

INTERNATIONAL JOURNAL OF LAW,
GOVERNMENT AND COMMUNICATION
(IJLGC)
www.ijlgc.com



ANALISIS PENGGUNAAN DAN KEPUASAN MYTV DALAM KALANGAN PENGGUNA DI WILAYAH UTARA MALAYSIA

ANALYSIS OF MYTV USAGE AND SATISFACTION AMONG USERS IN THE NORTHERN REGION OF MALAYSIA

Norhayati Mohamad Hussain^{1*}, Mohd Khairie Ahmad², S. Maartandan Suppiah³

¹ School of Multimedia Technology and Communication, Universiti Utara Malaysia, Malaysia
Email: norhayatimh@uum.edu.my

² School of Multimedia Technology and Communication, Universiti Utara Malaysia, Malaysia
Email: khairie@uum.edu.my

³ School of Multimedia Technology and Communication, Universiti Utara Malaysia, Malaysia
Email: s.maartandan.suppiah@uum.edu.my

* Corresponding Author

Article Info:

Article history:

Received date: 08.02.2025

Revised date: 11.03.2025

Accepted date: 14.07.2025

Published date: 01.09.2025

To cite this document:

Hussain, N. M., Ahmad, M. K., & Suppiah, S. M. (2025). Analisis Penggunaan Dan Kepuasan MYTV Dalam Kalangan Pengguna Di Wilayah Utara Malaysia. *International Journal of Law, Government and Communication*, 10 (41), 228-244.

DOI: 10.35631/IJLGC.1041014

This work is licensed under [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Abstrak:

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan dan tahap kepuasan pengguna MYTV di Wilayah Utara Semenanjung Malaysia, meliputi negeri Kedah, Perlis, Pulau Pinang, dan Perak. Pendekatan kuantitatif digunakan melalui soal selidik yang melibatkan 393 responden untuk mengenal pasti faktor-faktor utama yang mendorong pemilihan MYTV serta kepuasan pengguna terhadap platform tersebut. Dapatan kajian menunjukkan bahawa majoriti responden menggunakan set dekoder MYTV untuk mengakses siaran percuma (FTA), mencerminkan populariti penyiaran tradisional di kawasan ini. Kandungan tempatan yang mencerminkan budaya dan identiti wilayah merupakan faktor utama yang dihargai, dengan responden melaporkan tahap kepuasan yang tinggi terhadap kandungan MYTV. Selain itu, waktu tontonan puncak bagi kebanyakan responden adalah pada waktu malam, dengan 76.1% menyatakan waktu tersebut sebagai masa utama mereka menonton. Walaupun pengguna berpuas hati dengan kandungan yang ditawarkan, terdapat ruang untuk penambahbaikan dalam variasi kandungan dan estetika persembahan. Kepelbagaian program yang lebih luas dan peningkatan kualiti visual serta audio dapat meningkatkan pengalaman tontonan pengguna. Kajian juga mencadangkan agar MYTV mengadaptasi strategi penyiaran untuk menarik generasi penonton yang lebih muda dengan mengintegrasikan elemen digital dan interaktif. Secara keseluruhannya, kajian ini menunjukkan bahawa MYTV masih relevan sebagai platform penyiaran, terutamanya dalam memenuhi keperluan pengguna di Wilayah Utara Malaysia. Untuk kekal kompetitif, MYTV disarankan untuk terus memberi tumpuan kepada pembangunan kandungan tempatan yang berkualiti, meningkatkan estetika persembahan, dan

memanfaatkan teknologi digital dalam strategi penyiarannya. Dapatan kajian ini memberikan pandangan penting untuk meningkatkan daya saing dan daya tarikan MYTV dalam landskap penyiaran moden.

Kata Kunci:

Kesedaran Digital, Penggunaan dan Kepuasan, Pengiklanan TV, Penyiaran, Siaran TV Percuma

Abstract:

This study aims to analyze the usage and satisfaction levels of MYTV users in the Northern Region of Peninsular Malaysia, covering the states of Kedah, Perlis, Penang, and Perak. A quantitative approach was employed using a survey involving 393 respondents to identify the key factors influencing the choice of MYTV and user satisfaction with the platform. The findings reveal that the majority of respondents use MYTV decoder sets to access free-to-air (FTA) broadcasts, highlighting the popularity of traditional broadcasting methods in the region. Local content reflecting regional culture and identity is a key factor appreciated by users, with respondents reporting high satisfaction levels with MYTV's programming. Furthermore, the peak viewing time for most respondents is during the night, with 76.1% identifying this period as their primary viewing time. While users expressed satisfaction with the content offered, there is room for improvement in terms of content variety and aesthetic quality. A broader range of programming and enhanced visual and audio quality could further enrich the viewing experience. The study also suggests that MYTV adapt its broadcasting strategies to attract younger audiences by integrating digital and interactive elements. Overall, this study demonstrates that MYTV remains relevant as a broadcasting platform, particularly in meeting the needs of users in Northern Malaysia. To remain competitive, MYTV is recommended to focus on developing high-quality local content, improving aesthetic presentation, and leveraging digital technology in its broadcasting strategies. These findings provide valuable insights into enhancing MYTV's competitiveness and appeal in the modern broadcasting landscape.

Keywords:

Digital Awareness, Uses and Gratifications, TV Advertising, Broadcasting, Free-to-air

Pengenalan

Siaran televisyen percuma (*Free-to-Air*, FTA) merupakan bentuk penyiaran yang menyediakan kandungan kepada pengguna tanpa sebarang bayaran langganan. Walaupun masih relevan dalam konteks negara membangun seperti Malaysia, siaran FTA kini menghadapi pelbagai cabaran dalam memastikan kelangsungan peranannya sebagai saluran maklumat dan hiburan utama. Perubahan corak penggunaan media, khususnya peningkatan ketara dalam penggunaan internet dan penstriman atas talian, telah menyumbang kepada penurunan jumlah penonton tradisional. Pengguna kini lebih cenderung memilih platform digital yang menawarkan kandungan atas permintaan (*on-demand*), sejajar dengan keperluan gaya hidup yang lebih fleksibel dan mobil. Trend ini turut dipacu oleh generasi muda yang mengutamakan kemudahan capaian serta pengalaman menonton yang bersifat peribadi dan interaktif.

Statistik dari Statista menunjukkan peningkatan masa tontonan TV dalam kalangan rakyat Malaysia semasa pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP), khususnya pada tahun 2020. Namun, selepas tempoh tersebut, masa tontonan menunjukkan trend penurunan yang konsisten (Statista.com, n.d.). Ini memberi petunjuk bahawa lonjakan penggunaan televisyen hanyalah bersifat sementara, dipengaruhi oleh kekangan pergerakan fizikal ketika pandemik.

Selain cabaran dari aspek tingkah laku pengguna, penyiaran FTA turut berdepan tekanan kewangan apabila berlaku peralihan bajet pengiklanan ke arah platform digital. Keadaan ini telah menyebabkan penurunan pendapatan iklan yang ketara. Menurut Ghazali et al. (2024), fenomena ini memberi kesan langsung terhadap kemampuan stesen penyiaran percuma untuk menghasilkan kandungan yang kompetitif dan berkualiti tinggi. Tambahan pula, cabaran teknikal dalam penyiaran mudah alih, seperti yang dinyatakan oleh Sheng (2009), turut membataskan daya saing FTA. Teknologi seperti DVB-T tidak dioptimumkan untuk peranti mudah alih, sekali gus menjejaskan prestasi tontonan dalam kalangan pengguna moden.

