



UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

**PENGHASILAN VIDEO KORPORAT TEASER WEBINAR
DALAM MEMPROMOSIKAN CENTRE FOR
ENGINEERING EDUCATION (CEE) KEPADA ORANG
AWAM MELALUI YOUTUBE**

**MUHAMMAD SYAFIQ BIN ROHAIZAT
C17A0144**

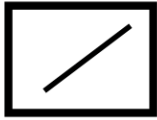
Tesis ini dikemukakan untuk memenuhi sebahagian Daripada syarat memperolehi Ijazah Sarjana Muda Teknologi Kreatif dengan Kepujian (Multimedia)

**FAKULTI TEKNOLOGI KREATIF DAN WARISAN
UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN**

2021

PERAKUAN 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.



TERBUKA

Saya bersetuju bahawa tesis boleh didapati sebagai naskah keras atau akses terbuka dalam talian (teks penuh)



SULIT

(Mengandungi maklumat sulit di bawah Akta Rahsia Rasmi 1972)*



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 salinan tujuan pengajian sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan tesis ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian.

Syafiq Rehaizat

(Tanda tangan pelajar)

Tarikh : 24/6/2021

Disahkan oleh:

(Tanda tangan penyelia)

PROF MADYA Ts. Dr. KHAIRUL AZHAR BIN MAT DAUD
TIMBALAN DEKAN (AKADEMIK & PEMBANGUNAN PELAJAR)
FAKULTI TEKNOLOGI KREATIF DAN WARISAN
UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN
16300 BACHOK, KELANTAN

26 JUN 2021

Nota* Sekiranya Tesis ini adalah SULIT atau TERHAD, sila kekilkan bersama surat Daripada organisasi dengan menyatakan tempoh dan sebab kerahsiaan dan sekatan

PENGHARGAAN

Bismillahirrohmanirrohim, terlebih dahulu saya ingin mengucapkan syukur Alhamdulillah ke hadrat Allah S.W.T., kerana di atas limpah dan kurniaNya, maka dapatlah saya menyiapkan tesis ini dengan jayanya walaupun menempuhi pelbagai dugaan dan rintangan. Alhamdulillah.

Di kesempatan ini, saya ingin mengucapkan jutaan terima kasih yang tidak terhingga kepada Prof. Madya Ts. Dr. Khairul Azhar Bin Mat Daud, selaku penyelia saya di atas kesabaran, nasihat, sokongan, dan bimbingan yang diberikan telah banyak membantu kepada kejayaan dalam penghasilan tesis ini. Segala bantuan, strategi, semangat dan kebijaksanaan beliau telah banyak membantu saya dalam penghasilan tesis ini. Tidak dilupakan kepada barisan pensyarah di Fakulti Teknologi Kreatif dan Warisan, Universiti Malaysia Kelantan yang sudi berkongsi ilmu berkaitan dengan penyelidikan yang dijalankan.

Terima kasih kepada pihak dari Centre For Engineering Education (CEE) kerana telah banyak membantu khususnya kepada penyelia Industri saya iaitu Ybrs Prof. Dr. Khairiyah binti Mohd Yusof dalam menyalurkan maklumat berkaitan dengan produk pembagunan projek penyelidikan penghasilan video korporat teaser webinar CEE. Tidak lupa juga kakitangan – kakitangan Centre For Engineering Education (CEE) dalam membantu menyampaikan maklumat serta informasi dalam menghasilkan projek penyelidikan ini. Jutaan terima kasih juga kepada kedua-dua ibu bapa yang dikasihi, Encik Rohaizat Bin Hassan dan Puan Fadilah binti Che Ibrahim yang sentiasa memberi doa, dorongan, peringatan, bantuan dan panduan hidup yang amat saya perlukan sehingga tesis ini dapat disempurnakan dengan jayanya. Segala pengorbanan yang telah dilakukan amat saya sanjungi dan akan saya ingati.

Akhir kata, ucapan terima kasih juga kepada semua yang terlibat secara langsung mahupun tidak langsung dalam memberikan sumbangan cadangan dan bantuan dalam menyiapkan tesis ini. Semoga penyelidikan dan tesis ini dapat dijadikan wadah ilmu yang berguna untuk tatapan generasi akan datang.



ISI KANDUNGAN

	HALAMAN
PERAKUAN TESIS	I
PENGHARGAAN	I
ISI KANDUNGAN	IV
SENARAI RAJAH	X
SENARAI JADUAL	XIV
SENARAI SINGKATAN	XV
SENARAI SIMBOL	XIV
ABSTRAK	XVII
ABSTRACT	XVIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.0 PENGENALAN	1
1.1 LATAR BELAKANG KAJIAN	3
1.2 PERMASALAHAN KAJIAN	10

1.3 OBJEKTIF KAJIAN	12
1.4 PERSOALAN KAJIAN	12
1.5 SKOP KAJIAN	12
1.6 KEPENTINGAN KAJIAN	13
1.7 KESIMPULAN	16
BAB II KAJIAN LITERATUR	17
2.0 PENGENALAN	17
2.1 VIDEO	17
2.2 WEBINAR	19
2.2.1 Kepentingan dan keperluan webinar	20
2.2.2 Penerimaan dan keberkesanan webinar	24
2.3 MEDIA PROMOSI	25
2.4 MULTIMEDIA	26
2.5 MEDIA MASSA	27
2.5.1 Kepentingan dan keperluan youtube	28
2.5.2 Penerimaan dan keberkesanan youtube.	31
2.6 KESIMPULAN	34
BAB III METODOLOGI KAJIAN	35

3.0 PENGENALAN	35
3.1 PENDEKATAN KAJIAN	35
3.2 REKABENTUK KAJIAN	37
3.3 KAEDAH PENGUMPULAN DATA	39
3.4 INSTRUMEN KAJIAN	42
3.5 PERSAMPELAN KAJIAN	45
3.6 ANALISIS DATA	46
3.7 KERANGKA PENYELIDIKAN	47
3.7.1 Model ASSURE	49
3.7.2 Model Penerimaan Teknologi (<i>Theory Acceptance Model -TAM</i>)	51
3.7.3 Teoritikal dan konseptual kajian	52
3.8 KESIMPULAN	55
BAB IV PEMBAGUNAN VIDEO TEASER	56
4.0 PENGENALAN	56
4.1 ANALISIS DOKUMEN MENGENAI <i>TEASER VIDEO</i>	57
4.1.1 Pengenalan	57
4.1.2 Tujuan <i>teaser</i>	58
4.1.3 Ciri-ciri <i>teaser</i>	58

4.1.4 Format dan penggunaan iklan teaser.	58
4.1.5 Jenis – jenis kandungan <i>video teaser</i>	60
4.1.5.1 <i>Slide Photo</i> teaser	61
4.1.5.2 Cinematic teaser	61
4.1.5.3 Motion graphic teaser	62
4.1.5.4 Product teaser	63
4.1.5.5 Live video teaser	64
4.1.5.6 interview teaser	65
4.1.6 perancangan idea projek	65
4.1.7 Kesimpulan	67
4.2 PROSES PEMBANGUNAN VIDEO KORPERAT TEASER SIRI WEBINAR CEE, UTM.	68
4.2.1 Pra-Produksi	68
4.2.1.1 Brainstorming	68
4.2.1.2 Konsep Video	69
4.2.1.3 Peta minda	69
4.2.1.4 Storyboard (Jalan Cerita)	70
4.2.1.5 Perisian Yang Digunakan Dalam Projek.	75
4.2.1 Produksi	77
4.2.1.1 Mengumpulkan sumber video	77
4.2.1.2 Penyediaan <i>Raw material</i> video	78
4.2.2 Pasca produksi	81

4.2.2.1 Memotong <i>clip</i> webinar	82
4.2.2.2 Meletakkan audio	84
4.2.2.3 Meletakkan Animasi	85
4.2.2.4 Rendering video	86
4.2.2.5 Proses penilaian dan penelitian	87
4.2.2.6 Proses penambahbaikan video	88
4.3 KESIMPULAN	89
BAB V ANALISIS DAN PERBINCANGAN	90
5.0 PENGENALAN	90
5.1 ANALISIS RESPONDEN	91
5.1.1 Analisis Soal Selidik	91
5.1.1.1 Analisa bahagian A (demografi responden)	92
5.1.1.2 Analisa soal selidik bahagian B (Tingkhilaku pengguna terhadap video siri webinar CEE)	95
5.1.1.3 Analisa soal selidik bagi tahap penggunaan penonton terhadap video siri webinar CEE	97
5.1.1.4 Analisa soal selidik bagi tahap Kemudahan / senang penonton menonton video siri webinar CEE.	100
5.1.1.5 Analisa soal selidik Tahap gaya penyampaian video terhadap pengguna.	103
5.1.2 Analisis Temubual	106

5.2 PERBINCANGAN	111
5.3 KESIMPULAN	113
BAB VI CADANGAN DAN KESIMPULAN	114
6.0 CADANGAN	114
6.0.1 Memanfaatkan Media Sosial Yang Ada Untuk Terus Melakukan Promosi Dan Penjenamaan.	114
6.0.2 Video Korporat Teaser Webinar	116
6.0.3 Mempelbagaikan Kandungan Media Digital	117
6.0.4 Menambahbaik kualiti dengan mendengar maklum balas pelanggan.	119
6.1 KESIMPULAN	120
RUJUKAN	121
LAMPIRAN.	125

No	SENARAI RAJAH	HALAMAN
Rajah 1.1	Gambar logo rasmi CEE	3
Rajah 1.2	Infografik CEE di mata dunia	5
Rajah 1.3	Gambar Buku I-PHEX 2018 yang telah diterbitkan	8
Rajah 3.1	Carta aliran proses-proses dalam penyelidikan	47
Rajah 3.2	Carta Alliran proses penyelidikan mengenai Penghasilan video korporat teaser webinar dalam Mempromosikan CEE kepada orang awam melalui Youtube.	48
Rajah 3.3	Carta Aliran Model ASSURE	49
Rajah 3.4	Carta Aliran Model penerimaan Teknologi (TAM)	52
Rajah 3.5	Carta Aliran Proses Susunan Teoritikal dan konseptual kajian	54
Rajah 4.1	Contoh Slide photo teaser	61
Rajah 4.2	Cinematic teaser	62
Rajah 4.3	Motion grapghic teaser	62
Rajah 4.4	Product teaser	63

Rajah 4.5	Live video teaser	64
Rajah 4.6	Interview teaser	65
Rajah 4.7	Peta minda projek video teaser	70
Rajah 4.8	Storyboard Keseluruhan bagi projek video teaser	71
Rajah 4.9	Storyboard video contoh projek teaser 1 bahagian 1: How To Integrate Sustainable Development Goals (SDGs) in Higher Education Curricula	71
Rajah 4.10	Storyboard video projek teaser 1 bahagian 2: How To Integrate Sustainable Development Goals (SDGs) in Higher Education Curricula	72
Rajah 4.11	Storyboard video projek teaser 2 bahagian 1: How To Get Online Students Actively Engaged	72
Rajah 4.12	Storyboard video projek teaser 2 bahagian 2: How To Get Online Students Actively Engaged	73
Rajah 4.13	Storyboard video projek teaser 3 bahagian 1: Implementing Change In Engineering Education: Experience Of The Ucl Integrated Engineering Program	73

Rajah 4.14	Storyboard video projek teaser 3 bahagian 2: Implementing Change In Engineering Education: Experience Of The Ucl Integrated Engineering Program	74
Rajah 4.15	Logo filmora	75
Rajah 4.16	Logo After Effects	75
Rajah 4.17	Logo Adobe Stock	76
Rajah 4.18	Logo Behance	77
Rajah 4.19	Proses mengumpulkan sumber video	78
Rajah 4.20	Penghasilan video Logo CEE	79
Rajah 4.21	Penghasilan latar belakang motion graphic	80
Rajah 4.22	Penghasilan latar belakang motion graphic	80
Rajah 4.23	Proses – proses memasukkan bahan video	82
Rajah 4.24	proses memotong clip video webinar	83
Rajah 4.25	proses memasukkan teks	83
Rajah 4.26	proses meletakkan audio	84
Rajah 4.27	proses memasukkan animasi	85
Rajah 4.28	proses menetapkan video size	87
Rajah 4.29	proses rendering video	87

Rajah 5.1	Carta pai bagi demografi responden bagi jantina	92
Rajah 5.2	Carta pai demografi responden bagi umur	92
Rajah 5.3	Carta pai demografi responden bagi bangsa	93
Rajah 5.4	Carta pai demografi responden bagi rantau (Region)	94
Rajah 5.5	Graf bar Analisis soalan bagi Apakah reaksi anda apabila menonton salah satu video siri webinar (CEE)?	95
Rajah 5.6	Graf bar analisis soalan bagi apakah anda fahami apabila menonton salah satu video webinar CEE tersebut?	96
Rajah 5.7	Graf bar analisis soalan bagi apakah tujuan anda melihat salah satu video siri webinar CEE ini?	97
Rajah 5.8	Graf bar analisis soalan bagi dalam sehari atau dalam seminggu atau dalam sebulan berapa kalikah anda menonton salah satu video siri webinar CEE?	98
Rajah 5.9	Graf bar analisis soalan pernahkah anda berkongsi video siri webinar CEE ini kepada orang lain?	99
Rajah 5.10	Graf bar analisis soal selidik bagi tahap kemudahan / senang penonton menonton video siri webinar CEE	100
Rajah 5.11	Graf bar analisis soal selidik bagi tahap gaya penyampaian video terhadap pengguna	103

SENARAI JADUAL		HALAMAN
No		
3.1	Kaedah Instrumen Kajian	42
5.1	Analisis temubual berdasarkan kod berkaitan Mengenalpasti pengisian maklumat yang ringkas serta berinfomatif untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut	106

SENARAI SIMBOL

% Peratus

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

SENARAI SINGKATAN

CEE	Centre for Engineering Education
UMK	Universiti Malaysia Kelantan
UTM	Universiti Teknologi Malaysia
PHD	Doctor of Philosophy
MPHIL	Master of Philosophy
COE	Centre of Excellence
ICT	Information and communications technology
KEAA	Kegiatan Alam Sekitar Kyoto
RCEE	Regional Conference in Engineering Education
I-PHEX	International Innovative Practices in Higher Education
IRSPBL	International Research Symposium on PBL
PBL	Problem Based Learning
STEM	science, technology, engineering, and mathematics
SEEM	Society of Engineering Education Malaysia
IR 4.0	Industrial Revolution 4.0

SKMM	Suruhanjaya Komunikasi dan Maklumat Malaysia
WEEF	World Engineering Education
IFEES	International Federation of Engineering Education
GEC	Global Entrepreneurship Challenge
GSF	Global Student Forum
OBE	Outcome based Learning
REEN	Research in engineering Education Network
REES	Research in Engineering Education Symposium
RHED	Research in Higher Engineering Education
ICTLHE	International Conference on Teaching & Learning in Higher Education
PKP	Perintah Kawalan Pergerakan
CTR	Computer Technology Research
TAM	Technology Acceptance Model
COVID-19	Coronavirus Disease 2019

**PENGHASILAN VIDEO KORPORAT TEASER WEBINAR DALAM
MEMPROMOSIKAN CENTRE FOR ENGINEERING EDUCATION (CEE) KEPADA
ORANG AWAM MELALUI YOUTUBE.**

Abstrak

Kajian ini dijalankan adalah bertujuan untuk menghasilkan sebuah produk pembangunan Multimedia iaitu penghasilan video korporat teaser webinar dalam mempromosikan *Centre For Engineering Education* (CEE) kepada orang awam melalui youtube. Kajian ini juga akan lebih tertumpu kepada mengenalpasti faktor kurangnya tontonan video webinar yang telah disediakan di dalam saluran youtube CEE. Penyelidikan ini juga lebih tertumpu kepada Mengenalpasti trend terkini dalam menghasilkan sebuah video teaser yang berupaya untuk menarik penonton melihat video webinar yang telah disediakan Dan Mengenalpasti pengisian maklumat yang ringkas serta berinfomatif untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut. Hasil daripada kajian ini menyumbang kepada sebuah model pembangunan video teaser webinar yang mampu menyumbang kepada kepentingan kepada pihak CEE. Hal ini kerana ilmu yang bermfaat harus disebarikan walaupun dengan pelbagai cara kerana ilmu itu dapat memberikan manfaat kepada orang lain.

Kata Kunci: Penghasilan, Video, Korporat, Teaser, Webinar, Promosi, *Centre For Engineering Education* (CEE), *Youtube*.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

CORPORATE VIDEO PRODUCTION TEASER WEBINAR IN PROMOTING CENTER FOR ENGINEERING EDUCATION (CEE) TO THE PUBLIC THROUGH YOUTUBE.

Abstract

This study is conducted to produce a Multimedia development product that is the production of corporate video teaser webinar in promoting Center For Engineering Education (CEE) to the public through youtube. This research is also more focused on Identifying the latest trends in producing a teaser video that is able to attract viewers to see the webinar video that has been prepared And Identify the filling of simple and informative information to be placed in the teaser video. The results of this study contribute to a video teaser webinar development model that is able to contribute to the interests of the CEE. This is because useful knowledge must be disseminated even in various ways because that knowledge can benefit others.

Keywords: Revenue, Video, Corporate, Teaser, Webinar, Promotion, Center For Engineering Education (CEE), Youtube.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.0 PENGENALAN

Pada era kemajuan teknologi canggih, perkembangan dan limpahan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) semakin pesat. Perubahan masa yang berlaku ini telah menggalakkan orang ramai untuk sentiasa membangun. Perkembangan teknologi komputer menjadi perkara yang sangat biasa pada ketika ini. Komputer adalah bukti perkembangan Teknologi. Hampir setiap bidang kehidupan telah menggunakan komputer sebagai alat kerja, bidang pendidikan, kerajaan, perniagaan dan juga dalam organisasi. Strategi diperlukan bagi terus maju dan berkembang, salah satunya adalah penggunaan sistem maklumat. Penggunaan sistem maklumat yang betul tentu akan menghasilkan keberkesanan dan kecekapan dalam dunia menjalankan organisasi.

Selain itu, perkembangan Teknologi maklumat dan komunikasi mempunyai bidang yang luas dan salah satunya teknologi maklumat seperti Media digital. Media digital merupakan salah satu bentuk penyampaian daripada media massa yang mana merupakan salah satu bentuk gabungan pelbagai media dan dihantar kepada pengguna melalui komunikasi massa dengan bantuan capaian internet. Antara contoh media digital

iaitu video digital, audio digital. dan kandungan digital lain yang boleh dicipta, dirujuk dan diedarkan melalui mesin pemprosesan maklumat digital dengan menggunakan media elektronik. Hal ini menjadikan penyampaian maklumat dapat dilakukan dengan lebih cepat dan berinteraktif kepada pengguna.

Malahan, penggunaan media digital seperti video banyak digunakan dalam menyampaikan pelbagai informasi serta maklumat kepada pengguna. Statistik video menyatakan bahawa menjelang 2020 akan ada hampir 1 juta minit video melintasi internet sesaat (Cisco) dan 6 daripada 10 orang lebih suka menonton video dalam talian daripada televisyen. (Google). Hal ini membuktikan video sememangnya komunikasi yang paling berkesan dalam penyampaian maklumat.

Manakala, di Malaysia juga tidak terlepas menggunakan video sebagai penyampaian maklumat dengan pelbagai Teknik yang berkesan. Statistik penggunaan internet daripada Suruhanjaya komunikasi Malaysia (SKMM) pada tahun 2018 yang dikeluarkan mendapati bahawa penggunaan media bagi aktiviti menonton video di media youtube iaitu 48.3% daripada statistik keseluruhan sebanyak 24.6 Million. Hal ini menunjukkan penggunaan media youtube amat sesuai untuk mempromosikan sesuatu organisasi kepada orang awam.

Di Cee juga tidak terlepas menggunakan teknologi video melalui saluran youtube sebagai langkah mereka dalam mencapai objektif mereka dan langkah sebegini merupakan keadah pemasaran yang berkesan kepada orang awam. Tujuan pengkaji adalah melakukan kajian mengenai penghasilan video korporat teaser webinar Dalam mempromosikan Centre For Engineering Education (CEE) kepada orang awam melalui youtube. Namun, Video webinar yang sedia ada tidak mencapai dari sudut jumlah lawatan serta tontonan yang sedikit dan pengkaji merasakan video teaser dapat diletakkan di

dalam saluran youtube CEE supaya dapat menarik perhatian penonton untuk melihat lebih mendalam video-video webinar yang disediakan.

1.1 LATAR BELAKANG KAJIAN

1.1.1 Centre for engineering education (cee)



Rajah 1.1: logo Rasmi CEE

Sumber: Pengkaji 2021

Centre for Engineering Education (CEE) mula ditubuhkan pada tahun 2010 yang lebih dikenali sebagai COE (Centre Of Excellence) di UTM. Dengan adanya penubuhan CEE mampu memberikan impak yang positif iaitu dapat meningkatkan dan memajukan kualiti Pendidikan kejuruteraan di semua peringkat dari sekolah sehingga ke peringkat university ke industry. CEE adalah universiti yang diterajui Universti Teknologi Malaysia (UTM) yang pertama di Asia dengan menawarkan PhD berkaitan Pendidikan kejuruteraan sejak tahun 2007 dengan sokongan beberapa universiti dari Amerika syarikat dan Denmark.

Malahan, sebagai Centre of Excellence (COE) CEE memberi pembelajaran yang kondusif kepada pelajarnya untuk mengembangkan pengetahuan dari aspek penyelidikan dan amalan ilmiah. Sokongan yang tinggi juga diberikan oleh pihak CEE antaranya bermula dari pakar antarabangsa dalam pendidikan kejuruteraan, geran penyelidikan, penyelia yang berpengalaman, pengalaman penerbitan, rangkaian, rakan pemenang anugerah, budaya penyelidikan yang sangat baik, dan

persidangan antarabangsa. CEE juga telah memperoleh lebih daripada 20 graduan PhD dan 2 MPhil dalam Pendidikan Kejuruteraan.

Tidak dinafikan CEE mempunyai rakan dari pelbagai latar belakang kejuruteraan, sains dan sains sosial (Pendidikan & Bahasa). Oleh kerana bidang kejuruteraan adalah salah satu bidang pengajian yang sangat meluas, memerlukan penelitian, pemikiran yang tinggi atau lebih kepada interdisipliner. sinergi antara pakar dari pelbagai bidang adalah kekuatan dalam CEE UTM. Fokus penyelidikan CEE merangkumi pembelajaran berpusatkan pelajar (pembelajaran berasaskan masalah, pembelajaran koperatif), pembelajaran perkhidmatan, epistemologi, pengembangan fakulti, pendidikan STEM, ESD, pemikiran reka bentuk, OBE, pengalaman tahun pertama, refleksi dan penilaian dalam pendidikan kejuruteraan.

CEE juga telah membuktikan sejak penubuhannya telah memberikan impak besar di dalam ilmu kejuruteraan Antaranya mamklumat serta fakta yang boleh dijadikan perbualan yang menarik iaitu CEE juga secara aktif mengadakan latihan dan bengkel untuk pensyarah universiti dan guru STEM sekolah. Untuk pengetahuan umum, CEE telah melatih lebih daripada 4000 pensyarah dari 15 negara di Asia, Eropah, Afrika dan Amerika Selatan. Selain itu, CEE juga dilantik oleh Kementerian Pengajian Tinggi, Afghanistan bagi melatih para pensyarahnya di OBE dan SCL di bawah satu projek untuk memodenkan pendidikan tinggi yang dibiayai oleh Bank Dunia.

Di samping itu, Dalam projek yang dibiayai oleh JICA dengan kerjasama Persatuan Kegiatan Alam Sekitar Kyoto (KEAA) dan Dewan Bandaraya Kyoto, Jepun, Johor adalah negeri pertama di Malaysia yang mempunyai guru mereka yang melaksanakan PBL untuk belajar Persatuan Karbon Rendah di sekolah menengah

di mana para guru dilatih dan diawasi oleh pakar CEE sejak 2016. Beberapa modul latihan dikembangkan dari penyelidikan, didaftarkan dengan hak cipta dan dikomersialkan serta dilesenkan kepada pelbagai organisasi dan individu serta ia meliputi dalam dam luar negara .Hal ini jelas membuktikan sedikit sebanyak antara kejayaan telah dicapai oleh pihak CEE dalam usaha menjadikan CEE sebuah organisasi yang tersohor di saentaro dunia.

Oleh itu, tidak hairanlah jika UTM telah mencipta nama ke peringkat global. Pelbagai kejayaan atau pencapaian yang tinggi telah dicapai oleh pihak CEE, justeru, usaha ini perlu diteruskan supaya ia dapat diterokai ilmu – ilmu baru berkaitan kejuruteraan awam.



Rajah 1.2: infografik CEE di Mata Dunia.

Sumber: Laman Web Rasmi Centre for Engineering

Education (Cee)

Sumber: Pengkaji 2021

1.1.2 Persidangan

Penubuhan CEE sememangnya memberikan banyak peluang baru dalam mencari ilmu baru berkaitan kejuruteraan. Banyak persidangan- persidangan bertaraf antarabangsa telah dijalankan sepanjang penubuhannya. Pada awal penubuhannya CEE telah menganjurkan satu siri persidangan sejak tahun 2005. Persidangan Pendidikan kejuruteraan pada ketika itu merupakan persidangan pertama yang diadakan dan ia diperbaharui dengan penjenamaan baru iaitu Persidangan Serantau mengenai Pendidikan Kejuruteraan (RCEE).

International Innovative Practices in Higher Education (I-PHEX) adalah Pameran Expo antarabangsa telah dianjurkan oleh pihak CEE di mana mengumpulkan kelompok ahli akademik dalam Pendidikan tinggi di seluruh dunia untuk berkongsi dan mempamerkan amalan inovatif untuk meningkatkan Pendidikan tinggi. Oleh kerana kesan yang memberangsangkan ia diadakan setiap tahun sejak tahun 2014.

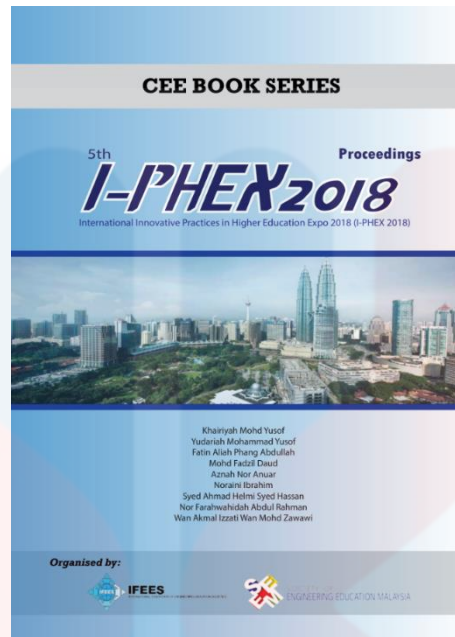
Selain itu, dengan kejayaan yang diperoleh daripada penganjuran persidangan RCEE & I-PHEX, pihak CEE diberikan hak istimewa untuk mengadakan persidangan lain antaranya *International Research Symposium on PBL (IRSPBL)*, *Research in Engineering Education Symposium (REES)*, *Research in Higher Education (RHED)*, *International Conference on Teaching & Learning in Higher Education (ICTLHE)* dan *Learning and Teaching in Computing and Engineering (LaTiCE)* oleh pelbagai organisasi terkenal seperti *International Federation of Engineering Education Societies (IFEES)*, *Society for Engineering Education Malaysia (SEEM)*, *Research in Engineering Education Network*

(REEN). CEE juga telah bekerjasama dengan syarikat dan organisasi seperti IEM, Petrosains, AKEPT, dan banyak lagi dalam menganjurkan persidangan ini.

Antara kejayaan yang terbesar yang diperoleh oleh pihak CEE adalah diberi penghormatan untuk menjadi tuan rumah *World Engineering Education Forum* (WEEF 2017) oleh *International Federation of Engineering Education Societies* (IFEES). Sempena WEEF 2017, terdapat juga acara lain yang diadakan Bersama. Mereka adalah *7th Regional Conference on Engineering Education & Research in Higher Education 2017* (RCEE & RHED 2017), *1st International STEAM Education Conference* (STEAMEC 2017), *4th Innovative Practices in Higher Education Expo 2017* (IPHEX 2017), *Global Student Forum* (GSF), dan *Global Entrepreneurship Challenge* (GEC).

1.1.3 I-Phex (Ekspo)

International Innovative Practices in Higher Education (I-PHEX) adalah Pameran Expo antarabangsa telah dianjurkan oleh pihak CEE sejak tahun 2014 dan ia diteruskan dari tahun ke tahun sehingga kini. Penganjuran I PHEX ini bertujuan mengumpul segala kajian penyelidikan berkaitan ilmu kejuruteraan di antara institut pengajian tinggi Ahli akademik dari seluruh dunia dijemput bagi menyampaikan kajian ilmiannya untuk dihantar kepada Pihak CEE dan diterbitkan di dalam buku. Setiap ahli diberikan syarat tertentu dan tajuk yang berkaitan sahaja boleh dibincangkan berkaitan ilmu kejuruteraan. Peserta yang menyertai perlu menyiapkan kertas kajian dan menghantar pada Tarikh yang telah dikeluarkan oleh pihak CEE. Setiap penyertaan perlu dibayar untuk sesiapa yang ingin menyertai I-PHEX.



Rajah 1.3: buku I-PHEX 2018 yang telah diterbitkan
Sumber: Laman Web Rasmi Centre for Engineering Education (Cee)

Maka, dengan adanya I-IPHEX kita dapat lihat ilmu berkaitan kejuruteraan adalah banyak untuk dipelajari dan difahami. Hasil daripada pengumpulan kertas penyelidikan dan setiap orang mempunyai idea atau *theory* yang agak menarik serta logik di akal fikiran. Hal ini menyumbang CEE begitu komited dalam menggerudi atau menerajui ilmu bidang kejuteraan dalam usaha membawa nama UTM ke peringkat global dan dikenali oleh dunia.

1.1.4 Latihan

Sebagai *centre of excellence* (COE), kemudahan Latihan merupakan salah satu keadah dalam menyampaikan ilmu yang dengan lebih jelas. Latihan

merupakan salah satu instrumen yang mana kita dapat mengembangkan bakat dan pengetahuan mengenai ilmu yang dipelajari.

Latihan juga turut dapat meningkatkan pengetahuan serta kemahiran pada tahap yang optimum. Hal ini kerana ia merupakan sebuah keadah terbaik dalam perlaksanaanya bagi sesebuah organisasi.

Di CEE pelbagai telah menyediakan latihan dalam memastikan orang luar dapat mempelajari ilmu dan dapat memanfaatkannya. Antara Latihan yang disediakan adalah seperti sesi perkongsian ilmu melalui link webinar di mana sesi dilakukan secara siaran langsung atau dirakam. Oleh itu, orang yang ingin mengetahui tentang ilmu disampaikan boleh mengikuti sesi webinar yang telah dirakamkan. Pelbagai tajuk - tajuk yang menarik dibincangkan serta sesi soal jawab juga diadakan.

Disamping itu, CEE turut mengadakan sesi bengkel berkaitan penyelidikan berkaitan kejuruteraan iaitu *Rigorous Research in STEM and Engineering Education Workshop Series*. Dalam era *Industrial Revolution 4.0 (IR4.0)* banyak cabaran baru yang akan mendatang dan setiap teknologi perlu diinovasikan memandangkan perubahan dari zaman ke zaman yang semakin canggih. Di dalam bidang kejuruteraan juga memerlukan inovasi dalam mencipta idea yang baru yang lebih canggih. Walaupun ramai dikalangan pendidikan kejuruteraan dan STEM adalah pakar dalam pengetahuan banyak lagi ilmu yang kurang mahir dalam bidang penyelidikan. Justeru bengkel merupakan salah satu cara permulaan bagi mengumpul para pengamal teknologi serta pendidik dalam bidang kejuruteraan bagi memulakan perjalanan ke arah melakukan penyelidikan yang lebih bermakna, ilmiah dan ketat dalam bidang kejuruteraan dan umumnya pendidikan STEM.

1.2 PERMASALAHAN KAJIAN

Langkah pemasaran adalah salah satu cara di mana kita boleh meluaskan perniagaan yang dijalankan. Hal ini kerana dapat memperkukuhkan perniagaan supaya dapat terus bersaing di dalam industri. Terdapat pelbagai langkah pemasaran yang kita boleh lihat seperti promosi, harga, produk, tempat, orang dan fizikal. Salah satu contoh kita dapat lihat daripada keadah promosi. Promosi lebih merujuk kepada sebuah aktiviti yang diusahakan bagi meningkatkan kesedaran atau keberadaan jenama atau produk kepada orang awam dan salah satunya adalah bagi menarik orang awam supaya dikenali. Malah, Untuk mempromosikan kepada orang awam adalah satu cabaran yang besar.

Di dalam promosi terdapat pelbagai strategi yang boleh dilakukan iaitu melalui pengiklanan. Keadah pengiklanan lebih kepada Teknik untuk menarik perhatian umum dengan menggunakan mesej bergrafik. Salah satu objektif utama yang kita dapat lihat daripada pengiklanan ini adalah untuk membina imej penjenamaan dan meningkatkan jualan. Contoh yang kita dapat lihat iaitu aktiviti pengiklanan. Dengan cara sebegini mereka akan meyalurkan melalui saluran seperti surat khabar, radio, televisyen, media sosial, laman web, video dan sebagainya.

Menurut John Dewey (2010) berpendapat bahawa permasalahan merupakan salah satu pengaruh yang sangat besar kepada dunia penyelidikan. Terdapat beberapa permasalahan kajian berkaitan yang akan dibincangkan oleh pengkaji iaitu kurangnya lawatan serta tontonan dari penonton mengenai video yang telah disediakan di dalam saluran youtube CEE. Jika kita lihat kebanyakan lawatan penonton untuk setiap video seperti video webinar yang disediakan oleh pihak CEE tidak mencapai jangkauan penonton yang dianggarkan. Malah hanya beberapa video webinar sahaja yang mencapai jumlah yang tinggi.

Selain itu, Permasalahan lain yang pengkaji dapati iaitu Tiada video pendedahan atau teaser berkenaan webinar yang sedia ada kepada penonton. Contoh yang dapat dikeluarkan iaitu setiap filem atau *production* untuk mengeluarkan produk mereka atau ingin menjual filem mereka, perkara penting yang mereka lakukan adalah melakukan video trailer atau teaser yang bertujuan untuk menarik penonton atau memancing penonton supaya tidak sabar untuk melihat dan menjadikan jumlah tontonan mencecah berjuta – juta tontonan. Berbalik kepada persoalan dengan ketiadaan video teaser untuk setiap video webinar menjadikan penonton tidak tahu tentang video webinar tersebut dan durasi yang Panjang menjadikan penonton tidak membuka video tersebut atau hanya melihat dengan sepintas lalu sahaja. Hal Ini kita dapat lihat apabila tiada video promosi atau teaser merupakan faktor penting jumlah video tontonan yang sedikit kerana tiada daya penarik kepada penonton serta ilmu yang bermanfaat tidak diterima oleh orang awam.

Akhir sekali, antara permasalahan yang pengkaji dapati iaitu video webinar yang disediakan terlalu padat isinya serta bercampur aduk dengan maklumat lain. Video yang panjang seperti webinar atau ceramah sememangnya banyak isi dan maklumat disampaikan. Di dalam video webinar CEE pelbagai maklumat serta isi yang disampaikan dengan mengupas tajuk-tajuk yang lebih mendalam. Sesetengah penonton menganggap maklumat yang bercampur atau terlalu padat adalah faktor jumlah tontonan video webinar kurang dan hanya beberapa penonton sahaja yang betul-betul menonton sehingga habis dan kebanyakan penonton mahu menonton video yang pendek serta maklumat yang disampaikan penuh dengan maklumat yang bermanfaat. Hal ini menjadikan, jumlah tontonan di saluran youtube tidak memuaskan sekaligus menjejaskan pendapatan youtube dari pihak CEE.

