

KAEDAH PEROLEHAN RANCANGAN TELEVISYEN DI RTM: ISU DAN CABARAN SYARIKAT PRODUKSI TEMPATAN

**Arizah Jamil, Zairul Anuar Md. Dawam &
Mohd Nor Shahizan bin Ali**

ABSTRAK

Sejak tahun 1984, Radio dan Televisyen Malaysia (RTM) melalui Unit Perolehan Rancangan telah menetapkan beberapa syarat dan kaedah kepada pembekal-pembekal rancangan atau syarikat produksi yang ingin memasarkan dan menjual rancangan televisyen mereka di RTM 1 (TV1), RTM 2 (TV2) dan TVi. Kaedah perolehan rancangan televisyen bermula dengan sistem agihan jam, sistem tender terbuka, sistem konsortium, sistem tender terhad dan yang terkini adalah mengikut sistem *pitching*. Namun begitu, setiap kaedah perolehan tersebut telah menimbulkan beberapa isu seperti isu monopoli, isu pengagihan slot jam yang tidak jelas, kewujudan syarikat yang menjual slot jam yang diperoleh kepada syarikat lain (Ali baba), isu pengelasan syarikat dan isu penilaian ketika proses pembentangan dilakukan. Malah, isu-isu yang berlaku ketika pelaksanaan tersebut menyebabkan perubahan sistem pengurusan dalam kaedah perolehan yang dilakukan oleh RTM. Isu-isu ini telah memberikan cabaran kepada pihak penerbit atau syarikat produksi dalam usaha untuk memasarkan dan menjual produk atau rancangan televisyen mereka ke RTM. Justeru, artikel ini membincangkan lima jenis sistem pengurusan dalam kaedah perolehan rancangan yang pernah dilaksanakan oleh pihak RTM dan seterusnya isu dan cabaran yang dihadapi oleh syarikat produksi tempatan dalam setiap pelaksanaan kaedah perolehan tersebut. Artikel ini diharapkan dapat membantu para penerbit memahami kaedah perolehan rancangan televisyen yang dilakukan oleh RTM, sekali gus membantu mereka memperoleh slot televisyen yang ditawarkan.

Kata kunci: RTM, kaedah perolehan rancangan televisyen, penerbit tempatan, slot televisyen.

ABSTRACT

Since 1984, RTM through the Procurement Unit Plan has set a number of conditions and methods to the suppliers design or production companies who want to market and sell their television program on TV1, TV2 and TVi. The method begins with the acquisition of the TV distribution system clock, the open tender system, the consortium system, the system of restricted tenders and the latest is by the pitching system. However, a number of issues has arisen for each procurement method such as the monopoly issue, the ambiguity in slot allocation, the existence of Ali baba companies, the classification of companies and ratings during presentations. Issues also arise from the changes in the method of procurement management system by RTM. These issues pose a great challenge to the production company who are tasked with marketing and selling their product or TV shows to RTM after production. This article discusses five types of management system in the method of procurement plan offered by RTM and the issues and challenges faced by local production companies in the implementation of the procurement method.

Keywords: RTM, TV shows procurement method, local production companies, tender, distribution slot.

PENGENALAN

Era televisyen di Malaysia bermula pada 28 Disember 1963 apabila rangkaian televisyen pertama yang dikenali sebagai Televisyen Malaysia dilancarkan oleh Tunku Abdul Rahman Putra Al-Haj bertempat di studio sementara di Dewan Tuanku Abdul Rahman, Jalan Ampang, Kuala Lumpur. Ketua Pengarah Televisyen Malaysia yang pertama, Ow Kheng Law menyatakan bahawa Tunku merupakan tokoh yang memajukan idea bagi penubuhan televisyen (R. Karthigesu, 1994: 26). Beliau percaya bahawa televisyen berperanan dalam memberikan hiburan, maklumat dan pendidikan kepada rakyat. Bermula dengan rancangan atau program televisyen yang banyak memaparkan agenda dan polisi kerajaan, kini RTM melalui Unit Drama TV, Unit Majalah dan Dokumentari, Unit Sukan TV dan Unit Hiburan TV telah menyiarkan pelbagai bentuk rancangan untuk pelbagai kategori penonton. Selain berita, antara program-program yang disiarkan adalah seperti program drama, sitkom, animasi, dokumentari, majalah, program bual bicara berkaitan isu semasa dan keagamaan.

Selain menerbitkan rancangan atau program secara dalaman (*in-house*), pihak RTM telah memberi peluang kepada syarikat-syarikat produksi atau penerbit tempatan untuk membekalkan rancangan televisyen kepada mereka. Langkah yang dilakukan oleh RTM dan bermula pada tahun 1984 itu menyebabkan pasaran televisyen menjadi sumber pendapatan utama kepada syarikat produksi di Malaysia. Walaupun wujud syarikat televisyen swasta seperti Media Prima yang memiliki TV3, NTV7, 8TV, TV9, stesen TV Al-Hijrah dan Stesen TV ASTRO yang mempunyai lebih daripada 150 buah saluran, RTM menyediakan peluang pasaran yang lebih besar bagi pembelian rancangan televisyen tersebut. Pada tahun 2012, contohnya RTM memperuntukkan kira-kira 4,000 jam setahun (Jurey Latif Rosli, 2012). Jumlah ini meningkat berbanding tahun 2002 yang hanya sebanyak menawarkan 2,800 jam (*Utusan Malaysia*, 2002).