Namun begitu, platform seperti MYTV masih berperanan penting dalam landskap penyiaran negara dengan menyediakan akses percuma kepada kandungan tempatan yang mencerminkan budaya dan identiti masyarakat. Dengan sokongan dasar dan strategi yang sesuai, MYTV berpotensi untuk terus menarik penonton, khususnya jika ia dapat menyesuaikan strategi penyampaian kandungan dengan kehendak dan tabiat pengguna semasa, termasuk integrasi ciri digital dan interaktif.

Kajian ini bertujuan untuk memahami corak penggunaan, motivasi, dan tahap kepuasan pengguna MYTV di Wilayah Utara Semenanjung Malaysia. Penemuan kajian diharapkan dapat menyumbang kepada pemahaman yang lebih mendalam tentang keberkesanan dan daya tahan siaran FTA dalam era media digital yang semakin mencabar.

Persoalan Kajian

1. Apakah corak penggunaan MYTV dalam kalangan pengguna di Wilayah Utara Semenanjung Malaysia?
2. Apakah tahap motivasi dan kepuasan pengguna terhadap kandungan dan pengalaman tontonan MYTV?

Sorotan Karya

Latarbelakang Industri Penyiaran di Malaysia

Latar belakang industri penyiaran di Malaysia memperlihatkan satu perkembangan yang kompleks sejak era penjajahan sehingga era digital masa kini. Sejarah awal penyiaran bermula pada tahun 1930-an melalui usaha *Kuala Lumpur Amateur Radio Society* (KLARS), diikuti dengan penubuhan British Malaya Broadcasting Corporation (BMBC) pada tahun 1935 yang menandakan penglibatan rasmi kerajaan kolonial British dalam pembangunan siaran radio (Sarji, 1982). Selepas Perang Dunia Kedua, Radio Malaya muncul sebagai stesen utama di bawah kendalian kerajaan kolonial dengan matlamat memperkukuh maklumat kepada masyarakat pasca perang dan menuju ke arah kemerdekaan. Pengaruh sistem pentadbiran British turut menentukan struktur kawalan dan polisi penyiaran, termasuk pengenalan sistem monopoli kerajaan menerusi Jabatan Penyiaran.

Perkembangan pesat industri ini berterusan selepas kemerdekaan, khususnya melalui penubuhan Radio Televisyen Malaysia (RTM) pada tahun 1963, yang berperanan sebagai

televisyen nasional dengan misi pendidikan, informasi dan pembinaan identiti negara. Walau bagaimanapun, dasar penswastan yang diperkenalkan pada awal 1980-an telah mengubah landskap penyiaran secara signifikan. Stesen televisyen swasta pertama, TV3, memulakan siaran pada 1984, menandakan peralihan dari monopoli kerajaan kepada model pelbagai pemilik (Roslina et al., 2013). Sejak itu, pelbagai stesen swasta lain seperti NTV7, 8TV dan TV9 muncul di bawah payung Media Prima, yang menguasai sebahagian besar media arus perdana. Astro, yang dilancarkan pada 1996, pula memperkenalkan konsep televisyen satelit berbayar, memperluas lagi pilihan penonton dengan kandungan antarabangsa dan tempatan.

Namun, kebangkitan media digital dan penstriman atas talian telah mencabar kedudukan media penyiaran tradisional, khususnya televisyen percuma. Seperti yang dinyatakan oleh Hashim (1997), teknologi baharu seperti internet dan multimedia superkorridor telah mempercepat konvergensi antara media, telekomunikasi dan teknologi maklumat. Ini menyebabkan industri penyiaran perlu beradaptasi dengan kepelbagaian corak penggunaan dan kehendak pengguna yang semakin canggih. Penawaran kandungan secara atas permintaan, kebolehcapaian melalui peranti mudah alih, serta model pengiklanan digital telah memaksa stesen seperti RTM dan stesen FTA lain untuk menilai semula strategi mereka agar kekal relevan.

Transformasi Digital dan Penyiaran

Dalam dekad kebelakangan ini, transformasi digital telah membawa impak besar terhadap cara penonton mengakses, memilih, dan berinteraksi dengan kandungan media. Perkembangan teknologi komunikasi dan media digital bukan sahaja mengubah landskap penyiaran secara teknikal, tetapi turut mempengaruhi struktur industri, tabiat penonton, serta strategi kandungan oleh penyedia siaran. Media perkhidmatan awam, termasuk siaran televisyen percuma (FTA) seperti MYTV, berada dalam kedudukan yang mencabar apabila perlu menyesuaikan diri dengan kehendak pengguna digital yang lebih menuntut kepelbagaian, kualiti dan interaktiviti (Puppis & Ali, 2023).

Digitalisasi telah memperkenalkan pelbagai inovasi seperti penyiaran definisi tinggi (HD), siaran berbilang saluran, dan keupayaan interaktif yang membolehkan penonton memberi maklum balas secara langsung terhadap kandungan (Samarakoon et al., 2023). Teknologi ini memberi nilai tambah kepada penonton, terutamanya bagi kandungan seperti berita, dokumentari dan program pendidikan. Namun begitu, media digital tidak sepenuhnya menggantikan peranan media tradisional. Sebaliknya, ia memperluaskan masa pendedahan pengguna kepada pelbagai jenis platform — dari televisyen ke telefon pintar dan tablet — sekali gus menjadikan penonton lebih fleksibel dalam memilih saluran maklumat dan hiburan (Alzubi, 2023).

Penyiaran FTA masih memainkan peranan penting dalam konteks tertentu, terutama dalam penyampaian kandungan langsung seperti siaran sukan utama, program realiti dan siaran pilihan raya, yang memerlukan akses segera dan meluas. Malah, dalam situasi kecemasan dan bencana alam, siaran FTA kekal sebagai sumber maklumat utama bagi populasi yang tidak mempunyai sambungan internet yang stabil. Sehubungan itu, walaupun transformasi digital membawa cabaran, ia juga membuka ruang kepada FTA untuk menyesuaikan fungsi sosialnya dalam persekitaran media baharu (Davies, 2019).

Kandungan Tempatan dan Kepuasan Pengguna

Pelbagai kajian menunjukkan bahawa penonton lebih cenderung menonton kandungan yang bersifat lokal atau mencerminkan budaya dan realiti kehidupan seharian mereka. Kandungan tempatan mempunyai nilai afektif yang tinggi kerana ia lebih dekat dengan pengalaman, bahasa, dan identiti penonton, sekali gus memperkukuh kesetiaan mereka terhadap sesebuah platform penyiaran (Moriarty et al., 2019; Ghazali et al., 2024). Hal ini sangat penting dalam konteks siaran FTA yang beroperasi secara percuma dan meluas kepada pelbagai lapisan masyarakat.

Menurut Teori Kepenggunaan dan Kepuasan oleh Katz, Blumler dan Gurevitch (1974), penonton tidak sekadar pasif menerima kandungan, sebaliknya mereka memilih media yang boleh memenuhi keperluan mereka sama ada dari segi maklumat, hiburan, atau hubungan sosial. Oleh itu, keberkesanan sesuatu siaran bergantung kepada sejauh mana ia berjaya memenuhi jangkaan psikologi dan sosial penontonnya. Kajian oleh Njihia (2021) mendapati bahawa siaran yang berteraskan budaya setempat mampu meningkatkan tahap penglibatan emosi penonton dan mendorong kesetiaan jangka panjang terhadap saluran berkenaan.

