 orang yang tidak setuju maklumat pameran membantu pelancong luar mengetahui jenis pameran. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh bahasa yang digunakan pihak muzium untuk menerangkan pameran

iaitu dalam bahasa Melayu yang tidak difahami oleh warga asing yang tidak memahami bahasa kebangsaan Malaysia. Hal ini akan menyukarkan pelancong asing untuk memahami maklumat yang disediakan. Berdasarkan peratus carta pai di atas, pengkaji mendapati bahawa pengunjung mendapati maklumat koleksi di setiap pameran di muzium dapat membantu. Walaubagaimanapun, bahasa yang digunakan dalam menerangkan maklumat tersebut tidak dapat membantu pengunjung yang tidak memahami bahasa Melayu.

4.3.2.9 Mempunyai Pameran Wau dari Luar Negara.

Soalan 9 ini masih menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini membincangkan muzium yang mempunyai pameran yang bukan sahaja daripada hasil karya tempatan tetapi hasil karya daripada luar negara juga dipamerkan di muzium ini. Dengan pameran yang pelbagai pengunjung akan dapat mengetahui lebih banyak rekabentuk wau atau layang-layang bukan sahaja di dalam negara tetapi juga di luar negara. Pameran yang pelbagai akan dapat menarik lebih ramai pengunjung ke Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Mempunyai pameran Wau dari luar negara.
169 responses



Carta Pai 9 Peratus Pengetahuan pengunjung

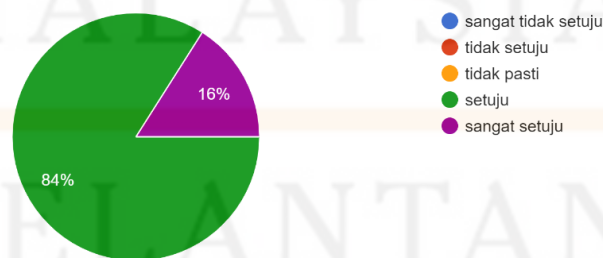
Berdasarkan carta pai di atas, 56.8% atau 96 orang setuju yang Muzium Wau Tumpat, Kelantan mempunyai pameran wau dari luar negara dan 19.5% atau 33 orang

sangat setuju yang Muzium Wau Tumpat, Kelantan mempunyai pameran wau dari luar negara. Hal ini kerana muzium ini mendapat pameran daripada luar negara melalui belian yang dibeli daripada pembuat layang-layang dari pelbagai negara ketika pesta wau yang dianjurkan setiap tahun di Pantai Genting. Manakala terdapat 23.7% atau 40 orang kurang setuju yang Muzium Wau Tumpat, Kelantan mempunyai pameran wau dari luar negara. Hal ini menunjukkan masih banyak pengunjung yang belum mengetahui sepenuhnya pameran yang disediakan di muzium ini. Dengan ini pengkaji dapat menyimpulkan bahawa pengunjung bersetuju bahawa Muzium Wau Tumpat, Kelantan mempunyai koleksi wau dan layang-layang bukan sahaja daripada dalam negara tetapi juga di luar negara. Koleksi yang pelbagai ini akan dapat menarik lebih ramai pelancong untuk berkunjung di muzium ini.

4.3.2.10 Persekitaran Muzium Yang Terjaga.

Soalan 10 ini masih menjawab objektif kedua iaitu mengenalpasti strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soalan ini membincangkan tentang kawasan persekitaran muzium sama ada mempunyai persekitaran yang terjaga dan dapat memberikan keselesaan kepada pengunjung yang berkunjung di muzium ini. Persekitaran yang terjaga akan dapat memberikan keselesaan kepada pengunjung sama ada di luar ataupun di dalam muzium agar muzium kelihatan lebih teratur dan bersih.