1.3 OBJEKTIF KAJIAN

Dalam memenuhi matlamat utama dalam kajian ini, sebanyak tiga objektif kajian yang dibentuk oleh pengkaji. Berikut merupakan antara objektif di dalam kajian ini:

1. Mengenalpasti faktor kurangnya lawatan dan tontonan video webinar yang telah disediakan di dalam saluran youtube CEE.
2. Mengenalpasti trend terkini dalam menghasilkan sebuah video teaser yang berupaya untuk menarik penonton melihat video webinar yang telah disediakan.
3. Mengenalpasti pengisian maklumat yang ringkas serta berinfomatif untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut.

1.4 PERSOALAN KAJIAN

Di dalam kajian ini beberapa persoalan telah dinyatakan bagi mencapai objektif yang betepatan dengan tajuk kajian. Beberapa persoalan kajian yang telah diusulkan iaitu:

1. Apakah faktor kekurangan lawatan dan tontonan video webinar telah disediakan di dalam saluran CEE?
2. Apakah trend terkini yang digunakan untuk menghasilkan video teaser yang boleh menarik perhatian penonton untuk melihat video webinar yang disediakan?
3. Apakah maklumat yang sesuai untuk dijadikan sebagai bahan utama di dalam video teaser tersebut?

1.5 SKOP KAJIAN

Skop kajian adalah satu kajian yang dilaksanakan dengan teliti dan terperinci dalam sesuatu kajian. Skop kajian juga merupakan perkara yang perlu ditetapkan supaya pengkaji dapat mencapai keperluan dan tidak melebihi had batasannya. Skop kajian ini

adalah berkaitan kajian mengenai penghasilan video korporat teaser webinar dalam mempromosikan *Centre for Engineering Education (CEE)* kepada orang awam melalui youtube.

Oleh itu, Skop Kajian lebih tertumpu kepada staff atau pekerja di dalam Universiti Teknologi Malaysia, pelajar university serta orang awam yang berdekatan sekitar Universiti Teknologi Malaysia, khususnya dalam mencapai objektif sebagai pemacu dalam memperkenalkan ilmu kejuruteraan kepada orang awam.

Seterusnya, Kajian ini adalah bertujuan untuk Mengenalpasti faktor kekurangan lawatan dan tontonan video webinar yang telah disediakan di dalam saluran youtube CEE, Mengenalpasti trend terkini dalam menghasilkan sebuah video teaser yang berupaya untuk menarik penonton melihat video webinar yang telah disediakan dan Mengenalpasti pengisian maklumat yang ringkas serta berinfomatif untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut.

1.6 KEPENTINGAN KAJIAN

Kepentingan kajian yang telah dikenalpasti oleh pengkaji mempunyai banyak kepentingan berdasarkan kajian mengenai penghasilan video korporat teaser webinar dalam mempromosikan *Centre for Engineering Education (CEE)* kepada orang awam melalui youtube akan membawa kepentingan kepada beberapa pihak seperti kepada individu, masyarakat, agama, organisasi dan negara.

1.6.1 Individu

Pertamanya, dari sudut individu saya dapat lihat kajian ini dapat membawa kepentingan kepada individu iaitu dapat mengetahui secara lebih terperinci

mengenai CEE dari aspek struktur organisasi serta carta alir perkhidmatan yang dijalankan oleh pihak tersebut.

1.6.2 Masyarakat

Dari sudut masyarakat pula, kita dapat lihat bahawa ia dapat membuka minda atau menarik minat masyarakat untuk mengetahui ilmu kejuruteraan secara lebih mendalam. Hal ini kerana ilmu berkaitan kejuruteraan ini sangat jarang diperolehi di Malaysia.

1.6.3 Agama

Dari sudut agama juga telah menjelaskan bahawa dengan menyebarkan ilmu ia akan memberi banyak manfaat kepada orang lain selagi ia digunakan selagi itu ia bermanfaat kepada orang lain. Hadis yang diriwayatkan Muslim menjelaskan bahawa “Jika seorang meninggal dunia, maka terputuslah amalannya kecuali tiga perkara (iaitu): sedekah jariyah, ilmu yang dimanfaatkan, atau doa anak yang sholeh”. (HR. Muslim No.1631). Hadis jelas menyatakan bahawa ketika seseorang meninggal, terputuslah semua amalan kecuali tiga, sedekah, ilmu yang bermanfaat dan doa anak sholeh. Di dalam hadith tersebut dinyatakan ayat seperti berikut iaitu “Ilmu memanggil untuk diamalkan. Jika panggilan itu disambut, maka ilmu itu akan tetap. Namun jika panggilan itu tidak disambut, ilmu akan pergi”. Hal ini telah terbukti objektif CEE dalam menyebarkan ilmu berkaitan kejuruteraan adalah jelas sama sekali dan ia perlu disampaikan kepada orang lain.

1.6.4 Organisasi

Dari sudut organisasi kita dapat lihat bahawa dengan kajian ini, dapat melicinkan lagi Langkah pemasaran perkhidmatan dalam memperkenalkan nama *Centre for Engineering Education* di mata orang awam supaya dapat dikenali.

Malah, Jumlah tontonan di dalam youtube dapat ditngkatkan serta dengan adanya video teaser tersebut CEE mampu menjana pendapatan yang lebih dari saluran youtube. sekali gus dapat menarik orang awam untuk mempelajari mengenai ilmu kejuruteraan.

1.6.5 Negara

Dari sudut negara kita dapat lihat dengan adanya CEE dapat lagi mengharumkan nama Universiti Teknologi Malaysia dengan membawa nama negara di mata dunia oleh kerana organisasi berkenaan adalah yang pertama di Asia yang ditubuhkan. Dengan pencapaian yang membanggakan dapat menarik lagi negara lain untuk menjalinkan usahasama dalam mengembangkan ilmu kejuruteraan secara meluas di peringkat global.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

1.7 KESIMPULAN

Kesimpulanya, dengan penghasilan video teaser berkaitan video webinar yang disediakan di dalam saluran youtube CEE sememangnya perlu dilakukan kerana video teaser tersebut umpama diibaratkan magnet untuk menarik penonton mengenali CEE secara lebih mendalam. Dengan adanya video teaser ini penonton dapat tahu apa yang ingin disampaikan di dalam video teaser tersebut jika tidak mahu melihat video webinar tersebut maka dengan isi yang padat sahaja mampu menjadikan video tersebut penuh dengan maklumat yang berguna. Di samping itu, masyarakat perlu sedar bahawa ilmu kejuruteraan banyak membantu manusia lebih mudah kerja dari dahulu sehingga kini.

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.0 PENGENALAN

Menurut Kamus Pelajar Edisi Kedua Media adalah salah satu perantaraan atau alat dalam menyampaikan komunikasi atau atau dalam perhubungan.

Menurut (Azhar Arsyad 2011: 3) menyatakan bahawa perkataan Media berasal dari Bahasa Latin iaitu Medius secara harfiah yang bermaksud “tengah, perantara atau pengantar”. Di dalam Bahasa arab dipanggil wasail iaitu media adalah perantara atau utusan dari pengirim ke penerima mesej.

Selain itu, menurut Tech Terms (kamus komputer) "media" lebih merujuk kepada pelbagai cara komunikasi. Contohnya, radio, akhbar dan televisyen adalah dikategorikan pelbagai jenis media. Istilah ini juga boleh digunakan sebagai kata nama kolektif dalam bidang maklumat bercetak seperti akhbara atau media berita. bagi dunia komputer, “media” merupakan kata nama kolektif, akan tetapi ia merujuk kepada pelbagai jenis pilihan bagi storan data.

2.1 VIDEO

Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat video merujuk kepada Alat bagi merakam dan juga bagi menayangkan filem dengan menggunakan pita video dan disiarkan melalui

peti televisyen, manakala pita bermagnet digunakan bagi merakam imej dan suara sekali dari televisyen. Menurut (Smaldino, Lowther & Russel, 2008) menyatakan bahawa video pada asasnya lebih menyerupai televisyen tetapi konsepnya telah diinovasikan dan dikembangkan sejak enam dekad yang lepas.

Menurut Azhar Arsyad (2011: 49) menyatakan bahawa video merupakan imej – imej dalam *frame*, di mana *frame* demi *frame* digabungkan serta dipaparkan melalui layar skrin sehingga terlihat gambar hidup.

Menurut (Mufaraka, Anissatul 2015) berpendapat bahawa video merupakan salah satu jenis media gabungan audio dan visual yang berfungsi menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama-sama dengan suara yang dirakam atau suara yang sesuai. Malahan, video mampu menggambarkan imej hidup dan suara dan mempunyai daya tarikan yang tersendiri. Video secara amnya bertujuan menyampaikan informasi, menjelaskan konsep yang rumit, menjelaskan proses, memendekkan atau memanjangkan waktu, mengajarkan keterampilan dan mempengaruhi sikap atau emosi penonton.

Menurut Dwyer, video dapat menerima 94% saluran mesej yang masuk atau maklumat ke dalam jiwa manusia melalui telinga dan mata. Video juga mampu berkebolehan kepada manusia mengingati 50% dari apa yang telah ditonton dan didengari daripada siaran program. Malah, mesej yang diberikan membuktikan media video dapat mempengaruhi tindak balas emosi yang tinggi dan tindak balas penerimaan yang cepat berbanding media-media yang lain. (Mufaraka, Anissatul 2015)

Menurut Paulson (1974) menyatakan bahawa, beliau telah menggunakan video televisyen sebagai alat bantu mengajar dalam menyampaikan pengajaran kepada pelajar tadika yang bertajuk konsep Kerjasama. Pelajar tersebut telah didedahkan beberapa gambar bergerak yang melambangkan konsep Kerjasama melalui televisyen. Hasil dari

dapatan yang diperolehi menunjukkan pelajar yang didedahkan kepada pembelajaran menggunakan video melalui televisyen adalah lebih Berjaya dalam mengubah sikap mereka terhadap konsep kerjasam daripada pelajar yang tidak didedahkan dengan video tersebut. Hal ini membuktikan video adalah salah satu media berguna dan boleh disampaikan melalui penyampaian komunikasi secara lebih berkesan tidak mengira umur.

2.2 WEBINAR

Menurut Cambridge Dictionary (1995) webinar bermaksud sesuatu Majlis atau peristiwa ketika sekumpulan orang melayari internet pada masa yang sama untuk belajar dan membincangkan sesuatu. Humphrey, Le Grand, & Beard (2013) berpendapat bahawa webinar adalah sejenis persidangan yang melibatkan seminar berasaskan web yang disampaikan melalui internet.

Seterusnya, pendapat yang sama dinyatakan oleh Harrison (2014) yang menyatakan bahawa webinar adalah jenis persidangan yang membolehkan para penyampai dan peserta berkumpul dalam talian dari kedua-dua bandar besar dan kawasan terpencil dengan menggunakan rangkaian internet.

Malah, menurut Nanang Durahman, Zeni Muhammad Noer (2019) berpendapat bahawa Webinar berasal dari dua kata iaitu seminar dan web. Webinar bermaksud internet dan dikunjungi oleh banyak penonton dari lokasi yang berbeza-beza. Sepanjang sesi webinar ini, peserta dapat berkomunikasi sesama sendiri secara langsung melalui video atau teks (*chats*).

Sebuah seminar, pengajaran, bengkel ilmu, perbentangan yang disampaikan secara online dengan menggunakan platform internet serta didahdiri oleh ramai orang

yang berbeza-beza lokasinya. Sepanjang sesi webinar berlangsung peserta dapat berinteraksi secara langsung melalui teks ataupun video.

Selain itu, Webinar juga lebih merujuk kepada sebuah alat komunikasi segerak dalam menjalankan aktiviti maya yang dilakukan dalam sesuatu masa tertentu bagi memudahkan kerja berpasukan, penglibatan ahli pasukan atau, mencapai kata sepakat dalam membuat keputusan, dalam aktiviti pembelajaran ataupun di dalam dunia pekerjaan. (Wang & Shu, 2008).

Hal ini dapat disimpulkan bahawa platform penggunaan video webinar adalah meluas dengan pelbagai manfaat atau kelebihan yang kita dapati dari webinar tersebut. penggunaannya membantu manusia menyampaikan komunikasi secara lebih berkesan dan dengan bantuan capaian internet boleh menghubungkan satu dunia manusia dengan lebih mudah. Perkara ini boleh disokong dengan kata-kata Nanang Durahman, Zeni Muhammad Noer, Wang & Shu, Harrison, Humphrey, Le Grand, & Beard.

2.2.1 Kepentingan dan keperluan webinar

Webinar sangat popular digunakan sehingga kini apatah lagi masyarakat global menghadapi wabak pandemik covid-19 dan segala urusan yang memerlukan perjumpaan fizikal telah bertukar kepada platform webinar sebagai cara terbaik untuk manusia berkomunikasi dan penggunaannya dilihat mempunyai pelbagai kepentingan dan keperluan.

Menurut Nurmala, Meilla Dwi, Sofiyanti, Meitami, Haryanti, Tri, (2020) dalam kajiannya berpendapat webinar dianggap mempermudah mahasiswa

dalam pelaksanaannya, disebabkan tidak perlu mencari tempat dan boleh dilakukan dimanapun.

Menurut Smirnova, Olga I, Ekaterina V, Kamenez, Natalia, Kutepova, V, Vaganova, Lyubov I, Vezetiu, Zhanna V (2019) dalam kajiannya menyatakan penglibatan peserta dalam webinar lebih tinggi daripada penglibatan di dalam kelas. Hal ini kerana, kepentingannya menjadikan perbincangan lebih produktif di ruang sembang, soalan yang bertulis lebih ringkas dan difikirkan berbanding dengan suara yang diberikan dan mengurangkan kekangan yang wujud sepanjang tempoh pengajian.

Selain itu, pendapat lain dinyatakan bahawa Webinar merupakan acara dalam talian di Internet di mana satu atau lebih penyampai dapat mengadakan ceramah, persembahan, latihan untuk sekumpulan yang disertai beribu peserta (Ilaltdinova, 2017).

Menurut Hsu dan Wang, (2008) , hlm. 177, menyatakan Satu kajian yang diterbitkan dalam *Journal of Interactive Online Learning*, yang bertajuk "Penggunaan Alat Webinar (Elluminate) untuk Menyokong Latihan: Kesan Pelaksanaan Pembelajaran Webinar dari Perspektif Pelajar-Pelatih," .terdapat lima kelebihan menggunakan webinar untuk memudahkan komunikasi :

- Fungsi Alat di dalam webinar yang mudah digunakan.
- membolehkan Mereka berkomunikasi secara serentak.
- memudahkan pengguna menjalankan persidangan atau seminar menggunakan multimedia secara langsung.
- memudahkan pengguna berinteraksi pelbagai peringkat.

- menyediakan persekitaran dimana para peserta dapat melihat kandungan seminar untuk tinjauan peribadi atau bagi orang-orang yang terlepas sesi webinar.

Seterusnya, keperluan dalam webinar sememangnya akan dimanfaatkan oleh manusia tambahan lagi pada zaman arus permodenan. Kebanyakan manusia berpindah kepada alternatif ini. Hal ini kerana boleh menjimatkan masa perjalanan dan boleh berinteraksi dimana- mana sahaja berada.

Sebuah penulisan yang diterbitkan oleh ReadyTalk telah menyenaraikan beberapa faedah lain untuk syarikat yang menggunakan webinar. Senarai ini telah merangkumi proses pembelajaran, kemampuan untuk melatih tugas dan pada masa yang sama secara langsung atau tidak langsung dan juga membolehkan persembahan yang lebih kerap dibandingkan dengan menghendaki pekerja melakukan perjalanan untuk menghadiri mesyuarat. Webinar juga memudahkan lagi syarikat bagi mengadakan sesi latihan yang lebih pendek dan lebih kerap dalam setahun. (ReadyTalk hlm. 2)

Webinar diperkenalkan di institusi pendidikan di seluruh dunia, tetapi luas dan kedalaman pelaksanaan ini sangat bervariasi antara negara dan antara institusi, walaupun mereka merasa perlu dan mempunyai keinginan yang kuat. Webinar digunakan untuk meningkatkan keberkesanan pendidikan kejuruteraan, tidak kira sama ada ditawarkan melalui kaedah tradisional (berdasarkan positivisme) atau pendekatan baru. Penggunaan webinar di institusi pendidikan berada pada tahap awal pembangunan. Pengenalan webinar ke dalam proses pendidikan di negara yang berbeza diterapkan dengan cara yang berbeza (Gruzdeva et al, 2014). Hal ini jelas menunjukkan bahawa keperluan webinar dalam Pendidikan kejuruteraan

adalah perlu kerana salah satu Langkah dalam meningkatkan kualiti Pendidikan tinggi.

Webinar juga mampu menyumbang dari sudut pemasaran atau penjenamaan oleh sesebuah syarikat. Hasil kajian literatur yang dikemukakan oleh Marjolein L. Voskamp (2012) menyatakan bahawa pada Tahun 2002, Rholl mendapati bahawa kebanyakan syarikat semakin menggunakan teknologi persidangan web untuk mempersembahkan webinar. Beliau berpendapat bahawa “persidangan web merupakan salah satu alat yang terbaik digunakan untuk tujuan penyampaian mesej yang kuat kepada khalayak yang disasarkan”. (hlmn,44)

Hal ini disokong oleh pendapat yang dinyatakan oleh Marjolein L. Voskamp (2012) iaitu pra syarat webinar pemasaran dan penjualan yang berkesan adalah interaktiviti dan menjadikan webinar salah satu alat pemasaran terbaik berbanding alat pemasaran yang lain.

Seterusnya, Marjolein L. Voskamp (2012) menyatakan bahawa webinar adalah lebih kepada peribadi dan Pendidikan untuk khalayak dan penganjur kerana cara komunikasi langsung dan mudah untuk diakses. Manfaatnya penganjur juga memperoleh banyak pengetahuan mengenai pelanggan (berpotensi) jika mereka berinteraktiviti secara langsung dan ini menunjukkan kelebihan yang signifikan untuk webinar kepada pemasaran dan penjualan.

2.2.2 Penerimaan dan keberkesanan webinar

Penggunaan media webinar sering digunakan dalam menyampaikan ilmu sesi perbahasan oleh manusia dimana ramai orang dapat melihat sesi webinar tersebut secara langsung dan tidak langsung. Namun, ada sesetengah menganggap webinar terlalu mengambil masa yang lama sehinggakan peserta mudah merasakan bosan. Namun pun begitu, sejauh manakah penerimaan pengguna? Berikut ini adalah hasil perbincangan serta penelitian daripada pengkaji lepas.

Hasil kajian lepas yang dijalankan oleh Nurmala, Meilla Dwi Sofiyanti, Meitami, Haryanti, Tri pada tahun 2020 berkaitan kajian webinar bersama mangsa berkait kesihatan mental selama pandemik covid-19. Hasil dapatan kajian mendapati bahawa Mahasiswa menganggap webinar sangat bermanfaat kerana penerangan yang disampaikan dapat diaplikasikan dalam kehidupan seharian seperti bagaimana kita boleh lebih fokus terhadap diri, dapat mengawal diri, dapat menguruskan waktu input baharu mengenai dipresi serta *mindfulness*.

Seterusnya, sebuah kajian dijalankan oleh Harrison, Lauren M (2014) berkaitan satu Kajian Kes Penggunaan Webinar Kali Pertama oleh perusahaan Pemasaran Kecil. Hasil dapatan kajian mendapati bahawa webinar sebuah pendekatan yang dapat diterima, boleh dilaksanakan dan berkesan untuk Pengambilan Rekod Perubatan Berbilang Tapak: Pengalaman BOWII,". Dapatan menunjukkan bahawa majoriti orang yang mengikuti webinar untuk latihan perubatan melaporkan bahawa webinar tersebut membantu mereka dengan lebih baik memahami kandungan abstraksi rekod perubatan. Begitu juga, "daripada sepuluh peserta, 87.5% menilai webinar tinggi kerana kemampuannya untuk memudahkan perbincangan mengenai persoalan dan masalah," dan semua peserta

bersetuju bahawa mereka akan mengesyorkan platform ini untuk latihan tinjauan rekod perubahan pelbagai tempat (Quinn et al, 2011, hlm.6).

Seterusnya, pengalaman praktikal dan pakar menganggap bahawa webinar mempunyai masa depan yang menjanjikan sebagai alat pemasaran dan penjualan. Menjalankan penyelidikan eksploratori di lapangan adalah perlu untuk menambahkan wawasan baru untuk pengetahuan terkini. Hasilnya, generalisasi analitik akan dijalankan (Yin, 2009).

2.3 MEDIA PROMOSI

Menurut (Siregar 2007) menyatakan bahawa promosi dari sudut perdagangan adalah suatu aktiviti atau kegiatan untuk menarik minat pelanggan terhadap produk yang dijual. dari sudut lain promosi berkait dengan teori ekonomi adalah bertujuan untuk merubah strategi atau meningkatkan jumlah permintaan suatu produk pada suatu perniagaan. Hal ini menjelaskan media promosi mampu membantu meningkatkan penjenamaan melalui kaedah penyampaian maklumat melalui video.

Selain itu, video promosi merupakan elemen penting dalam penyampaian maklumat berkesan.dengan cara mempromosikan melalui Media promosi.menurut (Siregar 2007) menyatakan bahawa *Promotion* adalah berasal dari bahasa latin *Promovere*, pro yang bermaksud *Forward* (ke depan) dan juga *movere* yang bermaksud *move* (bergerak). Malah, dapat dikemukakan bahawa promosi lebih menjurus kepada “*to move forward*” atau bergerak ke arah depan.

2.4 MULTIMEDIA

Di dalam sebuah penghasilan video yang bersesuaian terdapat beberapa elemen yang penting perlu ada dari sudut Multimedia. Dengan adanya elemen multimedia sedikit sebanyak membantu penyampaian komunikasi yang lebih berkesan. Berikut terdapat beberapa pendapat yang dibahaskan oleh pengkaji mengenai Multimedia itu sendiri.

Menurut (Rosch ,1995) berpendapat bahawa Multimedia merupakan gabungan dari video dan komputer. Manakala pendapat sama yang dinyatakan oleh (McComick,1996) berpendapat bahawa multimedia adalah Gabungan dari tiga elemen iaitu teks, suara, dan gambar.

Selain itu, (Robin dan Linda, 2001) menyatakan bahawa multimedia merupakan sebuah Alat yang dapat membuat persembahan media yang menarik dan interaktif dengan menggabungkan Imej, audio,video,animasi dan teks.

Menurut kajian mengenai *Computer Technology Research* (CTR) menyatakan bahawa multimedia mampu meningkatkan upaya manusia iaitu manusia mampu mengingati sebanyak 20% dari apa yang dilihat, 30% dari apa yang didengari.Selain itu, Manusia mampu mengingati apabila pelbagai elemen multimedia digabungkan iaitu 50% berkaitan apa yang dilihat serta didengari dan 30% daripada pekara yang dilihat , Didengar dan dilakukan. (Antonius Rachmat,Alphone Roswanto,S.Kom 2006).

Dapat disimpulkan bahawa dengan adanya multimedia adalah sesuai untuk digunakan sebagai penyampaian komunikasi yang berkesan kepada pengguna. Malah penggunaan video korporat teaser juga adalah bersesuaian untuk menggunakan elemen multimedia sebagai teknik penyampaiyan yang berkesan sekali.

2.5 MEDIA MASSA

Dalam menyampaikan maklumat, komunikasi banyak digunakan bagi memudahkan manusia untuk berinteraksi antaranya media massa yang selalu digunakan. Menurut (Juliana, Nur'Aainaa 2012) berpendapat bahawa Media massa lebih merujuk kepada sebagai sebuah medium yang telah memainkan peranan penting bagi menyampaikan maklumat dan juga dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada masyarakat.

Hal ini kerana media massa adalah meluas digunakan oleh manusia dengan memainkan peranan yang penting. Kita dapat lihat dari sudut media sosial adalah salah satu juga cabang dari media massa. contohnya seperti *youtube*, *facebook* dan sebagainya.

Youtube, adalah salah satu jenis media sosial yang telah disebutkan di atas, *youtube* juga tergolong didalam jenis media perkongsian. Banyak video telah dikongsikan melalui media youtube sendiri, pada masa kini, sebanyak 72 jam video setiap minit dimuat naik di dalam web ini dan sehingga youtube mengawal 60 peratus daripada jumlah penonton video di dalam talian dan merupakan laman perkongsian kandungan video yang terbesar di dunia. Youtube telah diakses dari berbagai pelosok dunia dan mempunyai empat bilion video dan 800,000,000 pengguna (Puntoadi, 2011).

Menurut (Asaas Putra, Diah Ayu Patmaningrum 2018) berpendapat bahawa *youtube* lebih merujuk kepada laman web video yang dijalankan atas talian dengan berfungsi memberikan maklumat dalam bentuk gambar atau video yang bergerak dan bersifat interaktif. *Youtube* boleh diakses oleh sesiapa sahaja yang ingin mendapatkan maklumat video dan menontonnya secara langsung. Pengguna juga boleh berkongsi video dengan memuat naik video ke dalam laman web *youtube* dan dikongsikan ke seluruh dunia.

Menurut (M fadil Djamali,Umi Latifah 2008) berpendapat bahawa media sosial *youtube* merupakan sebuah media di laman web yang membolehkan pengguna berinteraksi , berkongsi, bekerjasama, berkomunikasi dengan pengguna lain dan merapatkan hubungan sosial secara online melalui video yang dimuat naik oleh pengguna lain.

(Baskoro 2009) berpendapat *youtube* lebih merujuk kepada sebuah laman web yang membenarkan perkhidmatan perkongsian fail berasaskan web *audio-video* yang membolehkan individu:

- Membuka akaun *youtube public* atau pun privasi di dalam sistem yang dibatasi.
- Menyenaraikan nama pengguna lain dengan pengguna yang tertentu sahaja dapat dilihat
- Menyemak daftar masuk yang dilakukan oleh orang lain di dalam sistem tersebut.

2.5.1 Kepentingan dan keperluan youtube

Keberadaan media sosial seperti *youtube* semakin popular digunakan dan ia telah menjadikan pengguna memanfaatkan dan membantu ramai manusia dalam pelbagai tujuan manusia yang digunakan oleh pelbagai bidang. *YouTube* mempunyai kepentingan tersendiri.

Salah satu sumber bagi memperoleh video pembelajaran adalah melalui laman web *Youtube*. Laman web *youtube* ini adalah laman web perkongsian video yang popular dan membolehkan pengguna untuk memuat naik, memuat turun, berkongsi dan menonton video dari seluruh dunia. Perkembangan pesat teknologi maklumat

dan komunikasi dapat memberi kesan kepada semua aspek kehidupan (Julina Tarikat dan Muhammad Hussin, 2019).

Menurut Julina Tarikat dan Muhammad Hussin (2019), menyatakan bahawa penggunaan video melalui laman web *YouTube* terbukti berkesan dalam bidang pendidikan. Hal ini kerana ia dapat membuka banyak peluang baru untuk diterokai oleh pendidik dalam meningkatkan potensi pembelajaran pelajar. Video juga boleh meningkatkan interaktiviti dan mampu mengurangkan rasa bosan (Ee Ah Meng, 2003).

Malah, pendapat yang sama dinyatakan oleh Intan Kurnia Ahmad (2020) iaitu *YouTube* bukan sahaja menyediakan kemudahan kepada generasi muda untuk memperolehi maklumat tetapi mendorong generasi ini untuk berkongsi idea dan dijadikan sebagai salah satu rujukan atau tutorial untuk mencari pelbagai maklumat.

Menurut Khadijah Abdul Razak, Mohd Isa Hamzah dan, Sha Rulbani Zakaria (2017) menyatakan bahawa Kementerian Pendidikan Tinggi Malaysia (KPTM) telah menggariskan “pembelajaran dalam talian secara global” dalam lonjakan yang ke-8 iaitu dalam Pelan Pembangunan Pendidikan Tinggi Malaysia 2013-2025 sebagai salah satu usaha bagi memanfaatkan ICT bagi menaik taraf pendidikan di Malaysia setanding dengan negara-negara maju dunia. Laman web *YouTube* ini juga merupakan laman web yang memudahkan pengguna untuk berkongsi dengan pengguna aplikasi lain seperti *Facebook*, *Twitter*, ataupun melalui *email*. Sebagai contoh, pada setiap video akan disertakan pilihan perkongsian pada bahagian bawah. Oleh itu, pengguna dengan mudah dapat berkongsi kepada rangkaian aplikasi yang lain (Nur Afiqah Anuar, 2014).

Seterusnya, di dalam kelangsungan hidup manusia memerlukan keperluan sebagai pelengkap atau alat bantu dalam mencapai yang ingin mereka hajati, Berikut pendapat yang dikeluarkan oleh pengkaji lepas berkaitan keperluan pengguna mengenai youtube.

Menurut Azizan Had (2014) menyatakan bahawa kecenderungan masyarakat terhadap aplikasi youtube dalam bermaklumat telah memaksa para pendakwah Islam untuk memanfaatkan bagi mengelak dari keterbelakangan oleh arus pemodenan yang dikecapi sekarang penyampaian maklumat agama Islam perlu dilakukan dengan mengaplikasikan segala bentuk atau kaedah yang dinamik yang sesuai dengan minat dan kecenderungan masyarakat. Hal ini jelaskan bahawa dari sudut ilmu agama juga dijadikan sebagai keperluan yang baru dalam menyampaikan dakwah ilmu kepada manusia.

Menurut Kevin David B. Mangole, Meity Himpong Edmon R. Kalesaran, (2017) menyatakan bahawa *youtube* menyediakan berbagai jenis video bermula dari video klip sehingga film, serta video - video yang dihasilkan oleh pengguna youtube sendiri. Hasil video yang telah dimuat naik menjadikan seseorang itu menjadi terkenal dengan hanya memuat naik video mereka ke dalam *Youtube*. Hal ini, dapat dijelaskan bahawa dengan adanya platform *Youtube* ini menjadi keperluan bagi seseorang dalam berkongsi video berkaitan bidang – bidang yang diingini dan secara tidak langsung sebagai langkah promosi yang berkesan.

Di dalam dunia perniagaan, media sosial telah mengubah pengguna menjadi sangat aktif berkaitan perkhidmatan, jenama dan penyebaran berita. Pemasaran yang menggunakan media sosial ini adalah merupakan satu pendekatan di mana individu dan juga syarikat mempromosikan sesuatu produk ataupun perkhidmatan

dalam media sosial bagi berkomunikasi dengan sebuah komuniti yang lebih besar yang tidak mungkin tersedia melalui saluran periklanan tradisional (Drury, 2008; De Moya & Jain, 2016). Menurut Diamond (2008), media sosial sangat berupaya mengalakkan pemasaran dan meningkatkan jualan dan juga keuntungan. Bagi pemasaran secara media sosial pula, di samping produk tumpuan akan lebih diberikan kepada pengguna.

Oleh itu, Kietzmann et al (2011), pada zaman moden ini yang penuh dengan teknologi moden, teknologi media sosial adalah seperti *Instagram*, *Facebook*, *YouTube*, dan juga *Twitter* dalam komunikasi pemasaran semakin mendapat perhatian dari peniaga dalam membantu usaha pemasaran produk dan juga perkhidmatan mereka dalam kalangan individu, komuniti mahupun organisasi lain.

Kesimpulannya, pendapat ini dapat diperkuatkan lagi oleh Kevin David B. Mangole, Meity Himpong Edmon R. Kalesaran, (2017) menyatakan bahawa Faedah lain yang dapat untuk pengguna *Youtube* adalah kemudahan untuk memasarkan produk.

2.5.2 Penerimaan dan keberkesanan youtube.

Keberkesanan youtube tidak dapat disangkal lagi. ia membawa banyak manfaat kepada manusia dalam menyampaikan komunikasi. Malah, ada sesetengah pengguna menganggap *youtube* sekadar hanya untuk hiburan semata-mata atau sebaliknya. Oleh itu, Sejauh manakah penerimaan dan keberkesanan mengenai media *youtube* terhadap pengguna itu sendiri? Berikut ini adalah hasil perbincangan serta penelitian daripada pengkaji lepas.

Hasil dapatan yang diperolehi oleh pengkaji Ini sejajar dengan hasil dapatan kajian yang dijalankan oleh Ab. Hamid Ali et. al., (2014); Norizah Aripin et. al., (2016) mengenai penggunaan *youtube* bagi tujuan Pembelajaran Agama Islam, adalah mendapati bahawa golongan yang mempunyai latar belakang berpendidikan baik menerima *Youtube* sebagai sumber maklumat Agama Islam.

Selain itu, menurut Mohd Sazili Shahibi, Nurhayati Hussin, Hamka Mohd Noor dan Muhammad Saufi Mohd Hanafiah (2013) menyatakan bahawa Persepsi Terhadap Kredibiliti Maklumat Politik di Internet dalam kalangan Generasi Muda mendapati sejak dari tahun 2008, media atas talian seperti *YouTube* sudah mula digunapakai secara pesat sebagai salah satu saluran maklumat bagu menyampaikan maklumat kepada pengundi parti politik

Malah, penerimaan *youtube* sebagai media utama bukan sahaja diterima baik dari dalam negara sahaja malah negara lain juga turut memanfaatkan media *YouTube* tersebut.hal ini dapat dibuktikan kajian lepas yang dilakukan oleh Kevin David B. Mangole, Meity Himpong, Edmon R. Kalesaran pada tahun 2017 mengenai Pemanfaatan *youtube* dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat di desa paslaten kecamatan remboken minahasa Sulawesi Utara, Indonesia. Hasil dapatan kajian secara keseluruhannya, penerimaan *youtube* di kawasan perkampungan tersebut dilihat dapat meningkatkan pengetahuan Masyarakat di sekitar. Antara hasil penelitiannya mereka sudah mengetahui tentang aplikasi *youtube* dan tahu bagaimana mengakses youtube tersebut. Antara video yang diakses oleh masyarakat tersebut adalah video berbentuk tutorial, cara - cara pembuatan kuih, bidang pertanian da sebagainya . kanak - kanak sekolah dan mahasiswa pula menggunakan youtube sebagai medium utama dalam menambahkan ilmu pengetahuan yang berkaitan pelajaran di sekolah dan kuliah mereka.hal ini kerana,

kebanyakan aplikasi youtube sudah ada di setiap telefon bimbit mereka ataupun komputer riba yang menggunakan jaringan internet.

Dapat disimpulkan bahawa, berdasarkan kajian kajian lepas yang telah dilakukan pengkaji lepas rata-ratanya memperolehi hasil dapatan yang positif. Pebagai bentuk ilmu yang disampaikan dalam bentuk video. Dari sudut penerimaan masyarakat kita dapat lihat *Youtube* dapat memberikan kemudahan yang berguna untuk manusia.

2.6 KESIMPULAN

Kesimpulannya, bab ini merangkumkan beberapa tinjauan pengkajian lepas yang telah dijalankan bagi membantu di dalam penyelidikan ini. Sehubungan itu, input-input yang diperoleh daripada sumber ini dapat dijadikan panduan penerokaan dalam skop penulisan pengkaji. Di dalam bab ini juga mempunyai definisi dan kaedah atau konsepnya tersendiri dalam mencapai objektif kajian penyelidikan yang dijalankan oleh pengkaji.



BAB III

METODOLOGI KAJIAN

3.0 PENGENALAN

Bab ini akan menerangkan secara keseluruhan berkaitan metodologi kajian yang akan digunapakai bagi melaksanakan kajian ini. Bab ini juga merangkumi pendekatan kajian, rekabentuk kajian, pengumpulan data, persempelan, instrument kajian, analisis data dan juga kesimpulan. Menurut Siti Sarah (2015), metodologi kajian adalah kaedah dan Teknik merekabentuk, mengumpul dan menganalisis data agar dapat menghasilkan bukti yang boleh menyokong sesuatu kajian. Metodologi juga dapat menerangkan cara sesuatu masalah yang dikaji dan sebab sesuatu kaedah dan juga teknik tertentu digunakan. Bab ini juga akan menyentuh berkaitan kaedah yang akan digunakan oleh pengkaji berkaitan cara memperoleh maklumat yang diperlukan dalam kajian ini iaitu berkaitan penghasilan video korporat teaser webinar dalam mempromosikan *Centre for Engineering Education (CEE)* kepada orang awam melalui youtube.