Kajian oleh Samarakoon et al. (2023) yang memfokuskan kepada konteks Sri Lanka mendapati bahawa walaupun terdapat cabaran dalam penggunaan media digital seperti kos peralihan dan kurang celik digital, kandungan tempatan masih kekal sebagai keutamaan utama dalam kalangan penonton di kawasan luar bandar. Keadaan ini hampir serupa di Malaysia, khususnya dalam kalangan komuniti B40 dan penduduk di kawasan luar bandar yang menjadikan MYTV sebagai sumber utama hiburan dan maklumat (BERNAMA, 2020). Justeru, penyiaran kandungan tempatan bukan sahaja memenuhi keperluan budaya, tetapi juga memperkukuh kepercayaan dan rasa memiliki dalam kalangan penonton.

Cabaran dan Peluang dalam Era Digital

Peralihan kepada platform digital telah mengubah bukan sahaja cara penonton menonton televisyen, tetapi juga struktur ekonomi penyiaran itu sendiri. Penstriman atas talian seperti YouTube, Netflix dan iQIYI telah mempengaruhi corak perbelanjaan iklan secara ketara, di mana banyak pengiklan kini lebih memilih saluran digital yang menawarkan keupayaan penargetan pengguna secara lebih khusus dan berasaskan data. Hal ini memberikan tekanan kewangan yang besar kepada stesen penyiaran FTA, yang selama ini bergantung pada hasil pengiklanan tradisional untuk menyokong kos operasi mereka (Ghazali et al., 2024).

Dalam masa yang sama, cabaran teknologi turut menjejaskan keberkesanan siaran FTA dalam mencapai penonton melalui peranti moden. Teknologi seperti DVB-T yang digunakan oleh MYTV tidak direka khusus untuk peranti mudah alih, menyebabkan isu seperti penggunaan tenaga tinggi, kelemahan prestasi antena dan gangguan isyarat menjadi penghalang kepada pengalaman tontonan yang lancar (Sheng, 2009). Ini menyebabkan FTA semakin tertinggal dari segi kebolegunaan jika dibandingkan dengan platform digital yang menawarkan penyesuaian kandungan secara automatik mengikut peranti dan lebar jalur.

Bagi menangani cabaran ini, Puppis dan Ali (2023) mencadangkan agar penyiaran FTA menumpukan kepada inovasi dalam bentuk strategi kandungan yang lebih fleksibel serta model pengedaran yang memanfaatkan teknologi baharu seperti integrasi aplikasi mudah alih, TV pintar, dan platform penstriman hibrid. Pendekatan ini memerlukan pelaburan strategik dalam pembangunan teknologi, latihan sumber manusia dan penyelidikan pasaran bagi memastikan FTA kekal relevan dalam ekosistem media yang semakin kompetitif.

Teori Kepenggunaan dan Kepuasan

Teori Kepenggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*, U&G) merupakan kerangka teori yang menjelaskan bagaimana dan mengapa individu memilih media tertentu untuk memenuhi keperluan psikologi, sosial, atau maklumat mereka. Diasaskan oleh Katz, Blumler dan Gurevitch (1974), teori ini menekankan peranan aktif pengguna media dalam proses komunikasi massa. Tidak seperti pendekatan tradisional yang melihat khalayak sebagai penerima pasif, U&G menegaskan bahawa individu membuat pilihan media secara sedar dan rasional berdasarkan kepuasan yang dicari—antaranya untuk mendapatkan maklumat, berhibur, melepaskan tekanan, berinteraksi secara sosial, atau membentuk identiti diri.

Kajian awal oleh Rubin (1983) mengukuhkan kerangka U&G dengan mengenal pasti lima motivasi utama yang mendorong penonton untuk menonton televisyen: hiburan, meluangkan masa (*habitual/time passing*), pelarian (*escape*), maklumat, dan kehadiran sosial (*companionship*). Kajian ini menunjukkan bahawa penonton menggunakan media bukan semata-mata untuk memperoleh kandungan, tetapi juga sebagai cara untuk memenuhi keperluan emosi dan sosial. Misalnya, seseorang boleh memilih untuk menonton televisyen bagi mengurangkan kebosanan, mencari ketenangan, atau merasakan kehadiran orang lain ketika bersendirian. Motivasi-motivasi ini saling berkait dan membentuk pola tontonan yang kompleks serta berbeza mengikut konteks individu dan persekitaran.

Dalam konteks Malaysia, beberapa kajian telah menunjukkan bahawa prinsip U&G tetap relevan dan dapat diterapkan dalam memahami tingkah laku penonton tempatan. Hashim dan Omar (2011), dalam kajian terhadap remaja yang menonton portal RTM dan TV3, mendapati bahawa terdapat hubungan signifikan antara keperluan yang dicari (*gratifications sought*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratifications obtained*). Empat dimensi utama yang dinyatakan iaitu maklumat, hiburan, utiliti interpersonal, dan interaktiviti dengan jelas mencerminkan prinsip-prinsip U&G.

Tambahan pula, hasil tinjauan sistematik oleh Modili, Abd Karim dan Abd Wahab (2022) yang dijalankan terhadap 500 remaja di Bandar Baru Bangi turut memberikan sokongan terhadap relevansi teori ini dalam konteks Malaysia. Dapatan kajian menunjukkan bahawa motivasi utama penonton termasuk keperluan kognitif (seperti ingin belajar atau mendapatkan maklumat), emosional (hiburan dan pelarian), sosial (keterikatan dengan komuniti), dan ekspresi diri, terutama melalui tontonan program seperti drama Korea. Ini menunjukkan bahawa keperluan-keperluan yang digariskan dalam teori U&G sememangnya wujud dalam kalangan khalayak tempatan dan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi pilihan mereka terhadap kandungan televisyen. Oleh itu, pemahaman terhadap motivasi ini adalah penting untuk pembekal kandungan dalam merangka strategi penawaran yang lebih berfokus kepada khalayak.

Metodologi

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui kaedah tinjauan untuk menjawab dua persoalan utama, iaitu: (1) mengenal pasti corak penggunaan MYTV dalam kalangan pengguna di Wilayah Utara Semenanjung Malaysia, dan (2) menilai tahap motivasi serta kepuasan pengguna terhadap kandungan dan pengalaman tontonan MYTV. Pendekatan ini membolehkan pengumpulan data yang sistematik daripada khalayak sasaran bagi mendapatkan gambaran yang empirikal dan mewakili populasi yang dikaji.

Reka Bentuk Kajian dan Lokasi

Kajian ini dijalankan dalam tempoh antara Julai hingga Oktober 2023, melibatkan empat negeri di Wilayah Utara Semenanjung Malaysia iaitu Kedah, Perlis, Pulau Pinang, dan Perak Utara. Instrumen kajian terdiri daripada satu set soal selidik yang diedarkan kepada pengguna MYTV di wilayah tersebut. Tinjauan dilaksanakan secara dalam talian melalui platform Google Forms. Pautan soal selidik disebarkan melalui kumpulan komuniti Facebook tempatan yang aktif, seperti *Saya Orang Taiping*, *Penduduk Alor Setar*, *Jitra & Pokok Sena*, *Penduduk Arau & Kangar*, dan *Penduduk Pulau Pinang*.

Reka Bentuk Instrumen dan Kesahan

Soal selidik terdiri daripada lima bahagian utama: (i) corak penggunaan MYTV, (ii) motivasi tontonan, (iii) tahap kepuasan terhadap kandungan dan pengalaman tontonan, (iv) kecenderungan beralih ke platform lain, dan (v) profil demografi. Item-item soal selidik diadaptasi daripada instrumen yang dibangunkan oleh Ahmad, Abu Sujak dan Raja Razali (2023), manakala konstruk kepuasan pengguna disesuaikan daripada Habes (2019). Soalan berskala Likert lima mata digunakan bagi menilai motivasi, kepuasan, dan penilaian kandungan, manakala corak penggunaan diukur melalui item berbentuk kategori dan frekuensi.