Namun begitu dalam usaha untuk membekalkan rancangan televisyen ke RTM, wujud ketidakpuasan hati dalam kalangan para penerbit atau syarikat produksi tempatan. Antaranya mereka mengkritik dan mempertikaikan kaedah dan proses pembekalan rancangan televisyen yang dilakukan. Paling utama ia melibatkan pengagihan jumlah jam atau slot rancangan yang diperuntukkan dan proses pemilihan syarikat-syarikat produksi tertentu yang berjaya mendapat kontrak atau dipilih oleh RTM. Kritikan ini menyebabkan pihak RTM kerap melakukan perubahan terhadap kaedah perolehan rancangan televisyen atau proses pembekalan tersebut. Perubahan yang berlaku dan setiap pelaksanaan kaedah baharu ini telah menimbulkan isu dan cabaran kepada syarikat produksi untuk memasarkan konsep dan idea produk dan seterusnya menjual rancangan televisyen kepada pihak RTM.

Artikel ini menerangkan tentang kaedah perolehan yang telah dilakukan oleh RTM sejak menawarkan peluang penerbitan kepada para penerbit tempatan. Ia diharap dapat membantu para penerbit memahami kaedah perolehan rancangan televisyen yang dilakukan oleh RTM, sekali gus membantu mereka dalam usaha memperoleh slot televisyen yang ditawarkan. Maklumat perbincangan diperoleh berdasarkan temu bual yang dilakukan dengan para penerbit tempatan dan pihak pengurusan RTM yang terlibat dalam proses perolehan rancangan televisyen.

KAEDAH PEROLEHAN RANCANGAN TELEVISYEN

Apabila Dasar Penswastaaan rancangan-rancangan televisyen bermula sejak tahun 1984, RTM melalui Unit Perolehan Rancangan telah menetapkan beberapa syarat dan kaedah kepada pembekal-pembekal rancangan atau syarikat produksi yang ingin memasarkan rancangan televisyen mereka di saluran TV1, TV2 dan TVi.

Namun ketidakpuasan hati, cadangan dan kritikan yang diterima daripada pelbagai pihak telah menyebabkan RTM mengubah kaedah tersebut. Perubahan ini juga berlaku disebabkan perubahan portfolio menteri di Kementerian Penerangan yang menaungi RTM yang memperkenalkan polisi dan dasar baharu. Maka, berdasarkan maklumat yang diperolehi daripada temu bual dengan penerbit tempatan dan artikel akhbar, berikut diringkaskan kaedah perolehan rancangan televisyen RTM dari 1987 hingga kini (Jadual 1).

Jadual 1 Ringkasan senarai sistem pengurusan dalam kaedah perolehan rancangan televisyen RTM

Tahun	Kaedah
1987 – 2001	Sistem Agihan Jam
2002 – 2003	Sistem Tender Terbuka
2004 – 2006	Sistem Konsortium dan Individu
2006 – 2009	Sistem Tender Terhad
2009 – sekarang	Sistem <i>Pitching</i>

Merujuk Jadual 1, terdapat lima kaedah perolehan yang dilakukan oleh RTM. Kaedah perolehan rancangan televisyen tersebut bermula dengan sistem agihan jam, sistem tender terbuka, sistem konsortium, sistem tender terhad dan yang terkini adalah mengikut sistem *pitching*. Setiap kaedah perolehan rancangan tersebut mempunyai proses pengurusan pemasarannya tersendiri yang perlu dipatuhi oleh syarikat-syarikat produksi atau pembekal.

i. Sistem Agihan Jam

Sistem agihan jam atau dikenali juga sebagai sistem *hours* merupakan sistem pertama bagi kaedah perolehan rancangan televisyen untuk rancangan-rancangan terbitan swasta atau syarikat produksi tempatan. Sistem yang diperkenalkan pada tahun 1987 tersebut dilakukan berdasarkan kepada kaedah perolehan secara runding terus. Penilaian dan pemilihan sesuatu produk rancangan televisyen adalah berdasarkan kepada kertas cadangan (*proposal*) sahaja.

Melalui sistem agihan jam, pada asasnya cara untuk memohon atau menyertai perolehan rancangan televisyen adalah agak mudah. Syarikat pembekal hanya perlu memenuhi keperluan yang ditetapkan, iaitu syarikat produksi harus berdaftar dengan Kementerian Penerangan sebagai Pembekal Rancangan RTM. Pendaftaran ini penting bagi membolehkan syarikat tersebut berurusan dengan Bahagian Bekalan Filem dan berpeluang untuk menghantar kertas kerja cadangan rancangan televisyen bagi mendapatkan agihan jam.

Terdapat tiga dokumen penting yang perlu disediakan bagi membolehkan syarikat produksi dilabel sebagai pembekal berpotensi oleh Kementerian Penerangan, iaitu (i) salinan profil syarikat dengan penyata audit kewangan yang terkini, (ii) sijil kewangan daripada Kementerian Kewangan dan (iii) lesen produksi video daripada FINAS (Zainal Abidin Asri, 2012 dan Norsahar Ahmad, 2013).