Persekitaran muzium yang terjaga.
169 responses



Carta Pai 10 Peratus Pengetahuan pengunjung

Berdasarkan carta pai di atas, 84% atau 142 orang yang setuju persekitaran muzium yang terjaga dan 16% atau 27 orang yang sangat setuju persekitaran muzium yang terjaga. Hal ini kerana kawasan sekitar muzium terjaga dan dibersihkan untuk keselesaan pengunjung yang mengunjungi muzium ini. Melalui peratusan yang didapati pada carta pai ini, pengkaji mendapati bahawa pengunjung mendapati kawasan persekitaran muzium terjaga. Kawasan muzium yang terjaga akan memberikan keselesaan kepada pengunjung untuk melawat muzium.

4.4 Kesimpulan

Kesimpulannya, Muzium Wau Tumpat, Kelantan mempunyai pelbagai keunikan yang dapat menarik pelancong dari dalam dan luar negara. Koleksi yang terdapat di Muzium Wau Tumpat, Kelantan memberikan pengetahuan yang baru kepada pengunjung. Aktiviti yang dijalankan juga memberikan pengalaman yang baru kepada pengunjung. Dengan ini pengunjung yang mengunjungi muzium ini akan dapat pengalaman dan pengetahuan yang baru. Walaubagaimanapun, masih banyak masyarakat yang tidak mengenali dan mengetahui kewujudan muzium ini. Pemasaran kepada masyarakat bukan sahaja dalam dan luar negeri akan dapat membantu menarik lebih ramai pelancong dari luar untuk mempelajari warisan yang menjadi salah satu identiti masyarakat di Negeri Kelantan.

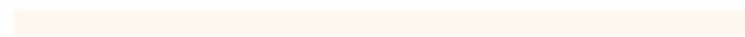
Melalui soal selidik yang dijalankan oleh pengkaji, muzium wau ini mempunyai kekurangan dan juga kelebihan yang mampu menarik lebih ramai pengunjung ke muzium wau ini. Berdasarkan hasil soal selidik yang dijalankan, pengunjung yang datang merasakan bahawa kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh pihak muzium. Hal ini kerana, masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui kewujudan muzium ini di Kelantan. Program yang dijalankan juga masih belum dapat menarik lebih ramai pengunjung ke muzium ini. Walaubagaimanapun, muzium ini masih mempunyai pelbagai tarikan yang dapat memberikan pengalaman yang berguna kepada masyarakat. Pihak muzium boleh menyediakan kedai cenderahati kepada pengunjung agar dapat membeli kenangan ketika mengunjungi muzium ini.

Koleksi dan aktiviti yang dijalankan oleh pihak muzium untuk pengunjung dapat membantu meningkatkan kehadiran pengunjung di muzium ini. Dengan keunikan yang ada di muzium ini masyarakat dapat mengetahui lebih banyak tentang hasil karya masyarakat tempatan yang setaraf dengan hasil karya di negara luar. Keindahan yang diterapkan dalam corak yang dihasilkan pada wau dapat membantu memperkenalkan warisan masyarakat Negeri Kelantan kepada masyarakat luar yang belum mengenali

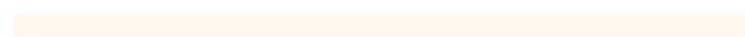
ciri-ciri wau ini melalui pameran yang dilakukan di Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Warisan yang sudah menjadi salah satu identiti sesebuah masyarakat itu seharusnya diteruskan dan diperkenalkan kepada generasi baru agar tidak pupus dek zaman.