Populasi, Sampel dan Pengumpulan Data

Populasi kajian terdiri daripada pengguna aktif MYTV yang menetap di empat negeri Wilayah Utara. Pemilihan responden dibuat melalui kaedah persampelan rawak mudah, berdasarkan rangka persampelan yang diperolehi daripada data pengguna MYTV tahun 2022 oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM). Sebanyak 453 respons diterima, namun selepas proses saringan kebolegunaan, hanya 393 respons disahkan untuk dianalisis. Seramai 60 responden telah dikecualikan kerana tidak memenuhi kriteria (bukan pengguna aktif atau bukan penduduk negeri sasaran).

Jadual 1. Taburan Responden Mengikut Negeri

Negeri	Pengguna Berdaftar MYTV	Bilangan Responden
Perlis	19,725	24
Kedah	131,103	161
Pulau Pinang	52,119	64
Perak (Utara)	109,579	135
Jumlah	312,526	393

Cabaran Pengurusan Data

Antara cabaran yang dihadapi termasuklah memastikan hanya responden yang benar-benar menggunakan MYTV dan menetap di negeri yang disasarkan menjawab soal selidik. Saringan awal dalam soal selidik membantu menyingkirkan individu yang tidak menepati kriteria. Selain itu, terdapat cabaran untuk menggalakkan penyertaan dalam talian, terutamanya dalam kalangan golongan berumur. Namun begitu, strategi penggunaan kumpulan komuniti Facebook tempatan yang aktif telah meningkatkan capaian kepada responden yang relevan.

Analisis Data

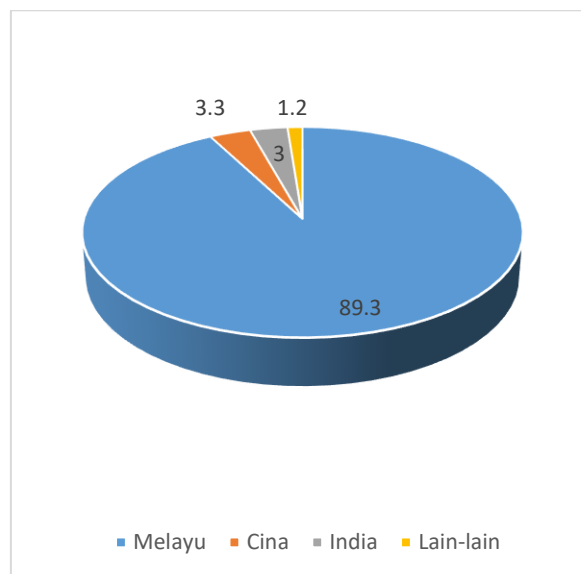
Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics Versi 19. Bagi persoalan kajian pertama, statistik deskriptif seperti kekerapan, peratusan dan min digunakan untuk menilai corak penggunaan dan keutamaan kandungan MYTV. Bagi persoalan kajian kedua, analisis deskriptif dan perbandingan silang digunakan untuk meneliti motivasi tontonan, tahap

kepuasan terhadap kandungan tempatan, serta kecenderungan untuk beralih ke platform digital lain. Teknik-teknik ini membolehkan interpretasi yang bermakna terhadap data dan sejajar dengan objektif kajian.

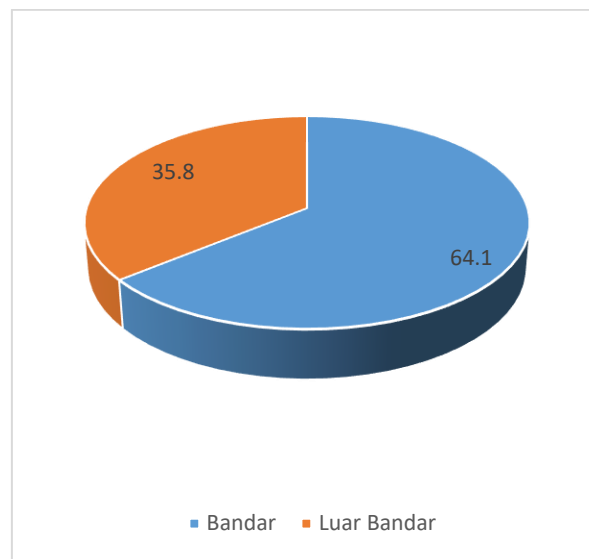
Dapatan

Menurut Njihia (2021), demografi seperti umur dan lokasi memainkan peranan penting dalam menentukan corak tontonan, sesuatu yang turut diperhatikan dalam kajian MYTV. Kajian ini menunjukkan bahawa majoriti responden adalah orang Melayu, mewakili 89.3% daripada sampel, dengan peratusan kecil terdiri daripada kaum Cina (3.3%) dan India (3.0%). Dari segi demografi umur, kumpulan terbesar adalah mereka yang berumur antara 35-44 tahun (35.6%), diikuti rapat oleh golongan 25-34 tahun (29.5%). Ini menunjukkan bahawa sebahagian besar responden adalah golongan dewasa muda dan pertengahan. Taburan geografi menunjukkan bahawa majoriti responden (64.1%) tinggal di kawasan luar bandar, manakala 35.8% berada di kawasan bandar, mencerminkan kepelbagaian pengalaman hidup dalam sampel ini.

Tahap pendidikan responden menunjukkan variasi yang menarik, dengan hampir separuh (49.9%) mempunyai pendidikan menengah, 17.6% memiliki diploma, dan 14.7% mempunyai ijazah sarjana muda. Walaupun majoriti berada dalam kategori pendidikan sederhana, peratusan yang signifikan dengan pendidikan tinggi menunjukkan potensi literasi media yang baik dalam kalangan responden. Dari segi pekerjaan, majoriti responden (67.2%) adalah bekerja, manakala selebihnya terdiri daripada pelajar (13.5%), suri rumah (7.1%), dan mereka yang tidak bekerja. Profil ini memberikan gambaran menyeluruh tentang latar belakang sosio-ekonomi responden yang penting untuk memahami konteks kajian ini.