Melalui kertas cadangan yang dihantar kepada pihak RTM, kesemua kertas cadangan tersebut akan dinilai dan dipilih mengikut kehendak RTM serta dasar penerbitan yang ditetapkan oleh kerajaan. Kertas cadangan yang dipilih kemudian dibawa ke proses seterusnya, iaitu pemberian atau pengagihan jam tertentu. Nilai agihan jam adalah bergantung kepada jenis dan durasi drama atau telefilem tersebut. Setelah itu, pihak RTM mula membuat perbincangan dengan pihak syarikat tentang isi kandungan cerita tersebut. Bersesuaian dengan konsep pemasaran, pihak RTM sebagai pengguna juga perlu memastikan produk yang dibekalkan kepada pihak mereka adalah selaras dengan kehendak mereka dan penonton. Setelah perbincangan kandungan selesai, pihak syarikat produksi dibenarkan membuat kerja-kerja produksi mengikut masa yang telah ditetapkan RTM. Sebaik sahaja produk rancangan televisyen telah disiapkan, bayaran akan dibuat secara terus ke akaun bank pembekal. Proses atau prosedur dalam sistem agihan jam telah diringkaskan seperti Rajah 1 di bawah:



Sumber: Zainal Abidin Asri, 2012 & Norsahar Ahmad, 2013.

Rajah 1 Ringkasan carta alir perolehan rancangan televisyen melalui sistem agihan jam

Pada dasarnya, prosedur dalam kaedah perolehan rancangan melalui sistem agihan jam adalah sangat mudah. Sistem ini menjadi kurang efisien apabila terdapat beberapa syarikat produksi yang dikatakan mengikut kaedah lain, iaitu secara rundingan terus bagi memperoleh agihan jam itu. Beberapa penerbit mendakwa pada masa tersebut terdapat syarikat yang mendominasi slot jam di

RTM. Syarikat yang mendominasi slot jam tersebut dikatakan hanya membawa kertas cadangan rancangan televisyen secara terus kepada menteri dan meminta nilai agihan jam tertentu. Nilai agihan jam diberikan atas perbincangan dan dasar budi bicara menteri sahaja.

Wujud isu antara pihak syarikat produksi atau penerbit dengan pihak RTM. Syarikat produksi yang mengikut prosedur yang ditetapkan melahirkan rasa ketidakpuasan hati kerana terdapat syarikat tertentu yang mendapat agihan jam dengan mudah tanpa melalui prosedur yang sama. Isu pembahagian jam yang tidak adil terus diperkatakan dan menjadi perdebatan lagi apabila pihak Kementerian Penerangan didakwa menawarkan nilai agihan jam yang besar kepada sebuah syarikat iaitu Syarikat Home Video Distributors (HVD) Holding Sdn. Bhd. untuk menerbitkan rancangan televisyen kepada RTM. Norsahar Ahmad (2013) turut mengakui bahawa syarikat HVD adalah syarikat besar yang menguasai pasaran RTM kerana penerbitnya mempunyai hubungan yang baik dengan Menteri Penerangan ketika itu.

Selain itu, RTM sebagai penyiar kerajaan memberi keistimewaan kepada syarikat produksi milik bumiputera dalam penerbitan rancangan televisyennya. RTM juga mempunyai kuota tertentu untuk rancangan televisyen yang diterbitkan oleh syarikat bumiputera dengan kawalan sepenuhnya oleh warganegara Malaysia dengan status bumiputera. Namun, permasalahan timbul apabila wujud syarikat Ali baba yang memperoleh lesen produksi dengan status syarikat bumiputera tetapi dapat menerbitkan rancangan televisyen. Syarikat 'Ali baba' yang dimaksudkan adalah syarikat yang dimiliki oleh bumiputera pada nama sahaja tetapi operasi syarikat dijalankan dan dikawal oleh orang lain, iaitu pemilik bukan Melayu.

Senario yang berlaku ketika itu apabila pemilik Melayu atau bumiputera tersebut memohon lesen dan berdaftar terlebih dahulu daripada FINAS. Setelah lulus, ia mendapat agihan jam daripada RTM dan kemudiannya akan memberi pula agihan jam yang diperoleh tersebut kepada orang bukan Melayu itu untuk membuat kerja-kerja produksi. Isu ini telah membangkitkan ketidakpuasan hati dalam kalangan penerbit lain ketika itu kerana wujud penyelewengan daripada kalangan pihak pembekal sendiri dalam pengurusan perolehan rancangan televisyen. Malah, syarikat produksi milik bumiputera sepenuhnya pula yang kurang mendapat agihan jam daripada RTM. Konflik yang dihadapi oleh pihak pembekal ini menyebabkan pihak Kementerian Penerangan mengambil keputusan untuk memansuhkan sistem agihan jam dan menukarkannya kepada sistem tender terbuka dalam perolehan rancangan televisyen seterusnya.

ii. Sistem Tender Terbuka

Sistem tender dalam perolehan kerajaan biasanya digunakan untuk bidang kerja pembinaan, pembersihan, saliran, pengairan dan kerja-kerja elektrik. Namun pada tahun 2002, ketika Tan Sri Mohd Khalil Yaakub menjadi Menteri Penerangan, RTM telah memperkenalkan sistem tender dalam kaedah perolehan rancangan televisyen. Sebanyak 2,800 jam diperuntukkan untuk slot waktu siaran bagi tahun 2002 untuk penerbitan drama dan telefilem swasta tempatan. Jumlah jam waktu siaran bagi rancangan-rancangan lain pada tahun tersebut juga telah ditambah dan merupakan agak besar ketika itu (*Utusan Malaysia*, 2002).