3.1 PENDEKATAN KAJIAN

Pendekatan yang telah digunakan oleh pengkaji dalam kajian ini ialah pendekatan kajian kes. Kajian ini adalah rekabentuk kajian yang paling sesuai digunakan oleh para penyelidik. Dengan melalui pendekatan kajian kes pengkaji memperoleh maklumat yang sangat jelas dan teliti daripada responden, hasil dapatan melalui pendekatan seperti ini

juga adalah penuh dengan maklumat yang sangat teliti, kaya serta mendalam bagi menjawab persoalan kajian.

Selain itu, melalui pendekatan kajian kes juga mempunyai dua jenis iaitu pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Menurut Rohana Yusof (2003:146) pendekatan kuantitatif adalah satu usaha bagi membentuk peraturan dan prinsip umum yang mengandaikan realiti sosial sebagai objektif dan terpisah atau tidak berkaitan dengan individu. Manakala, pendekatan kualitatif lebih menekankan dari sudut kepentingan pengalaman subjektif individu yang perlu dianalisis secara kualitatif dan realiti sosial mempunyai makna tertentu yang bersifat subjektif dan personal. Rohana Yusof (2003:181). Dapat disimpulkan bahawa kajian ini lebih kepada pendekatan bagi kajian ini lebih kepada pendekatan kajian kualitatif.

Kuantitatif dan kualitatif adalah dua pendekatan dalam kaedah penyelidikan yang berbeza atau bertentangan antara satu sama lain. Sungguh pun demikian, pertentangan atau perbezaan tersebut tidak menghalang penyelidik menggunakan kedua-dua pendekatan dalam masa yang sama yang dikenali dengan kaedah campuran. Perbezaan atau pertentangan tersebut tidak menghalang penyelidik menggunakan kedua-dua pendekatan yang berbeza dalam masa yang sama yang dikenali sebagai kaedah campuran.

Kajian kes ini digunakan adalah bertujuan bagi membantu penyelidik melihat bagaimana keupayaan kehidupan sebenar mempengaruhi sesuatu keputusan dan ia juga berupaya menyokong siasatan lebih terperinci untuk setiap kes.

3.2 REKABENTUK KAJIAN

Reka bentuk kajian ini direka bagi penghasilan video korporat teaser webinar Dalam mempromosikan *Centre for Engineering Education (CEE)* kepada orang awam melalui youtube. Menurut (Kerlinger, 1973:300) berpendapat bahawa reka bentuk kajian berfungsi untuk dijadikan sebagai panduan dalam suatu pengkajian bagi mencari maklumat atau jawapan yang terjelas bagi menjawab persoalan – persoalan kajian.

Selain itu, secara amnya Rekabentuk kajian berfungsi sebagai garis panduan dalam membantu pengkaji dalam proses memungut, menganalisis dan menjalankan pentafsiran hasil daripada penyelidikan yang dilakukan. Rekabentuk kajian juga telah menjadi model bagi membolehkan penyelidik itu membuat rujukan berkaitan pemboleh ubah yang telah dikaji.

3.2.1 Kaedah kualitatif

Kaedah kualitatif adalah prosedur penyelidikan yang akan menghasilkan data yang berupa gambaran yang boleh dilihat dengan jelas (Lexy, 2007). Manakala pedapat lain menyatakan bahawa Data kualitatif berbentuk deskriptif, berupa kata-kata lisan atau tulisan tentang tingkah laku manusia yang dapat diamati (Taylor dan Bogdan, 1984)

3.2.2 Kaedah kuantitatif

Kaedah kuantitatif merupakan kaedah yang telah menggunakan maklumat atau data yang bersifat kuantitatif. Data kuantitatif boleh diukur iaitu melalui proses pengukuran dan memerlukan alat-alat pengukuran iaitu melalui soal selidik dan ujian (Azwita Usman, 2010).

3.2.3 Kaedah campuran

Kaedah campuran merupakan kaedah yang akan mengabungkan data kuantitatif dan juga data kualitatif. Menurut Creswell dan Plano Clark (2007), kajian campuran adalah merupakan satu prosedur pengumpulan data, analisis dan juga merupakan gabungan antara kajian kualitatif dan juga kajian kuantitatif dan metodologi dalam satu kajian bagi memahami dan juga menjawab persoalan kajian.

3.2.4 Kaedah pilihan rekabentuk kajian

Kaedah kajian yang akan digunakan daripada ketiga-tiga kaedah kajian yang telah diterangkan adalah kaedah campuran. Kaedah ini dipilih adalah kerana kajian ini lebih lebih bersesuaian dengan tajuk kajian iaitu penghasilan video korporat teaser webinar dalam mempromosikan *Centre For Engineering Education (CEE)* kepada orang awam melalui youtube. Kaedah ini merupakan gabungan kaedah kuantitatif dan kualitatif membolehkan pengkaji memperolehi hasil kajian lebih behasil dan meyakinkan. Kaedah kuantitatif yang digunakan adalah memudahkan pengkaji melakukan soal selidik untuk melihat faktor kurangnya tontonan video webinar. Malah, Kaedah kualitatif juga digunakan adalah temubual dan analisis dokumen. Temubual digunakan pengkaji bagi mendapatkan maklumat yang sesuai bagi penambahbaikan video teaser webinar tersebut. Kaedah analisis dokumen pula juga digunakan bagi menganalisa video, audio serta imej yang menarik di dalam trend pasaran industri video supaya hasil yang dikeluarkan memberikan kesan yang tinggi.

3.3 KAEDAH PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data merupakan satu proses di mana dan bagaimana sesebuah data itu dikumpul, membuat pemerhatian terhadap sesuatu yang sedang berlaku, merekod, memilih, mengumpul, mengasing data dan memahami bila ia akan digunakan (Diyana, 2015). Kaedah ini merupakan aspek penting dalam melaksanakan kajian kerana ia merupakan satu kaedah atau langkah yang digunakan oleh semua pengkaji. Pengumpulan data ini terbahagi pada dua iaitu data primer dan juga data sekunder.

3.3.1 Data primer

Data primer adalah data asal yang telah dikumpul secara khusus bagi menjawab persoalan kajian. Data primer merupakan sumber yang bersifat asli dan belum ditafsirkan kepada umum seperti temubual, Analisis dokumen, dan soal selidik (Vicky, 2011).

1. Soal selidik

Teknik pengumpulan data dari soal selidik ini dilakukan adalah bertujuan untuk mendapatkan maklum balas berkenaan persoalan kajian ini. pengkaji telah menyediakan boring soal selidik yang bersesuaian bagi mendapatkan dan mengumpul maklumat yang sahih Berdasarkan objektif kajian pengkaji. Borang soal selidik ini telah diedarkan secara rawak kepada responden.

2. Temubual

Teknik pengumpulan data dari sumber temubual ini bertujuan bagi mendapatkan maklumat dengan melibatkan interaksi bersemuka antara penyelidik dan responden. Satu sesi temubual dijalankan pengkaji dan soalan-soalan yang berkaitan akan ditanya kepada responden dan jawapan responden perlu dibalas secara spontan, dengan cara ini pengkaji akan memperolehi maklumat secara lebih mendalam.

Hasil analisis temubual adalah dengan meletakkan skor kepada jawapan responden dengan menentukan beberapa isi yang lebih sama. Jawapan yang lebih kurang sama maksudnya akan diletakkan dibawah kategori skor utk isi tersebut. setelah itu pengkaji merusmuskan semula apa isi yang telah dianalisis tersebut.

3. Analisis dokumen

Teknik analisis dokumen merupakan satu kaedah yang mana boleh digunakan keadah utama dalam kajian dengan menggunakan bahan bercetak dan bahan elektronik. Kita dapat lihat bahan bercetak seperti Buku teks, Biografi, majalah. manakala, bahan elektronik seperti buku digital, e mel, internet dan lain-lain.

Teknik analisis data juga adalah bertujuan bagi melihat trend terkini video – video teaser yang menarik dihasilkan untuk dijadikan panduan kepada pengolahan idea yang lebih menarik. Melalui teknik ini juga pengkaji boleh menentukan jenis video yang akan sesuai digunakan dengan lebih tepat lagi.

3.3.2 Data sekunder

Data sekunder pula adalah sumber yang mempunyai perantaraan di antara keadaan dan pengalaman yang dikaji. Menurut Sabitha Marican (2005), data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pengkaji lain seperti maklumat daripada perpustakaan, buku dan juga laman sesawang.

1. Kajian perpustakaan

Kaedah perpustakaan merupakan kaedah dengan mendapatkan maklumat yang diperlukan dan tidak diperolehi daripada kajian lapangan. Yang dijalankan akan diperolehi dari perpustakaan.

2. Buku

Buku adalah kaedah yang merujuk kepada buku ilmiah yang mengandungi maklumat tambahan bagi memenuhi maklumat yang diperlukan pengkaji seperti dengan merujuk kajian-kajian lepas yang berkaitan dengan kajian yang dijalankan.

3. Internet

Internet merupakan kaedah tambahan dalam data sekunder dengan cara melayari laman web rasmi dan tidak rasmi. Pada kebiasaannya pengkaji sering melayari laman web bagi mencari lokasi kajian dan bagi mendapatkan peta lokasi kajian.

3.4 INSTRUMEN KAJIAN

Instrumen kajian adalah alat yang digunakan untuk mengumpul data. Data penyelidikan kuantitatif borang soal selidik adalah merupakan instrumen yang sangat penting untuk mengutip data. Menerusi konsep yang berkaitan dengan sikap, persepsi, pandangan dan keterangan latar belakang kajian.

Jadual 3.1: Jadual kaedah instrument kajian

Kaedah	Instrument
Kuantitatif	Borang soal selidik
Kualitatif	Tembual dan Analisis dokumen

Sumber: pengkaji 2021

3.4.1 soal selidik

Instrumen soal selidik ialah alat pengukur yang popular dalam kajian tinjauan. Borang soal selidik ini dibina mengikut prinsip KISS (*keep it short and simple*) iaitu mengemukakan soalan yang mudah difahami dan ringkas, (R.kuberan et al,2013). Instrument ini dikatakan bersesuaian dalam bidang Pendidikan yang bertujuan bagi pengumpulan data. Borang soal selidik ini megandungi 2 bahagian iaitu bahagian A (demografi responden) dan bahagian B yang berdasarkan elemen persoalan Technology Acceptence Model (TAM) dengan menggunakan skala Likert 5 aras.

Soalan selidik dibina bagi meninjau tahap faktor kurangnya tontonan video webinar yang telah disediakan di dalam saluran youtube CEE. soalan-soalan yang dihasilkan pengkaji berdasarkan elemen *Technology Acceptence Model* (TAM) antara elemen yang dikenalpasti di dalam soalan tersebut iaitu

Tahap Keboleh gunaan Sistem, Tahap mudah/senang untuk menggunakan sistem, sikap pengguna terhadap penggunaan sistem, Tingkahlaku pengguna untuk memberi perhatian dalam menggunakan sistem dan Penggunaan sebenar sistem. Soalan – soalan tersebut megandungi 3 soalan untuk bahagian A, manakala ,25 soalan untuk bahagian B. Untuk skala likert para responden hanya perlu menyatakan darjat persetujuan mereka dengan menandakan no pilihan mereka berdasarkan arahan yang telah diberikan pengkaji sebelum mula menjawab soal selidik tersebut. Penggunaan skala likert ini sebenarnya memudahkan responden memberi respons mereka kerana mereka tidak perlu memikirkan jawapan kepada persoalan yang ditanyakan dan hanya bersetuju dengan pernyataan yang telah direka oleh pengkaji. Soal selidik ini memudahkan pengkaji mengkodkan data serta mudah untuk dianalisis data tersebut. Bagi menjadikan soalan selidik tersebut lebih teliti dan jelas , soal selidik tersebut telah diserahkan oleh pengkaji terlebih dahulu bagi tujuan semakkan penyelia projek penyelidikan. daripada semakan tersebut satu penambahbaikan dan pembetulan telah dilakukan.

3.4.2 Temubual

Di dalam kajian ini pengkaji memperolehi maklumat dengan menggunakan kaedah temubual. Tujuan diadakan temu bual adalah untuk Mengenalpasti pengisian maklumat yang ringkas serta berinfomatif untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut. Instrumen temubual ini mempunyai 2 peringkat iaitu secara formal dan tidak formal. Kaedah temubual ini boleh digunakan secara bersemuka, tidak bersemuka dan bantuan komputer.

Kaedah yang pengkaji gunakan adalah secara formal iaitu temubual secara bersemuka yang melibatkan pengarah serta staff daripada pihak *Centre For Engineering Education* (CEE) dan pelajar institut pengajian tinggi UTM. Sampel temubual terdiri daripada pengarah CEE, beberapa orang staff CEE dan beberapa orang pelajar (responden).

Malahan, pengkaji mengajukan soalan yang penting itu dengan jelas dan tepat. Pengkaji juga telah menyenaraikan beberapa persoalan bagi menjawab objektif kajian ini. Di dalam Temubual ini menyentuh perkara-perkara seperti bagaimana maklumat yang sesuai untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut. Seterusnya, pengkaji bertanyakan soalan bagaimana menjadikan sebuah video teaser Nampak menarik serta Teknik - Teknik penyampaian visual yang sesuai. pengkaji menjalankan sesi temubual dengan keadaan selesa, dan pengkaji juga berwatak sebagai pendedar yang baik.

3.4.3 Analisis dokumen

Instrument Analisis dokumen utama yang pengkaji perolehi daripada bahan internet, gambar – gambar serta video untuk diletakkan di dalam video yang sesuai. Semua maklumat dikumpul oleh pengkaji dan idea baru direka berdasarkan analisis dokumen yang ada untuk menjadikan hasil produk pembagunan video teaser webinar adalah lebih menarik.

Antara ciri elemen yang akan dikenalpasti oleh pengkaji adalah berdasarkan elemen konsep asas multimedia iaitu imej , audio , video , animasi dan teks. Selain itu , teknik – teknik penyampaian visual juga dikenalpasti oleh

pengkaji bagi memastikan hasil pembangunan video menepati perancangan asal pengkaji.

3.5 PERSAMPELAN KAJIAN

Persampelan menurut Mohd.Majid Konting (1998), adalah sampel yang akan dipilih sekurang-kurangnya memiliki sifat yang sama dengan populasi di dalam sesebuah penyelidikan.

Bagi persampelan soal selidik Setiap responden akan diberikan satu set soal selidik kajian yang mempunyai 2 bahagian iaitu bahagian A dan B. Setiap satu bahagian secara amnya menyoal tentang faktor- faktor kurangnya tontonan video webinar (CEE). Item skala Likert digunakan untuk menyiasat kenyataan responden. Ianya digunakan untuk mendapat penerimaan , pendapat, sikap responden dan seumpamanya (Burns and Groves, 1993). Oleh yang demikian, kajian instrument telah distruktur dalam bentuk soalan 5 *point Likert-scale*. Skala 1 “Sangat Tidak Setuju ‘, skala 2 “Tidak Setuju “ ,Skala 3 “ Tidak Pasti “ , Skala 4 “ Setuju “ dan akhir sekali skala 5 “ Sangat Setuju.

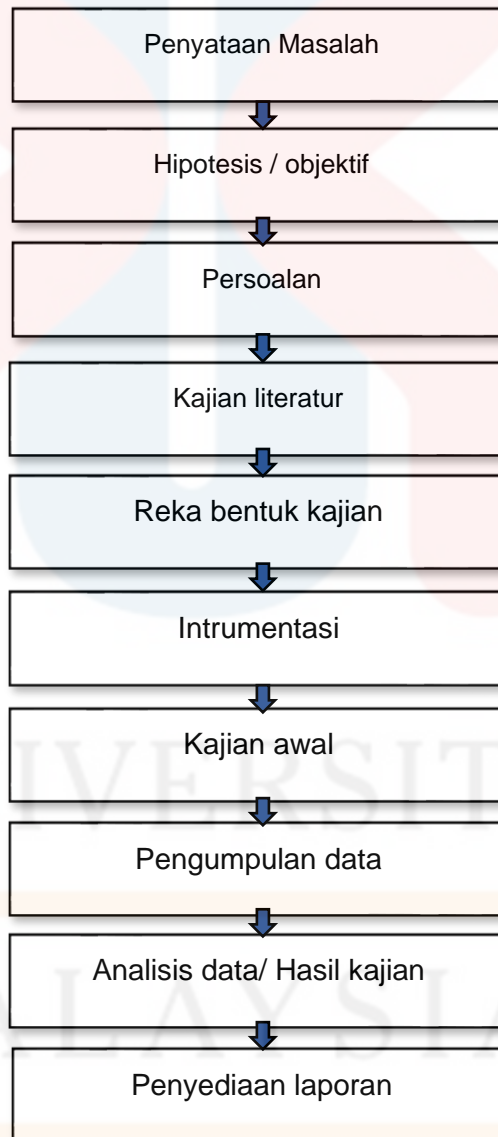
Responden yang akan ditemubual merupakan subjek yang akan dirujuk bagi memenuhi data kajian penghasilan penghasilan video korporat teaser webinar dalam mempromosikan Centre for Engineering Education (CEE) kepada orang awam melalui youtube. Individu yang telah dipilih adalah merupakan kumpulan focus atau subjek yang akan menjawab soalan berkaitan menerusi temubual.

3.6 ANALISIS DATA

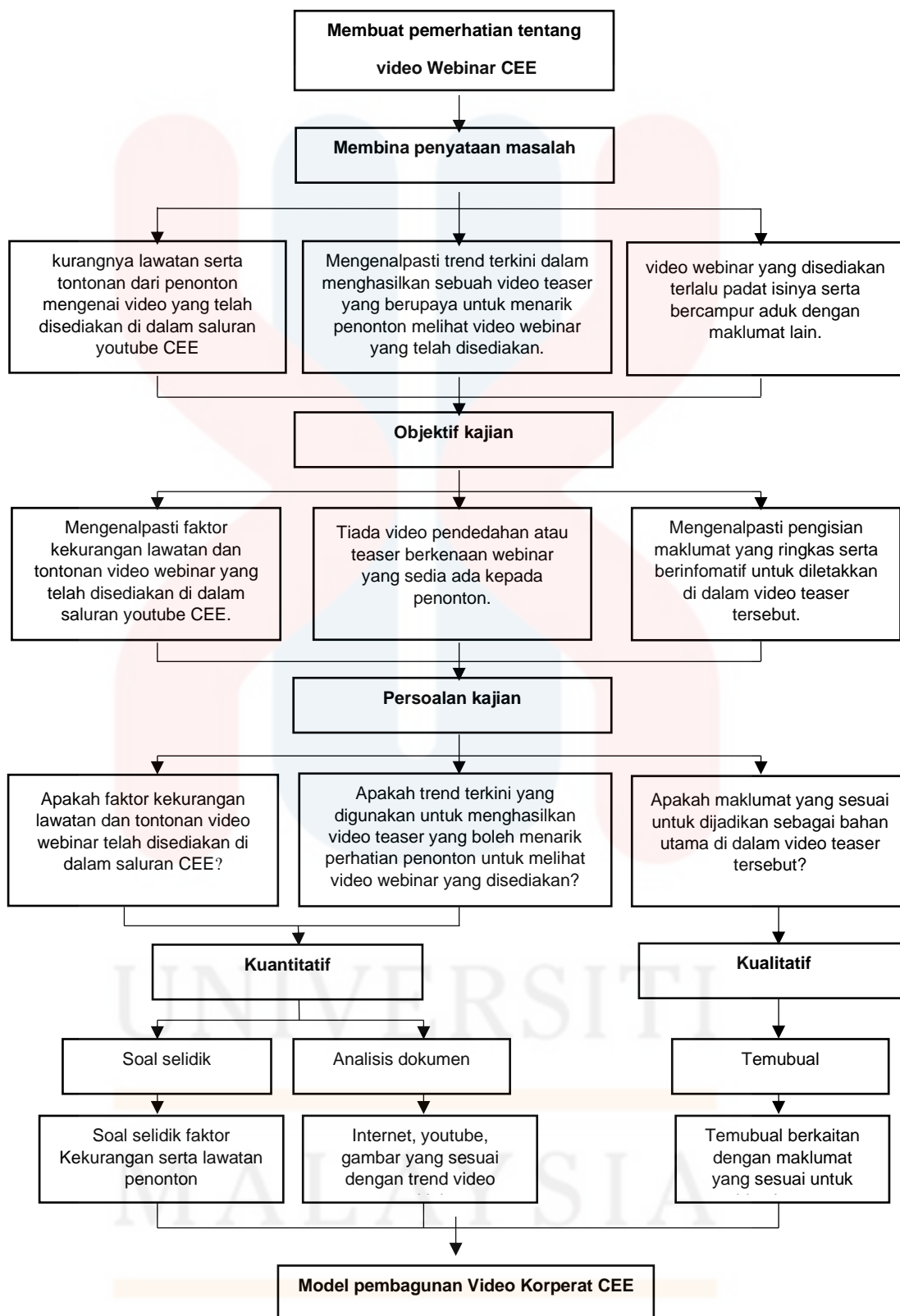
Analisis data merupakan suatu kajian yang dijalankan bagi mengubah data hasil dari penelitian menjadi sebuah informasi baru yang dapat digunakan dalam membuat kesimpulan. Menurut Taylor (1975), analisis data ialah proses yang menerangkan .secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis seperti yang disarankan dan juga sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. Data yang diperoleh melalui pendekatan kualitatif akan diproses dan juga akan dianalisis bagi mendapatkan kesimpulan data.

3.7 KERANGKA PENYELIDIKAN

Kerangka penyelidikan bertujuan untuk melihat perkembangan gerak kerja penyidik. Kerangka penyidik akan menjadikan kerja seseorang penyidik berjalan lancar kerana susun atur masa yang dibuat selain dapat merancang perjalanan projek pada masa akan datang.



Rajah 3.1 Carta Aliran Proses – Proses Dalam Kajian Penyelidikan
(sumber: Geografi: Malaysian Journal of Society
and Space, Ang Kean Hua, 2016)



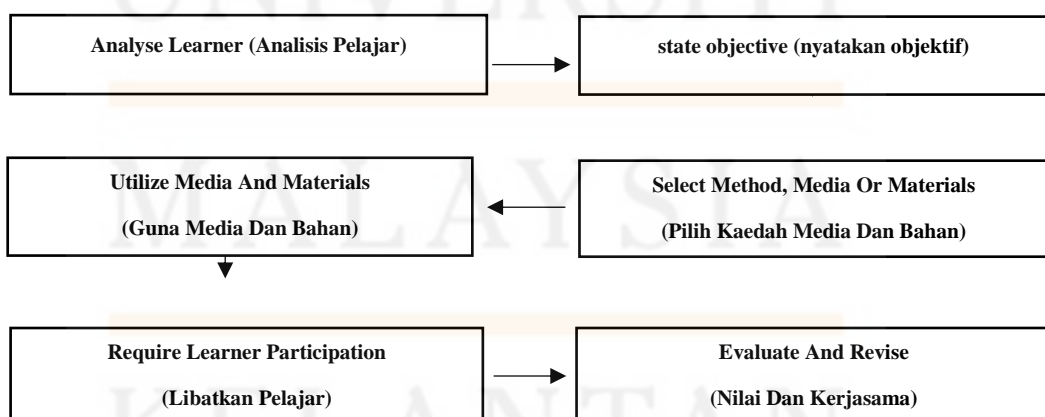
Rajah 3.7 Carta Aliran Proses Penyelidikan Mengenai Penghasilan video Korperat Teaser Webinar Dalam Mempromosikan CEE Kepada Orang Awam Melalui Youtube.

(Sumber: pengkaji 2021)

3.7.1 Model ASSURE

Kajian ini juga menggunakan Model ASSURE. Ia diasaskan oleh Heinich, Molenda, Russell dan Smaldino pada tahun 1996 yang bertujuan untuk merekabentuk pengajaran dengan penggunaan media secara sistematik. ASSURE diambil daripada perkataan assure yang bermaksud memastikan. Ini bertujuan untuk memastikan pembelajaran berlaku di dalam kelas lebih teratur dan melancarkan proses pengajaran. Model ASSURE menumpukan kepada pembelajaran dan elemen yang wujud di dalam kelas seperti guru, pelajar dan alat bantuan mengajar. (Sivadasan, C. 2003).

Selain itu, terdapat enam Langkah yang digunakan di dalam Model Assure iaitu *Analyze Learners* (Menganalisis Pelajar), yang bermaksud *State Objectives* (Menyatakan Objektif), *Select Methods, Media Materials* (Memilih Kaedah Media dan bahan), *Utilize Media & Materials* (Menggunakan Media dan Material), *Require Learner Participation* (Memerlukan Penglibatan Pelajar) Ketika berlangsungnya sesi pengajaran, *Evaluate & Revide* (Melakukan Penilaian dan Pengubahsuaian).



Rajah 3.3: Carta Aliran Model Assure

(Sumber: pengkaji 2021)

Seterusnya, perkaitan dengan teori yang digunakan pengkaji adalah dengan menggunakan Model ASSURE adalah bertujuan membantu pengkaji dalam menghasilkan pembagunan video teaser yang akan dijalankan oleh itu, pengkaji dapat menganalisis segala bentuk kajian yang dapat disesuaikan dalam projek tersebut, pengkaji dapat melihat mencapai objektif yang ditetapkan dan pemilihan bahan untuk video teaser tersebut adalah bersesuaian . Pemilihan objektif bersesuaian untuk digunakan dengan Model ini adalah berkaitan Mengenalpasti trend terkini dalam menghasilkan sebuah video teaser yang berupaya untuk menarik penonton melihat video webinar yang telah disediakan dan Mengenalpasti pengisian maklumat yang ringkas serta berinfomatif untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut. Berdasarkan model ini pengkaji dapat menyediakan bahan – bahan media dalam elemen multimedia yang bersesuaian ,serta menyediakan maklumat yang lebih teliti dalam pembagunan projek penyelidikan video korporat tersebut.

Dapat disimpulkan bahawa, dengan adanya Model ini pengkaji dapat menjalankan Langkah -langkah lebih tepat serta teliti dalam membagunkan video korporat, dapat memastikan hasilnya dinilai oleh pihak CEE adalah yang bermanfaat dan pengkaji dapat melakukan penambahbaikan untuk penyediaan video korporat tersebut.

3.7.2 Model Penerimaan Teknologi (*Theory Acceptance Model -TAM*)

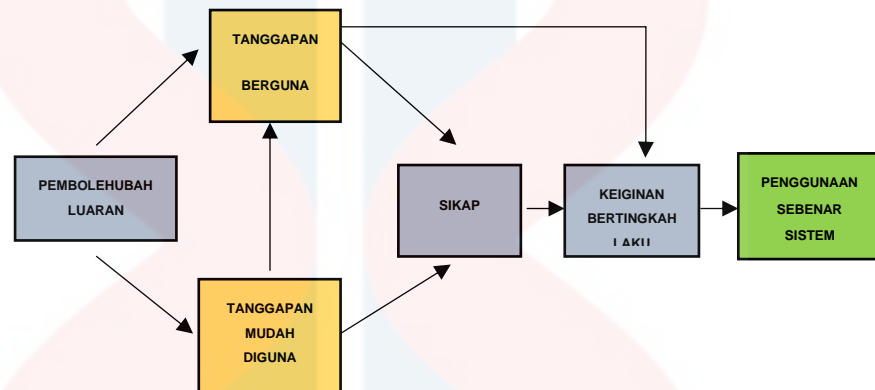
Kajian ini akan menggunakan Theory Acceptance Model iaitu sebuah ilmu yang mengkaji penerimaan atau tingkah laku pengguna berkenaan teknologi baru. Model ini banyak diguna pakai dalam kajian – kajian dalam menyelesaikan isu penerimaan pengguna dalam teknologi seperti inovasi teknologi dan sebagainya. Heilesen dan Jensen (2007,p.65) berpendapat bahawa Model penerimaan teknologi (TAM) adalah model yang digunakan untuk menerangkan atau menjelaskan bagaimana tingkah laku seseorang semasa teknologi digunapakai.

Selain itu, Heilesen dan Jensen (2007, hlm.65) menyatakan bahawa individu boleh memilih secara bebas untuk menggunakan teknologi. Manakala, Menurut Davis (1989) di Wijayanti (2009) dan Dehgham, Arjomand, Nayyeri, dan Tabatabaey (2011), Tujuan utama TAM adalah untuk mewujudkan asas penjejakkan Jurnal Pengurusan Pemasaran Vol. 1, No. 1, (2013) 1-133 pengaruh faktor luaran terhadap kepercayaan, sikap keperibadian manusia, dan tujuan pengguna komputer, TAM menganggap bahawa dua perkara berkaitan kepercayaan pembolehkan tingkah laku dalam menerapkan sistem maklumat iaitu persepsi pengguna terhadap kegunaan dan persepsi yang dirasakan pengguna mengenai penggunaan (pengguna merasakan manfaatnya apabila menggunakan sistem tertentu) dapat meningkatkan prestasi dan kemudahan penggunaan yang dirasakan ditakrifkan sebagai tahap seseorang percaya dengan menggunakan sistem ini tidak memerlukan usaha.

Seterusnya, perkaitan kita dapat kaitkan untuk kajian ini dengan Theory Accptence model iaitu kita Mengenalpasti faktor kekurangan lawatan dan tontonan video webinar yang telah disediakan di dalam saluran youtube CEE.

Oleh itu, dengan adanya theory ini membantu pengkaji mengukur bagaimana tingkah laku manusia dalam penerimaan webinar secara analisisnya. Berdasarkan

objektif yang dinyatakan model ini membantu pengkaji dalam mengkaji persepsi pengguna atau mencari faktor bagaimana teknologi Webinar dapat bertindak balas kepada pengguna dalam menerima teknologi tersebut. Malah ia turut membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pihak CEE.



Rajah 3.4: Carta Aliran Model Penerimaan Teknologi (TAM)

(Sumber: pengkaji 2021)

3.7.3 Teoritikal dan konseptual kajian

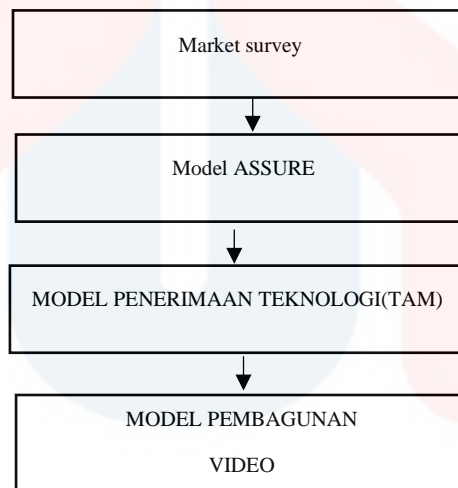
Di dalam bahagian ini menjelaskan mengenai teorikal kajian serta konseptual kajian dan pengkaji akan mengaitkan dengan kajian yang dijalankan berdasarkan model – model serta teori yang sediaada. Secara amnya, Kerangka teori lebih merujuk kepada teori, kerangka kerja, model sebelumnya yang telah dikaji semasa tinjauan literatur. Kebiasanya, seorang penyelidik akan mengembangkan kerangka konseptualnya yang disandarkan pada beberapa kerangka teori yang telah dikaji. Kerangka teorikal akan menjadi penentu bagi persoalan kajian dan ia akan dijadikan panduan menentukan hala tuju penyelidikan oleh pengkaji.

Kerangka teorikal ini berkepentingan kepada pengkaji kerana ia membentuk konsep, definisi, model dan teori yang menjadi asas disiplin bagi kajian, terma dan orientasi disiplin bagi kajian yang hendak dilaksanakan, seterusnya, kerangka teorikal ini penting kerana ia akan membentuk “masalah” bagi kajian, persoalan kajian, pengumpulan data dan analisis serta bagaimana hendak mentafsir data. Hal ini dapat dilihat bahawa, kerangka teorikal amat berkepentingan kepada pengkaji dan jika teorikal yang tidak tepat atau disalah tafsir akan memungkin kan kajian dilakukan pengkaji akan gagal atau tidak dapat dicapai.

Seterusnya, Kerangka konseptual pula merupakan satu bentuk kerangka konsep yang akan menjelaskan secara ringkas mengenai bentuk kajian, format kajian, hala tuju kajian dan peringkat-peringkat atau fasa-fasa dalam kajian. Kerangka konseptual juga boleh berasaskan teori yang sedia ada ataupun dibentuk sendiri berdasarkan kajian-kajian lepas. Kerangka konsep ini lebih bersifat tentative dan belum dibangunkan secara sepenuhnya berbanding kerangka teori (Norwood, 2000:78). dalam erti kata lain, ia merujuk kepada sesuatu teori yang masih belum diuji. Bagi memperjelaskan lagi perkara ini, kerangka konsep merupakan kerangka yang akan menunjukkan hubungan sebab atau kesan di antara variabel tidak sandar (independent) dan juga variabel bersandar (dependent) yang pada kebiasannya ditunjukkan dalam sebuah rajah atau grafik (Airen Ahmad, 2017).

Untuk kajian ini lebih tertumpu pembangunan produk multimedia. oleh itu, dengan menggunakan teoritikal dan konseptual kerana asasnya teorikal tidak terlalu tepat dan konseptual akan digunakan dalam kajian ini bagi membangunkan projek multimedia pengkaji dengan menjadikan teori – teori yang ada untuk digunapakai oleh pengkaji seperti diibaratkan sebuah peta dalam kajian. kajian yang didahului

oleh *market survey* iaitu pengkaji akan mencari permasalahan, objektif serta persoalan bagi kajian yang akan dikeluarkan. pengkaji juga melakukan kerangka kajian dan seterusnya dan pengkaji akan merujuk model Assure untuk melihat kesesuaian untuk diletakkan dalam projek tersebut. kemudiannya pengkaji akan mengapiliasi model penerimaan teknologi bagi mengkaji kadar penerimaan serta tindak balas pengguna terhadap model tersebut dan kesemua fasa ini pengkaji telah tepati maka terhasil sebuah projek pembagunan produk yang sempurna serta menepati objektif.



Rajah 3.5: Carta Aliran Proses Susunan Teoritikal Dan Konseptual Kajian
(Sumber: Pengkaji 2021)

3.8 KESIMPULAN

Kesimpulannya, melalui kajian yang telah dijalankan, pengkaji dapat menjalankan kajian dengan lebih terperinci berkaitan dengan kaedah kajian berkaitan penghasilan video korporat teaser webinar dalam mempromosikan *Centre for Engineering Education* (CEE) kepada orang awam melalui youtube. Tujuan analisis metodologi yang tepat adalah kerana untuk memastikan segala perancangan yang telah dikenalpasti oleh pengkaji tidak lari. Proses analisis data yang diperoleh daripada kajian penyelidikan membantu pengkaji dalam menganalisa kajian serta dapat merumuskan kajian dengan lebih teliti.

BAB IV

PEMBAGUNAN VIDEO TEASER

4.0 PENGENALAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai analisis dokumen berkaitan video teaser. Pengkaji juga turut mencatat, menganalisis dokumen serta menyenaraikan hasil analisis tersebut berkaitan video teaser bagi mencapai objektif kedua iaitu Mengenalpasti trend terkini dalam menghasilkan sebuah video teaser yang berupaya untuk menarik penonton melihat video webinar yang telah disediakan. Dengan langkah ini pengkaji dapat menetapkan secara kasar atau secara rawak dan bersesuaian untuk digunakan dalam pembagunan video teaser tersebut. Di dalam bab ini juga pengkaji menerangkan secara sedikit proses pembangunan video korporat teaser siri webinar CEE, UTM. Di mana, segala gerak kerja proses pembuatan akan diterangkan secara umum bagi projek video teaser tersebut dalam kajian ini. Di dalam bab ini setiap data yang terkumpul telah dihuraikan oleh pengkaji dengan baik sekali.