UNIVERSITI



MALAYSIA



KELANTAN

PERBINCANGAN, CADANGAN DAN RUMUSAN

5.1 Pengenalan

Dalam bab ini pengkaji akan membincangkan dapatan kajian yang sudah dibentangkan di bab empat. Perbincangan yang akan dibentangkan dalam bab ini termasuklah perbincangan dapatan kajian bagi setiap analisis kajian dan rumusan bagi kajian yang sudah dibuat. Rumusan yang pengkaji terangkan mengikut hasil kajian yang sudah dibincangkan sebelumnya dengan lebih terperinci. Pengkaji akan merumuskan kajian mengikut tajuk yang dipilih iaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak muzium mengikut objektif kajian yang sudah ditetapkan dalam mendapatkan hasil kajian ini. Rumusan perbincangan bagi setiap analisis kajian terbahagi kepada dua mengikut objektif kajian yang ditetapkan oleh pengkaji. Rumusan kajian ini dibuat untuk mengenalpasti keberkesanan kaedah yang digunakan oleh pengkaji untuk mendapatkan hasil kajian mengikut objektif yang sudah ditetapkan.

MALAYSIA

KELANTAN

5.2 Perbincangan

Dalam bahagian ini, pengkaji membahagikan kepada dua bahagian di mana ianya merangkumi dua analisis kajian berdasarkan objektif kajian yang ditetapkan. Dalam bahagian ini pengkaji akan membincangkan dapatan analisis kajian menjawab setiap objektif yang dikemukakan oleh pengkaji.

5.2.1 Analisis Objektif Kajian 1 : Mengenalpasti Ciri-ciri Tarikan Pelancong Yang Terdapat di Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Melalui hasil analisis dapatan kajian yang sudah dilakukan oleh pengkaji, pengkaji dapat menyimpulkan bahawa Muzium Wau Tumpat, Kelantan mempunyai pelbagai ciri-ciri tarikan pelancong yang dapat menarik lebih ramai pengunjung sekiranya mempunyai pemasaran yang lebih mendalam berkaitan dengan muzium. Hal ini demikian kerana pameran yang dijalankan oleh muzium ini dapat membantu masyarakat luar untuk mengetahui dengan lebih banyak berkaitan dengan wau yang terdapat di Malaysia amnya.

Aktiviti-aktiviti yang dijalankan oleh pihak muzium untuk pihak pengunjung juga amat menarik kerana dapat membantu anak muda untuk mengetahui dan memahami cara membuat wau secara mendalam. Aktiviti seperti ini akan dapat membantu pihak muzium untuk dikenali oleh pelancong yang berminat untuk mengetahui antara tradisi yang terdapat di Kelantan. Hal ini demikian kerana permainan wau ini mempunyai pelbagai keunikan bukan sahaja dari pembuatannya tetapi juga dari cara memainkan wau ini. Pelancong dari luar Negeri Kelantan akan lebih memahami pelbagai lagi keunikan yang terdapat di Negeri ini bukan sahaja muzium wau itu sendiri.

Program yang dijalankan seperti pertandingan wau yang dianjurkan setiap tahun juga merupakan antara tarikan yang mampu menarik lebih banyak pengunjung untuk mengunjungi Muzium Wau Tumpat ini. Melalui pertandingan yang dijalankan akan lebih ramai pengunjung yang ingin mengetahui dengan lebih lanjut berkaitan dengan wau

buatan khas daripada Negeri Kelantan dan juga wau yang menjadi identiti setiap negeri di Malaysia. Hal ini kerana, Muzium Wau Tumpat mempamerkan pelbagai jenis wau bukan sahaja wau yang amat dikenali oleh masyarakat khususnya masyarakat Malaysia iaitu Wau Bulan, Wau Kucing dan Wau Jala budi tetapi wau dan layang-layang buatan daripada luar negara juga dipamerkan di muzium ini.

Kesimpulannya, Muzium Wau Tumpat, Kelantan ini mempunyai pelbagai tarikan yang menarik untuk pelancong dari luar dan dalam negeri. Keunikan pelbagai pameran wau yang terdapat di muzium wau dapat membantu pengunjung untuk mengetahui salah satu warisan yang terdapat negeri ini. Melalui aktiviti-aktiviti yang dianjurkan oleh pihak muzium untuk pelajar-pelajar dan pengunjung yang ingin belajar dengan lebih dalam tentang sejarah dan cara pembuatan wau yang terdapat di muzium tersebut. Hal ini menunjukkan Muzium Wau Tumpat mempunyai pelbagai tarikan yang mampu memberikan pelancong pelbagai pengalaman dan pengetahuan yang terdapat di muzium ini.