Rajah 1. Bangsa Responden



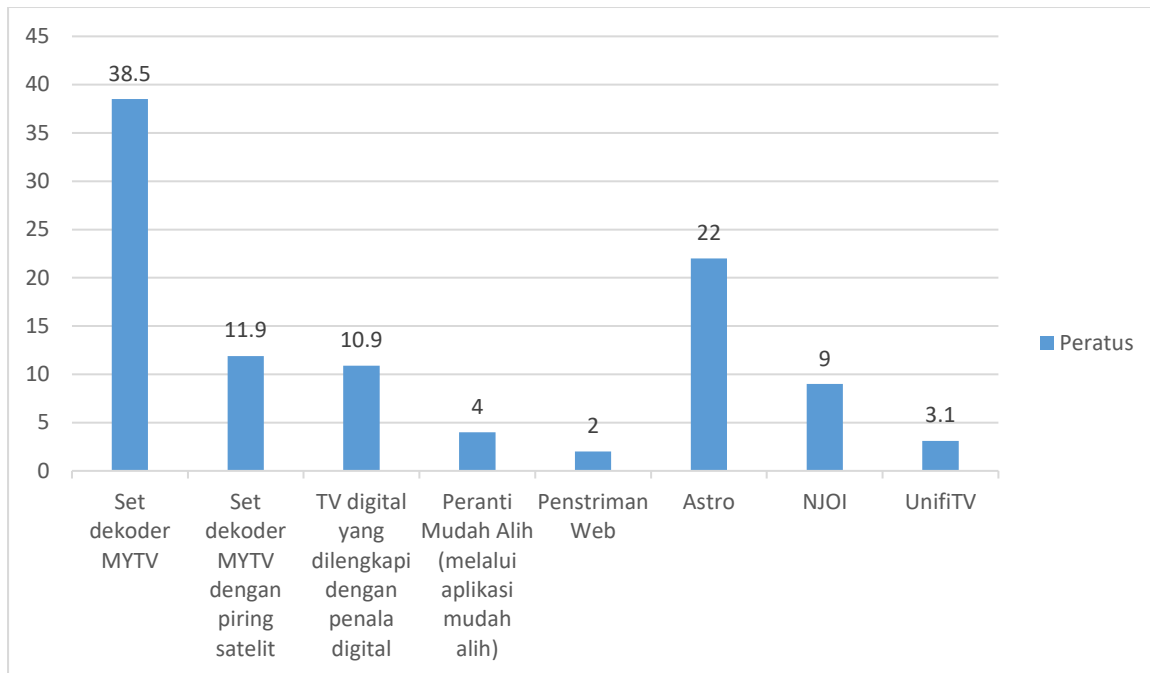
Rajah 2. Kawasan Tempat Tinggal Responden

Corak penggunaan MYTV di Wilayah Utara Malaysia

Hasil kajian menunjukkan bahawa 38.5% responden menggunakan set dekoder MYTV sebagai kaedah utama mengakses siaran televisyen. Corak kekerapan menonton menunjukkan bahawa majoriti responden menonton MYTV setiap hari (67.2%), manakala selebihnya menonton beberapa kali seminggu atau sebulan. Dapatan ini mencerminkan bahawa MYTV masih menjadi pilihan utama dalam rutin harian pengguna, terutamanya bagi mereka yang berada di luar bandar. Kebiasaan ini boleh dimanfaatkan oleh penyiar untuk mengekalkan dan menguatkan sokongan penonton menerusi penjadualan program yang konsisten dan bersesuaian dengan waktu puncak.

Dari segi durasi, kebanyakan responden menonton antara 1 hingga 3 jam sehari (58.6%), manakala hampir 21% menonton selama 4 hingga 6 jam. Ini menunjukkan tahap penglibatan yang sederhana tetapi stabil, sesuai bagi platform seperti MYTV yang menyasarkan tontonan percuma tanpa langganan. Walaupun hanya sebahagian kecil menonton lebih dari 6 jam sehari, data ini masih menunjukkan wujudnya kelompok penonton setia yang boleh disasarkan dengan kandungan bersiri atau bertema.

Corak penggunaan MYTV di Wilayah Utara Malaysia menggambarkan bahawa MYTV mempunyai kelompok pengguna yang kukuh, namun penyesuaian kandungan dan strategi masa siaran masih diperlukan untuk memenuhi jangkaan penonton yang semakin terdedah kepada media digital. Usaha mempelbagaikan kandungan serta promosi platform seperti MYTV Mana-mana boleh menjadi langkah strategik bagi mengekalkan dan menambah jumlah penonton di masa akan datang.

Jadual 2. Cara akses MYTV**Jadual 3. Kekerapan Menonton MYTV**

Kekerapan Menonton MYTV	Kekerapan	%
Setiap hari	264	67.2
2-3 hari sekali	45	11.5
Seminggu sekali	9	2.3
2-3 kali seminggu	29	7.4
4-5 kali seminggu	18	4.6
Sebulan sekali	9	2.3
Beberapa bulan sekali	12	3.1
Jumlah	393	100.0

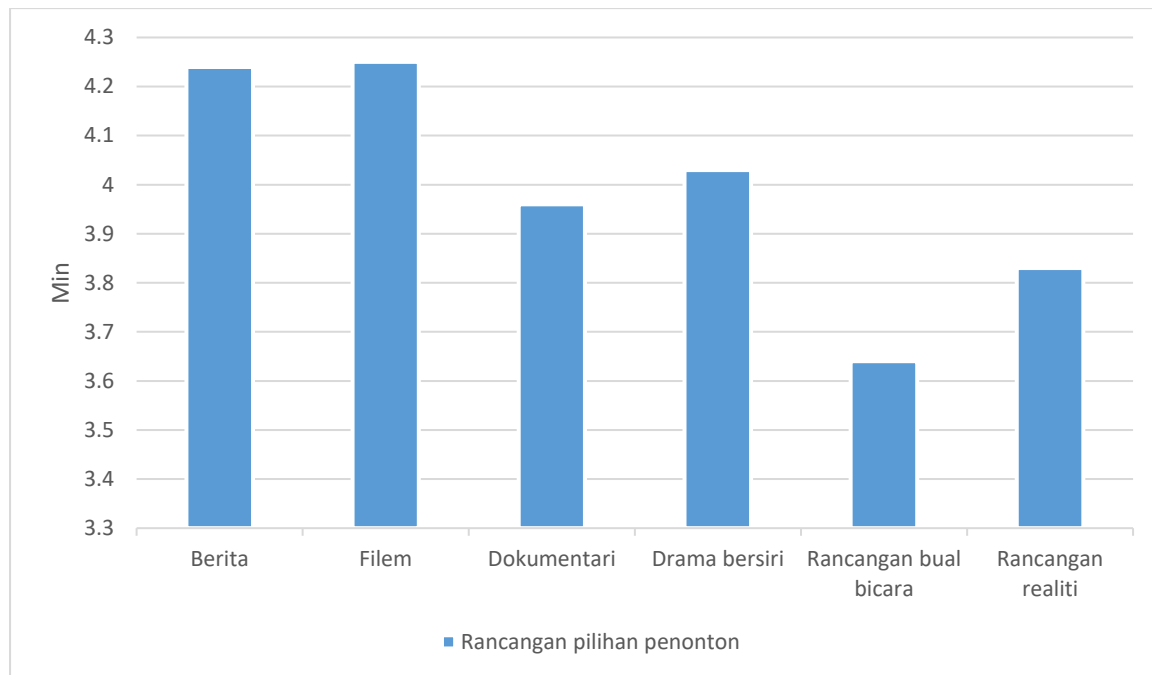
Jadual 4. Durasi Menonton MYTV

Durasi menonton MYTV	Kekerapan	%
Kurang dari 1 jam	43	10.2
1-3 jam	240	58.6
4-6 jam	82	20.9
7-9 jam	17	4.3
9 jam atau lebih	11	2.8
Jumlah	393	100.0

Dapatan ini mencadangkan bahawa MYTV masih relevan sebagai medium tontonan tradisional, terutamanya dengan keupayaan untuk menyediakan kandungan tempatan yang sesuai dengan keperluan penonton. Seperti yang dibincangkan oleh Yuliarto dan Siallagan (2023), cabaran utama dalam peralihan digital adalah tahap kesiapsiagaan penyiar untuk

menyesuaikan infrastruktur dan kandungan bagi memenuhi jangkaan audiens moden. Untuk meningkatkan daya saing, MYTV disarankan untuk membangunkan kandungan yang lebih bersasar dan menarik, terutamanya pada waktu puncak di waktu malam. Selain itu, diversifikasi platform penyiaran, termasuk promosi aplikasi mudah alih seperti MYTV Mana-mana, boleh membantu menarik lebih ramai penonton yang kini lebih cenderung kepada platform digital.