4.1 ANALISIS DOKUMEN MENGENAI *TEASER VIDEO*

4.1.1 Pengenalan

Video promosi merupakan elemen penting dalam penyampaian maklumat berkesan dengan cara mempromosikan melalui media promosi.

Menurut (Siregar 2007) menyatakan bahawa *promotion* adalah berasal dari bahasa latin *Promovere* yang bermaksud *forward* (ke depan) dan juga *movere* yang bermaksud *move* (bergerak). Video promosi ini terdiri daripada video produk, video penjelasan (explainer), video teaser, video dan sebagainya. Hal ini kerana video promosi mempunyai pelbagai jenis bentuk video yang berunsurkan promosi dan tujuannya adalah sama cuma gaya penyampaian atau idea itu yang berbeza.

Teaser adalah suatu iklan penggoda dan merupakan salah satu alat pemasaran yang menggunakan mesej mengejutkan dan menarik bagi menimbulkan rasa ingin tahu pengguna terhadap sesuatu perkara.

Menurut kamus merriam webster *teaser* bermaksud alat pengiklanan atau promosi yang bertujuan membangkitkan minat atau rasa ingin tahu terutamanya dalam sesuatu yang akan diikuti.

Seterusnya, oleh kerana jenis ini lebih berunsurkan “penggoda”, jadi strukturnya lebih mementingkan kegunaan bahasa yang menarik untuk menarik penonton. Pengiklanan *teaser* dibina berdasarkan teka-teki, meremehkan, ayat yang mampu memperdaya pengguna. Kesan ini dilakukan dengan menggunakan ayat – ayat pendek menyatakan tentang sesuatu perkara atau objek yang ingin disampaikan.

4.1.2 Tujuan *teaser*

Tujuan adanya *teaser* ini adalah bertujuan untuk mewujudkan perasaan “ingin tahu”. Psikologi manusia mengatakan bahawa manusia seringkali ingin mengetahui tentang sesuatu yang disorokkan, *teaser* ini juga berperanan dalam menyentuh bahagian psikologi manusia.

4.1.3 Ciri-ciri *teaser*

- 1) Video *Teaser* semestinya dibuat bagi menggoda orang ramai bagi menarik minat serta tertunggu-tunggu untuk menonton filem yang akan dikeluarkan oleh pihak produksi.
- 2) Durasi yang dihasilkan hanya lebih kurang dari 1 minit.
- 3) Kandungan sedikit dari video sebenar.
- 4) Maklumat mengenai cerita adalah minimum.
- 5) Jalan cerita dipaparkan secara rawak.
- 6) Digunakan untuk promosi filem sebelum ditayangkan

4.1.4 Format dan penggunaan iklan *teaser*.

1) **Media digital**

Media digital merupakan yang sangat popular digunakan oleh penyampai. Contohnya, seperti ayat menarik atau penggoda di bahagian bawah atau sisi penyemak imbas dan ia lebih dikenali sebagai *caption*.

Tujuannya adalah untuk menarik perhatian pengguna. Kombinasi ilustrasi dan teks menarik yang menarik bagi emosi dapat digunakan untuk ini. Contohnya, "Kejutan! Seorang pelakon terkenal telah meninggal dunia", "Seorang lelaki berusia 50 tahun mengahwini kambing", "Satu titisan minyak wangi ini - dan semua lelaki adalah milik anda".

Terdapat juga iklan penggoda yang lebih sederhana yang bertujuan mempromosikan produk tertentu yang biasanya diperlukan oleh kebanyakan syarikat seperti dompet, syampu, susu dan sebagainya.

2) Tv

Tv memainkan peranan penting dalam menyampaikan sebuah mesej dan ia banyak digunakan oleh syarikat-syarikat besar, sebagai contoh sebuah syarikat terkenal iaitu BMW automotive, video yang dihasilkan oleh syarikat tersebut berdasarkan prinsip kempen sekali sahaja dan ia dikeluarkan dalam bentuk kandungan trailer bersifat penggoda yang mendahului pelepasan model kereta baru. Pada awal video tersebut kita tidak dapat memahami mesej yang disampaikan dan kita lihat segalanya seolah-olah seperti kereta kita. Dan ia tidak ada suara yang menyenaraikan faedah atau logo jenama yang kelihatan. Tetapi, pada akhirnya, menjadi jelas mengenai mesej yang disampaikan.

3) Sepanduk (*Banners*)

Sepanduk merupakan salah satu bentuk yang boleh digunakan sebagai teaser ia juga memainkan peranan penting dalam menarik penonton

secara tidak langsung dengan cara atau mesej penyampaian yang unik dan tersendiri. Contoh paling mudah adalah papan iklan muncul di jalan yang tidak mengiklankan apa-apa melainkan mengandungi gambar berunsurkan memprovokasi atau ayat yang tidak dapat difahami Seminggu kemudian, kita melihat "kesinambungan". Dan rata-rata pengguna akan menggunakan laluan yang sama dan akhirnya mereka dapat melihat iklan tersebut secara penuh.

4) Pemasaran *e-mel*

Seterusnya pemasaran e-mel sebagai elemen teaser contohnya kita boleh memberi amaran kepada pengguna bahawa peristiwa penting akan datang dan jangan mengatakan yang mana satu. Silap mata ini berjaya, sebab itulah jenama banyak menggunakannya. Dalam kes ini, penting untuk menarik perhatian penerima ke tarikh tertentu atau menambahkan butang yang boleh anda gunakan untuk menambahkan acara ke Kalendar Google.

4.1.5 Jenis – jenis kandungan *video teaser*

Setelah analisis dilakukan oleh pengkaji mendapati bahawa tidak banyak maklumat yang menggabungkan secara keseluruhan mengenai jenis-jenis kandungan video teaser tersebut sebaliknya perlu di cari dengan spesifik tajuk untuk mendapatkan maklumat. Hasil analisis atas pengkaji sendiri meneliti serta mendengar sesuatu maklumat dan pengkaji akan melakukan pendapat mengenai maklumat tersebut. Berikut merupakan jenis-jenis kandungan video teaser:

4.1.5.1 *Slide Photo* teaser

Slide photo teaser merupakan gambaran imej yang berupa slide atau persembahan yang menggabungkan text serta imej. Dua bentuk ini memainkan penerangan penting kepada pengguna dimana menyelitkan ayat penggoda dengan meletakkan imej atau text bagi menarik penonton.



Rajah 4.1: slide photo teaser

Sumber: *Youtube*

<https://www.youtube.com/watch?v=tJKrcrAnsw>

4.1.5.2 *Cinematic* teaser

Cinematic teaser pula lebih berisikan kepada lakonan atau *scene* yang telah dirakam dan diambil bahagian paling menarik sebagai penggoda untuk menarik pengguna. kebiasaan *cinematic* teaser digunakan oleh produksi filem, produksi permainan video. *Cinematic* teaser ini boleh digayakan dengan elemen video shot ataupun adengan animasi. Contohnya industri permainan digital seperti

Mobile Legend menggunakan *cinematic* teaser yang lebih bercirikan animasi dapat menarik pengguna secara tidak langsung untuk bermain permainan tersebut.



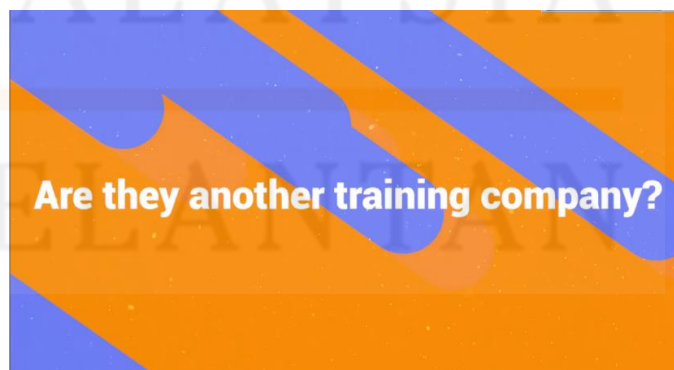
Rajah 4.2: Cinematic Teaser- Mobile Legends Bang- Bang

Sumber : Youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=utetwysat6E>

4.1.5.3 Motion graphic teaser

Motion graphic teaser merupakan *trend* penggunaan paling popular digunakan di dalam industri, hampir semua sektor menggunakan ciri tersebut bagi tujuan promosi dan sebagainya. Antara industri yang menggunakan ciri video ini seperti youtuber, Industri perniagaan, Industri media digital, Institusi pendidikan dan sebagainya. *Motion graphic* teaser lebih menekankan kepada elemen seperti gabungan animasi, teks, audio, imej vector grafik



Rajah 4.3: Motion Grphic Teaser- Animation/motion design - Brand launch teaser video - coming soon

Sumber: Youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=vlzvhuJqPI>

4.1.5.4 Product teaser

Setelah di teliti dan dicari, kebanyakan video teaser yang dihasilkan serta diterbitkan di dalam media sosial seperti *facebook,youtube,Instagram* dan *twitter* pengkaji berpendapat bahawa kebanyakan video teaser banyak dihasilkan serta dikomersialkan adalah video teaser yang bercirikan produk.

Jika kita dapat lihat salah satu contoh di atas iaitu syarikat *Apple* yang mengeluarkan video teaser mereka berkaitan *i-phone 12* dengan tampilan warna ungu yang baru dan banyak jenama – jenama terkenal menggunakan jenis video teaser ini seperti *Dyson, Channel, Samsung* dan sebagainya.



Rajah 4.4: product teaser - iPhone 12 / Mmmmm, purple / Apple

Sumber: Youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=UpolBSznWp0>

4.1.5.5 Live video teaser

Bagi live video teaser lebih merujuk kepada rakaman *clip video* sebenar yang diambil secara langsung, dan clip video yang menarik dijadikan kandungan yang menarik sebagai penggoda untuk menarik pengguna menonton *video live* secara langsung, hasil penelitian di youtube mendapati industri rakaman muzik dan automotif, penyiaran banyak menggunakan *live video teaser* sebagai kandungan (content) dalam video mereka. Hal ini tidak menjadikan penggunaan terhad malah, boleh digunakan pelbagai kandungan yang disampaikan secara langsung. Dari sudut Pendidikan pula banyak digunakan *video teaser* tersebut dengan mengambil kandungan *live video* seperti webinar, forum dan persidangan sebagai penggoda untuk menonton video yang sebenar.



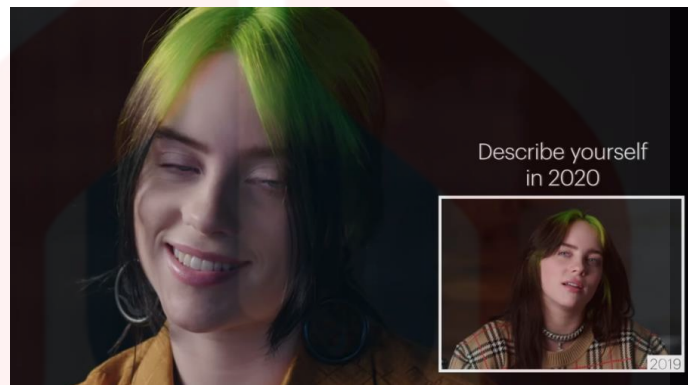
Rajah 4.5: *Live video teaser - BAEKHYUN '놀이공원 (Amusement Park)' Live Video Teaser*

Sumber: youtube

(<https://www.youtube.com/watch?v=ABiNV84xW7A>)

4.1.5.6 interview teaser

Seterusnya, berbeza pula bagi *interview teaser*. Hal ini kerana kandungan lebih menekankan kepada wawancara atau temubual secara langsung, sebagai elemen utama dan memilih rakaman yang menarik dari segi topik atau kupasan untuk dijadikan sebagai penggoda. Video tersebut dipertontonkan kepada pengguna untuk tontonan video sebenar. Kebiasaannya pengkaji mendapati *interview teaser* banyak digunakan dalam industri media penyiaran, perfileman, youtuber, ataupun korporat.



Rajah 4.6: Interview teaser: Billie Eilish: Same Interview, The Fourth Year (Teaser #2) | Vanity Fair

Sumber : Youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=69DZ8Dsm2vA>

4.1.6 perancangan idea projek

Video korporat merujuk kepada semua jenis kandungan video berdasarkan iklan yang dibuat dan ditugaskan oleh perniagaan, syarikat, atau organisasi. Kandungan video korporat itu disasarkan kepada demografi pengguna yang telah disasarkan kepada pengguna tertentu. Hal ini menjadi

tanggungjawab pihak pengurusan untuk menetapkan video korporat yang bersesuaian dengannya.

Hasil perbincangan dengan pegawai bertugas pusat Pendidikan kejuruteraan, Universiti Teknologi Malaysia. Hasil penelitian video siri webinar di saluran *youtube* CEE, UTM mendapati tiada lawatan yang dianggarkan. Oleh kerana ingin menaikkan jumlah tontonan serta ingin mendapatkan keuntungan dari sumber *youtube* diharapkan dengan adanya video *teaser* ini dapat membantu menarik pengguna dalam melihat video siri webinar CEE, UTM.

Seterusnya, hasil daripada analisis serta perhatian daripada pengkaji berkaitan objektif kedua iaitu apakah trend terkini yang digunakan untuk menghasilkan video *teaser* yang boleh menarik perhatian penonton untuk melihat video webinar yang disediakan? pengkaji mendapati jenis kandungan yang sesuai dibawa untuk penghasilan video *teaser* ini adalah Gabungan video berbentuk *Motion graphic* dan *Live video teaser*.

Pada pengkaji kandungan bercirikan *live/video* ini dapat menarik pengguna secara tidak langsung khususnya golongan pendidikan tinggi, para guru, para *engineer* dan orang *indsutri*. Jika kita lihat video berunsurkan *live video* adalah sebuah rakaman yang diambil secara langsung dan tiada skrip atau pun jalan cerita diletakkan serta kesemua *scene* adalah secara spontan.

Manakala konten berunsurkan *motion graphic* ini pula sesuai digunakan pada bahagian permulaan video dan meletakkan teks serta visual grafik bagi menarik penonton untuk melihatnya. Dengan adanya kedua – dua

bentuk video ini dapat memberikan video teaser itu dilihat sempurna dengan ciri-ciri kata penarik yang menarik.

Seterusnya, pada asalnya konten video asal sememangnya ditujukan kepada golongan ini kerana isi dan penyampaian adalah berkaitan dengan ilmu kejuruteraan. Dengan adanya video teaser ini dengan maklumat yang menarik serta realistik akan menarik secara tidak langsung penonton dari luar bidang supaya timbul rasa minat atau sifat ingin mengetahui tentang sesuatu ilmu.

Pengkaji juga telah menetapkan had bagi sesebuah teaser berdasarkan penelitian dan pandangan, oleh kerana atas permintaan pihak CEE ingin menjadikan sebuah teaser itu berbentuk ringkas dan berinfomatif, pengkaji menetapkan durasi bagi sesebuah video yang berbentuk Pendidikan adalah tidak lebih kurang 1 hingga 3 minit kebawah durasinya. Hal ini kerana tujuan teaser adalah untuk menarik penonton untuk melihat video sebenar maka, perkara yang menarik akan diletakkan dalam video tersebut agar penonton dapat melihat video tersebut.

4.1.7 Kesimpulan

Kesimpulan dapat pengkaji selitkan dalam analisis dokumen *teaser* mempunyai banyak kaedah dan penggunaan ini bergantung kepada jenis media yang ingin diiklankan atau menarik pengguna atau penonton. Oleh itu, kajian mengenai *video teaser* ini diharapkan dapat membantu pengkaji sedikit sebanyak mencari idea yang tepat bagi menghasilkan kandungan yang berkuliti dan penyampaian jelas kepada penonton.

4.2 PROSES PEMBANGUNAN VIDEO KORPERAT TEASER SIRI WEBINAR CEE, UTM.

Di dalam bahagian ini pengkaji akan menjelaskan berkaitan proses - proses penghasilan atau perkara penting yang akan ditekankan dalam membangunkan video teaser ini.

4.2.1 Pra-Produksi

Pra-produksi merupakan satu tahap atau peringkat awal dalam proses pembuatan filem atau video. Proses ini meliputi Langkah-langkah yang dilakukan sebelum memulakan produksi bertujuan supaya proses pembuatan filem atau video itu berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang telah dirancang.

4.2.1.1 Brainstorming

Hasil daripada penelitian serta kajian berkenaan video teaser ini pengkaji dapat menyimpulkan pelbagai idea serta mengembangkan idea bagi memperolehi hasil yang terbaik. Oleh kerana penelitian dilakukan secara maya hasil maka dapatan hasil tidak terlalu banyak dilakukan. Malah kajian berdasarkan penelitian video teaser sangat kurang diketengahkan. Hal ini kerana kajian berkaitan multimedia amat kurang khususnya berkaitan kajian video dan sebagainya.

Oleh itu pengkaji telah mengenalpasti permasalahan bagi kajian kes ini dimana pengkaji telah menyatakan permasalahan seperti kurangnya lawatan serta tontonan dari penonton mengenai video yang telah disediakan di dalam saluran youtube CEE, seterusnya, tiada video pendedahan atau teaser berkenaan webinar yang sedia ada kepada penonton dan video webinar yang disediakan terlalu padat isinya serta bercampur aduk dengan maklumat lain.

Setelah kajian telah dilakukan secara terperinci, serta idea-idea telah dianalisis pengkaji dapat melaksanakan permasalahan yang ada dengan mudah dan berkesan.

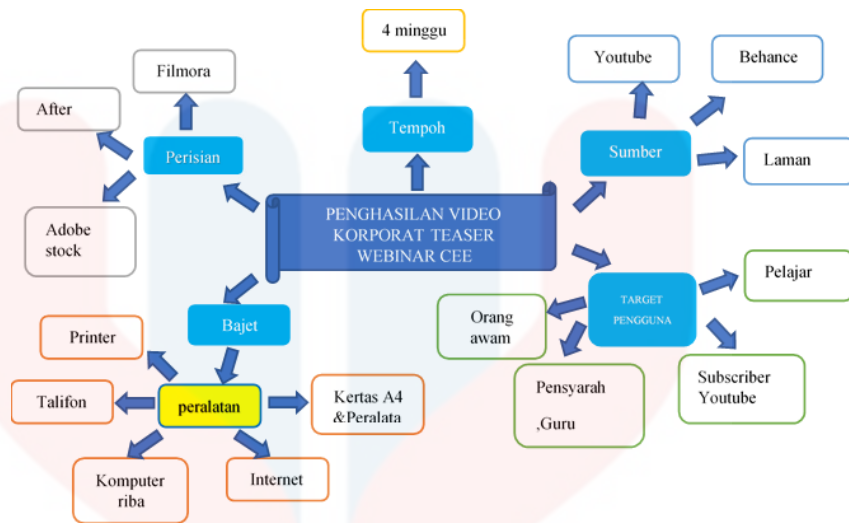
4.2.1.2 Konsep Video

Bagi proses ini konsep video sangat ditekankan oleh pengkaji dalam menyampaikan mesej kepada pengguna atau penonton supaya berkesan. Dengan ada konsep video ini diharapkan pengkaji tidak lari daripada skop atau tema video seperti yang dirancangkan. Hal ini kerana, konsep memainkan peranan penting kepada sesebuah video tersebut jika konsepnya lari atau tidak sampai kepada pengguna maka penghasilan video tersebut adalah sia-sia.

Untuk konsep kajian ini pengkaji telah menetapkan konsep sudah jelas sekali iaitu video berkonsepkan teaser dan korporat. Elemen kandungan yang disampaikan adalah lebih kepada *Motion graphic* serta *live video* dan dua kandungan ini memainkan peranan penting dalam menarik pengguna sebagai penggoda agar penonton ingin melihat video yang sebenar.

4.2.1.3 Peta minda

Pada bahagian ini pengkaji cuba menyenaraikan sebuah peta minda. Hal ini bertujuan memberi pandangan kepada pengkaji supaya dapat melihat secara keseluruhan perancangan serta perkara yang perlu ditekankan supaya tiada perkara kecil atau masalah yang akan dihadapi akan datang.



Rajah: 4.7: Lakaran peta minda bagi penghasilan video teaser

(sumber: pengkaji 2021)

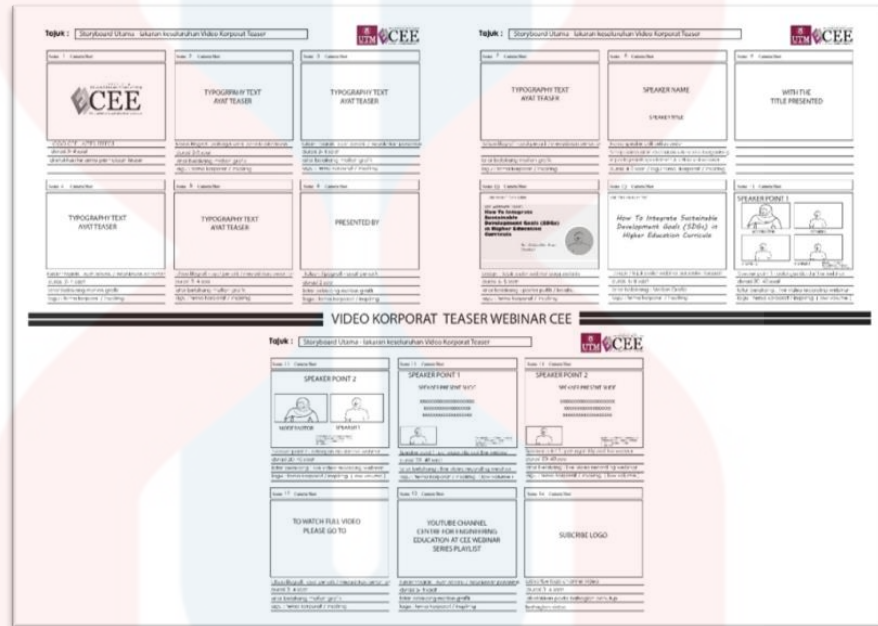
4.2.1.4 Storyboard (Jalan Cerita)

Bagi jalan cerita pengkaji telah melakukan satu bahagian adalah sama bagi 14 *video teaser* yang lain. Bentuk jalan cerita serta konsep adalah sama tetapi setiap video mempunyai ayat penggoda tersendiri serta setiap perkara yang dimasukkan adalah mengikut perkara ataupun bahagian klip yang menarik untuk diletakkan di dalam teaser tersebut.

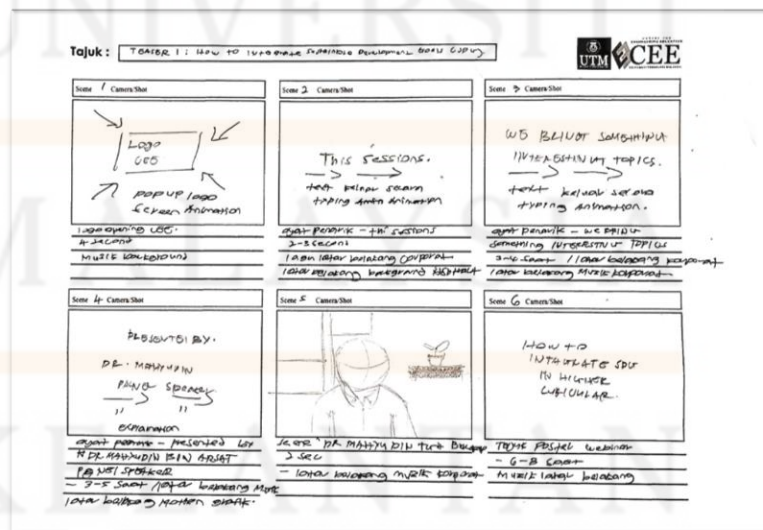
Setiap *teaser* akan mempunyai ayat penggoda yang berbeza, muzik latar belakang yang bebeza, latar belakang *motion graphic* yang berbeza serta pengisian dari webinar sebenar juga adalah berbeza bergantung kepada topik yang dibincangkan dalam siri webinar tersebut.

Dalam penerangan *storyboard* ini pengkaji hanya menjelaskan serba sedikit berkaitan proses penghasilan jalan cerita dan hasil lakaran idea tersebut pengkaji meletakkan pada bahagian lampiran.

Berikut merupakan lakaran papan cerita utk video ini:

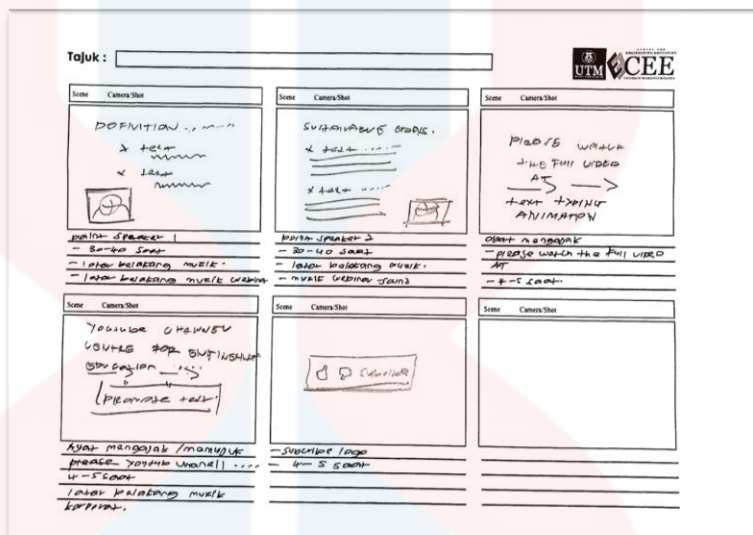


Rajah: 4.8: Storyboard Keseluruhan bagi projek video teaser (sumber: pengkaji 2021)



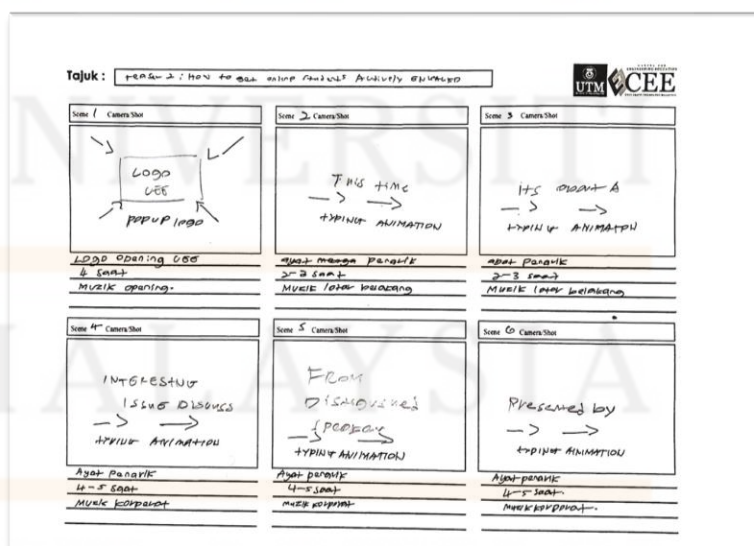
Rajah: 4.9: Storyboard video contoh projek teaser 1 bahagian 1: How To Integrate Sustainable Development Goals (SDGs) in Higher Education Curricula

(sumber: pengkaji 2021)



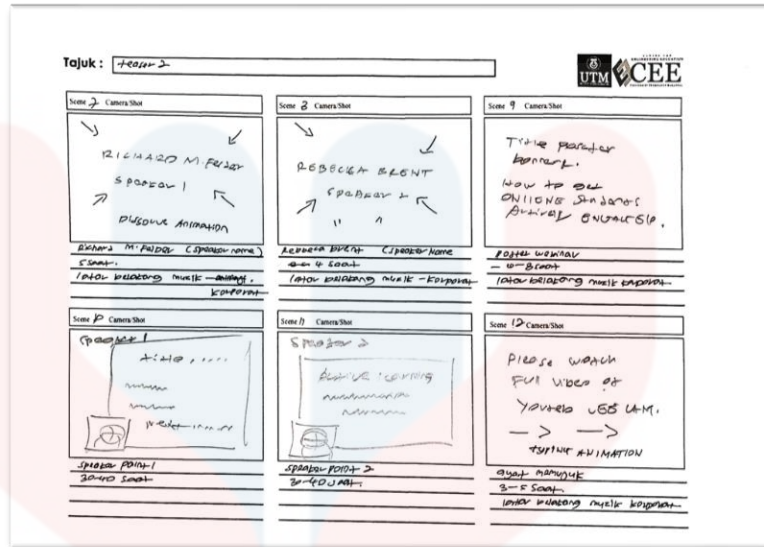
Rajah: 4.10: Storyboard video projek teaser 1 bahagian 2: How To Integrate Sustainable Development Goals (SDGs) in Higher Education Curricula

(Sumber: pengkaji 2021)

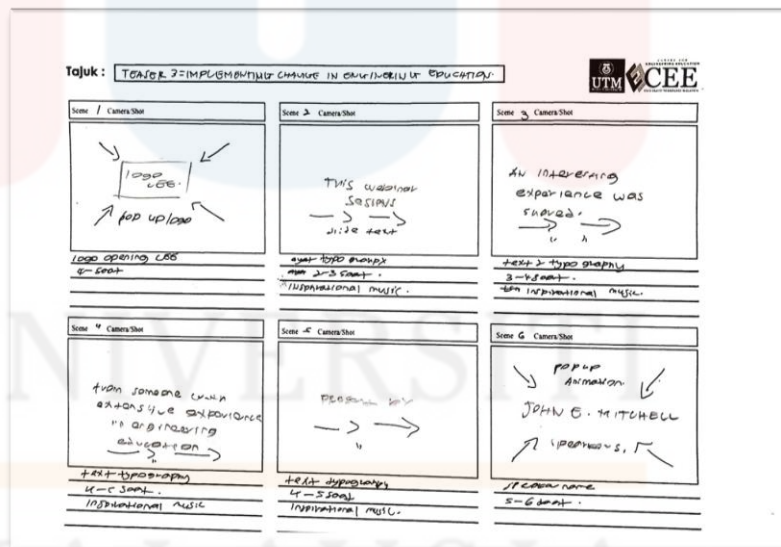


Rajah: 4.11: Storyboard video projek teaser 2 bahagian 1: How To Get Online Students Actively Engaged

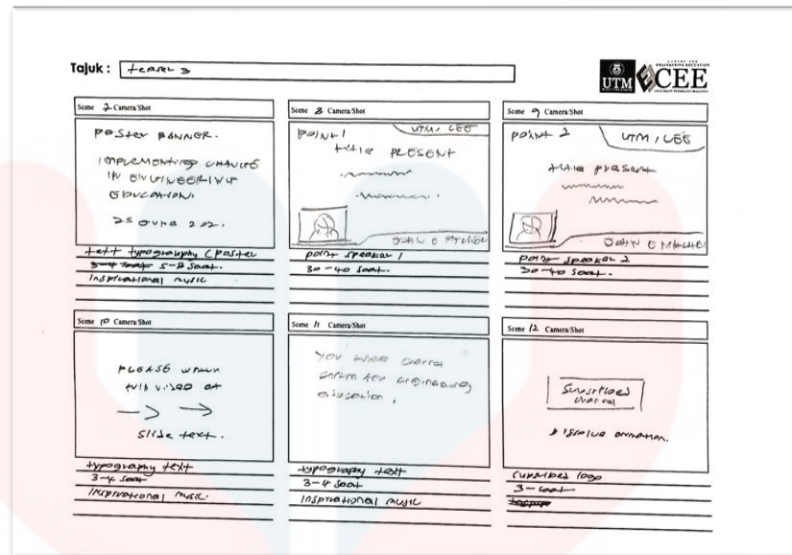
(Sumber: Pengkaji 2021)



Rajah: 4.12: Storyboard video projek teaser 2 bahagian 2: How To Get Online Students Actively Engaged (sumber:pengkaji 2021)



Rajah: 4.13: Storyboard video projek teaser 3 bahagian 1: Implementing Change In Engineering Education: Experience Of The Ucl Integrated Engineering Program (sumber:pengkaji 2021)



Rajah: 4.14: Storyboard video projek teaser 3 bahagian 2: *Implementing Change In Engineering Education: Experience Of The Ucl Integrated Engineering Program*
 (sumber:pengkaji 2021)

4.2.1.5 Perisian Yang Digunakan Dalam Projek.



Rajah 4.15: Logo *filmora*

Sumber: Internet

<https://www.freelogovectors.net/filmora-logo-wondershare>

Pengkaji menggunakan perisian *filmora* sebagai perisian utama dalam menghasilkan video teaser ini. kesan visual serta animasi digunakan menerusi perisian ini. Memandangkan perisian ini sangat popular digunakan pada masa kini, perisian ini juga membantu pengkaji dalam mengatasi masalah *lagging file* semasa proses *editing*. Perisian ini sesuai digunakan kerana membantu pengkaji mengatasi masalah ini dan melancarkan proses gerak kerja penghasilan video ini. Bagi setting untuk video untuk projek ini juga ditetapkan pada 1280 x 720 yang mana resolusi yang besar dengan 2000 *pixels* video untuk kualiti imej dengan kelajuan video adalah 25 fps.



Rajah 4.16: Logo After Effects

Sumber: Internet

<https://1000logos.net/after-effects-logo/>

Selain itu, pengkaji juga menggunakan perisian daripada *Adobe after effect* yang mana kami menghasilkan *visual effect* untuk video pengkaji supaya nampak lebih menarik. Penggunaan *Adobe after effect* banyak membantu pengkaji khususnya meletakkan kesan khas di dalam video berupakan latar belakang , seperti video latar belakang bagi *motion graphic*, video pembuka logo CEE.

Seterusnya, penggunaan *adobe stock* membantu pengkaji dalam menghasilkan idea dalam menghasilkan video teaser tersebut. Kebanyakan stok video adalah percuma dan boleh digunakan bagi tujuan penghasilan seperti kandungan video di youtube dan sebagainya. Memandangkan penghasilan merangkumi 14 buah video teaser menjadikan pengkaji mencari langkah yang boleh membantu pengkaji dalam menghasilkan video. *Adobe stock* merangkumi pelbagai jenis elemen multimedia seperti audio, imej, 3d model dan animasi. Di samping itu, pengkaji banyak merujuk laman web *behance* sebagai sumber inspirasi dalam menghasilkan idea berkaitan video teaser ini.



Rajah 4.17: Logo Adobe Stock

Sumber: Internet

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe-Stock logo.png](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Adobe-Stock_logo.png)

The image shows the Behance logo, which consists of the word "Behance" in a white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular box. The logo is set against a background of a large, faint watermark of a hand holding a stylized 'U' shape, with the word "UNIVERSITI" and "MALAYSIA" visible in the background.

Rajah 4.18: Logo Behance

Sumber: Internet

<https://www.elementalmedia.co.uk/behance/inspiration>

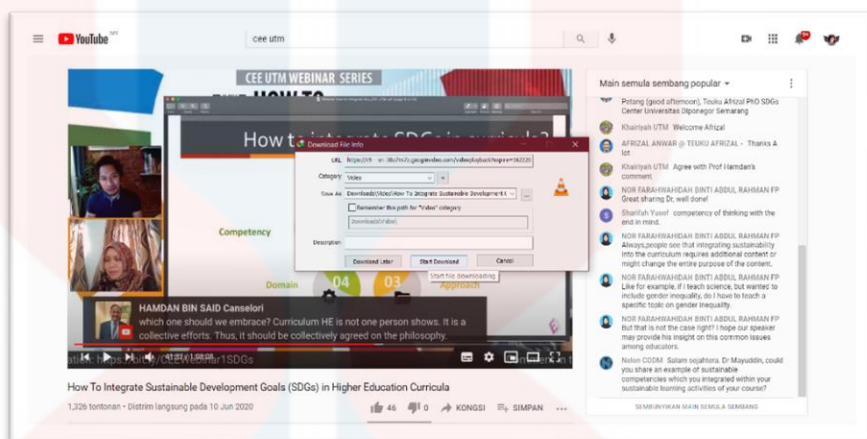
4.2.1 Produksi

Produksi merupakan suatu tahap atau proses dimana tahap ini segala kerja yang telah dirancangan akan mula digerakkan mengikut pelan yang dirancang, ia merupakan suatu tindakan atau penghasilan dari komponen atau bahan mentah digerakan. Bagi penghasilan untuk kajian ini pengkaji menjalankan projek teaser video dengan meletakkan bahan seperti video, audio dan kesan khas.