5.2.2 Analisis Objektif Kajian 2 : Mengenalpasti Strategi Pemasaran Yang Dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Daripada hasil kajian yang sudah dijalankan, pengkaji mendapati beberapa kaedah yang digunakan oleh pihak muzium untuk memperkenalkan muzium kepada masyarakat terutamanya masyarakat tempatan yang belum mengetahui tentang kewujudan muzium ini di Malaysia. Strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak muzium dapat membantu masyarakat untuk mengetahui tentang kewujudan muzium ini. Selain itu, pelancong dari luar dan dalam negara akan mengetahui muzium yang mempamerkan kraftangan khususnya permainan wau ini.

Antara strategi pemasaran yang dijalankan oleh pihak muzium ialah berkerjasama dengan pihak pelancongan di Negeri Kelantan untuk mempromosikan permainan wau ini kepada masyarakat sekaligus memperkenalkan muzium wau ini.

Anjuran muzium bersama pihak pelancongan di Negeri Kelantan akan dapat membantu muzium untuk meningkatkan pengunjung di muzium ini. Pertandingan yang melibatkan pelbagai negara ini mampu membawa lebih banyak pengunjung untuk mengenali keberadaan muzium di negeri ini.

Melalui soal selidik yang dijalankan bagi mendapatkan pengetahuan pengunjung berkaitan dengan promosi semasa yang dijalankan oleh pihak muzium. Pengunjung bersetuju mengetahui promosi semasa muzium melalui papan iklan, media sosial dan aktiviti yang dijalankan oleh pihak muzium pada setiap tahun. Dengan promosi semasa yang dijalankan terdapat pengunjung yang mendapatkan maklumat mengenai muzium dengan hebahan yang dibuat oleh pihak muzium. Dengan pelbagai aktiviti yang dijalankan dan dianjurkan kepada pengunjung tidak mengira dari pelbagai peringkat umur serta masyarakat dari pelbagai negara muzium ini dapat dikenalkan kepada masyarakat yang belum mengetahui muzium ini. Pameran yang menarik akan dapat membawa lebih banyak pengunjung untuk mengunjungi muzium ini.

Muzium ini dibina di kawasan yang strategi yang dapat membantu mempromosikan muzium melalui beberapa tarikan pelancong di sekitar muzium ini. Muzium wau ini mempunyai pelbagai keistimewaan yang mampu memberikan pengalaman dan pengetahuan yang berguna kepada pengunjung. Pameran yang menarik serta pelbagai dapat membantu pengunjung untuk mengetahui wau-wau yang terdapat di Malaysia dan juga keunikan wau buatan dari Malaysia. Walaupun bangunan muzium wau ini kecil pameran dan juga muzium dalam keadaan terjaga serta mempunyai lukisan mural di dinding yang menunjukkan ciri-ciri kawasan tersebut yang berdekatan dengan laut. Aktiviti yang dijalankan di muzium ini untuk pelancong dapat membantu mempromosikan keunikan muzium ini kepada masyarakat luar. Kawasan muzium yang berdekatan dengan pantai dapat membantu muzium untuk menjalankan aktiviti seperti pertandingan pertunjukkan wau di Pantai Genting. Pertandingan seperti

ini akan dapat membantu muzium untuk memperkenalkan pelbagai keunikan dan tarikan yang ada di muzium ini.