Analisis ini dipanjangkan lagi dengan perbincangan yang mendalam berkenaan program yang disiarkan di MYTV.



Rajah 3. Rancangan Pilihan Penonton

Data menunjukkan pilihan responden terhadap pelbagai jenis rancangan di MYTV. Analisis mendalam menunjukkan pilihan yang ketara terhadap berita dan filem, seperti yang dibuktikan oleh min masing-masing 4.2366 dan 4.2545, dengan filem mencatatkan skor tertinggi antara semua kategori. Dokumentari, walaupun kurang diminati dengan min 3.9618, masih menunjukkan penerimaan yang positif secara umum. Drama bersiri turut mendapat purata 4.0280, menunjukkan minat yang kukuh terhadap genre ini.

Sebaliknya, rancangan bual bicara menerima min penilaian yang agak sederhana iaitu 3.6412, yang terendah dalam kategori ini, namun masih terdapat kecenderungan 'suka'. Rancangan realiti pula, dengan purata 3.8270, menunjukkan tahap penerimaan yang baik daripada penonton. Secara keseluruhannya, nilai median 4.00 yang seragam merentasi jenis rancangan menunjukkan sokongan yang meluas terhadap kandungan MYTV.

Dalam spektrum program MYTV, tiga genre muncul sebagai yang paling digemari oleh penonton, menunjukkan keutamaan jelas dalam kalangan khalayak. Kandungan hiburan mendahului senarai dengan purata penilaian tertinggi iaitu 4.0509, mencerminkan status penting genre ini sebagai sumber utama keseronokan dan santai bagi penonton. Genre ini merangkumi pelbagai program seperti rancangan muzik, pertandingan realiti, dan acara hiburan langsung, yang sering menarik perhatian kerana elemen interaktif dan daya tarikan

universalnya. Populariti kandungan hiburan ini juga menunjukkan bahawa MYTV masih relevan dalam menyediakan pilihan hiburan yang berkualiti tanpa memerlukan langganan berbayar.

Program keagamaan mengikuti rapat dengan min penilaian 4.0483, menunjukkan bahawa penonton menghargai kandungan yang berkaitan dengan nilai rohani dan moral. Genre ini yang terdiri daripada program ceramah agama, bacaan ayat suci, atau program motivasi berbentuk keagamaan, menunjukkan daya tarikan yang kuat kepada penonton, terutamanya dalam kalangan masyarakat yang mengutamakan nilai tradisional dan agama. Ia mencerminkan peranan penting MYTV sebagai medium untuk memenuhi keperluan rohani penonton, terutamanya di kawasan yang akses kepada platform digital mungkin terhad.

Komedi juga mendapat perhatian yang signifikan dengan purata penilaian 4.0204, menunjukkan minat penonton terhadap kandungan lucu dan santai. Rancangan komedi sering menarik kerana elemen hiburannya yang ringan dan keupayaannya untuk mencetuskan keseronokan yang menjadikannya pilihan popular dalam kalangan keluarga dan individu dari pelbagai lapisan umur. Keutamaan ini juga menonjolkan keperluan untuk menghasilkan lebih banyak kandungan humor berkualiti tinggi bagi menarik lebih ramai penonton.

Sebaliknya, kategori membeli-belah dari rumah (*home shopping*) mendapat purata penilaian terendah iaitu 3.1374, menjadikannya genre yang paling kurang diminati oleh responden. Walaupun mod untuk kategori ini ialah 4.00, mencadangkan tahap populariti, median yang lebih rendah iaitu 3.00 menunjukkan sikap yang lebih neutral terhadap genre ini. Faktor seperti kekurangan daya tarikan visual, keterbatasan produk, atau format penyampaian yang kurang menarik mungkin menyumbang kepada tahap minat yang rendah. Dapatan ini memberi gambaran bahawa kategori membeli-belah dari rumah memerlukan penambahbaikan yang ketara untuk meningkatkan daya tarikannya kepada penonton, seperti memperluaskan pilihan produk atau mengadaptasi elemen interaktif dalam kandungan.

Seterusnya, aspek motivasi dan kepuasan pengguna MYTV wilayah utara Malaysia dibincangkan. Bagi aspek motivasi untuk menonton MYTV, dapatan kajian ini adalah seperti berikut.

Jadual 7. Faktor Menonton MYTV

Faktor	Kekerapan	%
Kandungan rancangan tempatan	276	70.2
Percuma	274	69.7
Mengisi masa lapang	236	60.1
Mengurangkan kebosanan	168	42.7
Kualiti kandungan	157	40.0
Pelbagai pilihan saluran	143	36.4
Rutin harian	139	35.4
Mencari maklumat semasa	116	29.5
Kandungan rancangan antarabangsa	113	28.8
Ketersediaan pelbagai platform	112	28.5
Mengurangkan tekanan emosi	88	22.4
Cara menghibur tetamu	77	19.6
Mendapatkan maklumat produk	70	17.8
Memenuhi keperluan emosi	64	16.3

Jadual di atas mengandungi motivasi utama pengguna memilih MYTV, dengan memberi tumpuan kepada tiga faktor utama yang secara signifikan mempengaruhi keutamaan dan tingkah laku tontonan mereka. Sebanyak 70.2% pengguna memilih kandungan rancangan tempatan, menunjukkan keutamaan yang kuat terhadap program yang mencerminkan budaya, adat resam, dan minat tempatan. Penemuan ini selari dengan dapatan Ghazali et al. (2024), yang menunjukkan bahawa kandungan berteraskan budaya tempatan merupakan pemacu utama tingkah laku tontonan di kalangan penonton di Pantai Timur Malaysia. Kajian oleh Njihia (2021) juga mendapati bahawa kandungan yang mencerminkan budaya tempatan menarik perhatian audiens dengan lebih berkesan, selaras dengan keutamaan penonton MYTV terhadap rancangan tempatan.

Keutamaan ini mencerminkan keperluan untuk kandungan yang bukan sahaja relevan tetapi juga dekat dengan kehidupan harian penonton, menjadikan rancangan tempatan sebagai elemen utama dalam mengekalkan daya tarikan MYTV di Malaysia. Dapatan ini turut disokong oleh Menezes dan de Quadros Carvalho (2009), yang menekankan bahawa kandungan tempatan bukan sahaja menarik penonton tetapi juga memperkukuhkan identiti budaya dalam penyiaran. Penghargaan terhadap kandungan tempatan ini juga menekankan pentingnya pendekatan penyiaran yang memahami identiti budaya sebagai teras strategi kandungan, terutama dalam kalangan masyarakat yang mempunyai kebanggaan terhadap warisan budaya mereka seperti masyarakat Malaysia.

Tambahan pula, MYTV yang boleh diakses secara percuma menjadi salah satu tarikan terbesar, dengan 69.7% pengguna menyebut kos yang rendah sebagai motivasi utama. Hal ini mencerminkan sensitiviti kos dalam kalangan pengguna, terutamanya dalam konteks peningkatan kos sara hidup. Dapatan ini selari dengan kajian Dagaev dan Karpov (2024) yang menunjukkan bahawa FTA mempunyai kelebihan yang signifikan dalam mengekalkan audiens yang lebih luas kerana sifatnya yang percuma dan mudah diakses tanpa memerlukan sebarang kos tambahan daripada pengguna. Selain itu, kajian tersebut menekankan bahawa model penyiaran percuma ini membolehkan FTA memaksimumkan capaian audiens, sekali gus memberikan nilai tambah kepada pengiklan yang ingin mencapai khalayak yang besar dan pelbagai. MYTV menyediakan platform alternatif yang percuma kepada perkhidmatan langganan berbayar atau penstriman atas talian, yang mungkin tidak dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat. Dengan menawarkan perkhidmatan tanpa yuran, MYTV berjaya memposisikan dirinya sebagai platform yang inklusif dan boleh diakses oleh pelbagai kumpulan demografi, menjadikannya pilihan yang relevan bagi pengguna di kawasan bandar dan luar bandar.