4.2.1.1 Mengumpulkan sumber video

Pada bahagian ini pengkaji secara langsung mengumpul kesemua video siri webinar di saluran *youtube centre for engineering education*. Sebanyak 14 video *teaser* yang telah dikenalpasti dan proses memuat turun video webinar ini bagi sebagai bahan penting dengan meletakkan *clip* pendek

sebagai *teaser*. Di samping itu, sumber – sumber lain yang dicari oleh pengkaji iaitu audio dan imej dalam menjadikan video tersebut lebih menarik dan menepati ciri-ciri asas dalam elemen multimedia.

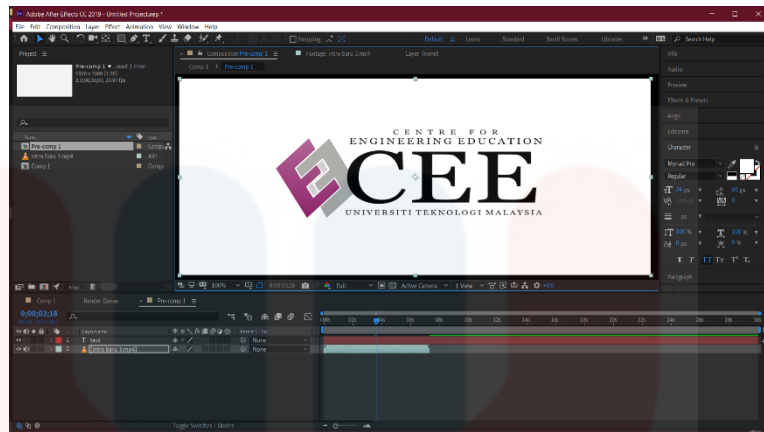


Rajah: 4.19: Proses mengumpul sumber video

(Sumber pengkaji : 2021)

4.2.1.2 Penyediaan *Raw material* video

Pada peringkat ini pengkaji menyediakan bahan bagi penghasilan video korporat teaser ini. Pada rajah di atas menunjukkan pengkaji menghasilkan video pembukaan dengan bercirikan logo CEE, UTM sebagai lambang utama menunjukkan sebuah organisasi korporat dengan nama serta gaya tersendiri. Pada peringkat ini pengkaji meletakkan kesan khas bagi menjadikan lagi menarik apabila dihasilkan.



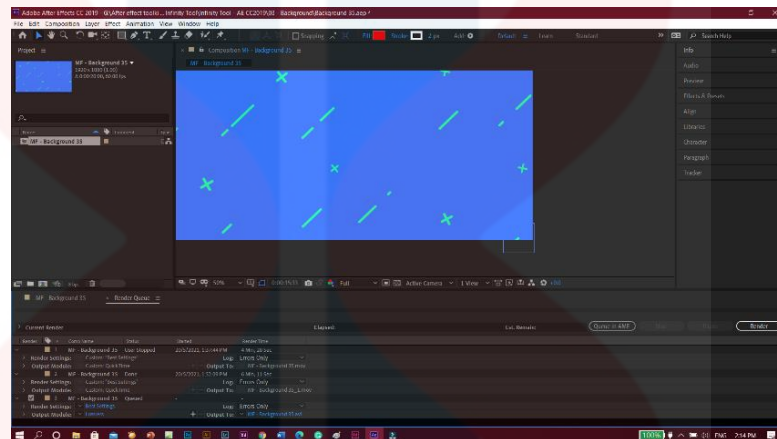
Rajah 4.20: Penghasilan video Logo CEE

(Sumber: pengkaji 2021)

Seterusnya, kesan khas juga diletakkan bagi latar belakang *Motion Graphic*. Hal ini kerana dengan adanya kesan khas ini menjadikan video teaser tersebut tampak lebih menarik dan kreatif. Kesan khas ini meliputi 14 rekabentuk grafik dengan pelbagai jenis seperti abstrak, *geometric* dan sebagainya. Bagi pilihan menggunakan *after effect* pelbagai pilihan serta idea inspirasi boleh dijadikan sebagai sumber dalam menghasilkan idea yang kreatif. Namun begitu kesan khas yang ditentukan adalah berdasarkan kesesuaian dan seperti dalam perancangan papan cerita. Penggunaan effect juga memainkan peranan penting kerana persembahan yang menarik dapat memberikan kepercayaan penonton bahawa pihak CEE mampu menghasilkan elemen video yang berkesan khususnya bidang kejuruteraan secara tidak langsung merupakan sumber atau penyumbang utama dalam penyebaran ilmu pengetahuan.

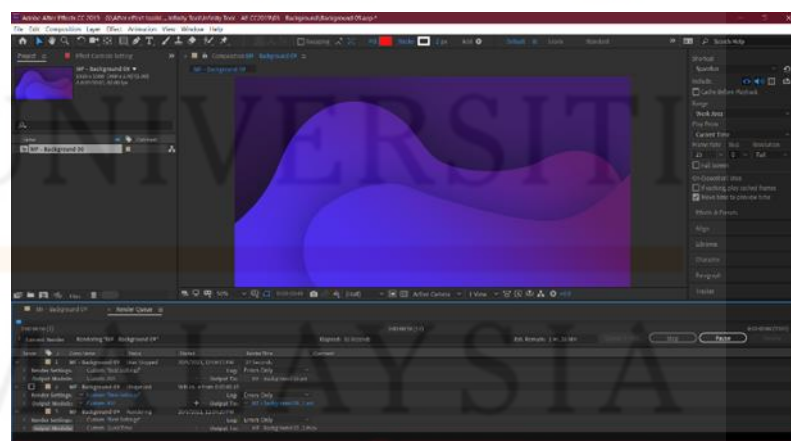
Proses ini juga mengambil masa yang agak lama kerana setiap penyediaan latar belakang melalui *after effect* ini mengambil masa 3-4 jam dan bergantung kepada keadaan peranti komputer yang bertindak balas, jika

peranti mempunyai memori grafik yang tinggi sememangnya mengambil masa yang singkat untuk menghasilkan sesuatu video manakala jika peranti itu adalah sederhana keadaanya, grafiknya adalah kecil maka ia akan makan masa yang lama sehingga berjam lamanya. Bagi situasi ini pengkaji hanya menggunakan peranti yang sederhana dalam penghasilan projek tersebut.



Rajah 4.21: Penghasilan latar belakang *motion graphic*

(Sumber: pengkaji 2021)



Rajah 4.22: Penghasilan latar belakang *motion graphic*

(Sumber: pengkaji 2021)

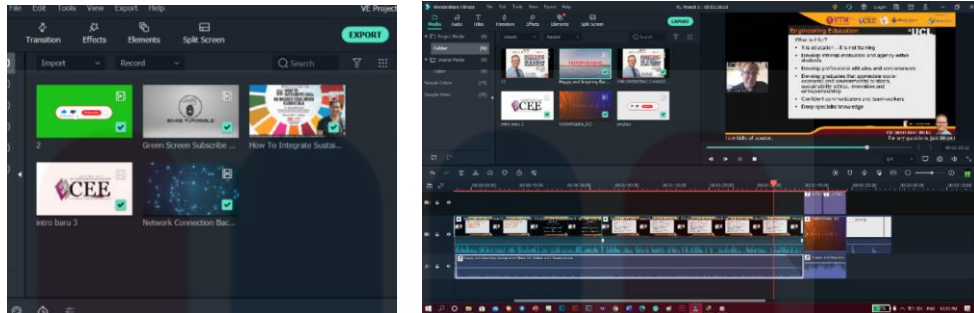
4.2.2 Pasca produksi

Pada bahagian ini fasa akhir untuk diterbitkan atau dikeluarkan. Pada peringkat ini kebiasaannya akan digunakan bagi tujuan penambahbaikan atau *editing* fasa akhir. Bahan - bahan juga akan diubah atau ditambahbaik bagi mendapatkan hasil yang berkualiti, pada peringkat ini pengkaji akan lebih meneliti kepada produk iaitu video teaser dengan memastikan kualiti video adalah terbaik, tiada masalah warna dan sebagainya.

4.2.1.0 Memasukkan bahan-bahan video

Pada bahagian ini pengkaji memulakan proses dalam pengeditan video dan penerangan ini mewakili bagi semua penghasilan 14 teaser video yang dilakukan pengkaji, tetapi setiap teaser video tidak sama dan kandungan serta pengisian adalah tidak sama sekali tetapi konsep masih sama. Contohnya video teaser pertama muzik bertemakan korporat manakala video teaser kedua bertemakan muzik inspirasi. Contoh yang lain video pertama pengkaji meletakkan latar belakang bertemakan *abstract* manakala video teaser kedua latar belakang bertemakan *geometric*. Hal ini menjelaskan bahawa setiap video teaser adalah tidak sama sekali kandungannya malah mempunyai elemen kandungan yang tersendiri.

Pada bahagian ini merupakan proses memuatnaik media yang mana semua audio, video, serta *video effect* akan pengkaji kumpulkan dalam *media project* supaya memudahkan pengkaji untuk Menyusun *clip* bahagian yang tertentu. Hal ini mengelakkan daripada kehilangan fail dan pengkaji tidak perlu mencari semula fail yang berkenaan.



Rajah 4.23: Proses – proses memasukkan bahan video

(Sumber: pengkaji 2021)

4.2.2.1 Memotong *clip* webinar

Pada bahagian pemotongan clip serta pengubahsuaian clip yang mana semua clip akan dipotong mengikut durasi yang ditetapkan, mengikut *storyboard* yang telah dirancang. Proses ini perlu kerana jika tidak dilakukan video akan menjadi cacat atau tidak sempurna serta tempoh durasi video tersebut tidak menarik. Pada bahagian ini pengkaji akan memotong *clip* (*cut scene*). Hal ini kerana bertujuan untuk memisahkan *scene* dan menambah clip (*scene*) supaya video teaser ini tampak lebih menarik. Untuk bahagian ini setiap video webinar akan dipilih bagi mengikut keadaan atau petikan yang menarik bagi menghasilkan sebuah *teaser* yang menarik sepanjang sesi webinar tersebut.

Seperkara lagi, proses ini juga mengambil masa yang agak lama kerana pengkaji perlu meneliti serta memahami perkara dan meneliti perkara yang disampaikan bagi sesuatu video tersebut dan seterusnya cacatan akan

dilakukan oleh pengkaji dan akhirnya pilihan durasi dipilih oleh pengkaji untuk diletakkan dalam video tersebut.

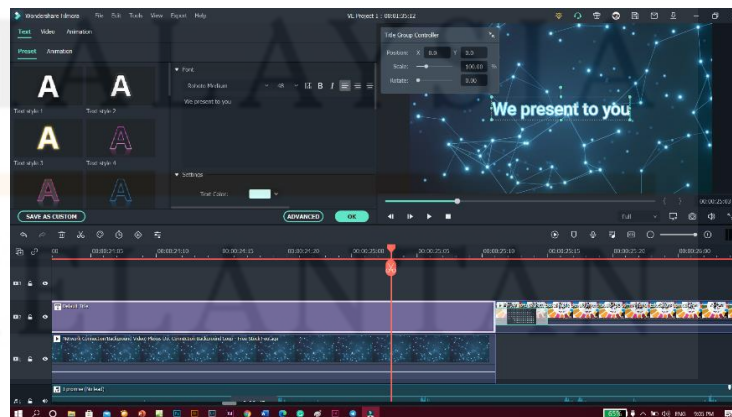


Rajah 4.24: proses memotong clip video webinar

(Sumber pengkaji: 2021)

4.2.2.2 Memasukkan text

Di dalam proses ini pengkaji memasukkan text yang berfungsi sebagai tipografi, bahagian text ini juga pengkaji akan menggabungkan bahan *raw* untuk projek teaser ini iaitu latar belakang yang telah dihasilkan oleh pengkaji. Untuk satu video teaser setiap ayat penggodanya telah disusun oleh pengkaji melalui storyboard dan pengkaji akan menyusun semula ayat tersebut semasa proses memasukkan teaser ini. Kombinasi antara text tipografi dan latar belakang grafik menjadikan sesebuah *scene* itu merupakan sebuah *video motion graphic* yang menarik dan kreatif jika dilihat.



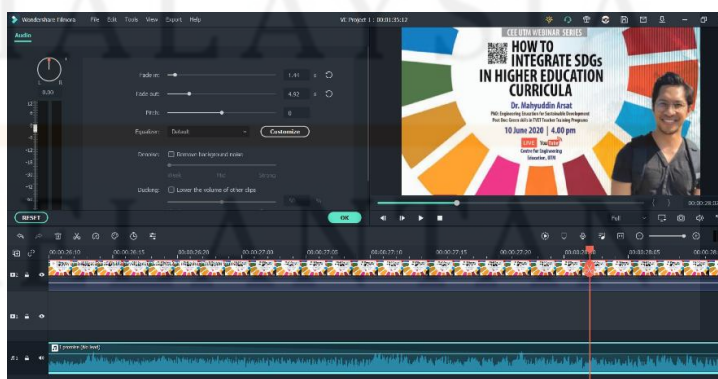
Rajah 4.25: proses memasukkan teks

(Sumber pengkaji: 2021)

4.2.2.2 Meletakkan audio

Begitu juga dengan meletakkan audio pada video teaser menjadikan video tampak lebih menarik dan tidak membosankan. Proses memasukkan audio merupakan perkara yang sangat penting. Hal ini kerana, jika sesuatu video tidak ditetapkan audio berkemungkinan video tersebut akan menjadi tidak jelas audio serta tidak didengari hanya bunyi latar belakang muzik yang kuat, audionya terlalu halus sehingga mengganggu fokus penonton dan audio terlalu kuat turut mengganggu peranti penonton, seperti speaker bergetar akibat bunyi yang terlalu kuat sehinggakan penonton terpaksa memperlakan audio. Malah, menjadikan sesuatu video itu tidak mesra pengguna.

Bertitik tolak daripada hal ini, proses memasukkan *audio* akan dikawal oleh pengkaji dengan menetapkan kadar bunyi dan menetapkan bunyi masuk (*fade in*) dan bunyi keluar (*fade out*). Pengkaji juga akan memasukkan audio lagu berunsurkan korporat, inspirasi yang sesuai untuk diletakkan pada video *teaser* ini.



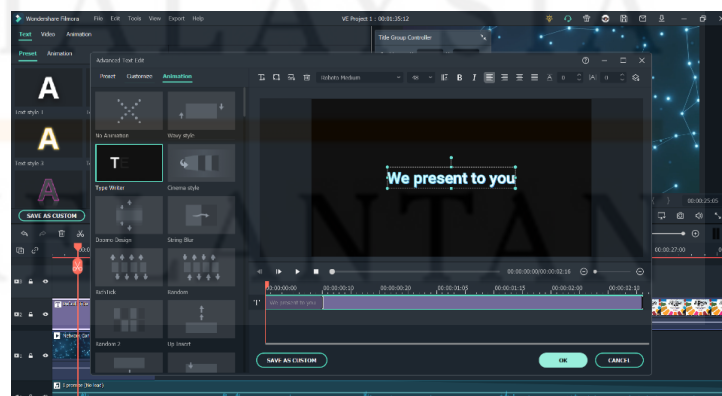
Rajah 4.26: proses meletakkan audio

(Sumber pengkaji: 2021)

4.2.2.3 Meletakkan Animasi

Lebih penting lagi, proses meletakkan animasi merupakan salah satu proses dimana melengkapkan ciri – ciri sebuah video yang berinteraktif dan mempunyai elemen Multimedia. Pada proses ini pengkaji akan melakukan animasi keatas *text* dimana akan bergerak mengikut gerakan yang kita mahukan seperti berpusing, naik keatas, hilang timbul dan sebagainya. Animasi ini boleh dimasukkan dengan menetapkan secara manual kadar Gerakan laju atau lambat mengikut setting yang ditetapkan. Pengkaji akan menetapkan *timeframe* yang asal pada kedudukan asal dan menggerakkan text pada tempat lain pada durasi yang berlainan seterusnya menetapkan *timeframe* yang baharu sehingga menjadikan satu *scene* seolah bergerak dari tempat asal ke tempat yang lain.

Seterusnya, untuk setiap klip (*scene*) pengkaji akan memasukkan *effect* atau bentuk yang asasnya perlu digerakkan juga seperti text dan akhirnya memasukkan elemen tersebut sebagai pelengkap kepada video teaser ini.



Rajah 4.27: proses memasukkan animasi

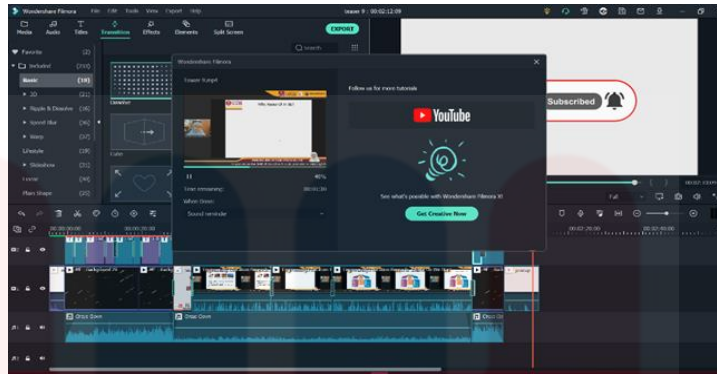
(Sumber pengkaji: 2021)

4.2.2.4 Rendering video

Selepas itu, Randering video merupakan satu proses akhir bagi pengeditan video setelah dimasukkan kesemua elemen dalam video seperti text, audio, imej, video dan animasi dan *rendering* akan dilakukan. Untuk projek teaser ini pengkaji akan melakukan satu kali editing setelah selesai diikuti dengan proses rendering serta diteruskan kepada video teaser kedua dan seterusnya dengan melakukan proses yang sama.

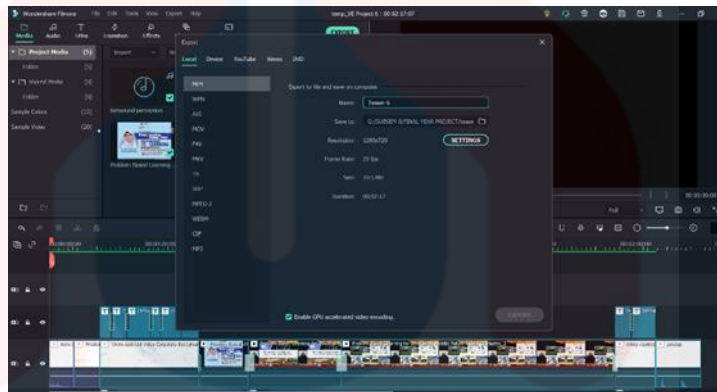
Untuk video teaser ini pengkaji telah menetapkan resolusi 1280x720 saiz screenya, 25 fps dan 2000 kpbs bagi *bitrate* audio. Hal ini kerana pada pendapat pengkaji saiz ini sudah memadai untuk diletakkan di dalam *youtube* kerana jika meletakkan resolusi bersaiz 4K dan fps adalah tinggi menjadikan video dimainkan akan lambat ataupun *lagging* disebabkan saiz yang terlalu besar. Oleh itu, pengkaji memilih saiz seperti dinyatakan oleh pengkaji kerana semua peranti boleh *support* atau memainkan video itu dengan sangat lancar sekali.

Seterusnya, setelah video tersebut pengkaji akan memulakan sesi rendering untuk video teaser ini. Proses ini memakan masa 5-10 minit. Hal ini kerana *rendering* dilakukan amat berbeza dengan proses *rendering* dengan menggunakan *after effect* disebabkan memori *bitrate* yang bergantung kepada sesuatu peranti komputer. Malah, proses ini juga lebih cepat kerana *time frame* yang amat singkat menjadi faktor proses rendering itu begitu cepat.



Rajah 4.28: proses menetapkan video size

(Sumber pengkaji: 2021)



Rajah 4.29: proses rendering video

(Sumber pengkaji: 2021)

4.2.2.5 Proses penilaian dan penelitian

Pada proses penilaian dan penelitian pengkaji akan menghantar sampel video yang telah disiapkan dan mengemukakannya kepada pegawai CEE untuk dinilai. Kebiasaannya penilaian akan dilakukan secara persembahan secara bersemuka bersama pegawai dan sesi penilaian dan kritikan akan diberikan oleh pegawai CEE bagi tujuan memperbaiki

kekurangan pada video, perkara -perkara yang boleh ditambahbaik, pengubahsuaian kandungan dan sebagainya.

Oleh hal demikian, Disebabkan wabah Covid-19 membimbangkan diseluruh negara, proses penilaian akan dilakukan oleh pengkaji dengan menghantar atau memuatnaik video projek tersebut melalui *google drive* dan menghantar melalui emel linknya serta mengadakan sesi *video call* melalui maya seperti *google meets* atau *zoom* bagi mendapatkan maklumbalas secara langsung berkenaan video tersebut.

4.2.2.6 Proses penambahbaikan video

Pada proses ini pengkaji melakukan proses pengeditan video seperti memeperbetulkan *noise* pada audio, menukar *clip* atau scene atau teks yang sesuai. Hal ini bergantung kepada pegawai CEE bagaimana video yang mereka perlukan dan ia perlu diperbaiki sehingga menjadikan kualiti serta *branding* sesebuah syarikat dapat dijaga dengan baik. Pada akhir sekali video tersebut dapat dipromosikan melalui *youtube* sekali gus menarik penonton yang baru untuk melihat video teaser tersebut.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

4.3 KESIMPULAN

Di dalam proses penghasilan ini juga pelbagai cabaran yang perlu ditempuhi pengkaji seperti masalah komunikasi dikala pandemik covid-19 yang semakin tinggi dan menjadikan komunikasi bersama pegawai CEE dalam membincangkan projek ini menjadikan ia terhad secara maya dan bukannya secara fizikal, selain itu, penggunaan faktor gangguan internet yang bermasalah merupakan salah satu faktor atau cabaran dalam penghasilan video teaser ini. Pengkaji menganggap Proses Video korporat adalah satu proses yang sangat kompleks yang memerlukan masa yang lama untuk dihasilkan. Namun jika tugas itu dibahagi sama rata, ianya akan menjadi sekejap sahaja.

BAB V

ANALISIS DAN PERBINCANGAN

5.0 PENGENALAN

Dalam bab ini akan menjelaskan analisis berkaitan soal selidik, temubual serta perbincangan oleh pengkaji mengenai objektif kajian. Seperti yang dimaklumkan soal selidik adalah berkaitan objektif yang pertama iaitu mengenalpasti faktor kurangnya lawatan dan tontonan video webinar yang telah disediakan di dalam saluran *youtube* CEE. Soal selidik ini telah dijalankan dengan penyediaan soalan serta dihasilkan melalui *google form* dan diserahkan kepada responden. Pengkaji telah mensasarkan kepada 50 responden bagi menjawab soal selidik tersebut dan rata-ratanya responden yang disasarkan oleh pengkaji bertumpu kepada *subscriber You tube* CEE, pelajar-pelajar Universiti Teknologi Malaysia dan staff CEE, UTM. Malah, pengkaji turut meletakkan *link* soal selidik tersebut melalui siaran di *youtube channel* CEE, halaman rasmi *Facebook* CEE serta bantuan staff CEE bagi mendapatkan maklumbalas daripada responden berkenaan kajian ini. Oleh itu hasil daripada jawapan daripada responden pengkaji telah menganalisis dalam bentuk carta pie dan graf bar bagi menerangkan secara terperinci berkaitan objektif kajian ini.

Selain itu, Di dalam bab ini juga pengkaji juga menganalisis temubual berkaitan objektif ketiga iaitu mengenalpasti pengisian maklumat yang ringkas serta berinformatif untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut. Temubual yang dijalankan adalah bersama salah seorang pegawai CEE serta merangkap pembantu kepada pengarah CEE yang bertanggungjawab keatas projek akhir teaser ini. Sesi soal selidik telah dijalankan selama 15 minit dan hasil rakaman temubual telah di transkrip dan dianalisis dalam bab ini.

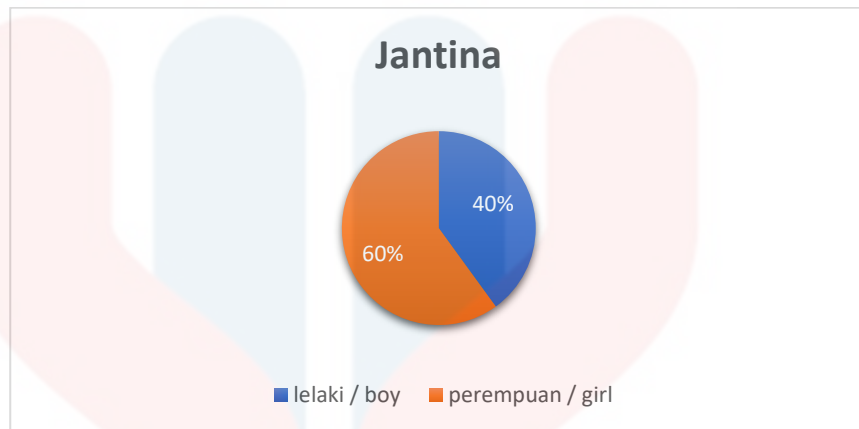
Seterusnya, bab ini akan membincangkan secara keseluruhan berkaitan hasil dapatan kajian yang telah diperolehi. Pengkaji juga akan mengeluarkan pendapat serta ringkasan hasil daripada kajian ini.

5.1 ANALISIS RESPONDEN

5.1.1 Analisis Soal Selidik

Di dalam bahagian ini analisis soal selidik megandungi 5 bahagian serta megandungi 18 soalan dengan pelbagai bentuk soalan secara keseluruhannya iaitu bahagian A demografi responden yang megandungi 4 soalan, Bahagian B pula megandungi 2 soalan, manakala bahagian C megandungi 3 soalan dan Bahagian D pula megandungi 5 soalan. Akhir sekali bahagian E megandungi 4 soalan kesemuanya.

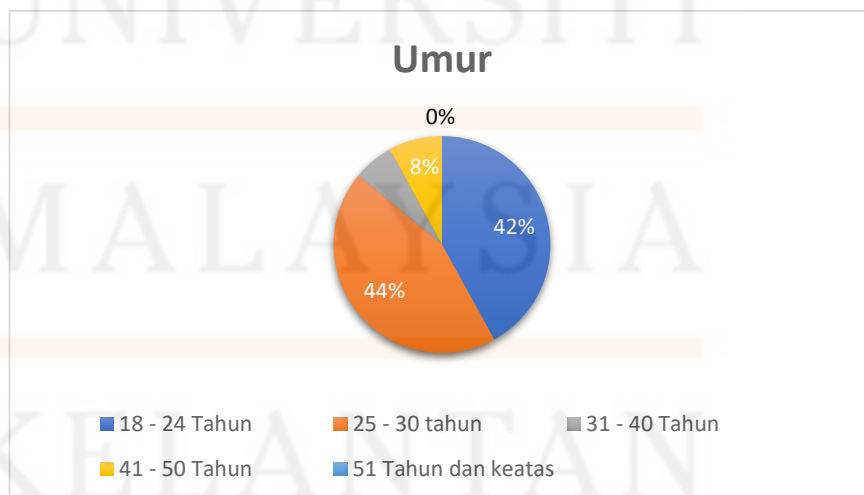
5.1.1.1 Analisa bahagian A (demografi responden)



Rajah 5.1: Carta pai bagi demografi responden bagi jantina

(Sumber pengkaji: 2021)

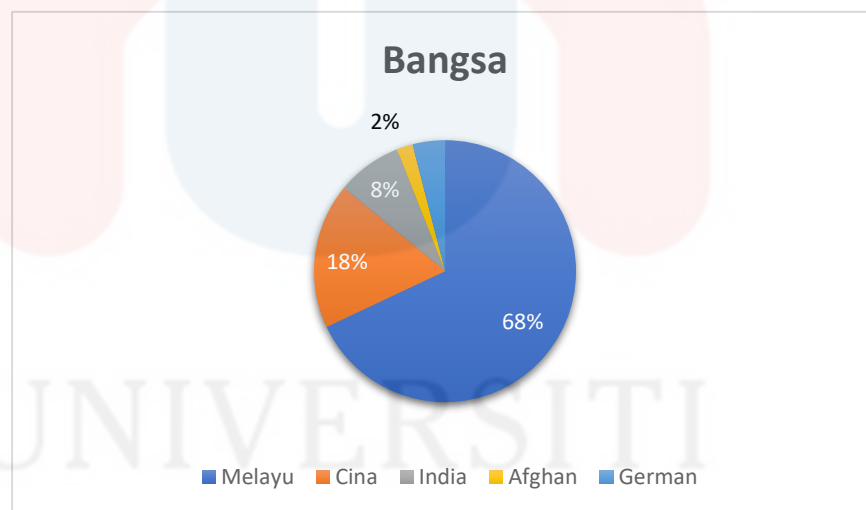
Pertamanya, carta pai 1 di atas menunjukkan analisis demografi responden berkaitan Jantina. Hasil kajian mendapati rata-rata responden yang menjawab soal selidik secara majoritinya adalah daripada kalangan Wanita yang memberikan maklum balasnya iaitu seramai 29 orang bersamaan 58% manakala 21 orang bersamaan 42% terdiri daripada responden lelaki.



Rajah 5.2: Carta pai demografi responden bagi umur

(Sumber pengkaji: 2021)

Selain itu, rajah 5.2 di atas menunjukkan analisis demografi responden berkaitan Umur. Secara keseluruhannya golongan berumur 25 hingga 30 tahun merupakan responden yang paling ramai sebanyak 22 orang bersamaan 44%, dituruti dengan golongan yang berumur 18 hingga 24 tahun sebanyak 21 orang bersamaan 42%, diikuti dengan golongan berumur 41-50 tahun seramai 4 orang bersamaan 8% dan 3 orang bersamaan 6% mewakili golongan berumur 31 hingga 40 tahun. Bagi yang berumur 51 tahun ke atas tiada responden yang terdiri daripada golongan tersebut.

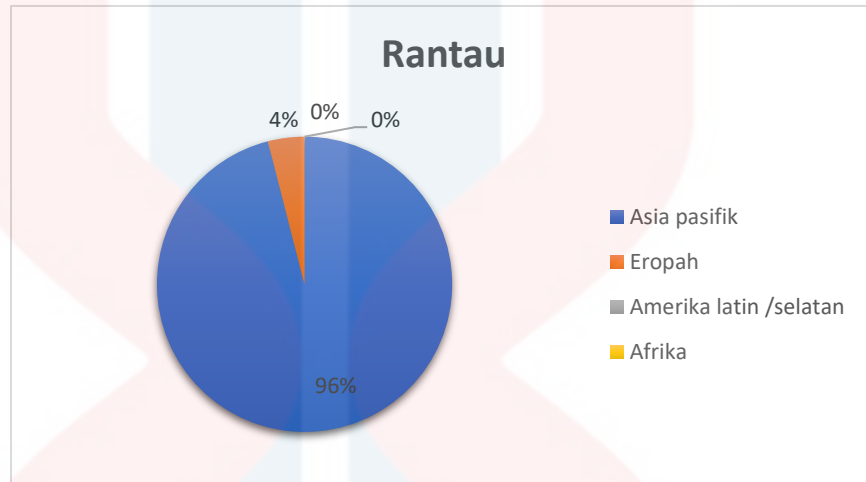


Rajah 5.3: Carta pai demografi responden bagi bangsa

(Sumber pengkaji: 2021)

Seterusnya, rajah 5.3 di atas menunjukkan carta pai analisis demografi responden berkaitan bangsa. Hasil kajian mendapati bangsa melayu adalah paling tertinggi dengan jumlah responden seramai 34 orang bersamaan 68%, bangsa cina pula seramai 9 orang bersamaan 18%, Manakala bangsa india

pula terdiri daripada 4 orang bersamaan 8%, 2 orang bersamaan 4% mewakili bangsa german dan bangsa afganistan adalah paling rendah dalam carta ini dengan mencatatkan 1 orang responden bersamaan 2%.

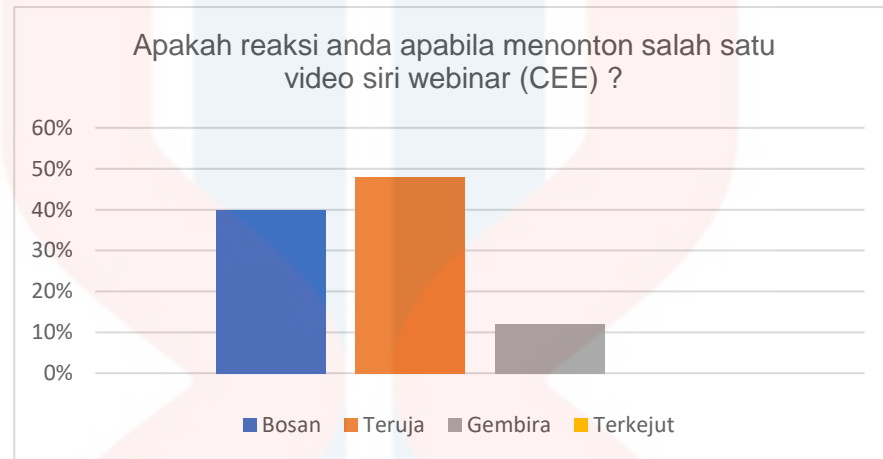


Rajah 5.4: Carta pai demografi responden bagi rantau (*Region*)

(Sumber pengkaji: 2021)

Disamping itu, rajah 5.4 di atas menunjukkan analisis demografi responden bagi bangsa (*Region*). Hasil dapatan kajian mendapati rantau Asia Pasifik mencatatkan majoriti responden yang tertinggi iaitu sebanyak 48 orang responden bersamaan 96% manakala 2 orang responden bersamaan 4% mewakili bagi rantau eropah. Bagi rantau Amerika latin/selatan dan rantau Afrika mencatatkan tiada rekod responden dari rantau terbabit.

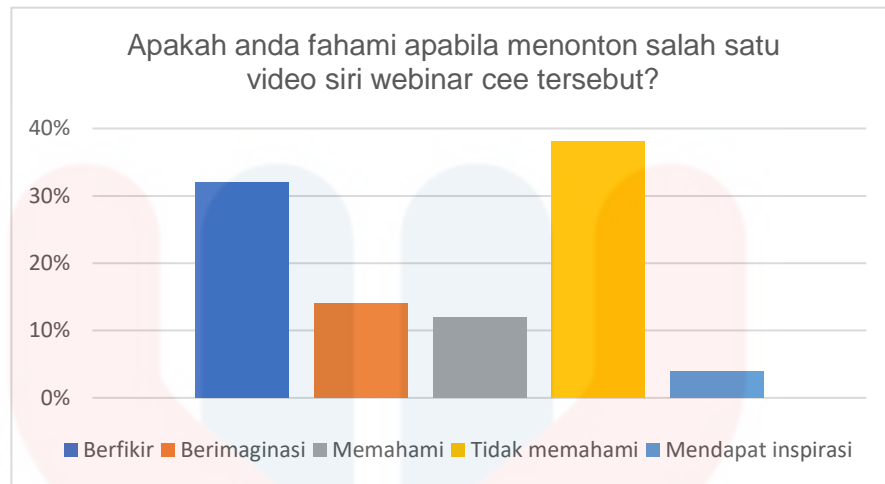
5.1.1.2 Analisa soal selidik bahagian B (Tingkh laku pengguna terhadap video siri webinar CEE)



Rajah 5.5: graf bar Analisis soalan bagi Apakah reaksi anda apabila menonton salah satu video siri webinar (CEE)?