Dengan pelbagai aktiviti dan program yang dijalankan oleh pihak muzium bersama dengan pelbagai agensi, muzium ini akan dapat mempromosikan muzium dengan lebih menyeluruh meskipun belum mendapat sambutan daripada generasi baru. Promosi semasa yang dijalankan oleh pihak muzium belum dapat menarik lebih banyak masyarakat untuk mengenali dan mengetahui tentang keistimewaan yang terdapat di Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Hal ini kerana masih ramai masyarakat yang belum mengetahui kewujudan muzium ini terutamanya masyarakat daripada luar. Dengan menggunakan pelbagai platform untuk mempromosikan muzium ini masyarakat akan mengetahui lebih banyak tentang pameran dan muzium ini.

5.4 Cadangan Kajian Lanjutan

Antara cadangan yang dapat pengkaji rangkuman daripada kajian yang sudah dilakukan. Pihak muzium hendaklah meningkatkan lagi promosi semasa agar masyarakat akan lebih mengetahui aktiviti dan program yang dijalankan oleh muzium dalam memperkenalkan warisan ini kepada generasi muda. Contohnya, memperbaharui iklan yang dipaparkan di mana-mana platform serta menggunakan media sosial dengan lebih kerap untuk mendapatkan perhatian daripada masyarakat. Dengan adanya pembaharuan dalam mengiklankan pelbagai promosi yang dijalankan masyarakat akan lebih tertarik untuk mengetahui dengan lebih lanjut mengenai muzium wau.

Selain itu, pihak muzium juga hendaklah meningkatkan tarikan yang ada di muzium agar pengunjung yang datang ke muzium ini dapat menambah lebih banyak pengetahuan kepada pengunjung. Antaranya ialah membuat kedai cenderahati yang dibuat daripada bentuk wau untuk pengunjung beli ketika mengunjungi muzium. Dengan ini pengunjung akan mempunyai kenangan ketika mengunjungi muzium ini.

Dengan cadangan ini pihak muzium akan dapat meningkatkan tarikan yang terdapat di muzium wau sekaligus meningkatkan kedatangan pengunjung di muzium ini. Promosi awal muzium akan dapat memberikan pengetahuan kepada pengunjung sebelum mengunjungi muzium ini. Melalui promosi ini juga masyarakat yang belum mengetahui tentang muzium ini akan mendapat maklumat mengenai muzium ini.

5.3 Rumusan

Dengan kajian yang sudah dijalankan maka jelaslah bahawa muzium ini belum mempunyai pemasaran yang dapat menjangkau pelbagai lapisan masyarakat dan juga pelancong dari luar negara. Hal ini kerana masih banyak masyarakat yang belum mengetahui kewujudan muzium ini sebagai salah satu muzium kraftangan di Malaysia yang mempamerkan wau sebagai pameran utama. Melalui pemerhatian yang dijalankan oleh pengkaji dapat menyimpulkan bahawa masih banyak aspek yang perlu diambil berat oleh pihak muzium untuk memperkenalkan muzium ini kepada masyarakat terutamanya generasi baru kerana belum mengetahui tentang wau. Dengan adanya muzium ini, generasi muda akan dapat mengetahui dengan lebih mendalam berkaitan dengan wau yang merupakan salah satu warisan di Negeri Kelantan.

Selain itu, pengkaji juga dapat merumuskan bahawa Muzium Wau Tumpat, Kelantan ini mempunyai pelbagai tarikan yang dapat memberikan pengetahuan kepada pengunjung. Aktiviti yang dijalankan mempunyai pelbagai tarikan yang dapat membantu pengunjung untuk mengetahui lebih dalam tentang wau. Melalui aktiviti-aktiviti ini generasi baru dapat belajar dengan lebih dalam pembuatan dan juga sejarah wau. Dengan ini muzium wau di Tumpat sekaligus akan mendapat perhatian daripada masyarakat kerana mempamerkan pelbagai wau dari seluruh negeri di Malaysia dan juga layang-layang yang dibuat daripada negara lain. Ciri-ciri wau yang menarik menimbulkan pelbagai perspektif terutamanya generasi baru yang belum mengenali wau ini. Teknik pembuatan yang unik terhadap wau ini memerlukan generasi muda yang mempunyai minat yang tinggi terhadap teknik pembuatan pada wau ini.