Melalui sistem tender terbuka, mana-mana syarikat produksi yang berdaftar dengan Kementerian Penerangan dan Perbadanan Kemajuan Filem Nasional Malaysia (FINAS) boleh memohon untuk menyertai perolehan rancangan televisyen di RTM tetapi dengan syarat mempunyai status kewangan yang kukuh. Selain slot drama Melayu, RTM juga membuka kategori lain melalui sistem tender, iaitu drama bahasa Cina dan rancangan berbentuk sitkom. Pada mulanya, pihak Kementerian Penerangan membuat polisi baharu, iaitu syarikat harus fokus kepada satu kategori rancangan televisyen. Hal ini bagi mengelakkan syarikat produksi berebut agihan jam untuk kategori drama Melayu sahaja dan memastikan mereka bersaing dengan lebih adil.

Walau bagaimanapun, selepas setahun digunakan sistem ini juga menerima pelbagai kritikan. Disebabkan terlalu ramai yang menyertai perolehan tender ini, maka RTM mengumpulkan sejumlah kertas kerja yang banyak sehingga tarikh tutup penyertaan. Perkara ini menyebabkan terlalu banyak kertas kerja untuk dinilai dan dipertimbangkan. Jumlah yang banyak ini disebabkan kebanyakan syarikat produksi menghantar lebih daripada tiga kategori program. Isu lambakan kertas kerja ini sekali gus menyebabkan sistem ini menjadi semakin perlahan dan kurang efisien untuk digunakan dalam perolehan rancangan televisyen di RTM.

Penawaran tender yang dilakukan serentak kepada syarikat produksi dengan tarikh akhir penghantaran produk yang ditetapkan juga menyebabkan timbul isu kekurangan tenaga produksi. Pada masa itu, jumlah tenaga produksi adalah agak terhad sehingga menyebabkan syarikat-syarikat produksi terpaksa berebut untuk mengambil krew atau tenaga produksi. Malah, senarai pelakon yang telah dipersetujui ketika sesi pembentangan juga telah terikat dengan jadual penggambaran yang ketat. Hal ini menyebabkan ada antara syarikat produksi yang tidak dapat menyiapkan rancangan televisyen mereka mengikut masa yang ditetapkan. Bahkan, disebabkan tempoh pembikinan yang berlaku serentak dan

kekurangan tenaga produksi, ada antara mereka yang menyiapkan rancangan mereka secara tergesa-gesa sehingga menjejaskan kualiti produk yang dihasilkan.

Selain itu, isu dan cabaran yang dihadapi oleh para penerbit atau pembekal juga berlaku apabila pemilihan sesebuah rancangan televisyen itu dipilih adalah berdasarkan nilai harga rancangan yang ditawarkan. Kos harga penawaran yang rendah menjadi salah satu kriteria dalam kaedah perolehan secara tender terbuka. Sedangkan dalam bidang penerbitan televisyen, harga yang rendah itu tidak menjamin kualiti sesebuah rancangan televisyen. Namun, perkara tersebut berlaku dalam perolehan rancangan televisyen di RTM. Melalui sistem tender terbuka ini pihak penilai RTM cenderung untuk memilih sesuatu rancangan televisyen untuk diterbitkan adalah berdasarkan kepada pembekal yang menawarkan kos tawaran harga terendah. Perkara ini menjadi satu cabaran kepada penerbit untuk menghasilkan program atau rancangan televisyen yang baik dengan kos yang rendah.

Kajian mendapati melalui sistem tender terbuka, aspek harga memainkan peranan dalam pemilihan tender. Semakin rendah harga yang ditawarkan pembekal, semakin mudah produk rancangan tersebut diterima oleh pihak pembeli, iaitu RTM. Menurut Sarimah Mahran (2014), jika pihak RTM memilih pembekal yang menawarkan anggaran bajet yang paling rendah, pastinya kualiti rancangan televisyen yang dihasilkan juga adalah rendah. Bagi menghasilkan sesebuah rancangan yang bermutu pastinya juga menuntut nilai harga yang sesuai dengan kos produksi tersebut. Justeru, sistem tender terbuka jelas menimbulkan banyak permasalahan kepada pembekal kerana aspek harga memainkan peranan penting. Bukan nilai harga tertinggi yang menjadi ukuran, sebaliknya harga yang paling rendah ditawarkan. Senario ini menyebabkan rancangan-rancangan yang diterbitkan di RTM pada masa tersebut menjadi semakin kurang bermutu, sekali gus menyebabkan sistem ini diperbaharui lagi.

iii. Sistem Konsortium

Sistem konsortium telah diperkenalkan pada tahun 2004 oleh Menteri Penerangan pada ketika itu, Tan Sri Abdul Kadir Sheikh Fadzir bagi menggantikan sistem tender terbuka dan sistem agihan jam yang digunakan sebelum itu dalam kaedah perolehan rancangan televisyen. Melalui sistem konsortium, kementerian telah membuat keputusan supaya pelawaan untuk menerbit dan membekal rancangan kepada RTM dikeluarkan kepada sekumpulan syarikat pembekal yang bergabung di bawah satu konsortium yang terdiri daripada minimum lapan buah syarikat hingga ke sepuluh buah syarikat. Setiap satu konsortium akan dipimpin oleh sebuah syarikat individu yang dikenal pasti berkemampuan dari segi dana dan

fasiliti serta layak memimpin sesuatu konsortium dan dipersetujui oleh semua ahli (*Laporan Penyata Rasmi Dewan Rakyat, 2006*).