(Sumber pengkaji: 2021)

Graf bar di atas menunjukkan analisis bagi soalan berkaitan Apakah reaksi anda apabila menonton salah satu video siri webinar (CEE)? Hasil daripada jawapan responden mendapati bahawa 24 orang bersamaan 48% merasakan teruja manakala 20 orang responden bersamaan 40% merasakan bosan apabila menonton video tersebut. 6 orang bersamaan 12% merasakan kegembiraan apabila menonton video siri webinar ini. Bagi pilihan jawapan terkejut tiada responden yang memilih.

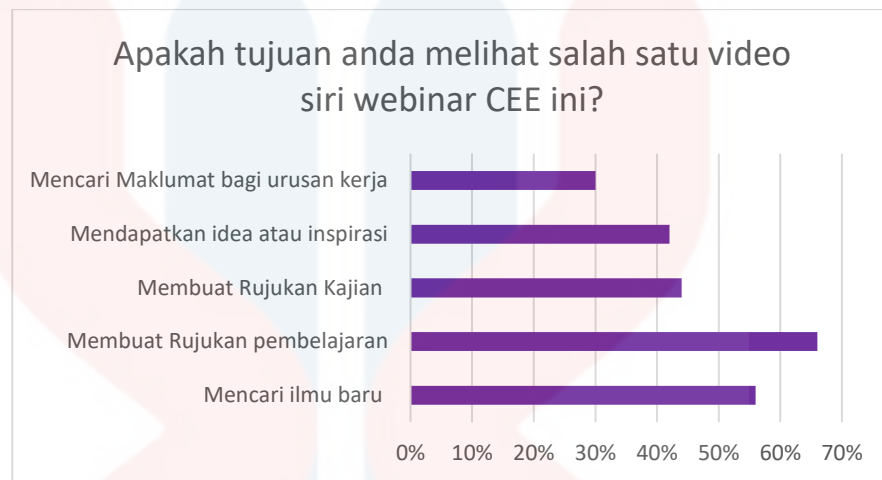


Rajah 5.6: Graf bar analisis soalan bagi apakah anda fahami apabila menonton salah satu video webinar CEE tersebut?

(Sumber pengkaji: 2021)

Selain itu, graf bar 2 di atas menunjukkan soalan bagi apakah reaksi anda apabila menonton salah satu video siri webinar (CEE)? Hasil dapatan kajian mendapati kebanyakan responden tidak memahami apabila menonton salah satu siri webinar tersebut dengan seramai 19 orang bersamaan 38% diikuti dengan 16 orang responden bersamaan 32% adalah berfikir manakala bagi reaksi berimajinasi mencatatkan sebanyak 7 orang responden bersamaan 14%, bagi reaksi memahami mencatatkan sebanyak 6 orang responden bersamaan 12% dan 2 orang responden bersamaan 4% bagi reaksi mendapat inspirasi. Hal ini menunjukkan peratusan bagi responden tidak memahami isi yang disampaikan dalam video ini adalah tinggi sekali dan ia merupakan salah satu punca mengapa lawatan video webinar ini kurang.

5.1.1.3 Analisa soal selidik bagi tahap penggunaan penonton terhadap video siri webinar CEE

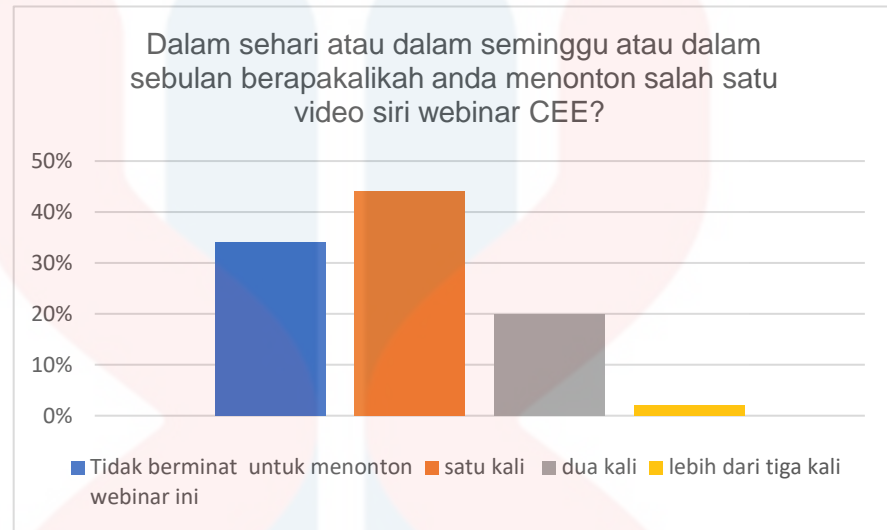


Rajah 5.7: Graf bar analisis soalan bagi apakah tujuan anda melihat salah satu video siri webinar CEE ini?

(Sumber pengkaji: 2021)

Selepas itu, graf bar 3 di atas menunjukkan bagi analisis soalan apakah tujuan anda melihat salah satu video siri webinar CEE ini? hasil dapatan mendapati tujuan atas membuat rujukan pembelajaran menunjukkan purata yang tertinggi iaitu dengan 33 orang bersamaan 66% manakala bagi tujuan mencari maklumat bagi urusan kerja menunjukkan purata yang terendah dalam carta ini iaitu sebanyak 15 orang responden bersamaan 30%. Tambahan pula, bagi tujuan mencari ilmu baru menunjukkan purata yang kedua tertinggi dengan mencatatkan maklumbalas responden sebanyak 28 orang bersamaan 56%, bagi tujuan membuat rujukan kajian pula mencatatkan sebanyak 22 orang responden bersamaan 44% serta 21 orang bersamaan 42%

adalah maklum balas dari responden yang memilih untuk tujuan mendapatkan idea dan inspirasi.



Rajah 5.8: Graf bar analisis soalan bagi dalam sehari atau dalam seminggu atau dalam sebulan berapa kalikah anda menonton salah satu video siri webinar CEE?

(Sumber pengkaji: 2021)

Selepas itu, graf bar di atas menunjukkan analisis bagi soalan dalam sehari atau dalam seminggu atau dalam sebulan berapa kalikah anda menonton salah satu video siri webinar CEE? Hasil dapatan daripada responden mendapati kategori bagi menonton satu kali sahaja menunjukkan purata yang tertinggi dengan 22 orang responden bersamaan 44% bagi kategori tidak berminat untuk menonton video menunjukkan sebanyak 17 orang responden bersamaan 34% dan bagi kategori dua kali menonton menunjukkan purata sebanyak 10 orang responden bersamaan 20% serta 1 orang bersamaan 2% adalah pilihan bagi kategori menonton lebih dari tiga

kali. Hal ini jelas menunjukkan mengapa video tersebut kurang mendapat lawatan.



Rajah 5.9: Graf bar analisis soalan pernahkah anda berkongsi video siri webinar CEE ini kepada orang lain? (Sumber pengkaji: 2021)

Graf bar di atas menunjukkan analisis soalan pernahkah anda berkongsi video siri webinar CEE ini kepada orang lain? hasil dapatan kajian mendapati bahawa kategori tidak pernah berkongsi video siri webinar CEE menunjukkan peratusan tertinggi dengan mencatatkan sebanyak 36 orang responden bersamaan 72% manakala bagi kategori selalu berkongsi video siri webinar CEE menunjukkan peratusan yang paling rendah dengan mencatatkan sebanyak 1 orang responden bersamaan 2%. Bagi peratusan kategori jarang-jarang berkongsi video siri webinar CEE, ini menunjukkan peratusan sebanyak 13 orang responden bersamaan 26%. Hal ini dapat disimpulkan kurangnya perkongsian daripada penonton berkaitan video ini dilihat antara faktor kurangnya lawatan video webinar ini.

5.1.1.4 Analisa soal selidik bagi tahap Kemudahan / senang penonton menonton video siri webinar CEE.



Rajah 5.10: Graf bar analisis soal selidik bagi tahap kemudahan / senang penonton menonton video siri webinar CEE

(Sumber pengkaji: 2021)

Graf Bar di atas menunjukkan analisis bagi soal selidik tahap kemudahan/ senang penonton menonton video siri webinar CEE. Hasil daripada kajian ini pengkaji mendapati bagi soalan video webinar ini mudah untuk difahami dengan keseluruhan responden bersetuju bagi pernyataan ini dan mencatatkan jumlah yang tertinggi iaitu sebanyak 19 orang bersamaan 38%, diikuti dengan pilihan sangat setuju iaitu sebanyak 3 orang bersamaan 6%, manakala bagi pilihan tidak pasti mencatatkan sebanyak 14 orang bersamaan 28%. Bagi pilihan responden yang tidak setuju pula mencatatkan jumlah sebanyak 9 orang bersamaan 18% dan diikuti dengan pilihan sangat

tidak setuju sebanyak 5 orang bersamaan 10%. Maka dapat disimpulkan bahawa video webinar adalah elemen perantaraan yang sesuai digunakan kerana ia mudah untuk difahami.

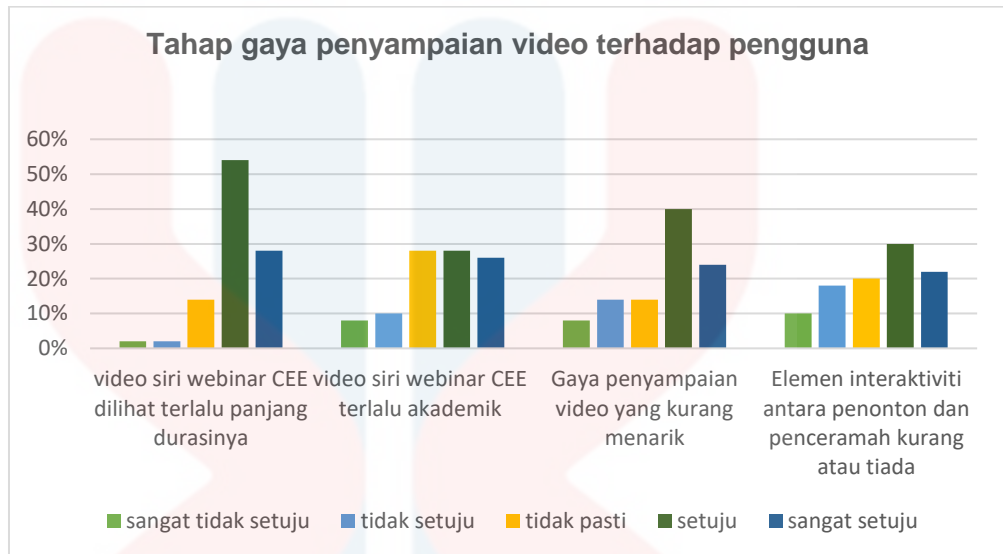
Seterusnya, bagi pernyataan video ini mudah diingati daripada membaca buku tebal mendapati secara keseluruhannya responden memilih untuk bersetuju berbanding pilihan tidak bersetuju dengan mencatatkan purata peratusan sebanyak 27 orang responden bersamaan 54% diikuti dengan pilihan sangat bersetuju sebanyak 2 orang responden bersamaan 4%. Bagi pilihan tidak pasti pula mencatatkan sebanyak 10 orang bersamaan 20% dan 5 orang bersamaan 10% adalah bagi pilihan tidak setuju. Bagi pilihan sangat tidak setuju adalah sebanyak 6 orang bersamaan 12%. Dapat disimpulkan bahawa dengan meletakkan video webinar adalah elemen penyampaian yang berkesan kerana video mudah diingati daripada membaca secara kajiannya.

Di samping itu, bagi soalan video webinar ini boleh dilihat dimana-mana sahaja mendapati hasil maklum balas selidik mendapati purata pilihan bagi setuju adalah lebih tinggi berbanding pilihan tidak setuju. Bagi pilihan setuju, seramai 33 orang bersamaan 66%, 8 orang bersamaan 16 peratus bagi pilihan sangat setuju diikuti dengan pilihan tidak pasti iaitu 6 orang bersamaan 12%, 1 orang bersamaan 2% bagi pilihan tidak setuju dan 2 orang bersamaan 4% adalah pilihan bagi sangat tidak setuju. Hal ini jelaslah dengan pernyataan ini video merupakan alat penyampaian terbaik yang boleh digunakan untuk disampaikan kepada pengguna dimana video seperti webinar ini boleh dilihat dimana-mana sahaja.

Bagi soalan Video ini mesra pengguna dengan boleh menekan durasi untuk dilihat. Peratusan pilihan responden bersetuju adalah lebih tinggi iaitu sebanyak 29 orang bersamaan 58%. Bagi pilihan setuju dan 10 orang bersamaan 20% bagi pilihan sangat setuju manakala peratusan sangat tidak setuju adalah rendah iaitu sebanyak 2 orang bersamaan 4% diikuti dengan tiada pilihan responden bagi pilihan tidak setuju. Bagi pilihan tidak pasti pula mencatatkan sebanyak 9 orang bersamaan 18%. Dapat disimpulkan bahawa video webinar ini sememangnya mesra pengguna apabila mudah digunakan apabila ditekan pada durasi ingin dimainkan.

Akhir sekali, bagi soalan video webinar ini boleh diulang banyak kali sehingga difahami. Hasil maklumbalas responden mendapati bahawa peratusan bagi pilihan sangat setuju adalah paling tinggi dalam graf tersebut iaitu sebanyak 28 orang bersamaan 56%, diikuti dengan pilihan sangat setuju sebanyak 10 orang bersamaan 20%. Bagi pilihan tidak pasti merekodkan sebanyak 6 orang bersamaan 12% serta 3 orang bersamaan 6% adalah pilihan bagi tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah sama. Hal ini membuktikan bahawa video webinar ini boleh diulangi banyak kali sehingga penonton boleh memahami perkara atau inipati dalam kandungan video webinar yang disampaikan.

5.1.1.5 Analisa soal selidik Tahap gaya penyampaian video terhadap pengguna.



Rajah 5.11: Graf bar analisis soal selidik bagi tahap gaya penyampaian video terhadap pengguna

(Sumber pengkaji: 2021)

Graf bar di atas menunjukkan analisis bagi soal selidik analisis soal selidik bagi tahap gaya penyampaian video terhadap pengguna. Pertama sekali analisis ini dimulakan dengan soalan pertama iaitu video siri webinar CEE dilihat terlalu panjang durasinya. Bagi pernyataan ini rata-ratanya responden bersetuju dengan menunjukkan kadar peratusan setuju lebih tinggi daripada tidak bersetuju. Peratusan bagi setuju adalah seramai 27 orang bersamaan 54%, 14 orang bersamaan 28% bagi sangat setuju manakala peratusan bagi tidak pasti menunjukkan jumlah sebanyak 7 orang bersamaan 14%. Bagi pilihan tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah sama jumlahnya iaitu 1 orang bersamaan 2%. Hal ini jelaslah kebanyakan responden bahawa video webinar ini dilihat terlalu panjang durasinya.

Seterusnya, bagi analisis kedua iaitu video webinar CEE terlalu akademik. Hasil kajian mendapati peratusan bagi sangat setuju mencatatkan sebanyak 13 orang bersamaan 26%. Bagi pilihan setuju dan tidak pasti mencatatkan jumlah sebanyak 14 orang bersamaan 28%, manakala bagi pilihan tidak setuju mencatatkan jumlah sebanyak 5 orang bersamaan 10%. Bagi pilihan sangat tidak setuju adalah 4 orang bersamaan 8%. Hal ini jelaslah dilihat video webinar CEE dilihat terlalu akademik bersetuju dan diperakui oleh responden walaupun ada sesetengah responden tidak pasti dan tidak bersetuju.

Selain itu, analisis soal selidik bagi tahap gaya penyampaian video terhadap pengguna. Dapatan kajian mendapati jumlah peratusan bagi bersetuju adalah tinggi berbanding peratusan tidak bersetuju. Bagi pilihan setuju mencatatkan sebanyak 20 orang bersamaan 40%, 12 orang bersamaan 24% bagi pilihan sangat setuju. Bagi pilihan tidak pasti dan tidak pasti menunjukkan jumlah yang sama iaitu 7 orang bersamaan 14%. Bagi pilihan sangat tidak setuju mencatatkan sebanyak 4 orang bersamaan 8%. Hal ini jelaslah gaya penyampaian video kurang menarik dipersetujui oleh responden.

Akhir sekali bagi soalan elemen interaktiviti antara penonton dan penceramah kurang atau tiada. Hasil daripada maklumbalas dari responden mendapati purata Bagi pilihan bersetuju mendahului purata pilihan tidak bersetuju. Bagi pilihan sangat tidak setuju mencatatkan sebanyak 11 orang bersamaan 22% dan 15 orang bersamaan 30% bagi pilihan setuju. Bagi pilihan tidak pasti mencatatkan pilihan sebanyak 10 orang bersamaan 20%. Pilihan tidak setuju pula adalah sebanyak 9 orang bersamaan 18% dan 5

orang bersamaan 10% bagi pilihan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahawa bagi elemen interaktiviti antara penonton dan penceramah kurang atau tiada, dipersetujui oleh responden. Oleh itu, pelbagai cara boleh dilakukan dalam memperbaiki pembentangan kepada penonton seperti berinteraksi dengan penonton, melakukan pembentangan slaid yang menarik atau topik yang menarik dan ini salah satu Langkah yang sesuai bagi menarik penonton melihat video tersebut.

5.1.2 Analisis Temubual

Jadual dibawah menunjukkan temubual antara pengkaji dengan Pn Zulaikha mengenai Mengenalpasti pengisian maklumat yang ringkas serta berinfomatif untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut.

Jadual 5.1 Analisis temubual berdasarkan kod berkaitan Mengenalpasti pengisian maklumat yang ringkas serta berinfomatif untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut

	Maklum balas responden	Kod
Soalan Pn Zulaikha	<p>Apakah Langkah atau perkara penting dalam penyediaan kandungan maklumat di dalam video Teaser tersebut?</p> <p>Hrrmm... saya rasa perkara penting yang perlu dititik beratkan dalam menghasilkan video teaser tersebut adalah maklumat yang tepat daripada pihak – pihak CEE ataupun maklumat dari youtube channel itu tersendiri dan perkara lain yang lebih perlu dititikberatjugak adalah objektif kepada video teaser itu supaya penonton yang melihat video teaser tersebut boleh mengesan ataupun melihat objektif yang ingin disampaikan.Jadi perlu ditekankan di awal video teaser tersebut.</p>	<p>1</p> <p>1</p>
Soalan Pn Zulaikha	<p>Adakah kandungan maklumat yang lebih realistik memudahkan penyampaian kepada pengguna?</p> <p>yea, saya rasa penting untuk maklumat yang realistik sebab kalau kita terlalu apa...<i>overclaim</i> atau meletakkan maklumat -maklumat yang tidak tepat. penonton akan kecewa dengan hasilnya seperti yang tidak digambarkan di dalam video teaser. Jadi saya rasa penting untuk meletakkan maklumat yang realistik itu mengikut kepada</p>	<p>2</p>

	situasi dengtan perkara yang dirancang untuk video-video yang akan datang.	
Soalan	Adakah maklumat yang ringkas serta mudah difahami berperanan untuk menarik penonton secara tidak langsung?	
Pn Zulaikha	yes , semestinya maklumat yang ringkas sangat mudah difahami compare dengan maklumat yang panjang sebabnya teaser ini ringkas sahaja kan?	3
Pengkaji	yea betul	1
Pn Zulaikha	Jadi, hanya maklumat – maklumat yang penting serta ringkas sahaja perlu dimasukkan di dalam video supaya pengguna dapat menangkap ataupun melihat content yang penting dalam video tersebut.	3
Soalan	Apakah maklumat atau tajuk – tajuk yang bersesuaian untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut.?	
Pn Zulaikha	Saya rasa maklumat yang perlu diletakkan di dalam teaser adalah tema bagi video webinar sesuatu event itu,jika ada terdapat beberapa tema perlu dikategorikan dan dimasukkan tema -tema tersebut di dalam video tersebut.	4
Pengkaji	Ya, Mungkin dengan kata – kata ataupun petikan - petikan yang menarik boleh dimasukkan?	4
Pn Zulaikha	Ya , itu satu benda jugak yang mungkin boleh diambil apa... quote ataupun slipert daripada video webinar yang lepas untuk dimasukkan supaya dapat menarik perhatian la.. tetapi perlu ada sekali bagi saya adalah tema – tema supaya pengguna dapat mengetahui bidang - bidang ataupun tema yang ingin diorang dapat daripada webinar yang akan datang.	

<p>Soalan</p> <p>Pada pendapat anda, sumber – sumber yang manakah sesuai digunakan dalam penyediaan kandungan maklumat?</p> <p>Pn Zulaikha</p>	<p>sumber- sumber yang sesuai digunakan digunakan saya rasa mungkin gambar – gambar ataupun slipert yang saya sebut tadi daripada video – video yang lepas dan mungkin jugak boleh diletakkan sumber bidang kajian ataupun bidang penyelidikan ataupun <i>teaching philosophy</i> yang mungkin digunakan menjadi salah satu bahan untuk webinar akan datang la...</p>	<p>4 1</p>
<p>Soalan</p> <p>Pada pendapat anda, adakah penggunaan gaya Bahasa berkesan menarik pengguna menonton video yang seterusnya?</p> <p>Pn Zulaikha</p>	<p>okay ... saya rasa ia sangat penting kerana gaya Bahasa bagi saya untuk video teaser ini dia tidak perlu lebih kepada <i>marketing</i> punya style tapi dia lebih kepada gaya Bahasa professional berbeza dari gaya Bahasa <i>business marketing</i>. Sebab dia merupakan gaya Bahasa professional kerana <i>target audience</i> ataupun <i>viewer</i> adalah dikalangan professional iaitu dikalangan <i>educators</i>, di kalangan industri serta dikalangan pelajar itu sendiri. Jadi saya rasa gaya Bahasa professional perlu dititikberatkan dalam video teaser ini.</p>	<p>5 5</p>
<p>Soalan</p> <p>Adakah gaya tulisan dapat menarik penonton untuk menonton video teaser tersebut secara keseluruhannya?</p> <p>Pn Zulaikha</p>	<p>yea, sama untuk soalan sebelum ini jugak ..gaya tulisan bagi saya tidak memainkan peranan yang sangat penting tetapi gaya tulisan sama macam gaya tulisan <i>business marketing</i> dan video professional gaya tulisan masih perlu menggunakan gaya tulisan yang professional serta lebih jelas tidaklah gaya tulisan yang <i>funky</i> , yang <i>fancy</i> punya gaya tulisan la, ia lebih kepada jelas dan professional punya gaya dan</p>	<p>6 5 5 5</p>

	kalau boleh gaya tulisannya mesti konsisten daripada awal sehingga ke akhir video teaser tersebut..	
--	--	--

(Sumber : Pengkaji 2021)

Penentuan kod:

1.Maklumat yang tepat dari sumber yang betul (1)

dapat meyakinkan penonton untuk melihat video tersebut.

2. Maklumat realistik memudahkan penyampaian (2)

3. Maklumat yang ringkas mudah difahami penonton(3)

4.Menekankan tema sesuatu video adalah penting (4)

Meletakkan *quote* atau *slippert*

5. Gaya Bahasa sesuai digunakan dalam penghasilan maklumat (5)

Menekankan gaya bahasa professional.

Berpendapat gaya tulisan dan bahasa lebih kepada professional

Memerlukan gaya bahasa profesional yang lebih jelas

6.Gaya tulisan dapat menarik penonton (6)

Jadual di atas menunjukkan satu analisis temubual berdasarkan penentuan kod berkaitan objektif Mengenalpasti pengisian maklumat yang ringkas serta berinfomatif untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut.

Penentuan kod diletakkan bagi meletakkan sesuatu ayat yang berlainan tetapi maksud yang sama di bawah satu isi penting yang akan digunakan dalam menganalisis temubual ini.

Berbalik kepada perkara yang asal, hasil dapatan pertama yang dapat disimpulkan adalah responden menekankan kepada maklumat yang tepat dari sumber yang betul adalah perlu dalam penghasilan kandungan video teaser ini. Hal ini kerana supaya dapat meyakinkan penonton untuk melihat video tersebut.

Seterusnya, responden bersetuju dengan pertanyaan soalan pengkaji iaitu apakah kandungan maklumat yang lebih realistik memudahkan penyampaian kepada pengguna? dengan menekankan kandungan mestilah realistik dan tidak terlalu *over claim* Ataupun mengambil kandungan orang lain. Malah, responden juga bersetuju bahawa maklumat yang ringkas mudah difahami oleh penonton. Begitu juga dengan menekankan tema sesuatu video adalah penting dalam penghasilan kandungan video teaser ini. Responden juga memberi pendapat dengan meletakkan *quote* atau *slippert* dapat menjadikan kandungan video itu lebih menarik.

Di samping itu, Responden berpendapat gaya bahasa sesuai digunakan dalam penghasilan maklumat dan perkara penting juga perlu dititikberatkan adalah memasukkan gaya bahasa yang berbentuk professional seerta jelas kandungannya, dan akhir sekali responden bersetuju dengan pernyataan pengkaji iaitu gaya tulisan dapat menarik penonton untuk menonton video teaser tersebut secara keseluruhannya.

5.2 PERBINCANGAN

Hasil analisis kajian di atas kita dapat lihat bagaimana pandangan orang lain terhadap sesuatu perkara dan setiap pandangan manusia adalah berbeza. Berbalik kepada perbincangan kajian ini secara keseluruhan kita dapat lihat perkaitan antara teori - teori yang telah dikeluarkan oleh para pengkaji membantu pengkaji lain menyelesaikan masalah dalam sesuatu perkara. Kita lihat teori dari sudut penerimaan teknologi (TAM) berkaitan objektif kita Mengenalpasti faktor kekurangan lawatan dan tontonan video webinar yang telah disediakan di dalam saluran *youtube* CEE.

Hasil analisis berdasarkan teori ini telah membuktikan bahawa penerimaan video webinar yang disediakan oleh CEE dilihat daripada 4 aspek dalam kajian soal selidik ini iaitu, tingkah laku pengguna terhadap video webinar, tahap penggunaan video webinar tersebut, tahap kemudahan atau senang dalam menggunakan video tersebut dan tahap gaya penyampaian yang disediakan dalam kajian tersebut.

Seterusnya, kesemua aspek tersebut mempengaruhi perkara sebenar atau apakah punca video webinar tersebut kurang dilawati. Kita lihat dari aspek tingkah laku pengguna terhadap video tersebut. Hasil keseluruhan analisis mendapati 20 orang daripada 50 responden berpendapat video webinar ini menjadi bosan apabila dilihat dan walaupun hasil keseluruhan analisis dikuasai adalah positif. Satu perkara lagi kebanyakan penonton tidak memahami apa perkara / ilmu yang disampaikan di dalam webinar tersebut. hal ini dibuktikan 19 orang bersamaan 38% tidak memahami dan ini merupakan satu mengapa video webinar ini tidak ditonton oleh pengguna.

Dari aspek tahap penggunaan video webinar terdapat dua perkara menjadi faktor kurangnya lawatan video webinar ini iaitu dari segi tontonan ke atas penonton Secara keseluruhannya 17 orang daripada 50 orang responden menganggap video webinar ini

tidak berminat untuk menonton video tersebut, malah kurangnya perkongsian video ini oleh penonton menjadi salah satu punca video tidak tersebar dan video tersebut hanya dilihat orang yang sama dan berakhir dengan orang yang sama. Hal ini dapat dibuktikan hampir 36 orang responden dari 50 orang responden tidak berkongsikan video tersebut kepada orang lain. Seterusnya, dari aspek penggunaan sebenar atau tahap senang menggunakan video tersebut dilihat tiada faktor penolakan dari pengguna. Kelima – lima soalan yang ditujukan didapati menunjukkan kesan yang positif oleh responden dan ia tidak menjadi masalah atau faktor penolakan.

Malahan, dari sudut tahap penyampaian dilihat ada beberapa menjadi faktor penolakan atau kurangnya lawatan video webinar ini antaranya video ini terlalu panjang durasi menyebabkan faktor kekurangan lawatan video webinar ini. Hal ini dibuktikan 27 orang bagi pilihan setuju dan 14 orang sangat setuju dari keseluruhan 50 orang responden bagi pernyataan ini. Video webinar ini terlalu akademik merupakan salah satu punca kurangnya lawatan video webinar ini hal ini dibuktikan dengan 14 orang bagi pilihan setuju dan 13 orang bagi pilihan sangat setuju daripada 50 orang responden menyokong pernyataan ini. Gaya penyampaian yang kurang menarik juga dilihat menjadi punca kekurangan lawatan dengan hampir keseluruhan maklum balas menunjukkan pilihan bersetuju bagi pernyataan ini. Bagi pernyataan kurangnya elemen interaktiviti antara penonton dan penceramah dilihat merupakan salah satu faktor yang menjadi punca kepada kekurangan lawatan tersebut dengan hampir separuh responden menyokong pernyataan ini.

Maka dapat kita lihat apakah faktor atau punca sebenar berkaitan kekurangan lawatan video webinar ini, Oleh itu, diharapkan dengan adanya video korporat teaser ini mampu menarik penonton untuk melihat atau timbul minat berkaitan ilmu kejuruteraan dan maklumat yang ringkas diharapkan mampu menarik penonton melihat video sebenar

jika tidaknya dengan melihat video teaser sahaja pengguna tetap menerima maklumat dari video yang panjang,

5.3 KESIMPULAN

Kesimpulannya, berdasarkan kepada kajian yang telah dijalankan dan data yang diperoleh menunjukkan bahawa penghasilan video korporat teaser webinar CEE ini diharapkan memberikan kesan yang sangat positif dari segi penerimaan responden yang terpilih. Malah, dengan adanya maklumat Temubual yang telah dianalisis secara tidak langsung membantu para pengkaji menghasilkan video yang dapat memberi impak kepada pihak CEE.

BAB VI

CADANGAN DAN KESIMPULAN

6.0 CADANGAN

6.0.1 Memanfaatkan Media Sosial Yang Ada Untuk Terus Melakukan Promosi Dan Penjenamaan.

Media sosial sememangnya sebuah *platform* yang mana banyak menyumbang kepada kemajuan teknologi maklumat di dunia. Maka tidak hairanlah jika maklumat itu mudah tersebar luas dengan begitu cepat. Oleh itu, cadangan ini sedikit sebanyak membantu pihak CEE khususnya dalam mempromosi menerusi penjenamaan. Dengan memanfaatkan media sosial seperti *facebook*, *Instagram*, *youtube*, laman web dan *linked in* adalah salah satu cara yang terbaik dalam mempromosikan penjenamaan. Hal ini kerana platform ini banyak digunakan di industri dan kebanyakkan mereka berjaya menjana pendapatan melalui media sosial ini. Diharapkan usaha pihak CEE terus berkembang dalam menghadapi pelbagai carbaran dalam era teknologi kini.

Hasil daripada analisis kajian berkaitan media sosial *youtube* sememangnya menjamin peluang yang tinggi kerana kadar pendapatan matawang dikira berdasarkan nilai mata wang Amerika Syarikat iaitu USD dengan tukaran

matawang USD kepada Ringgit Malaysia menjadikan pendapatan tersebut lebih daripada pendapatan kasar di Malaysia dan hal ini kerana adalah nilai matawang USD itu sendiri adalah tinggi. Oleh itu, cadangan ini perlu diambil kira pihak CEE kerana ia akan membantu sedikit sebanyak meningkatkan penjenamaan khususnya. Jika sebelum ini dapatan kajian diperolehi mendapati jumlah tontonan adalah sedikit maka pihak CEE perlu mencari jalan lain dalam menarik semula pengguna. Salah satunya adalah melalui mempromosikan atau mengiklankan sesuatu kandungan yang disiarkan di dalam *youtube* supaya sumber carian oleh pengguna dapat dilihat daripada pelbagai bentuk media sosial. Seperti contohnya kita mengeluarkan kandungan video tersebut melalui *facebook*. Maka, pengguna dari *facebook* akan keluar pada halaman suapan berita mereka secara tidak langsung menekan halaman tersebut untuk melihat video – video yang ada pada saluran *youtube* CEE.

Bukan itu sahaja pihak CEE boleh menggunakan ayat penarik atau memujuk bagi menarik pengguna secara tidak langsung. Hal ini kerana dengan Teknik sebegini merupakan strategi pemasaran yang mampu memberi impak jika kita lakukan dengan berterusan. Penggunaan *e-mel* juga boleh diaplikasikan sebagai notis pengumuman kepada pengguna dan CEE juga boleh menggunakan ayat penarik atau memujuk dalam usaha meningkatkan *subscriber* dan jumlah tontonan.

Selepas itu, penggunaan laman web memainkan peranan penting dalam menyebarkan maklumat kepada pengguna. Pihak CEE juga boleh mempromosikan *youtube* ke dalam laman web rasmi CEE dan meletakkan link *url* atau poster bersertakan teks yang menarik bagi menarik pengguna kepada saluran *youtube* tersebut.

Pihak CEE juga boleh mengadakan sesi *live chat*, di media sosial seperti *Instagram, youtube dan facebook*, bertujuan berkongsi ilmu-ilmu berkaitan kejuruteraan secara amnya dan boleh mempromosikan saluran *youtube* atau bercerita mengenai video – video yang menarik yang dibawa oleh pihak CEE/ Hal ini secara tidak langsung dapat menarik pengguna secara langsung dan berinteraksi kepada pengguna serta penonton akan yakin dan tertarik dengan apa yang kita bawakan.

Dapat disimpulkan, dengan cadangan di atas adalah langkah-langkah yang boleh dilakukan dengan meningkatkan jumlah *subscriber* dan meningkatkan tontonan dan kita lihat sendiri mengapa media sosial ini perlu dimanfaatkan oleh pihak CEE. Hal ini dengan asbabnya adalah media sosial itu sendiri adalah kunci kepada perkembangan pemasaran sesuatu organisasi tersebut dan banyak langkah yang boleh dilakukan dengan mudah sememangnya tidak memerlukan modal serta ia adalah percuma. Maka, tidak kiralah apa perkara yang kita bawa kepada orang ramai, usaha itu perlu konsisten. Dengan adanya media sosial ini diharapkan dapat mempromosikan video teaser ini secara tidak langsung. Selagi banyak saluran kita gunakan peluang untuk pulangan hasilnya juga besar.

6.0.2 Video Korporat Teaser Webinar

Dari segi penghasilan video teaser webinar diharapkan pihak CEE sendiri perlu mencari kakitangan bagi mengisi jawatan pegawai unit multimedia dan tugas meliputi seluruh perkara berkaitan multimedia dalam menjalankan promosi yang akan datang. Peluang ini perlu diambil kira kerana jawatan pada bahagian tersebut tiada kakitangan yang menguruskan berkaitan mempromosi

media. Hal ini menjadikan CEE boleh secara konsisten menyebarkan ilmu melalui penyampaian media seperti video digital, visual grafik dan laman web.

Seterusnya, pihak CEE juga boleh meneruskan penghasilan video teaser ini pada masa yang akan datang, Hal ini kerana ia sesuatu yang baik dilakukan bagi meningkatkan jumlah tontonan. Pengkaji yakin sememangnya penonton tidak akan menyukai video yang terlalu panjang tetapi video yang pendek dengan bercirikan penarik seperti ini secara tidak langsung akan menarik minat penonton melihat video sebenar dan jika penonton tidak melihat video yang sebenar mereka tetap mendapat ilmu kerana video tersebut diletakkan sekali kandungan yang menarik dan berinformatif. Maka penghasilan video teaser ini bagi video webinar yang akan datang.