Akhirnya, sebanyak 60.1% pengguna memilih MYTV untuk mengisi masa lapang, memperlihatkan peranan platform ini sebagai sumber hiburan yang dipercayai untuk individu bersantai dan menikmati waktu rehat mereka. MYTV tidak hanya memenuhi keperluan penonton untuk hiburan tetapi juga membantu mereka mengatasi kebosanan, terutama dalam konteks masyarakat yang masih bergantung kepada televisyen sebagai medium utama untuk hiburan. Peranan ini menjadi semakin kritikal dalam menyediakan kandungan berkualiti tinggi yang bukan sahaja menghiburkan tetapi juga berfungsi sebagai pengisian masa lapang yang bermanfaat.

Untuk tahap kepuasan, lima jenis kepuasan yang dikaji adalah: kepuasan kandungan, kepuasan emosi, kepuasan estetika, kepuasan variasi kandungan, dan kepuasan maklumat serta hiburan.

Jadual 8: Tahap Kepuasan Pengguna

Kepuasan	Kandungan	Emosi	Estetika	Variasi Kandungan	Maklumat & Hiburan
Bilangan Sah	393	393	393	393	393
Purata	4.2316	4.2443	3.9364	3.8219	4.0483

Jadual 8 memberikan gambaran menyeluruh mengenai pelbagai jenis kepuasan yang dialami oleh penonton yang memilih untuk menonton MYTV, mencerminkan bagaimana elemen-elemen tertentu platform ini memenuhi keperluan dan keutamaan pengguna. Kepuasan kandungan muncul sebagai kekuatan utama dengan skor purata 4.23, menandakan tahap kepuasan yang tinggi dalam kalangan penonton. Penemuan ini menunjukkan bahawa kandungan MYTV selari dengan minat penonton, sama ada dari segi tema, genre, atau naratif yang ditawarkan. Faktor ini menonjolkan pentingnya penyediaan kandungan berkualiti tinggi yang relevan dengan pengalaman dan keperluan harian penonton.

Kepuasan terhadap emosi, dengan skor purata 4.24, sedikit mengatasi kepuasan kandungan. Dapatan ini sejajar dengan Teori Kepenggunaan dan Kepuasan (Blumler & Katz, 1974), yang menekankan bahawa penonton memilih media berdasarkan keperluan tertentu seperti maklumat, hiburan, dan hubungan sosial (Katz et al., 1973). Dalam konteks MYTV, kepuasan kandungan dan emosi yang tinggi menunjukkan bahawa platform ini masih memenuhi keperluan asas pengguna dalam mencari hiburan dan maklumat. Ini menunjukkan bahawa MYTV bukan sahaja berfungsi sebagai medium hiburan tetapi juga memainkan peranan penting dalam menyentuh emosi dan membina hubungan peribadi dengan penonton. Program-program seperti drama bersiri, dokumentari, atau program motivasi mungkin membantu penonton berhubung dengan nilai dan emosi yang mereka anggap bermakna. Seperti yang dibincangkan oleh Njihia (2021), kandungan tempatan memainkan peranan penting dalam meningkatkan kepuasan penonton dengan membina hubungan emosi yang lebih mendalam. Keupayaan kandungan untuk memberi kesan emosi menunjukkan kekuatan MYTV dalam mewujudkan hubungan jangka panjang dengan penonton.

Walaupun kepuasan estetika MYTV masih berada pada tahap sederhana (3.93), Menon (2022) menekankan bahawa pengguna perkhidmatan OTT semakin memberi keutamaan kepada kualiti visual dan kemudahan navigasi kandungan. Oleh itu, MYTV boleh mempertimbangkan peningkatan dalam aspek produksi visual dan pengalaman tontonan untuk mengekalkan daya saing. Skor ini mencadangkan bahawa aspek visual dan audio, walaupun dihargai, belum mencapai potensi penuh untuk memberikan pengalaman sensorial yang unggul. Elemen seperti kualiti imej, reka bentuk grafik, atau kejelasan audio boleh ditingkatkan untuk menarik perhatian penonton dengan lebih efektif.

Variasi kandungan, dengan skor purata 3.82, menunjukkan bahawa penonton menghargai pilihan program yang ada tetapi juga menginginkan lebih banyak kepelbagaian. Ini mencerminkan keperluan untuk memperluaskan julat genre dan format program bagi memenuhi selera pelbagai segmen penonton. Contohnya, penambahan program interaktif, rancangan realiti, atau kandungan antarabangsa boleh memperkayakan pengalaman tontonan dan meningkatkan daya tarikan platform kepada khalayak yang lebih luas.

Akhirnya, keseimbangan antara maklumat dan hiburan dengan skor purata 4.04 mendapat sambutan baik dalam kalangan penonton. Kajian Dagaev dan Karpov (2024) mendapati bahawa keseimbangan antara maklumat dan hiburan adalah elemen penting dalam

mengekalikan penonton televisyen. Dapatan ini menyokong pemerhatian bahawa MYTV berjaya memenuhi keperluan maklumat dan hiburan. Penemuan ini mencerminkan bahawa MYTV berjaya memenuhi keperluan penonton yang mencari platform yang bukan sahaja menghibur tetapi juga mendidik. Program berita, dokumentari, dan rancangan bual bicara mungkin menyumbang kepada kepuasan maklumat ini, manakala program hiburan memberikan ruang untuk bersantai. Gabungan ini penting untuk mengekalikan relevansi MYTV dalam landskap media yang semakin kompetitif.

Perbincangan dan Rumusan

Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti corak penggunaan serta tahap motivasi dan kepuasan pengguna terhadap perkhidmatan MYTV di Wilayah Utara Semenanjung Malaysia. Hasil kajian menunjukkan bahawa objektif tersebut telah dicapai. Majoriti responden menonton MYTV secara harian, khususnya pada waktu malam, dengan tempoh tontonan harian yang sederhana tetapi konsisten. Penemuan ini mengukuhkan andaian bahawa MYTV masih memainkan peranan penting dalam memenuhi keperluan hiburan dan maklumat masyarakat, khususnya dalam kalangan penonton dewasa di luar bandar.

Motivasi utama pengguna untuk menonton MYTV berkait rapat dengan dua faktor dominan: akses percuma dan kandungan tempatan yang relevan. Dapatan ini menyokong kajian terdahulu seperti oleh Ghazali et al. (2024) dan Dagaev dan Karpov (2024), yang menegaskan peranan signifikan FTA dalam menawarkan capaian tanpa halangan kewangan kepada kelompok berpendapatan rendah, terutamanya golongan B40. Dalam konteks Malaysia, MYTV menjadi alternatif utama kepada saluran berbayar dan perkhidmatan penstriman yang mungkin tidak mampu dilanggan oleh semua pihak. Ciri ini menjadikan MYTV relevan sebagai penyiar inklusif, bukan sahaja dari segi akses fizikal tetapi juga dari segi jangkauan sosial.