Menurut laporan daripada Kertas Dasar Jabatan Penyiaran Malaysia (2006), sebanyak 13 konsortium telah dilantik dan berdaftar di RTM, iaitu antaranya Keris Motion Sdn. Bhd., Rumpun Usaha Sdn. Bhd. dan Telemal Productions Sdn. Bhd. Setiap konsortium diberi sebanyak 300 jam untuk diagihkan sama rata sesama ahli mengikut perbincangan mereka. Agihan jam kepada ahli ditentukan oleh ketua konsortium dan pihak RTM tidak terlibat langsung mengenai agihan tersebut. Setiap syarikat yang ingin menjadi pembekal rancangan kepada RTM harus mendaftarkan syarikat mereka ke Konsortium Vendor RTM selain mempunyai lesen perniagaan serta berdaftar dengan FINAS dan Kementerian Kewangan (Zauyah Yusoff, 2012).

Pemilihan sesebuah syarikat untuk masuk ke dalam sesuatu konsortium itu adalah mengikut pilihan masing-masing. Setiap syarikat bebas memilih satu-satu konsortium yang ingin dimasukinya atas perbincangan sesama mereka. Menurut Laporan Penyata Rasmi Dewan Rakyat (2006), pada tahun 2004 memperlihatkan sebanyak 170 buah syarikat menerusi konsortium masing-masing telah dilantik untuk membekalkan rancangan kepada RTM; 70 peratus merupakan syarikat bumiputera dan 30 peratus lagi syarikat bukan bumiputera. Antara ciri-ciri atau kriteria pemilihan bagi perolehan rancangan televisyen melalui sistem tersebut adalah syarikat harus berpengalaman dalam bidang penerbitan rancangan televisyen dan mempunyai prestasi yang baik sepanjang pembekalan rancangan kepada RTM. Selain itu, syarikat juga menunjukkan gandingan yang baik dan berpotensi untuk menerbitkan rancangan-rancangan yang bermutu tinggi serta memenuhi syarat-syarat lain yang ditetapkan oleh Kementerian Penerangan.

Sistem Konsortium telah banyak memberi peluang kepada syarikat-syarikat bumiputera untuk terus hidup dan berkembang dalam industri penerbitan drama televisyen. Zaini Kosnin (2013), yang pernah bekerja dengan Syarikat Nizarman di bawah Konsortium Keris Motion, menyatakan melalui sistem konsortium banyak syarikat bumiputera dapat bertahan dalam bidang perniagaan berkaitan penerbitan televisyen. Kebanyakan syarikat produksi berjaya mendapat kontrak untuk satu tahun melalui pembahagian jam antara ahli konsortium. Pembahagian kelihatan adil kerana semua syarikat produksi mendapat slot jam walaupun jumlah jam adalah tidak sama. Ketika itu, syarikat-syarikat bumiputera di bawah konsortium mereka sangat komited dengan produksi masing-masing untuk menghasilkan drama yang baik. Malah, ketua konsortium turut membantu memberi modal kepada syarikat-syarikat bumiputera yang kecil (Norsahar Ahmad, 2013).

Namun setelah dua tahun sistem konsortium dijalankan, wujud beberapa isu dalam melaksanakan sistem ini. Antaranya ialah berlaku ketidakadilan dalam pengagihan jam siaran di antara ketua konsortium dan ahli-ahlinya. Ketua konsortium dikatakan mengagih-agihkan jam siaran atau *airtime* mengikut kehendaknya sendiri dan bukan atas dasar perbincangan. Menurut T. S Jeffry (2014), ketika itu keputusan pembahagian jam adalah mengikut budi bicara ketua konsortium. Ada syarikat yang dapat 50 jam, ada juga yang mendapat 20 jam malah, ada juga syarikat yang mendakwa hanya mendapat satu jam sahaja. Perkara ini telah menimbulkan kemarahan dan ketidakpuasan hati dalam kalangan ahli konsortium. Namun, isu ini tidak dapat ditangani oleh pihak Kementerian Penerangan atau RTM. Puan Zaayah Yusoff (2012), menegaskan bahawa isu pembahagian jam siaran adalah di luar kawalan RTM kerana pembahagian jam tersebut terletak di bawah kuasa dan tanggungjawab ketua konsortium. Setiap ketua konsortium mempunyai perjanjian sendiri dengan ahli-ahlinya tentang pembahagian jumlah jam.