6.0.3 Mempelbagaikan Kandungan Media Digital

Seterusnya, cadangan yang kita boleh lihat dalam meneruskan matlamat CEE adalah dengan mempelbagaikan kandungan media digital. Dengan adanya pelbagai kandungan media digital menjadikan sebuah organisasi dilihat hebat dan berkebolehan menghasilkan sesuatu perkara. Hal ini menjadikan kandungan yang dikeluarkan oleh CEE tidak terlalu akademik malah mempunyai kandungan yang fakta pengetahuan am dan menarik. Contohnya yang kita dapat lihat iaitu mengeluarkan kandungan seperti video yang berbentuk video penjelasan yang mana seorang *speaker* bercerita mengenai sesuatu topik yang menarik. Pada pendapat pengkaji sebagai pengemar meneroka kandungan video dengan melihat pelbagai bentuk kandungan video merasakan penonton lebih berminat video yang berbentuk penjelasan atau *storyteller* dan walaupun ia *simple* tetapi video tersebut

mempunyai faktor penarikan itu sendiri dan hakikatnya penonton suka akan orang yang bercerita kerana sifat ingin tahu itu sendiri. Pihak CEE juga perlu kerap mengeluarkan video berbentuk kreatif seperti ini supaya penonton tidak lari atau berhenti melanggan saluran *youtube* secara tidak langsung. Salah satu contohnya mengeluarkan kandungan sekali seminggu supaya penonton tidak akan lari. Maka dengan kerap mengeluarkan kandungan yang menarik dan kreatif menjadikan penonton akan setia dan akan menunggu kandungan baru yang akan datang.

Selain itu, pihak CEE juga perlu mengekalkan kandungan yang menarik dan berinfomatif bagi memastikan kandungan video itu tetap menarik. Hal ini kerana kebanyakan pelanggan atau penonton akan setia atau tetap kepada sesuatu saluran kerana kandungan yang bercirikan seperti ini dikeluarkan. Contohnya salah satu saluran seorang pensyarah kanan iaitu Dr Hasbullah daripada Fakulti Kejuruteraan Mekanikal, Universiti Teknologi Malaysia, dengan salurannya Hasbullah Syarah, Beliau banyak menghasilkan video – video yang menarik serta berinfomatif berkaitan kejuruteraan mekanikal dan kandungan video tersebut sangat umum walaupun daripada sudut akademik. Kandungan – kandungannya lebih kepada kenderaan bermotor seperti motokar dan sebagainya. Kita lihat dengan kandungan yang menarik serta berinfomatif seperti ini adalah salah satu kelebihan yang ada pada saluran tersebut dan beliau berjaya menarik pelanggan lebih 128 ribu *subscriber youtube* dan tontonan lawatan bagi video beliau adalah lebih kurang 50 ribu tontonan sehingga 180 ribu tontonan setiap kali video diterbitkan. Dapat disimpulkan keberkesanan sebuah kandungan yang menarik serta berinfomatif yang berbentuk akademik bukan jadi penghalang untuk menarik pelanggan atau penonton.

Berbalik kepada cadangan itu tadi pihak CEE boleh menghasilkan pelbagai bentuk penyampaian berkaitan multimedia supaya ia tampak lebih menarik dan tidak membosankan. Oleh itu, usaha tersebut perlu dilakukan secara konsisten dan berterusan supaya matlamat dapat dicapai.

6.0.4 Menambahbaik kualiti dengan mendengar maklum balas pelanggan.

Secara umumnya kualiti sesuatu video dan audio yang baik memainkan peranan penting dalam menghasilkan sesuatu kandungan apabila diterbitkan dan ia menjadikan penonton berpuas hati dengan mereka terima. Hal ini kerana video yang berkualiti menyenangkan mata dan telinga penonton. Pihak CEE perlu menambahbaik kualiti yang ada pada video sebelum diterbitkan di dalam *youtube* supaya tidak ada masalah apabila diterbitkan.

Pihak CEE juga perlu melihat dari sudut mendengar maklum balas pelanggan ataupun penonton. Dengan langkah ini CEE dapat memperbaiki kekurangan yang ada dalam saluran youtube tersebut dan video – video yang ada dapat dihasilkan lebih baik pada masa akan datang. Semestinya dengan menerima maklum balas secara tidak langsung menjadikan Pihak CEE dapat berinteraksi dengan pelanggan dengan lebih dekat lagi. Dengan cara ini pihak CEE dapat meningkatkan kembali jumlah lawatan serta tontonan pada saluran video tersebut.

Berinteraksi dengan pelanggan atau penonton menjadikan kita boleh menerima pendapat serta idea dari orang lain dan ia sesuatu perkara yang baik sekali. Malah, dengan berinteraksi dengan pelanggan atau penonton perlu dilakukan secara konsisten kerana demi menghasilkan sesuatu yang lebih baik kepada pihak CEE.

6.1 KESIMPULAN

Secara rumusnya, hasil kajian yang telah dijalankan oleh pengkaji telah menjawab kesemua persoalan, mencapai objektif dan merungkai segala permasalahan yang terdapat dalam kajian ini. Dapat disimpulkan bahawa dalam penghasilan video korporat teaser sememangnya banyak cabaran dan halangan yang dihadapi pengkaji dalam menghasilkan sebuah kandungan yang menarik kepada penonton. Diharapkan dengan adanya video korporat teaser webinar ini dapat membantu serba sedikit pihak CEE dalam menjana pendapatan melalui *youtube* secara asalnya ke atas apa yang telah diminta dan dirincikan. Pelbagai usaha yang lain dan perlu ditingkatkan lagi dalam membawa nama CEE sebagai sebuah organisasi yang dikenali oleh orang ramai diluar sana.

RUJUKAN

- 37 Staggering Video Marketing Statistics for 2018. (n.d.). diakses 13 December , 2020
<https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/03/08/video-marketing-statistics>
- A. (2014). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2). doi:10.21831/nominal.v3i2.2695
- About Us ,*CENTRE FOR ENGINEERING EDUCATION*. (n.d.). Retrieved November 15, 2020, from <https://tree.utm.my/about-us/>
- Ahmad, I. K. (2020). Penerimaan Youtube Sebagai Sumber Maklumat Agama Islam Dalam Kalangan Masyarakat Di Kampung Ulu Putatan , Sabah : Pengaplikasian Model Penerimaan. *Journal of Borneo Social Transformation Studies (JOBSTS)*, 6(1), 174-188. Retrieved January 15, 2021, from <https://jurcon.ums.edu.my/ojums/index.php/jobsts/article/view/2802>.
- Ahmad, S., & HASSAN, A. (2016). DAESH : KEBANGKITAN DAN PENGARUH MEDIA SOSIAL. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication*, 32(2), 381-404. doi:<https://doi.org/10.17576/JKMJC-2016-3202-20>
- Anita, R., & Marisa, F. (n.d.). RANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI BERBASIS MOTION GRAPHIC 2D UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA UNIVERSITAS WIDYAGAMA MALANG. Retrieved December 25, 2020, from <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/jointecs/article/view/417>
- Anuar, N. A. (2015, September 25). Kelebihan dan Kekurangan youtube [Web log post]. Retrieved December 20, 2020, from <https://222477.weebly.com/kelebihan--kekurangan.html>
- B. Mangole, K. D., Himpong, M., & R. Kalesaran, E. (2017). PEMANFAATAN YOUTUBE DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN MASYARAKAT DI DESA PASLATEN KECAMATAN REMBOKEN MINAHASA Oleh. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 6(4), 1-15. Retrieved January 15, 2021, from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/18359>.
- Darm..., H. (n.d.). Chapter 1 – " Pengantar Multimedia " PENGANTAR MULTIMEDIA DEFINISI MULTIMEDIA. Retrieved November 15, 2020, from https://www.academia.edu/33315343/Chapter_1_Pengantar_Multimedia_PENGANTAR_MULTIMEDIA_DEFINISI_MULTIMEDIA
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1). Retrieved December 15, 2021, from <https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-youtubeterha>.
- Durahman, N., Noer, Z., & Hidayat, A. (n.d.). APLIKASI SEMINAR ONLINE (WEBINAR) UNTUK PEMBINAAN WIRAUSAHA BARU. Retrieved January 1, 2021, from <http://jurnal.stmik-dci.ac.id/index.php/jumika/article/view/427>
- Durahman, N., Noer, Z., & Hidayat, A. (n.d.). APLIKASI SEMINAR ONLINE (WEBINAR) UNTUK PEMBINAAN WIRAUSAHA BARU. Retrieved January 8, 2021, from <http://jurnal.stmik-dci.ac.id/index.php/jumika/article/view/427/477>

- E. (2020). UPAYA MENINGKATKAN KEAKTIFAN MAHASISWA DALAM MENGANALISIS VIDEO PEMBELAJARAN MELALUI STRATEGI PEMBELAJARAN WEBINAR. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 13(2), 145-154. Retrieved January 10, 2021, from <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jtp/article/view/20149>
- The experience of using the webinar in the preparation of engineering specialists. (2019). *Amazonia Investiga*, 8(18), 279-287. Retrieved december 21, 2020, from <https://www.amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/view/307>.
- F. (n.d.). BAB II yang secara harfiah berarti Dalam bahasa arab media ... Retrieved December 20, 2020, from <http://digilib.uinsby.ac.id/21269/5/Bab%202.pdf>
- F., M., S., & S. (2018). KESAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMILIHAN PELAJAR KE INSTITUSI PENGAJIAN TINGGI. *Jurnal Sains Sosial*, 3, 37-50. Retrieved december 20, 2020, from <http://www.kuim.edu.my/journal/index.php/JSS/article/view/462>
- Harrison, L. (2014, April 29). Case Study on the First-time Use of a Webinar by a Small Marketing Firm. Retrieved December 21, 2020, from <https://digitalcommons.unl.edu/journalismprojects/1/>
- Hassan, A. (n.d.). DAESH: KEBANGKITAN DAN PENGARUH MEDIA SOSIAL. Retrieved January 1, 2021, from <https://ejournal.ukm.my/mjc/article/view/16487>
- Ishak, M. (1970, January 01). Pemodelan penerimgunaan maklumat berkaitan Islam di Internet: Pengaplikasian Model Penerimaan Teknologi (TAM). Retrieved January 10, 2021, from <https://core.ac.uk/display/42983438>
- K., M., & T. (2020). Adaptasi Video dalam Pengajaran dan Pembelajaran Abstrak Adopting Video in Teaching and Learning Abstract Pengenalan Tinjauan Literatur Teori Kognitif Pembelajaran Multimedia Mayer. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(10), 105-112. doi:<https://doi.org/10.47405/mjssh.v5i10.508> Malaysian
- Kajian Pengguna Internet: Malaysian Communications And Multimedia Commission (MCMC). (2019, January 11). Retrieved November 25, 2020, from <https://www.mcmc.gov.my/ms/resources/statistics/internet-users-survey>
- Kelebihan & Kekurangan. (n.d.). Retrieved November 25, 2020, from <https://222477.weebly.com/kelebihan--kekurangan.html>
- M. (n.d.). STRATEGI VIDEO CONTENT MARKETING DENGAN MENGGUNAKAN TENAGA ... Retrieved January 8, 2021, from <https://core.ac.uk/download/pdf/270194341.pdf>
- M., & A. (2015). Penggunaan Media Video Untuk Meningkatkan Pemahaman Shalat Fardlu Pada Siswa Kelas II. Retrieved 20 December, 2020, from https://nanopdf.com/download/document-1036_pdf
- Mohd-Yusof, K., Phang, F., Daud, M., & Mohammad-Yusof, Y. (2015, July 08). The development and establishment of the Centre for Engineering Education (CEE) Universiti Teknologi Malaysia. Retrieved December 20, 2020, from <https://www.qscience.com/content/journals/10.5339/eel.2015.6.pp1-18>

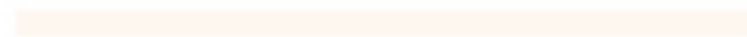
- Muljana, S. (2018). BAB II KAJIAN PUSTAKA. berarti tengah, perantara atau pengantar. 1 Dalam bahasa arab, media. untuk suatu proses penyaluran informasi - PDF Free Download. Retrieved January 8, 2021, from <https://adoc.pub/download/bab-ii-kajian-pustaka-berarti-tengah-perantara-atau-penganta.html?reader=1>
- N., M., A., N., & M. (2018). Penerimaan dan Penggunaan Youtube Sebagai Sumber Maklumat Agama: Satu Perspektif dari Segi Jantina. *Journal Sains Sosial Islam Dan Kemanusiaan*, 15, 47-63. Retrieved January 8, 2021, from <https://abqarijournal.usim.edu.my/index.php/abqari/article/view/27>.
- P., P., N., & Z. (2019). Jurnal manajemen informatika. *APLIKASI SEMINAR ONLINE (WEBINAR) UNTUK PEMBINAAN WIRUSAHA BARU Nanang*, 6(2), 111-120. Retrieved January 8, 2021, from <http://jurnal.stmik-dci.ac.id/index.php/jumika/article/view/427/477>
- Ria Diajeng Anita, Fitri Marisa Vol 2, No 1 (2017) Jurnal Rancangan Video Media Promosi Berbasis Motion Graphic 2d Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Universitas Widyagama Malang. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/jointecs/article/view/417>
- Santoso, P. (n.d.). KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA. Retrieved January 8, 2021, from <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/balagh/article/view/505/405>
- Talib, Z. A., N. S., & Moor, N. M. (2020). Nilai Iklan Dan Niat Pembelian Di Atas Talian Di Youtube. *Asian People Journal (APJ)*, 3(SI1), 1-11. doi:10.37231/apj.2020.3.si.1.232
- Tarikat, J., & Hussin, M. (2019). PERUBAHAN PEDAGOGI DENGAN MENGGUNAKAN VIDEO YOUTUBE DALAM PENGAJARAN DAN PEMBELAJARAN DAPAT MENINGKATKAN MINAT DAN PRESTASI MURID TERHADAP SUBJEK SAINS. *International Conference on Global Education VII "Humanising Technology For IR 4.0"*, (2002), 1-2. Retrieved January 2, 2021, from <http://icge.unespadang.ac.id/asset/file/files/13.%20Aj%20julina%281%29.pdf>
- Tiung, L., Hashim, M. S., & B. (2013). https://www.researchgate.net/publication/279446268_Media_Sosial_di_Malaysia_dan_Indonesia_Penggunaannya_Sebagai_alat_KomuniKasi_Kolaborasi_dan_Jaringan_digital. *Jurnal PengaJian Media Malaysia*, 15(2), 71-85.
- Voskamp, M. (1970, January 01). [PDF] Webinars as an effective marketing and sales tool in internet marketing.: Semantic Scholar. Retrieved January 2, 2021, from <https://www.semanticscholar.org/paper/Webinars-as-an-effective-marketing-and-sales-tool-Voskamp/ab6abda381ab1787c0063e1228bd7e511e68a7b9>
- Zakaria, S. R., Hamzah, M. I., & Razak, K. A. (2017). Penggunaan ICT dalam Pengajaran dan Pembelajaran Pensyarah Pendidikan Islam di Politeknik Zon Selatan. *Tinta Artikulasi Membina Ummah*, 3(1), 29-41. Retrieved January 2, 2021, from <http://www.myjurnal.my/public/article-view.php?id=11877>
- Admin. (n.d.). Iklan teaser - apa itu? Rahsia dan contoh iklan penggodas - Reka bentuk grafik 2021. Recruitment basic system. <https://ms.campwaltblog.com/4208883-teaser-ads-what-is-it-secrets-and-examples-of-teaser-ads>.
- Perbedaan Teaser dan Trailer, Media Promosi Film Paling Ampuh. Kreativv. (2021, March 11). <https://kreativv.com/film-animasi-video/perbedaan-teaser-dan-trailer/>.

Rebecca Whitaker Rebecca started her career in film and media where she honed her skills in storytelling and video production. Now. (2020, January 7). Promo Videos: How to Build Hype with Your Teasers. Vidyard. <https://www.vidyard.com/blog/promo-videos/>.

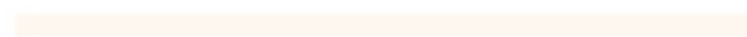
Tech in Asia Indonesia - Komunitas Online Startup di Asia. (n.d.). <https://id.techinasia.com/talk/kelebihan-dan-kekurangan-menggunakan-video-marketing>.



UNIVERSITI



MALAYSIA



KELANTAN

LAMPIRAN.

Gantt Chart

GHANT CHART PENGHASILAN VIDEO KORPORAT TEASER WEBINAR DALAM MEMPROMOSIKAN CENTRE FOR ENGINEERING EDUCATION (CEE) KEPADA ORANG AWAM MELALUI YOUTUBE

FASA PERTAMA

TARIKH PERKARA	30/10- 2/11	3/11- 10/11	10/11- 15/12	16/12- 20/12	21/12- 28/12	29/12- 3/1	4/1- 20/1	1/2- 4/2
PERBINCANGAN MASALAH KAJIAN								
MENCARI MAKLUMAT BERKAITAN TAJUK KAJIAN								
MENGHASILKAN KERTAS KERJA								
SEMAKAN PERTAMA								
PEMBETULAN								
SEMAKAN KEDUA								
PEMBETULAN								
PERSEDIAAN PEMBENTANGAN								

FASA KEDUA

TARIKH PERKARA	14/3	15/3- 30/3	31/4	4/4- 15/4	16/4- 24/4	25/4- 26/4	27/4- 25/5	26/5- 2/6	2/6	3/6- 18/6	23/6- 27/6
LAPOR DIRI DI CEE DAN MEMULAKAN KERTAS KERJA 2											
MEMPELAJARI CARA KERJA											
MEMULAKAN PENGHASILAN VIDEO TEASER											
SESI SOAL SELIDIK DAN TEMUBUAL											
MENGANALISIS MAKLUMAT											
PENGHASILAN STORYBOARD											
PEMBENTANGAN IDEA, KONSEP VIDEO TEASER											
PENGHASILAN VIDEO KORPORAT											
PEMBENTANGAN DAN PENILAIAN OLEH PENYELIA											
PENAMBAHBAIKA N VIDEO TEASER											
PERSEDIAAN PEMBENTANGAN											
PEMBENTANGAN AKHIR FINAL											

KELANTAN

Soal selidik

**BORANG SOAL SELIDIK TENTANG FAKTOR KEKURANGAN LAWATAN DAN TONTONAN VIDEO
WEBINAR DI SALURAN YOUTUBE CENTRE FOR ENGINEERING EDUCATION (CEE)**

BAHAGIAN A – DEMOGRAFI RESPONDEN

ARAHAN: SILA TANDAKAN (/) DI PETAK YANG BERKENAAN

1. JANTINA () LELAKI () PEREMPUAN
2. UMUR

	18 hingga 25 tahun
	26 hingga 30 tahun
	31 hingga 40 tahun
	41 hingga 50 tahun
	51 tahun ke atas

3. Bangsa

	Melayu		Bumiputera
	Cina		Lain – Lain
	India	*Sila Nyatakan	

4. Rantau

	Asia pasifik		Amerika Latin / Selatan
	Eropah		Afrika

BAHAGIAN B – SOALAN ANEKA PILIHAN

Arahan : Sila pilih satu jawapan yang bersesuaian dengan soalan

TINGKAHLAKU PENGGUNA TERHADAP VIDEO SIRI WEBINAR CEE			
Apakah reaksi anda apabila menonton salah satu video siri webinar (CEE)?			
	bosan		Gembira
	Teruja		terkejut

Apakah anda fahami apabila menonton salah satu video siri webinar cee tersebut?			
	Berfikir		Tidak Memahami
	Memahami		Berimaginasi
	Lain – lain sila nyatakan*		

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

BAHAGIAN C: SOALAN ANEKA PILIHAN.

Arahan: Sila pilih satu jawapan yang bersesuaian dengan soalan

TAHAP PENGGUNAAN PENONTON TERHADAP VIDEO SIRI WEBINAR CEE			
Apakah tujuan anda melihat salah satu video siri webinar CEE ini? (anda boleh pilih dari satu pilihan)			
	Mencari ilmu baru.		Mendapatkan idea atau inspirasi.
	Membuat rujukan pembelajaran.		Mencari Maklumat bagi urusan kerja.
	Membuat rujukan kajian		Lain – lain sila nyatakan*

Dalam sehari atau dalam seminggu atau dalam sebulan berapakah anda menonton salah satu video siri webinar CEE?			
	Tidak berminat untuk menonton video ini		Dua kali
	Satu kali		Tiga kali

Pernahkah anda berkongsi video siri webinar CEE ini kepada orang lain?			
	Tidak pernah		Jarang - Jarang
	Selalu		

BAHAGIAN D – SKALA LIKERT

SILA JAWAB SOALAN BAHAGIAN B INI MENGGUNAKAN PENENTU UKUR TAHAP PERSETUJUAN
DI BAWAH INI.

1- SANGAT TIDAK SETUJU 2- TIDAK SETUJU 3- TIDAK PASTI 4- SETUJU 5- SANGAT SETUJU

BIL	PERKARA	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	TIDAK PASTI	SETUJU	SANGAT SETUJU
		1	2	3	4	5
TAHAP KEMUDAHAN / SENANG PENONTON MENONTON VIDEO SIRI WEBINAR CEE						
a.	Video webinar ini mudah untuk difahami	1	2	3	4	5
b.	Video ini mudah untuk diingat daripada membaca buku yang tebal.	1	2	3	4	5
c.	Video webinar ini boleh dilihat dimana – mana sahaja	1	2	3	4	5
d.	Video ini mesra pengguna dengan boleh menekan durasi untuk dilihat.	1	2	3	4	5
e.	Video webinar ini boleh diulang banyak kali sehingga difahami	1	2	3	4	5

BAHAGIAN E – SKALA LIKERT

SILA JAWAB SOALAN BAHAGIAN B INI MENGGUNAKAN PENENTU UKUR TAHAP PERSETUJUAN
DI BAWAH INI.

1- SANGAT TIDAK SETUJU 2- TIDAK SETUJU 3- TIDAK PASTI 4- SETUJU 5- SANGAT SETUJU

BIL	PERKARA	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	TIDAK PASTI	SETUJU	SANGAT SETUJU
		1	2	3	4	5
TAHAP GAYA PENYAMPAIAN VIDEO TERHADAP PENGGUNA						
a.	video siri webinar CEE dilihat terlalu panjang durasinya.	1	2	3	4	5
b.	video siri webinar CEE terlalu akademik	1	2	3	4	5
c.	Gaya penyampaian video yang kurang menarik.	1	2	3	4	5
d.	Elemen interaktiviti antara penonton dan penceramah kurang atau tiada.	1	2	3	4	5

TEMUBUAL

TAJUK: PENGHASILAN VIDEO KORPORAT TEASER SIRI WEBINAR DALAM MEMPROMOSIKAN CENTRE FOR ENGINEERING EDUCATION (CEE) KEPADA ORANG AWAM MELALUI YOUTUBE.

Objektif pertama: Mengenalpasti kaedah pelaksanaan sistem manual pengurusan

Perhatian: sesi temubual dijalankan berdasarkan obektif pengkaji segala maklumat yang diterima hanya untuk data analisis dalam kajian semata- mata.

OBJEKTIF KAJIAN: MENGENALPASTI PENGISIAN MAKLUMAT YANG RINGKAS SERTA BERINFOMATIF UNTUK DILETAKKAN DI DALAM VIDEO TEASER TERSEBUT.

Bil	Soalan yang berkaitan
1	Apakah Langkah atau perkara penting dalam penyediaan kandungan maklumat di dalam video Teaser tersebut?
2	Adakah kandungan maklumat yang lebih realistik memudahkan penyampaian kepada pengguna?
3	Adakah maklumat yang ringkas serta mudah difahami berperanan untuk menarik penonton secara tidak langsung?
4	Apakah maklumat atau tajuk – tajuk yang bersesuaian untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut.?
5	Pada pendapat anda, sumber – sumber yang manakah sesuai digunakan dalam penyediaan kandungan maklumat?
6	Pada pendapat anda, adakah penggunaan gaya Bahasa berkesan menarik pengguna menonton video yang seterusnya?
7	Adakah gaya tulisan dapat menarik penonton untuk menonton video teaser tersebut secara keseluruhannya?

MALAYSIA
KELANTAN

Transkrip Temubual

TARIKH	: 5 MEI 2021
MASA	: 10 PAGI
TEMPOH MASA	: 15 MINIT
TEMPAT	: PUSAT PENDIDIKAN KEJURUTERAAN, UTM.
NAMA RESPONDEN	: PN TG. NURZULAIKHA BINTI TG. MALIM BUSU
JAWATAN	: PEGAWAI PENYELIDIK CEE

OBJEKTIF KAJIAN: MENGENALPASTI PENGISIAN MAKLUMAT YANG RINGKAS SERTA BERINFOMATIF UNTUK DILETAKKAN DI DALAM VIDEO TEASER TERSEBUT.	
Teks Temubual	
Pengkaji	kita mula sesi. Assalamualaikum w.b.t saya Muhammad Syafiq Bin Rohaizat, pelajar tahun akhir jurusan teknologi kreatif elektif Multimedia dari Fakulti teknologi kreatif dan Warisan ,Universiti Malaysia Kelantan sedang menajalankan kajian berkenaan penghasilan video korporat teaser siri webinar CEE untuk Centre for Engineering Education .. ok saya menjalankan sesi temubual ini bagi objektif ketiga iaitu mengenai mengenalpasti pengisian Maklumat Mengenalpasti pengisian maklumat yang ringkas serta berinfomatif untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut.
Pengkaji	jika tidak keberatan bolehkah pn memperkenalkan diri puan serba sedikit
Pn Zulaikha	okee... Assalamualaikum saya Zulaikha pegawai penyelidik di CEE, UTM dan bekerja di UTM sebagai graduate research Assistant dari tahun 2016 dan semenjak tahun 2020 bulan Jun saya start menjadi pegawai penyelidik di CEE,Insyallah
Pengkaji	oo baiklah kita mulakan sesi temubual untuk soalan yang pertama Apakah Langkah atau perkara penting dalam penyediaan kandungan maklumat di dalam video Teaser tersebut?
Pn Zulaikha	: hrrmm.. saya rasa perkara penting yang perlu dititik beratkan dalam menghasilkan video teaser tersebut adalah maklumat yang tepat daripada pihak – pihak CEE ataupun maklumat dari youtube channel itu tersendiri dan perkara lain yang lebih perlu dititikberatjugak adalah objektif kepada video teaser itu supaya penonton yang melihat video teaser tersebut boleh mengesan ataupun melihat objektif yang ingin disampaikan.Jadi perlu ditekankan di awal video teaser tersebut.

Pengkaji	: haa soalan yang seterusnya, Adakah kandungan maklumat yang lebih realistik memudahkan penyampaian kepada pengguna?
Pn Zulaikha	yea, saya rasa penting untuk maklumat yang realistik sebab kalau kita terlalu apa.. overclaim atau meletakkan maklumat -maklumat yang tidak tepat. penonton akan kecewa dengan hasilnya seperti yang tidak digambarkan di dalam video teaser. Jadi saya rasa penting untuk meletakkan maklumat yang realistic itu mengikut kepada situasi dengan perkara yang dirancang untuk video-video yang akan datang .
Pengkaji	okeee soalan yang seterusnya, Adakah maklumat yang ringkas serta mudah difahami berperanan untuk menarik penonton secara tidak langsung ?
Pn Zulaikha	yes, semestinya maklumat yang ringkas sangat mudah difahami compare dengan maklumat yang panjang sebabnya teaser ini ringkas sahaja kan ?
Pengkaji	yea betul
Pn Zulaikha	: Jadi, hanya maklumat – maklumat yang penting serta ringkas sahaja perlu dimasukkan di dalam video supaya pengguna dapat menangkap ataupun melihat content yang penting dalam video tersebut.
Pengkaji	Baik , soalan yang seterusnya , Apakah maklumat atau tajuk – tajuk yang bersesuaian untuk diletakkan di dalam video teaser tersebut.?
Pn Zulaikha	Saya rasa maklumat yang perlu diletakkan di dalam teaser adalah tema bagi video webinar sesuatu event itu , jika ada terdapat beberapa tema perlu dikategorikan dan dimasukkan tema - tema tersebut di dalam video tersebut.
Pengkaji	yeaa mungkin dengan kata – kata ataupun petikan – petikan yang menarik boleh dimasukkan?
Pn Zulaikha	yea, itu satu benda jugak yang mungkin boleh diambil apa... quote ataupun slipert daripada video webinar yang lepas untuk dimasukkan supaya dapat menarik perhatian la ... tetapi perlu ada sekali bagi saya adalah tema – tema supaya pengguna dapat mengetahui bidang -bidang ataupun tema yang ingin diorang dapat daripada webinar yang akan datang ..
Pengkaji	okay, soalan yang kelima yea, Pada pendapat anda, sumber – sumber yang manakah sesuai digunakan dalam penyediaan kandungan maklumat?
Pn Zulaikha	sumber- sumber yang sesuai digunakan digunakan saya rasa mungkin gambar – gambar ataupun slipert yang saya sebut tadi daripada video – video yang lepas dan mungkin jugak boleh diletakkan sumber bidang kajian ataupun bidang penyelidikan ataupun teaching philosophy yang mungkin digunakan menjadi salah satu bahan untuk webinar akan datang la...
Pengkaji	okay soalan yang seterusnya Pada pendapat anda, adakah penggunaan gaya Bahasa berkesan menarik pengguna menonton video yang seterusnya?
Pn Zulaikha	okay ... saya rasa ia sangat penting kerana gaya Bahasa bagi saya untuk video teaser ini dia tidak perlu lebih kepada marketing punya style tapi dia lebih kepada gaya Bahasa professional berbeza dari gaya Bahasa business marketing.sebab dia merupakan gaya Bahasa professional kerana

	target audience ataupun viewer adalah dikalangan professional iaitu dikalangan educators, di kalangan industri serta di kalangan pelajar itu sendiri. Jadi saya rasa gaya Bahasa professional perlu dititikberatkan dalam video teaser ini
Pengkaji	ouh okay. haa soalan yang terakhir Adakah gaya tulisan dapat menarik penonton untuk menonton video teaser tersebut secara keseluruhannya?
Pn Zulaikaha	yea , sama untuk soalan sebelum ini jugak .gaya tulisan bagi saya tidak memainkan peranan yang sangat penting tetapi gaya tulisan sama macam gaya tulisan business marketing dan video professional gaya tulisan masih perlu menggunakan gaya tulisan yang professional serta lebih jelas tidaklah gaya tulisan yang funky , yang fancy punya gaya tulisan la , ia lebih kepada jelas dan professional punya gaya dan kalau boleh gaya tulisannya mesti konsisten daripada awal sehingga ke akhir video teaser tersebut..
Pengkaji	okay, sekian sahaja soalan yang saya ingin bertanyakan kepada puan , segala maklumat atau data hanyalah disimpan untuk kajian ini semata- semata dan data responden dilindungi sekian sahaja terima kasih puan ..



LAKARAN STORYBOARD VIDEO TEASER


FYP ETKW

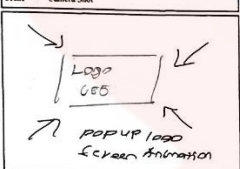
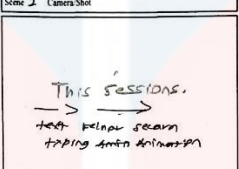
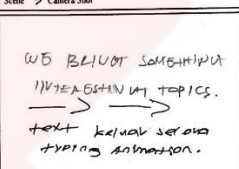
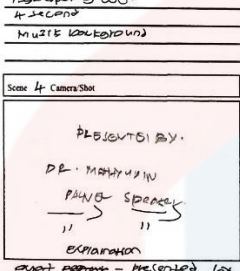
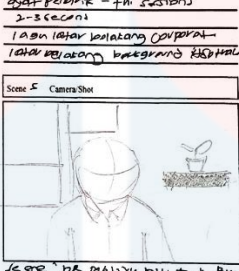
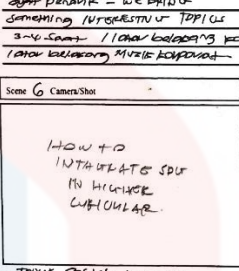
LAKARAN STORBOARD

Tajuk: TEASER 1 (How to Integrate SDGs in Higher Education Curricula by Dr. Mahyuddin Arsat)

Durasi : 1 menit 34 saat


Tajuk : TEASER 1: How to Integrate Sustainable Development Goals (SDGs)

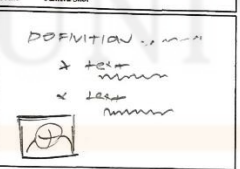
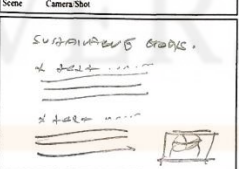
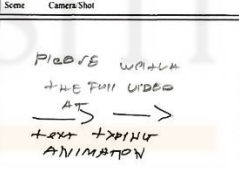
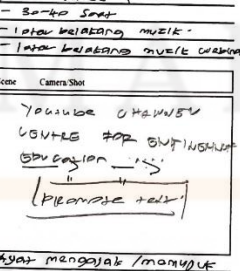
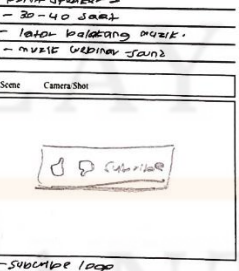
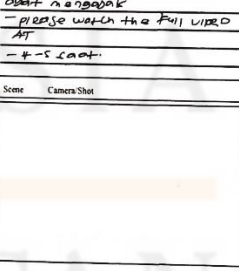


<p>Scene 1 Camera Shot</p>  <p>Logo UES 4-5 seconds MUSIC background</p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p>  <p>THIS SESSIONS. text appear screen typing with animation</p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p>  <p>WE BLUOT SOMBINGTU INTERESTING TOPICS. text appear screen typing animation.</p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p>  <p>PRESENTED BY: DR. MAHYUDDIN PANEL SPEAKER EXPLANATION</p> <p>ayat pembicara - presented by DR. MAHYUDDIN BIN ARSAT PANEL SPEAKER 3-5 saat / latar belakang musik latar belakang motion grafik.</p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p>  <p>Scene 5 DR. MAHYUDDIN Tera Bicara 3-5 saat latar belakang musik background</p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p>  <p>HOW TO INTEGRATE SDG IN HIGHER EDUCATION.</p> <p>TRIME Postel webinar - 6-8 saat MUSIC latar belakang</p>

Bahagian 1

Tajuk :



<p>Scene Camera Shot</p>  <p>DEFINITION ... text text</p> <p>ayat speaker 1 - 30-40 saat - latar belakang musik - latar belakang musik gambar</p>	<p>Scene Camera Shot</p>  <p>SUSTAINABLES GRADE. text text</p> <p>ayat speaker 2 - 30-40 saat - latar belakang musik - musik webinar stand</p>	<p>Scene Camera Shot</p>  <p>PLEASE WATCH THE FULL VIDEO AT text typing ANIMATION</p> <p>ayat narasumber - please watch the full video at - 4-5 saat</p>
<p>Scene Camera Shot</p>  <p>YOUTUBE CHANNEL subscribe subscribe</p> <p>ayat mengajak / mengajak please youtube channel ... 4-5 saat latar belakang musik gambar.</p>	<p>Scene Camera Shot</p>  <p>Scene 11 subscribe logo 4-5 saat</p>	<p>Scene Camera Shot</p> 


Bahagian 2

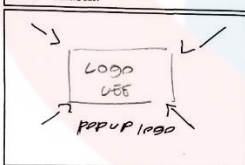
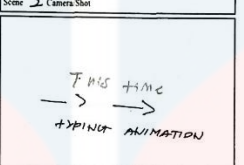
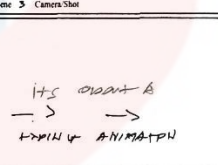
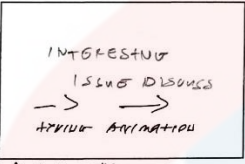
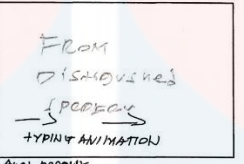
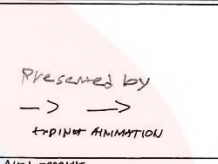
LAKARAN STORBOARD

Tajuk : TEASER 2 (How to Get Online Students Actively Engaged by Dr Richard M. Felder and Dr. Rebecca Brent)