Dari sudut teori, dapatan kajian ini menyokong prinsip asas Teori Kepenggunaan dan Kepuasan (Katz et al., 1974) yang menekankan bahawa pengguna secara aktif memilih media berdasarkan keperluan tertentu. Keputusan menunjukkan bahawa pengguna MYTV menonton bukan sekadar untuk hiburan semata-mata, tetapi juga untuk memenuhi keperluan maklumat, sokongan emosi, dan keterikatan sosial. Penonton menghargai kandungan yang mencerminkan nilai dan pengalaman tempatan, memperlihatkan hubungan antara media dan identiti budaya. Kajian ini sekaligus memperkukuh kesahan teori tersebut dalam konteks FTA di Malaysia.

Walau bagaimanapun, beberapa cabaran telah dikenal pasti. Tahap kepuasan terhadap aspek estetika dan variasi kandungan berada pada tahap sederhana. Ini menunjukkan bahawa pengguna mengharapkan penambahbaikan dari segi visual, kualiti produksi, dan kepelbagaian program. Seperti yang dicadangkan oleh Yuliarto dan Siallagan (2023), genre kandungan perlu diperluas dengan memasukkan elemen antarabangsa dan interaktif bagi menarik demografi penonton yang lebih pelbagai. Dalam konteks ini, penyiaran program realiti, dokumentari antarabangsa, dan kandungan dua hala (interactive content) merupakan strategi yang boleh diteroka MYTV.

Selain cabaran kandungan, penyiar turut perlu menyesuaikan diri dengan perubahan tingkah laku pengguna yang semakin cenderung kepada tontonan mudah alih dan digital. MYTV perlu memperkukuh kehadiran digitalnya menerusi platform seperti MYTV Mana-mana agar kekal bersaing dalam era penstriman dan mobiliti kandungan. Platform ini bukan sahaja mampu

menarik generasi muda, tetapi juga menawarkan saluran alternatif kepada golongan B40 yang mungkin tidak memiliki dekoder tetapi mempunyai akses kepada telefon pintar.

Dalam proses kajian ini, terdapat juga beberapa cabaran metodologi seperti kesukaran mencapai responden di kawasan pedalaman dan kekangan untuk menjalankan kajian secara bersemuka. Cabaran ini menunjukkan keperluan kepada kaedah campuran dalam penyelidikan akan datang bagi mendapatkan gambaran yang lebih mendalam dan seimbang. Kajian lanjutan juga dicadangkan bagi meneliti kesan jangka panjang transformasi digital terhadap survival platform FTA seperti MYTV.

Secara keseluruhannya, MYTV masih mempunyai potensi yang besar sebagai medium penyiaran awam. Namun, untuk terus kekal relevan dan berdaya saing dalam persekitaran media yang pesat berubah, MYTV perlu melabur dalam peningkatan kualiti siaran, memperluas genre kandungan, serta memperkukuh kehadiran digital. Kajian ini memberikan bukti empirikal bahawa, dengan strategi yang bersesuaian, FTA masih berupaya menjadi penyiar utama yang memenuhi keperluan maklumat, hiburan dan keterangkuman dalam kalangan rakyat Malaysia.

Pengakuan

Penulis ingin merakamkan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM), yang telah menganugerahkan *Digital Society Research Grant* (DSRG 2023, Kitaran 2) untuk projek ini.

Rujukan

- Ahmad, R., Abu Sujak, S. N., & Raja Razali, R. (2023). *Media Matters Vol. 5*. Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM).
- Alzubi, A. (2023). The evolving relationship between digital and conventional media: A study of media consumption habits in the digital era. *The Progress: A Journal of Multidisciplinary Studies*, 4(3), 1-13.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (6th ed.). McGraw-Hill.
- BERNAMA. (2020). *Masyarakat luar bandar perlu dapat kemudahan komunikasi sama seperti di bandar* – Zahidi. BERNAMA. <https://www.bernama.com/bm/news.php?id=1854995>
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.
- Dagaev, D., & Karpov, I. (2024). Strategic Broadcasting of a Championship: Slicing the Matches between TV Channels. *Available at SSRN*.
- Davies, M. (2019). *Live broadcasting and audience engagement in the digital era*. Oxford University Press.
- Ghazali, W. N. W. M., Ab Kadir, H., Mohamed, S., Abdullah, N. H., Yusoff, S. Z., & Nasir, N. S. M. (2024). Unlocking untapped potential in free-to-air TV advertising for East Coast SMEs in Malaysia. *SEARCH Journal of Media and Communication Research*. 16(3), 47-62
- Hashim, H., & Omar, B. (2011). Transformasi penyiaran televisyen melalui Internet: Kajian perhubungan kepuasan terhadap pengguna remaja. *Jurnal Komunikasi*, 27(1), 146-169.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.

- Lam, D. (2007). Cultural influence on proneness to brand loyalty. *Journal of International Consumer Marketing*, 19(3), 7-21.
- Machfud, M. A., & Leejoeiwara, B. (2024). The Factors Influencing Free-to-air Digital TV Viewing Behavioral Intention of the People in Greater Jakarta, Indonesia. *Journal of Business Administration and Languages (JBAL)*, 12(1), 116-125.
- Menezes, E., & de Quadros Carvalho, R. (2009). Impacts of new technologies on free-to-air TV industry: lessons from selected country cases. *Journal of technology management & innovation*, 4(4), 82-94.
- Menon, D. (2022). Purchase and continuation intentions of over-the-top (OTT) video streaming platform subscriptions: a uses and gratification theory perspective. *Telematics and Informatics Reports*, 5, 100006.
- Modili, C., Abd Karim, H., & Abd Wahab, J. (2022). Television Consumption Patterns Among Malaysian Youth: A Systematic Literature Review. *Jurnal Komunikasi Borneo (JKoB)*, 10, 48-58.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2019). *Advertising and IMC: Principles and practice* (11th ed.). Pearson.
- Newman, N., Levy, D., & Nielsen, R. (2015). *Reuters Institute digital news report 2015: Tracking the future of news*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Njihia, C. (2021). *An Analysis of Audience Consumption of 'uria Ndagitari' Television Program on Inooro Tv* (Doctoral dissertation, University of Nairobi).
- Puppis, M., & Ali, S. (2023). Public service media's contribution to society: A critical evaluation. *International Journal of Digital Media Policy*, 10(2), 25-42.
- Samarakoon, S. D. D., Johar, M. G. M., & Khatibi, A. (2023). The impact of digital transformation adoption towards broadcasting industry in Sri Lanka. *Journal of Print and Media Technology Research*, 12(2), 73-96.
- Sheng, S. (2009). Mobile television receivers: A free-to-air overview. *IEEE Communications Magazine*, 47(9), 142-149.
- Shin, S. I., Kim, J. B., Han, S., & Lee, S. (2021). Exploring a mobile phone user's attitude toward watching TV content on a mobile phone—uses and gratifications perspective. *Information Technology & People*, 34(2), 617-641.
- Tirasawasdichai, T., Obrenovic, B., & Alsharif, H. Z. H. (2022). The impact of TV series consumption on cultural knowledge: An empirical study based on gratification–cultivation theory. *Frontiers in psychology*, 13, 1061850.
- TV & Video - Malaysia | Statista Market Forecast*. (n.d.). Statista. <https://www.statista.com/outlook/amo/media/tv-video/malaysia>
- Van Dyk, R., & Van Belle, J. P. (2019, September). Factors influencing the intended adoption of digital transformation: a South African case study. In *2019 federated conference on computer science and information systems (fedcsis)* (pp. 519-528). IEEE.
- Yuliarto, R. D., & Siallagan, M. P. S. (2023). Assessing 'Television A' Readiness for Analog Switch off (ASO) as a Free-to-Air Television Broadcaster. *Asian Journal of Research in Business and Management*, 5(2), 113-122.