Selain itu, wujud isu syarikat-syarikat produksi yang bernaung di bawah konsortium, namun tidak aktif dan tidak mempunyai pengalaman dalam bidang penerbitan. Mereka hanya menubuhkan syarikat di bawah konsortium bagi memastikan konsortium tersebut mendapat sejumlah jam. T. S Jeffry (2014) menyatakan memang ada sesetengah syarikat dalam konsortium yang bersungguh-sungguh dalam menghasilkan drama. Namun, wujud juga ahli-ahli syarikat produksi yang hanya mendaftarkan nama di bawah syarikat tetapi tidak terlibat dalam aspek produksi. Syarikat produksi ini hanya mengaut keuntungan dengan menjual jam yang diperoleh kepada syarikat produksi lain. Tony Francis (2013) mengkategorikan ahli-ahli dalam konsortium kepada tiga iaitu; mereka yang benar-benar serius dalam pembikinan drama, kedua iaitu mereka yang hanya menerbitkan rancangan tertentu dan selebihnya menyerahkan (sub) kepada syarikat lain, dan ketiga mereka yang masuk ke dalam konsortium hanya untuk mendapatkan kebenaran rasmi dan kemudian menjual jam tersebut untuk mendapat keuntungan. Perkara ini juga dipersetujui oleh Norsahar Ahmad (2013) yang pernah terlibat dalam Konsortium Telemal Productions Sdn. Bhd. Menurutnya, pembahagian yang diberikan ketua mereka adalah agihan yang adil. Setiap syarikat mendapat 30 jam secara sama rata. Namun, terdapat sesetengah daripada ahli mereka tidak serius dalam industri penerbitan dan hanya ingin mengaut keuntungan dengan menjual jam yang diperoleh oleh mereka sahaja.

Penjualan jam kepada syarikat produksi menyebabkan rancangan televisyen yang diperoleh oleh RTM berkualiti rendah. Hal ini disebabkan syarikat yang tidak aktif atau hanya menjual jam yang diperoleh telah mengenakan bayaran

sebanyak 25 peratus daripada harga drama tersebut. Misalnya, satu telefilem dibayar oleh RTM pada masa itu sebanyak RM80,000. Setelah ditolak dengan nilai 25 peratus tadi, syarikat tersebut hanya menerima pulangan sebanyak RM60,000 sahaja termasuk bayaran skrip, bayaran pelakon, teknikal dan sebagainya. Sementara itu, syarikat yang menjual slot jamnya pula menerima RM20,000 tanpa mengeluarkan sebarang bayaran pun untuk pembikinan telefilem tersebut. Isu tersebut memberikan cabaran kepada para penerbit atau syarikat produksi kerana keuntungan sebenar mereka sudah berkurangan. Justeru, bagi mengelakkan dan mengurangkan beban kerugian, syarikat tersebut terpaksa menurunkan kualiti pengeluaran rancangan drama mereka dan menyebabkan kualiti produk drama yang dihasilkan agak kurang bermutu (Tony Francis, 2013). Hal ini disebabkan syarikat produksi terpaksa mengurangkan jumlah pelakon, atau mengurangkan penggunaan pelakon popular dan terkenal, mengurangkan bilangan krew teknikal, mengurangkan hari penggambaran dan sebagainya (Sarimah Mahran, 2014).

Selain itu, isu penjualan jam yang menjejaskan kualiti rancangan televisyen ini juga timbul kerana Datuk Seri Abdul Kadir Sheikh Fadzir, Menteri Penerangan ketika itu telah memberi peluang kepada para persatuan seni seperti SENIMAN, PAPITA dan KARYAWAN untuk diberi agihan jam. Tujuannya agar bayaran yang diterima bagi menghasilkan rancangan televisyen dapat digunakan untuk kebajikan ahli-ahli persatuan. Namun, masalah yang sama wujud apabila ada sesetengah persatuan yang telah menjual agihan jamnya kepada pihak ketiga. Persatuan tersebut dikatakan membuat keuntungan dalam 30 peratus manakala, penerbit yang menghasilkan rancangan pula membuat keuntungan lain sebanyak 20 peratus. Keuntungan yang minimum ini menyebabkan kos perbelanjaan produksi pula terpaksa diturunkan sebanyak 50 peratus daripada harga pembelian yang ditawarkan RTM. Perkara ini sekali gus telah menjejaskan dan memberi impak terhadap kualiti rancangan televisyen yang dihasilkan.

Selain itu, semasa sistem konsortium diperkenalkan banyak penyelewengan yang berlaku sehinggakan ada syarikat bukan bumiputera menubuhkan konsortium hanya untuk kepentingannya sendiri. Zaini Kosnin (2013) menyatakan lebih teruk lagi pada masa itu apabila terdapat sebuah syarikat besar milik Cina yang menubuhkan konsortium dan mengajak orang Melayu yang sebahagiannya terdiri daripada artis untuk mendaftarkan syarikat mereka kepada RTM. Kemudian, pemilik syarikat Cina tersebut mendaftarkan syarikat-syarikat Melayu tadi di bawah konsortium mereka. Setelah mendapat kontrak dan agihan jam, penerbit-penerbit Melayu tadi hanya menerima bayaran komisen sahaja dan keuntungan sebenar diperoleh oleh syarikat milik Cina tadi. Krisis ini memperlihatkan syarikat bukan bumiputera telah mengawal industri penerbitan televisyen

ketika itu dan bukannya oleh syarikat bumiputera sendiri. Hal ini juga menjadi kelemahan apabila pemilik syarikat itu menentukan konsortium mana yang hendak dimasukinya kerana wujud ketua konsortium yang hanya membantu dan menguntungkan kroni-kroninya sahaja.