Durasi : 1 menit 49 saat


Tajuk : Teaser 2: How to get online students actively engaged

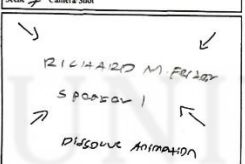
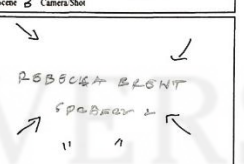
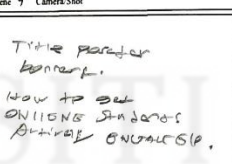
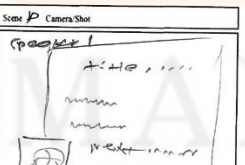
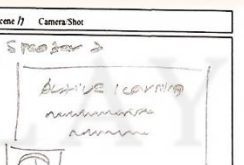
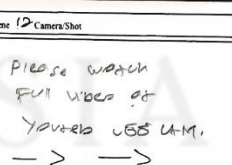


<p>Scene 1 Camera Shot</p>  <p>LOGO opening UTM 4 saat MUSIK opening.</p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p>  <p>ayat paratik 2-3 saat MUSIK latar belakang</p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p>  <p>ayat paratik 2-3 saat MUSIK latar belakang</p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p>  <p>ayat paratik 4-5 saat MUSIK Korpokrat</p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p>  <p>ayat paratik 4-5 saat MUSIK Korpokrat</p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p>  <p>ayat paratik 4-5 saat MUSIK Korpokrat.</p>

Bahagian 1

Tajuk : Teaser 2



<p>Scene 7 Camera Shot</p>  <p>Richard M. Felder (Speaker name) 5 saat. Latar belakang musik - animasi, Korpokrat</p>	<p>Scene 8 Camera Shot</p>  <p>Rebecca Brent (Speaker name) 4-4 saat Latar belakang musik - Korpokrat</p>	<p>Scene 9 Camera Shot</p>  <p>Paratik wama - 6 saat Latar belakang musik Korpokrat</p>
<p>Scene 10 Camera Shot</p>  <p>Speaker Point 1 30-40 saat</p>	<p>Scene 11 Camera Shot</p>  <p>Speaker Point 2 30-40 saat</p>	<p>Scene 12 Camera Shot</p>  <p>ayat paratik 3-5 saat Latar belakang musik Korpokrat</p>

Bahagian 2

LAKARAN STORBOARD

Tajuk : TEASER 3 (Implementing Change in Engineering Education: Experience of the UCL Integrated Engineering Program by Professor John E. Mitchell)

Durasi : 1 menit 58 saat

Tajuk : TEASER 3=IMPLEMENTING CHANGE IN ENGINEERING EDUCATION



<p>Scene 1 Camera Shot</p> <p>Logo opening UCL 6-8 saat</p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p> <p>text type graphy 2-3 saat inspirational music.</p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p> <p>text 2 type graphy 3-4 saat inspirational music.</p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p> <p>text typography 4-5 saat inspirational music</p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p> <p>text typography 4-5 saat inspirational music.</p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p> <p>JCL name 5-6 saat.</p>

Bahagian 1

Tajuk : teaser 3




<p>Scene 1 Camera Shot</p> <p>text typography (poster) 5-6 saat inspirational music</p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p> <p>point speaker 1 30-40 saat.</p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p> <p>point speaker 2 30-40 saat.</p>
<p>Scene 10 Camera Shot</p> <p>typography text 3-4 saat inspirational music.</p>	<p>Scene 11 Camera Shot</p> <p>typography text 3-4 saat inspirational music</p>	<p>Scene 12 Camera Shot</p> <p>summary logo 3-4 saat 3-4 saat</p>

Bahagian 2

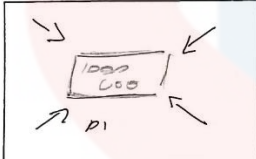
LAKARAN STORBOARD

Tajuk : TEASER 4 (Preparing Open Book Examination for Engineering Courses by Professor Dr. Khairiyah Mohd Yusof and Ir. Dr. Siti Hawa Hamzah)


Durasi : 1 menit 45 saat





Tajuk : Teaser 4:

<p>Scene 1 Camera Shot</p>  <p>1000 CEE OPENING 3 saat</p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">THIS SESSIONS ↑↑ Dramatic down Animation</p> <p>typography text - talk sessions 3 saat saat Korporat musik</p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">Some things INCLUSIVE & OPEN INFORMATION ↑↑</p> <p>typography text - about program & saat. Korporat musik.</p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">Shared by people EXPERIENCED IN HIGHER ENGINEERING EDUCATION. ↑↑</p> <p>typography text 4 saat Korporat musik</p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">Presented by ↑↑</p> <p>typography text 2 saat Korporat musik.</p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">IR. DR. SITI HAWA HAMZAH PANEL SPEAKER 1 ↑↑</p> <p>CREATOR NAME & 2 saat Korporat musik.</p>

Bahagian 1



Tajuk : Teaser 4:

<p>Scene 7 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">PROF. DR. KHAIIRYAH MOHD YUSOF. PANEL SPEAKER 2</p> <p>Panel name & speaker 4 saat. Musik korporat.</p>	<p>Scene 8 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">We present to you</p> <p>typography text 2 saat. musik korporat.</p>	<p>Scene 9 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">CEE title poster.</p> <p>PREPARING OPEN BOOK EXAMINATION FOR ENGINEERING COURSES.</p> <p>typography text - poster title. 5-8 sec musik korporat.</p>
<p>Scene 10 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">Speaker 1 session</p> <p style="text-align: center;">Little present</p>  <p>Speaker point 1 30-40 sec</p>	<p>Scene 11 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">Speaker 2 session.</p> <p style="text-align: center;">title present</p>  <p>Speaker point 2 30-40 sec</p>	<p>Scene 12 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">DUBA'S WITH FULL VIDEOS ON YOUTUBE CENTER FOR ENGINEERING COURSES 10/11</p> <p>typography text 4 sec</p>

Bahagian 2

LAKARAN STORBOARD

Tajuk : TEASER 5 (Terokai Matlamat Pembangunan Mampan Menuju 2030 by Dr. Mahyuddin Arsat, En. Mohd Munir Baharom, and En. Safwan Shaari)

Durasi : 2 menit 12 saat

Tajuk : TEASER 5

<p>Scene 1 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> WABIKIR KAY INI → → animasi teks </div> <p> adegan tipografi * WABIKIR KAY INI PUNJAPAT Durasi : 3 saat muzik : korporat. </p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Kita bertungkusitum → → " " </div> <p> adegan tipografi * Kita bertungkusitum PUNJAPAT Durasi : 3 saat muzik : korporat. </p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Dalam mencapai → → " " </div> <p> adegan tipografi * Dalam mencapai JAHU Durasi : 3-4 saat muzik : korporat. </p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Matlamat pembangunan → → " " </div> <p> adegan tipografi * Matlamat pembangunan MAMPAH 2030 Durasi : 3-4 saat muzik : korporat. </p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Peranan kepelbawakan [1000 IPM] [1000 SES] [1000 MBIP] → → </div> <p> adegan tipografi * Peranan kepelbawakan JAHU SEMI JAHU Durasi : 1 saat setiap 1000 muzik : korporat. </p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> P1 Sampulian → → " " </div> <p> adegan tipografi * P1 Sampulian JAHU Durasi : 2 saat muzik : korporat. </p>

Bahagian 1


Tajuk : TEASER 5






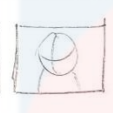
<p>Scene 1 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> WABIKIR KAY INI → → animasi teks </div> <p> adegan tipografi * WABIKIR KAY INI PUNJAPAT Durasi : 3 saat muzik : korporat. </p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Kita bertungkusitum → → " " </div> <p> adegan tipografi * Kita bertungkusitum PUNJAPAT Durasi : 3 saat muzik : korporat. </p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Dalam mencapai → → " " </div> <p> adegan tipografi * Dalam mencapai JAHU Durasi : 3-4 saat muzik : korporat. </p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Matlamat pembangunan → → " " </div> <p> adegan tipografi * Matlamat pembangunan MAMPAH 2030 Durasi : 3-4 saat muzik : korporat. </p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Peranan kepelbawakan [1000 IPM] [1000 SES] [1000 MBIP] → → </div> <p> adegan tipografi * Peranan kepelbawakan JAHU SEMI JAHU Durasi : 1 saat setiap 1000 muzik : korporat. </p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> P1 Sampulian → → " " </div> <p> adegan tipografi * P1 Sampulian JAHU Durasi : 2 saat muzik : korporat. </p>

Bahagian 2

KELANTAN

Tajuk : TEASER 5




<p>Scene 7 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">PROF DR FATIMAH ALI MODERATOR</p> <p><i>Handwritten notes:</i> Nama: PROF DR FATIMAH ALI PHONG (MODERATOR) Durasi: 2 saat Pj: ada 4 orang speaker in this scene</p>	<p>Scene 8 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">POSTOR AJUK WAKILAH TOROKA MATIAMAT PERMAGIHAN MAMPAK MO KUNDUZA</p> <p><i>Handwritten notes:</i> ada 4 orang speaker Durasi: 5-8 saat</p>	<p>Scene 9 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">PANEL 1</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">DR FATI DR MAMPUK</p> <p><i>Handwritten notes:</i> Speaker Panel 1 2-40 saat 2-30</p>
<p>Scene 10 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">PANEL 2</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p><i>Handwritten notes:</i> Speaker Panel 2 20-30 saat</p>	<p>Scene 11 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">PANEL 3</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p><i>Handwritten notes:</i> Speaker Panel 3 20-30 saat</p>	<p>Scene 12 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">UNIK MALAYSIA UNIPED SPARKING</p> <p style="text-align: center;">SILA RA SALLAR YAKNI GOS UTM, PADI PANYISIT SIL WAKILAH GOS UTM EXPLICIT ANIMATION</p> <p><i>Handwritten notes:</i> Masa persembakan 5-6 saat Muzik: korporat</p>

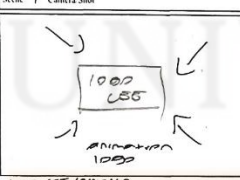
Bahagian 3

LAKARAN STORBOARD

Tajuk : TEASER 6 (Problem-based Learning For Developing Holistic Future- Ready Graduates by Prof. Dr. Khairiyah Mohd Yusof)

Durasi : 2 menit 17 saat



<p>Tajuk : <u>TEASER 6 - PROBLEM BASED LEARNING FOR DEVELOPING HOLISTIC</u></p>		
<p>Scene 1 Camera Shot</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p><i>Handwritten notes:</i> 1000 COS ANIMATION - Durasi: 3 saat</p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">THIS SESSION</p> <p><i>Handwritten notes:</i> ANIMATED TEXT - Durasi: 3 saat - Animasi: DISOLVE - Korporat muzik: INSPIRING</p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">IT'S MORE TO UNDERSTAND & PROBLEMS</p> <p><i>Handwritten notes:</i> - Animasi: text - Durasi: 3 saat - Animasi: DISOLVE - Korporat muzik: INSPIRING</p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">FROM THE PERSON WHO EXPERT IN PROBLEM BASED LEARNING KNOWLEDGE</p> <p><i>Handwritten notes:</i> - Animasi: text - Durasi: 3 saat - Animasi: DISOLVE - Korporat muzik: INSPIRING</p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">PRESENT BY</p> <p><i>Handwritten notes:</i> - Animasi: text - Durasi: 3 saat - Animasi: DISOLVE - Korporat muzik: INSPIRING</p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">PROF DR ENGLISHAN MOHD YUSOF PANEL SPEAKER</p> <p><i>Handwritten notes:</i> - Nama speaker: Prof Dr. Englishan - Durasi: 1 saat - Animasi: DISOLVE - Korporat muzik: INSPIRING</p>

Bahagian 1

Tajuk : Teaser 6 - PROBLEM BASED LEARNING FOR DEVELOPING HOPEFUL

Scene 7 Camera Shot
 with no title
 1000 Animation
 - Durasi : 3 saat
 - Animasi : dissolve
 - muzik : korporat

Scene 8 Camera Shot
 Dstee Webinar
 PROBLEM BASED LEARNING FOR DEVELOPING HOPEFUL FUTURE READY GRADUATES.
 Problem Webinar
 - Durasi : 5-6 saat
 - korporat : muzik inspiring

Scene 9 Camera Shot
 point 1
 title present 1
 Point 1 Webinar
 - Durasi : 20-30 saat
 - korporat : muzik inspiring

Scene 10 Camera Shot
 point 2
 title present 2
 Point 2 Webinar
 - Durasi : 20-30 saat
 - korporat : muzik inspiring

Scene 11 Camera Shot
 For full video, please go to
 Animasi Test
 - Durasi : 4 saat
 - Animasi : dissolve
 - korporat : muzik inspiring

Scene 12 Camera Shot
 YouTube Channel
 Centre for Engineering Education
 Animasi test
 - Durasi : 5 saat
 - Animasi : Dissolve
 - korporat : muzik inspiring

Bahagian 2

LAKARAN STORBOARD

Tajuk : TEASER 7 (Getting the Best of Emergency Remote Teaching by Dr. Tan Joo Siang, AP. Dr. Mohd Kamaruddin, AP. Dr. Tazli Azizan, Dr. Suhairi Abd Sata)

Durasi : 2 menit 58 saat

Tajuk : Teaser 7 - Getting the Best of Emergency Remote Teaching Lect

Scene 1 Camera Shot
 1000 CEE
 Logo Animation
 - Durasi : 3 saat

Scene 2 Camera Shot
 this webinar sessions
 Animasi test
 - Durasi : 3 saat
 - Animasi : dissolve
 - muzik : korporat

Scene 3 Camera Shot
 more training sessions included
 Animasi test
 - Durasi : 3 saat
 - Animasi : dissolve
 - muzik : korporat


Scene 4 Camera Shot
 from the persons who experienced in higher engineering education.
 Animasi test
 - Durasi : 3 saat
 - Animasi : dissolve
 - muzik : korporat

Scene 5 Camera Shot
 Program by
 Animasi test
 - Durasi : 3 saat
 - Animasi : dissolve
 - muzik : korporat

Scene 6 Camera Shot
 DANIEL NARINE
 SPEAKER
 (ASST. DIR. MALAYA BROWNS) (speaking 1)
 DR. SUHAIRI (speaking 1)
 ASSOC. PROF. DR. MOHD KAMARUDDIN (speaking 2)
 ASSOC. PROF. DR. TAZLI AZIZAN (speaking 2)
 Animasi test
 - Durasi : 3 saat
 - Animasi : dissolve
 - muzik : korporat

Bahagian 1


Tajuk : TOAFA 7



<p>Scene 7 Camera Shot</p> <p>with the presented</p> <p><i>text</i></p> <p>Logo animated</p> <p>- Durasi : 3 saat.</p>	<p>Scene 8 Camera Shot</p> <p>UTM CEE WEBINAR SERIES</p> <p>GETTING THE BEST OF EMERGENCY</p> <p>Remote Teaching (ERT)</p> <p><i>Presah Webinar</i></p> <p>- Durasi : 5 - 6 saat.</p> <p>- Musik : korporat.</p>	<p>Scene 9 Camera Shot</p> <p>PANEL 1</p> <p>title presented</p> <p><i>Speaker Panel 1 (Dr. Smart)</i></p> <p>- 30 - 40 saat.</p> <p>- Musik : korporat.</p>
<p>Scene 10 Camera Shot</p> <p>PANEL 2</p> <p>title presented</p> <p><i>Speaker Panel 2 (Dr. Kawan)</i></p> <p>- 30 - 40 saat.</p> <p>- Musik : korporat.</p>	<p>Scene 11 Camera Shot</p> <p>PANEL 3</p> <p>title presented</p> <p><i>Speaker Panel 3 (Dr. Fami)</i></p> <p>- 20-30 saat.</p> <p>- Musik : korporat.</p>	<p>Scene 12 Camera Shot</p> <p>PANEL 4</p> <p>title presented.</p> <p><i>Speaker Panel 4 (Dr. Tan)</i></p> <p>- 30 - 40 saat.</p> <p>- Musik : korporat.</p>

Bahagian 2

Tajuk : TOAFA - 7



<p>Scene 13 Camera Shot</p> <p>FOR FULL VIDEO PLEASE GO TO</p> <p><i>Animated text</i></p> <p>- Durasi : 3-4 saat.</p> <p>- Animasi : Dissolve</p> <p>- Musik : korporat.</p>	<p>Scene 14 Camera Shot</p> <p>Youtube Channel</p> <p>CECFA for</p> <p>enhancing education</p> <p>on CEE webinar</p> <p>series (1/10)</p> <p><i>Animated text</i></p> <p>- Durasi : 3-4 saat</p> <p>- Animasi : Dissolve</p> <p>- Musik : korporat.</p>	<p>Scene 15 Camera Shot</p> <p>SUBSCRIBE (1/10)</p> <p><i>Logo animated</i></p> <p>- Durasi : 3-4 saat.</p>
<p>Scene Camera Shot</p>	<p>Scene Camera Shot</p>	<p>Scene Camera Shot</p>

Bahagian 3

LAKARAN STORBOARD

Tajuk : TEASER 8 (Getting to the Roots: The Foundation of Problem-based Learning by Dr. Ginie Servant-Miklos)

Durasi : 2 menit 10 saat

Tajuk : **TEASER 8 - Getting to the roots The foundations of problem based learning**

<p>Scene 1 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">1000 CSE</div> <p><i>1000 CSE Animation</i> - Durasi : 3 saat.</p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">this webinar - session</div> <p><i>Animated text</i> - Durasi - 3 saat. - Animasi : <i>From Dissolve</i> - <i>background music</i>.</p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">more information that will get it</div> <p><i>Animated text</i> - Durasi - 3 saat. - Animasi : <i>Dissolve</i> - <i>background music</i>.</p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">lets explore it</div> <p><i>Animated text</i> - Durasi : 3 saat. - Animasi : <i>Dissolve</i> - <i>background music</i>.</p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">From former web experience in problem based learning</div> <p><i>Animated text</i> - Durasi : 3 saat. - Animasi : <i>Dissolve</i> - <i>background music</i>.</p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">Presented by</div> <p><i>Animated text</i> - Durasi : 3 saat. - Animasi : <i>Dissolve</i> - <i>background music</i>.</p>

Bahagian 1

Tajuk : **TEASER 8 - Getting to the roots - the foundation of the problem based learning**

<p>Scene 7 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">PANEL NAME SPEAKERS</div> <p><i>Animated text</i> - Durasi : 3 saat. - <i>Musik background</i>.</p>	<p>Scene 8 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">with the title Presented</div> <p><i>Animated text</i> - Durasi - 3 saat. - <i>Musik background</i>.</p>	<p>Scene 9 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">urapan poster Getting to the roots: the foundation of problem based learning 22 JULI 2020</div> <p><i>urapan poster</i> - Durasi - 5-6 saat. - <i>Musik background</i>.</p>
<p>Scene 10 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>point 1</p> <p style="text-align: center;">title present</p> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> </div> </div> <p><i>point 1</i> - Durasi 20-40 saat. - <i>Musik background</i>.</p>	<p>Scene 11 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>point 2</p> <p style="text-align: center;">title present</p> <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> </div> </div> <p><i>point 2</i> - Durasi 20-40 saat. - <i>Musik background</i>.</p>	<p>Scene 12 Camera Shot</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">FOR MORE VIDEO visit at YOUTUBE CHANNEL CENTRE FOR ENVI MENTAL PLAYLIST</div> <p><i>Animated text</i> - Durasi : 5 saat - 6 saat. - Animasi : <i>Dissolve</i>.</p>

Bahagian 2

KELANTAN

LAKARAN STORBOARD

Tajuk : TEASER 9 (Engineering Education Research: Where Do We Start? by Prof. Dr. Fatin Aliah Phang Abdullah)

Durasi : 2 menit 12 saat

Tajuk : Teaser 9



<p>Scene 1 Camera Shot</p> <p>1000 Animation USD. - Durasi : 3 saat.</p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p> <p>Animated Text - Durasi : 3 saat. - Animasi : Dissolve - Korporat Musik.</p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p> <p>Animated text - Durasi : 3 saat. - Animasi : Dissolve - Korporat Musik.</p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p> <p>Animated text - Durasi : 3 saat. - Animasi : Dissolve - Korporat Musik.</p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p> <p>Animated text - Durasi : 2 saat. - Animasi : Dissolve - Korporat Musik.</p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p> <p>Animated text - Durasi : 3 saat. - 4 saat. - Animasi : Dissolve - Korporat Musik.</p>

Bahagian 1

Tajuk : Teaser 9



<p>Scene 7 Camera Shot</p> <p>- Animated text - Durasi : 2 saat. - Animasi : Dissolve - Korporat Musik.</p>	<p>Scene 8 Camera Shot</p> <p>- Animated text - Durasi : 3 saat. - Animasi : Dissolve - Korporat Musik.</p>	<p>Scene 9 Camera Shot</p> <p>- Animated text - Durasi : 3 saat. - Animasi : Dissolve - Korporat Musik.</p>
<p>Scene 10 Camera Shot</p> <p>- Animated text (webinar poster) - Durasi : 3 saat.</p>	<p>Scene 11 Camera Shot</p> <p>- Animated text - Durasi : 30-40 saat. - Musik korporat.</p>	<p>Scene 12 Camera Shot</p> <p>- Animated text - Durasi : 30-40 saat. - Musik korporat.</p>

Bahagian 2

Tajuk : TEASER 9

Scene 1 Camera Shot
FOR Full video,
please go to
→ →
- Animated text
- Durasi : 3 saat
- Muzik korporat.

Scene 2 Camera Shot
YouTube Channel
CEE for Engineering
Education on CEE
Webinar Series (Live)
→
- Animated text
- Durasi : 3-4 saat
- Muzik korporat.

Scene 3 Camera Shot
UM CEE
- Durasi : 3 saat.

Scene 4 Camera Shot

Scene 5 Camera Shot

Scene 6 Camera Shot

Bahagian 3

LAKARAN STORBOARD

Tajuk : TEASER 10 (Developing Problem Solving Skills Using TRIZ by Dr. Zulhasni Abdul Rahim)

Durasi : 1 menit 58 saat

Tajuk : TEASER 10 - Developing Problem Solving using TRIZ

Scene 1 Camera Shot
UM CEE
- Animated text
- Durasi : 3 saat.

Scene 2 Camera Shot
↑ ↑
This webinar
session
↑ ↑
- Animated text
- Durasi : 3 saat.
- Animasi : up down
- Korporat Muzik.

Scene 3 Camera Shot
↑ ↑
A knowledge we
rarely acquire
↑ ↑
- Animated text
- Durasi : 3 saat.
- Animasi : up down
- Korporat Muzik.

Scene 4 Camera Shot
↑ ↑
Let's explore it
↑ ↑
- Animated text
- Durasi : 3 saat.
- Animasi : up down
- Muzik : korporat.



Scene 5 Camera Shot
↑
Presented by
↑
- Animated text
- Durasi : 3 saat.
- Animasi : up down
- Muzik : korporat.

Scene 6 Camera Shot
Dr. Pt. Zulhasni Abdul
RAHIM.
PAMSI / PKL/KEK.
- Nama Nana speaker.
- Durasi : 3 saat.
- Animasi : up down
- Muzik : korporat.

Bahagian 1

Tajuk : TEACHER 10



<p>Scene 7 Camera Shot</p> <p>↑</p> <p>THE TEACHER WHO EXPOSED IN DEVELOPING PROBLEM SOLVING SKILLS Using TBLT</p> <p>↑</p> <p>ANIMATED TEXT</p> <p>-Durasi : 2 saat.</p> <p>-Animasi = up down</p>	<p>Scene 8 Camera Shot</p> <p>↑</p> <p>with ANIMATEE PRESENTED</p> <p>↑</p> <p>ANIMATED TEXT</p> <p>-Durasi = 3 saat.</p> <p>-Animasi = up down.</p>	<p>Scene 9 Camera Shot</p> <p>POSTER BANNER.</p> <p>DEVELOPING PROBLEM SOLVING USING TBLT.</p> <p>↑</p> <p>POKER WEBINAR BANNER POSTER</p> <p>-Durasi = 5-7 saat.</p> <p>-MUSIK KOPORAT.</p>
<p>Scene 10 Camera Shot</p> <p>POINT 1</p>  <p>POINT 1</p> <p>-Durasi : 30-40 saat</p> <p>-MUSIK -KOPORAT</p>	<p>Scene 11 Camera Shot</p> <p>POINT 2</p>  <p>POINT 2</p> <p>-Durasi : 30-40 saat.</p> <p>-MUSIK -KOPORAT.</p>	<p>Scene 12 Camera Shot</p> <p>↑</p> <p>FDD FULL VIDE DIPSE BHD</p> <p>↑</p> <p>ANIMATED TEXT</p> <p>-Durasi = 2 saat.</p> <p>-MUSIK -KOPORAT.</p>

Bahagian 2

Tajuk : TEACHER 10



<p>Scene 13 Camera Shot</p> <p>↑</p> <p>YOUSUKE channel Centre for engineering Education on CBE webinar playlist</p> <p>↑</p> <p>ANIMATED TEXT</p> <p>-Durasi : 3 saat.</p> <p>-Animasi UP DOWN</p> <p>-KOPORAT MUSIK</p>	<p>Scene 14 Camera Shot</p> <p>SUBSCRIBE (PDS)</p> <p>↑</p> <p>TOO -SUBSCRIBE</p> <p>- 3 -sec.</p>	<p>Scene Camera Shot</p>
<p>Scene Camera Shot</p>	<p>Scene Camera Shot</p>	<p>Scene Camera Shot</p>

Bahagian 3



LAKARAN STORBOARD

Tajuk : TEASER 11 (Demystifying Philosophy for Engineering Educators by Prof. Dr. Johannes Strobel)

Durasi : 2 menit 48 saat

Tajuk : TEASER 11



<p>Scene 1 Camera Shot</p> <p>LOGO CEE - Durasi : 3 saat</p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p> <p>THIS WEBINAR SESSION</p> <p>→ →</p> <p>ANIMATED TEXT - Durasi : 3 saat - Musik : Inspiration</p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p> <p>explore more knowledge about philosophy in general.</p> <p>→ →</p> <p>Animated text - Durasi : 3 saat - Musik : Inspiration</p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p> <p>what can philosophy bring to research and practice in engineering education</p> <p>→ →</p> <p>Animated text - Durasi : 3 saat - Musik : Inspiration</p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p> <p>EXPLAINED BY EXPATRIATE SPEAKER IN PHILOSOPHY EDUCATION</p> <p>→ →</p> <p>Animated text - Durasi : 3 saat - Musik : Inspiration</p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p> <p>presented by</p> <p>→ →</p> <p>Animated text - Durasi : 2 saat - Musik : Inspiration</p>

Bahagian 1

Tajuk : TEASER 11



<p>Scene 7 Camera Shot</p> <p>PROF DR JOHANNES STROBEL PAVIA SPEAKER</p> <p>→ →</p> <p>Animated text - PAVIA SPEAKER - Durasi : 4-5 saat - Musik : Inspiration - Animasi : Dissolve</p>	<p>Scene 8 Camera Shot</p> <p>with the title presented</p> <p>→</p> <p>Animated text - Durasi : 3 saat - Animasi : Dissolve - Musik : Inspiration</p>	<p>Scene 9 Camera Shot</p> <p>CEE webinar poster</p> <p>DEMYSIFYING PHILOSOPHY FOR ENGINEERING EDUCATION</p> <p>Animated text - Poster banner - Durasi : 5-6 saat - Musik : Inspiration - Animasi : Dissolve</p>
<p>Scene 10 Camera Shot</p> <p>POINT 1</p> <p>title point 1</p> <p>point 1 - Durasi : 30-40 saat - Musik : Inspiration</p>	<p>Scene 11 Camera Shot</p> <p>POINT 2</p> <p>title point 2</p> <p>point 2 - Durasi : 30-40 saat - Musik : Inspiration</p>	<p>Scene 12 Camera Shot</p> <p>FOR MORE VIDEO PLEASE GO TO YOUTUBE CHANNEL CENTRE FOR ENGINEERING EDUCATION</p> <p>Animated text - Durasi : 4-5 saat - Musik : Inspiration</p>

Bahagian 2

LAKARAN STORBOARD

Tajuk: TEASER 12 (Engineering Ethics: Into the Future by Ir. Prof. Dr. Rajkumar Durairaj, Ir. Francis Ngiam Kee Hwee, Mr Amru Daud and Ir. Dr. Zaki Yamani Zakaria)

Durasi : 2 menit 52 saat

Tajuk : TEASER 12: ENGINEERING ETHICS: INTO THE FUTURE.




<p>Scene 1 Camera Shot</p>  <p><u>LOGO CEE ANIMATION</u> - Durasi : 3 saat.</p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">THIS WEBINAR SESSION</p> <p><u>Animated text</u> - Durasi : 3 saat - Animasi : dissolve text - Korpokrat Muzik</p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">MORE TOPICS HAS DISCUSSED</p> <p><u>ANIMATED TEXT</u> - Durasi : 3 saat. - Animasi : dissolve text - Korpokrat Muzik.</p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">ESPECIALLY FOR BEGINNER TO BE AN ENGINEER'S FIELD</p> <p><u>Animated text</u> - Durasi : 3 saat - Animasi : dissolve text - Korpokrat Muzik</p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">SUPPORTED BY EXPERIENCED SPEAKER</p> <p><u>Animated text</u> - Durasi : 2 saat. - Animasi : dissolve text - Korpokrat Muzik.</p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">PRESENTED BY,</p> <p><u>Animated text</u> - Durasi : 3 saat - Animasi : dissolve text - Korpokrat Muzik.</p>

Bahagian 1

Tajuk : TEASER 12.



<p>Scene 7 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">SPECIAL NAME MODERATOR</p> <p><u>Animated text</u> - Durasi : 3 saat - Animasi : dissolve - Muzik : Korpokrat</p>	<p>Scene 8 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">WITH THE TITLE PRESENTED</p> <p><u>Animated text</u> - Durasi : 3 saat - Animasi : dissolve - Muzik : Korpokrat.</p>	<p>Scene 9 Camera Shot</p> <p style="text-align: center;">UTM CEE WEBINAR SERIES, ENGINEERING ETHICS INTO THE FUTURE.</p> <p><u>Animated text</u> - Durasi : 3-6 saat. - Animasi : dissolve - Muzik : Korpokrat.</p>
<p>Scene 10 Camera Shot</p>  <p><u>Animated text POINT 1</u> - Durasi : 30-40 saat. - Muzik : Korpokrat</p>	<p>Scene 11 Camera Shot</p>  <p><u>Animated text POINT 2</u> - Durasi : 30-40 saat. - Muzik : Korpokrat</p>	<p>Scene 12 Camera Shot</p>  <p><u>Animated text POINT 3</u> - Durasi : 30-40 saat. - Muzik : Korpokrat</p>

Bahagian 2

Tajuk : **TEASER 12**

Scene 1/3 Camera Shot
Puras akan watch the full video at
ANIMATED TEXT
- DURASI : 3 saat
- Muzik korporat

Scene 2/4 Camera Shot
Youtube channel create for engineering education on UEG website serves (title)
ANIMATED TEXT
- DURASI : 3 saat
- Muzik korporat

Scene 3/5 Camera Shot
Surprise logo
ANIMATED TEXT
- DURASI : 3 saat

Scene 4 Camera Shot

Scene 5 Camera Shot

Scene 6 Camera Shot

Bahagian 3

LAKARAN STORBOARD

Tajuk : **TEASER 13 (Making a World of Difference: Engineers' Crucial Roles by Dr. Khoo Ji Yi, Mr. Abdul Hafiz Abdullah, Dr. Muhammad Syafiq Hazwan Ruslan and Assoc. Prof. Ir. Dr. Mimi Haryani Hassim)**

Durasi : 3 menit 12 saat

Tajuk : **TEASER 13 - MAKING A WORLD OF DIFFERENCE: ENGINEERS**

Scene 1 Camera Shot
This webinar session
ANIMATED TEXT
- DURASI : 2 saat

Scene 2 Camera Shot
Will discuss on important issues related to engineering
ANIMATED TEXT
- DURASI : 3 saat
- ANIMASI : DISSOLVE
- KOPORAT - MUZIK

Scene 3 Camera Shot
That helping engineers to improve the way we live.
ANIMATED TEXT
- DURASI : 3 saat
- ANIMASI : DISSOLVE
- KOPORAT MUZIK : INSPIRING

Scene 4 Camera Shot
Presented by distinguished speaker & industrial experience
ANIMATED TEXT
- DURASI : 2-4 saat
- ANIMASI : DISSOLVE
- KOPORAT MUZIK

Scene 5 Camera Shot
Presented by
ANIMATED TEXT
- DURASI : 2 saat
- ANIMASI : DISSOLVE
- KOPORAT MUZIK

Scene 6 Camera Shot
Speaker name
ANIMATED TEXT
- DURASI : 3 saat
- ANIMASI : DISSOLVE
- KOPORAT MUZIK

Bahagian 1

LAKARAN STORBOARD

Tajuk: TEASER 14 (How to Help Your Stem Students Become Self-directed Learners by Hoechst Celanese Professor Emeritus Richard M. Felder and Associate Professor Dr. Rebecca Brent)

Durasi : 2 menit 18 saat

Tajuk : **TEASER 14 - HOW TO HELP STEM STUDENTS BECOME SELF-DIRECTED LEARNERS.**

<p>Scene 1 Camera Shot</p> <p>ANIMATED TEXT (VOO) DURASI : 3 saat MUSIK : KOMPONEN</p>	<p>Scene 2 Camera Shot</p> <p>THIS WEBINAR SESSION</p> <p>ANIMATED TEXT DURASI : 3 saat MUSIK : KOMPONEN</p>	<p>Scene 3 Camera Shot</p> <p>will provide some tips & skills</p> <p>ANIMATED TEXT DURASI : 3 saat MUSIK : KOMPONEN</p>
<p>Scene 4 Camera Shot</p> <p>especially for educators to help STEM students</p> <p>ANIMATED TEXT DURASI : 4 saat MUSIK : KOMPONEN</p>	<p>Scene 5 Camera Shot</p> <p>Elaborated by two distinguished speakers</p> <p>ANIMATED TEXT DURASI : 4 saat MUSIK : KOMPONEN</p>	<p>Scene 6 Camera Shot</p> <p>Presented by</p> <p>ANIMATED TEXT DURASI : 3 saat MUSIK : KOMPONEN</p>

Bahagian 1

Tajuk : **Teaser 14**

<p>Scene 7 Camera Shot</p> <p>SPEAKER LANE</p> <p>SPEAKER 1</p> <p>ANIMATED TEXT - SPEAKER NAME: DR. RICHARD - DR. REBECCA & DR. BRENT - DURATION: 6 saat - MUSIK: KOMPONEN</p>	<p>Scene 8 Camera Shot</p> <p>with title presented</p> <p>ANIMATED TEXT - DURATION: 3 saat - MUSIK: KOMPONEN</p>	<p>Scene 9 Camera Shot</p> <p>VOO WEBINAR PRESENT HOW TO HELP STEM STUDENTS BECOME SELF-DIRECTED LEARNERS</p> <p>ANIMATED TEXT (WEBINAR COVER) - DURATION: 3 saat - MUSIK: KOMPONEN</p>
<p>Scene 10 Camera Shot</p> <p>POINT</p> <p>SPEAKER POINT DR. REBECCA DURATION: 10-30 saat MUSIK: KOMPONEN</p>	<p>Scene 11 Camera Shot</p> <p>POINT</p> <p>SPEAKER POINT DR. RICHARD DURATION: 20-30 saat MUSIK: KOMPONEN</p>	<p>Scene 12 Camera Shot</p> <p>PERFORM VIDEO (SLIDE, YOUTUBE CHANNEL) CENTRE FOR ENGINEERING EDUCATION (CEE), CEE@3 DIVISION</p> <p>ANIMATED TEXT (SLIDE & SCENE) DURATION: 3 saat (scene 1) 2 saat (scene 2) MUSIK: KOMPONEN</p>

Bahagian 2