Akhir sekali, muzium ini mempunyai pelbagai potensi untuk diperkenalkan kepada dunia luar agar mendapat perhatian daripada pelbagai generasi bukan sahaja daripada golongan tua tetapi juga dari generasi baru. Dengan itu, diharapkan pihak muzium dapat mempelbagaikan lagi promosi semasa yang dapat menarik pengunjung dari pelbagai bangsa, umur dan juga negeri. Oleh itu, warisan yang sudah menjadi identiti masyarakat di Negeri Kelantan ini tidak akan ditelan oleh perubahan zaman yang semakin moden.



5.5 Penutup

Daripada kajian yang dilaksanakan oleh pengkaji, maka jelaslah bahawa Muzium Wau Tumpat, Kelantan mempunyai tarikan yang dapat menarik pelancong. Muzium ini dapat diperkenalkan kepada masyarakat dengan lebih menyeluruh lagi dengan penambahbaikan dan pembaharuan pada promosi semasa agar lebih banyak golongan yang dapat dicapai terutamanya generasi muda. Dengan penambahbaikan muzium ini akan mempunyai lebih banyak pengunjung yang ingin mengetahui dengan lebih mendalam tentang wau yang ada di Malaysia dan di Negeri Kelantan. Keunikan yang terdapat pada wau ini akan dapat menarik lebih ramai masyarakat untuk mengunjungi muzium ini. Dengan kajian ini diharapkan masyarakat akan dapat mengetahui muzium ini yang menawarkan pengetahuan dan pengalaman yang menarik. Kajian ini akan dapat membantu pengkaji seterusnya untuk mendapatkan maklumat berkaitan dengan wau ataupun muzium wau ini.

BIBLIOGRAFI

INTERNET

Widyanti, N. N. W. (2022, 17 Mei). *10 Muzium Paling Terkenal di Dunia, Dikunjungi Oleh Sehingga 2.82 Juta Orang Halaman Semua - Kompas.com*. KOMPAS.

Com. Dicapai pada 6 Julai 2022, dari

<https://travel.kompas.com/read/2022/05/17/210700327/10-museum-paling-terkenal-di-dunia-dikunjungi-hingga-2-82-juta-orang-?page=all>

B. (2021, March 17). *Muzium bukan lagi pilihan destinasi pelancongan terakhir*.

Melakahariini. Retrieved July 6, 2022, from

<https://www.melakahariini.my/muzium-bukan-lagi-pilihan-destinasi-pelancongan-terakhir/>

Sabri 97, A. (2018, December 5). *BORANG SOAL SELIDIK*. borang soal selidik.

Retrieved July 6, 2022, from

https://www.academia.edu/37916980/BORANG_SOAL_SELIDIK

Welianto, A. (2020, 27 April). *Layang-layang, Permainan Tradisional Indonesia*

Halaman semua - Kompas.com. KOMPAS. Com. Dicapai pada 6 Julai 2022,

dari <https://www.kompas.com/skola/read/2020/04/27/141500069/layang-layang-permainan-tradisional-indonesia?page=all>

Berita BBC Indonesia. (2018, 3 Februari). *Belajar dan bermain di Muzium Layang-*

layang Indonesia. Dicapai pada 6 Julai 2022, dari

<https://www.bbc.com/indonesia/majalah-42928416>

Pengguna, S. (2019, 7 April). *Muzium Wau*. Pelancongan Kelantan. Dicapai pada 6

Julai 2022, dari <http://tourism.kelantan.my/index.php/en/pelancongan/tempat-bersejarah/muzium/muzium-wau>