Terdapat juga segelintir penerbit yang meragui akan kemampuan syarikat-syarikat produksi baharu yang kurang berpengalaman tetapi diberikan slot jam yang lebih besar daripada ahli konsortium dalam menerbitkan rancangan untuk RTM. Timbul ketidakpuasan hati dalam kalangan penerbit kerana dalam kenyataan RTM sebelum ini menyatakan bahawa hanya syarikat berdaftar di bawah konsortium sahaja yang layak menerima agihan jam dalam kaedah perolehan rancangan televisyen. Namun, timbul isu pengagihan slot jam yang tidak adil apabila RTM telah memberikan sejumlah 50 jam sepanjang tahun 2004 kepada syarikat Siti Nurhaliza Production berbanding syarikat produksi lain yang hanya mendapat 30 jam atau kurang daripada jam itu. Siti Nurhaliza Production telah tampil dengan dua program televisyen iaitu *3D Siti* dan *Selebriti Sukan* dalam slot rancangan RTM. Datuk Donald Lim Siang Chai yang enggan mengulas panjang hanya menyatakan bahawa artis tersebut mampu menaikkan jumlah penonton selain rancangan tersebut menjadi strategi RTM untuk menarik lebih ramai pengiklan (*Harian Metro*, 2004).

Kenyataan yang sering bercanggah ini menimbulkan kekeliruan dan syak wasangka dalam kalangan penerbit bahawa RTM sepatutnya tidak memberi peluang yang adil, bersifat pilih kasih dan sememangnya wujud isu monopoli dalam pembahagian slot jam kepada syarikat-syarikat berkenaan. Malah, terlalu banyak tawaran jam siaran yang diberi kepada syarikat-syarikat yang memonopoli slot rancangan di TV1 dan TV2 sehingga melebihi keperluan di RTM. Hal tersebut mengakibatkan jumlah keperluan sebenar siaran telah berkurangan pada tahun 2005 akibat daripada limpahan jam siaran pada tahun 2004 (*Laporan Jawatankuasa Perolehan RTM*, 2007).

Faktor kewujudan pelbagai isu permasalahan dalam kaedah perolehan rancangan televisyen melalui sistem konsortium ini juga disebabkan RTM kurang memainkan peranan. Pihak kementerian dan RTM telah memberikan sepenuh tanggungjawab kepada ketua konsortium untuk menguruskan ahli-ahli mereka tanpa penyeliaan yang khusus. Malah, setiap tingkat dalam pengurusan hanya melibatkan ketua konsortium sahaja dengan pihak RTM tanpa ada wakil daripada ahli syarikat lain. Perkara ini menyebabkan ketua konsortium mempunyai kuasa mutlak dan hanya memilih syarikat-syarikat tertentu sahaja dalam konsortiumnya untuk mendapat kelebihan dalam menerbitkan drama-drama dengan agihan

jam yang lebih besar. Hasil perbincangan dengan pihak yang terlibat dalam penerbitan drama televisyen, maka pada Disember 2006, Kementerian Penerangan akhirnya membubarkan sistem konsortium dan memperbaharui sekali lagi kaedah perolehan rancangan televisyen dengan memperkenalkan sistem tender terhad.

iv. Sistem Tender Terhad

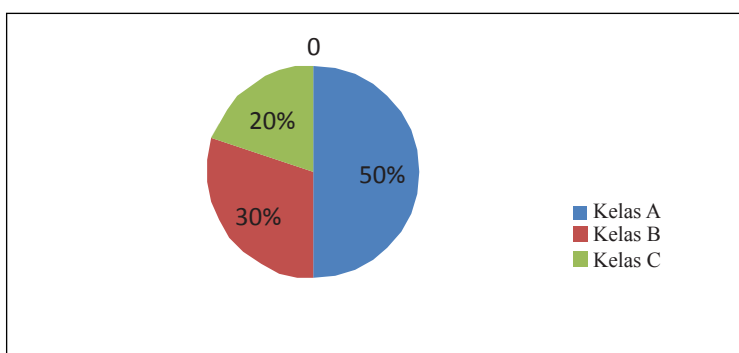
Kaedah perolehan baharu melalui sistem tender terhad ini telah dilancarkan oleh Datuk Seri Zainuddin Maidin pada 2 Disember 2006 dan telah dikuatkuasakan pada pertengahan tahun 2007. Sistem tender terhad ini berbeza dengan sistem terbuka yang pernah dilakukan pada tahun 2002 kerana lebih spesifik dari segi rancangan televisyen yang diterbitkan. Antara objektif utama sistem tender terhad ini bagi membolehkan RTM mendapatkan program-program televisyen yang mantap dan berkualiti bagi meningkatkan *rating*, imej dan jumlah tontonan rakyat Malaysia. Selain itu, bagi mewujudkan persekitaran persaingan yang sihat antara syarikat penerbitan yang berurusan dengan RTM dan mewujudkan satu sistem yang telus dan adil di semua peringkat perolehan dan pembentukan beberapa jawatankuasa yang dianggotai oleh pegawai-pegawai di peringkat kementerian, RTM dan jabatan-jabatan lain di bawah kementerian termasuk pegawai dari Kementerian Kewangan (*Garis Panduan Kaedah Baru Perolehan Bekalan Program Televisyen RTM*, 2007).