Hussain, S. A. S. B. (2017, 13 Jun). *Keboleh Pasaran Muzium WAU, Tumpat*. ahli

akademik. Dicapai pada 6 Julai 2022, dari

https://www.academia.edu/33447643/Keboleh_Pasaran_Muzium_WAU_Tumpa
t

- Dapnya Media. (2021, 15 Jun). *Muzium Wau*. dapnyaTV. Dicapai pada 6 Julai 2022, dari <https://dapnyatv.com/listings/muzium-wau/>
- A. (2022a, 6 Julai). *PERMAINAN WAU*. Ceramah Seni Visual. Dicapai pada 6 Julai 2022, dari <http://bicarasenivisual.blogspot.com/2014/09/permainan-wau.html>
- Rentschler, R., & Hede, A. M. (2007). *Pemasaran Muzium*. Butterworth-Heinemann.
- Penyumbang Wikipedia. (2022, 23 Februari). *Muzium*. Wikipedia Melayu, ensiklopedia percuma. Dicapai pada 6 Julai 2022, dari <https://ms.wikipedia.org/wiki/Muzium>
- Penyumbang Wikipedia. (2022b, 20 Jun). *Muzium Layang-layang Indonesia*. Wikipedia Indonesia, ensiklopedia percuma. Dicapai pada 7 Julai 2022, dari https://id.wikipedia.org/wiki/Museum_Layang-Layang_Indonesia
- Penyumbang Wikipedia. (2020, 28 Oktober). *Muzium Kite*. Wikipedia Melayu, ensiklopedia percuma. Dicapai pada 7 Julai 2022, dari https://ms.wikipedia.org/wiki/Muzium_Layang-layang
- Strategi promosi Dalam Pengurusan Muzium Islam sarawak (MIS)*. (n.d.). Retrieved July 16, 2022, from <https://ir.unimas.my/id/eprint/29125/1/STRATEGI%20PROMOSI%20DALAM%20PENGGURUSAN%20MUZIUM%2024pgs.pdf>
- Rentschler, R., & Hede, A.-M. (2011). *Museum Marketing: Competing in the global marketplace*. Routledge.
- User, S. (2019, April 10). *Muzium Wau*. Perbadanan Muzium Negeri Kelantan - Utama. Retrieved January 9, 2023, from <https://muzium.kelantan.gov.my/index.php/ms/muzium3/muzium-wau>

Temubual

Nama : Nordin Bin Che Man

Umur : 57 Tahun

Pekerjaan : Pengawai Muzium

Tempoh Berkhidmat : 1993-2023 (30 Tahun)

Alamat : Muzium Wau Kelantan

BUKU

Richard Sandell, 2007, Museum Managemenet and Marketing 1st Edition



LAMPIRAN

BORANG SOAL SELIDIK

PROJEK PENYELIDIKAN AKHIR

MAKLUMAN KEPADA RESPONDEN:

Soal selidik ini adalah untuk melengkapkan Projek Penyelidikan yang dijalankan oleh pengkaji berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Soal selidik ini dijalankan bagi mendapatkan data berkenaan promosi yang dilakukan oleh pihak muzium di sekitar muzium dan juga pendapat pengunjung berkaitan dengan Muzium Wau Tumpat, Kelantan. Maklumat yang diberikan akan dirahsiakan dan hanya digunakan bagi kegunaan kajian sahaja.

Bahagian A: Data Demografi Responden

Sila tandakan (✓) pada ruangan yang disediakan

1) Jantina

Lelaki Perempuan

2) Umur

18 – 25 tahun 26 – 33 tahun

34 – 40 tahun 40 tahun ke atas

4) Bangsa

Melayu Cina

India

Lain-lain

3) Pekerjaan

Kerajaan	<input type="checkbox"/>	Swasta	<input type="checkbox"/>
Sendiri	<input type="checkbox"/>	Tidak bekerja	<input type="checkbox"/>
Pelajar	<input type="checkbox"/>		

Strategik promosi semasa yang dilakukan oleh Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

Berdasarkan pada kenyataan yang diberikan, jawab item-item berikut dengan jujur dan telus. Baca dengan teliti setiap kenyataan. Pilih satu jawapan dengan menandakan (✓) dalam ruang berkenaan berdasarkan skala yang berikut.

Skala: 1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Kurang setuju

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Bahagian B – Promosi semasa Muzium Wau

Tunjukkan tanggapan anda dengan setiap pernyataan dengan menggunakan skala jenis Likert 5-point di bawah. Sila tandakan (√) pada nombor yang terbaik untuk anda. Harap anda jujur dalam menjawab.

Kenyataan	1	2	3	4	5
1. Pengunjung mengetahui tentang muzium dari perkongsian di media sosial seperti Facebook, Instagram dan tiktok.					
2. Pengunjung mengetahui tentang muzium melalui iklan televisyen.					
3. Pengunjung tertarik dengan promosi yang dijalankan oleh pihak muzium.					
4. Pengunjung mengenali muzium melalui iklan yang dipaparkan di papan iklan.					
5. Pengunjung mengetahui muzium melalui laman web rasmi muzium.					
6. Pengunjung tertarik dengan aktiviti yang dijalankan oleh muzium.					
7. Pengunjung mendapat maklumat tentang muzium daripada hebahan orang ramai.					
8. Pengunjung mengenali muzium melalui program yang dijalankan oleh pihak muzium.					

9.Pengunjung mengenali muzium melalui kempen yang dijalankan oleh pihak muzium.					
10.Pengunjung mendapat maklumat muzium wau daripada Perbadanan Muzium Negeri Kelantan.					

Bahagian C – Keistimewaan Muzium Wau

Tunjukkan tanggapan anda dengan setiap pernyataan dengan menggunakan skala jenis Likert 5-point di bawah. Sila tandakan (√) pada nombor yang terbaik untuk anda. Harap jujur dalam menjawab anda.

Kenyataan	1	2	3	4	5
1.Kedudukan muzium yang strategik iaitu berdekatan dengan Pantai Sri Tujoh.					
2.Pameran yang menarik perhatian pengunjung.					
3.Muzium menyediakan kedai cenderahati.					
4.Bangunan muzium yang menunjukkan nilai kesenian seperti mural di dinding muzium.					
5.Aktiviti yang dianjurkan oleh pihak muzium menarik minat pengunjung seperti belajar membuat wau.					
6.Persekitaran muzium yang menarik perhatian pengunjung seperti berada di kawasan pelancongan.					
7.Pameran yang memberikan pengetahuan baru.					

8.Maklumat pameran membantu pelancong luar mengetahui jenis pameran.					
9.Mempunyai pameran Wau dari luar negara.					
10.Persekitaran muzium yang terjaga.					

Mengenalpasti ciri-ciri tarikan pelancong yang terdapat di Muzium Wau Tumpat, Kelantan.

SOALAN TEMUBUAL

1. Apakah aktiviti yang disediakan oleh pihak muzium untuk menarik perhatian pengunjung?
2. Bagaimanakah pihak muzium mendapatkan koleksi pameran yang terdapat di muzium ini?
3. Berapakah jenis wau yang terdapat di muzium ini?
4. Apakah jenis pameran wau yang terkenal dan menarik perhatian pengunjung di muzium ini?
5. Adakah pertandingan wau yang dianjurkan mendapat sambutan daripada masyarakat?
6. Jenis pameran yang mendapat sambutan yang banyak?
7. Kebanyakan pengunjung datang dari mana?
8. Corak yang popular digunakan dalam wau tempatan?
9. Adakah pameran wau di muzium ini dipromosikan di mana-mana tempat?
10. Jenis pengunjung yang paling ramai datang ke muzium?

KAJIAN LAPANGAN



Temubual Bersama Pegawai Muzium



Gambar Bersama Pegawai Muzium



Pengkaji Membuat Pemerhatian