Menurut Menteri Penerangan, Datuk Seri Zainuddin Maidin (2007), syarikat pembekal rancangan yang ingin menyertai kaedah baharu perolehan melalui sistem tender mulai tahun 2007 dikehendaki mendaftar melalui suatu sistem pendaftaran baharu dan akan diklasifikasikan mengikut kelas-kelas yang ditetapkan iaitu Kelas A, Kelas B dan Kelas C. Setiap pengelasan atau klasifikasi kelas tersebut membawa maksud tertentu dan menghadkan jenis rancangan yang boleh diterbitkan oleh syarikat pembekal. Misalnya, Kelas A hanya boleh menerbitkan rancangan dalam kategori drama, animasi, program *Garis Panduan Kaedah Baru Perolehan Bekalan Program* realiti, hiburan, dokumentari, telemovie dan telenovela. Bagi Kelas B pula akan ditawarkan bagi kategori majalah, kanak-kanak, muzikal dan drama komedi. Bagi Kelas C pula, skop rancangan lebih ringan iaitu terhad bagi rancangan bercorak etnik dan budaya, majalah, masakan dan etnik (*BERNAMA*, 2007).

Ketua Setiausaha Kementerian Penerangan, Datuk Kamaruddin Siaraf, juga menyatakan bahawa sistem tender terhad ini khusus hanya untuk perolehan bekalan program televisyen terbitan tempatan sahaja dan hanya syarikat pembekal yang telah berdaftar dan diklasifikasikan layak sahaja menyertai acara tender

tersebut. Penerimaan pendaftaran dan pemberian klasifikasi kepada syarikat pembekal adalah atas budi bicara mutlak Kementerian Penerangan dan sebarang keputusan mengenainya adalah muktamad (*Utusan Malaysia*, 2007). Justeru, syarikat pembekal yang hendak menyertai acara tender perlu mengikut jenis kategori yang ditawarkan serta berdasarkan pengelasan yang telah dilakukan sama ada Kelas A, B atau C.

Menurut Norsahar Ahmad (2013), para pembekal tidak mempunyai pilihan lain selain mematuhi pengkategorian atau pengelasan tersebut kerana hal itu berada di bawah kuasa pihak kementerian. Tambahan pula, pengkategorian itu juga adalah berdasarkan modal, kepakaran dan kemampuan syarikat. Namun, beliau tetap berpuas hati apabila syarikatnya dikategorikan dalam Kelas B.



Sumber: *Garis Panduan Pelaksanaan Pendaftaran dan Klasifikasi Panel Pembekal Program Televisyen, 2007*

Rajah 2 Agihan masa siaran panel pembekal mengikut kelas

Carta agihan masa siaran menunjukkan jumlah agihan yang diberikan kepada panel pembekal yang berdaftar mengikut kelas masing-masing. Panel pembekal dalam Kelas A diberi keutamaan dalam membekalkan rancangan-rancangan kepada RTM, iaitu sebanyak 50 peratus dengan kategori yang pelbagai. Bagi panel pembekal dalam Kelas B pula diberi agihan siaran sebanyak 30 peratus dan Kelas C pula hanya diberi 20 peratus bagi mengisi kekosongan slot rancangan. Keutamaan jam siaran adalah lebih kepada pembekal Kelas A kerana dilihat sesuai dengan keupayaan dan kemampuan syarikat pembekal berbanding kelas-kelas lain. Zaini Kosnin (2013) menyatakan pembahagian jam siaran itu memang adil kerana kelas di atas, iaitu syarikat dengan modal atau *volume* besar sepatutnya mendapat bahagian jam yang lebih berbanding kelas-kelas di bawah.

Sistem perolehan secara tender terhad ini telah menimbulkan beberapa isu dan memberikan cabaran kepada pihak penerbit atau syarikat produksi dalam pengurusan untuk memasarkan produk rancangan televisyen mereka di RTM. Antara syarat yang tidak dipersetujui adalah apabila pihak RTM mewajibkan syarikat produksi atau pembekal menghantar salinan lengkap sinopsis dan skrip rancangan televisyen kepada panel penilai RTM pada peringkat penilaian pertama, iaitu sebelum pembekalan tender produk diluluskan. Menurut Norsahar Ahmad (2013), syarat ini sangat menyukarkan kerana penerbit terpaksa berdepan dengan risiko bayaran kepada penulis skrip kerana skrip yang dihantar belum tentu dipilih. Melihat kepada kemelut ini, syarat tersebut telah diubah suai sedikit bagi mengurangkan beban pihak pembekal. Bermula pada bulan November 2007, Datuk Kamaruddin Siaraf menyatakan bahawa penerbit atau syarikat pembekal tidak perlu lagi menghantar skrip penuh tetapi hanya perlu memberi sinopsis dan *scene by scene treatment* sahaja bagi setiap satu program (*Utusan Malaysia*, 2007).

Selain itu, pengurusan dalam kaedah perolehan rancangan televisyen melalui sistem tender ini mendapat tentangan daripada kalangan penerbit kerana prosesnya mengambil masa yang sangat panjang. Seperti yang dinyatakan dalam kajian Ku Azril Ridzhie (2005: 17), proses dalam sistem tender merangkumi beberapa peringkat, tatacara dan prosedur tertentu yang mengambil masa lama. Hal ini disebabkan sistem tender melibatkan proses dokumentasi, proses pemilihan dan proses untuk menentukan harga kontrak terbaik yang boleh dipersetujui serta tempoh masa yang paling relevan untuk menyiapkan sesuatu projek. David Teo, penerbit Metrowealth, menyarankan agar RTM memperbaiki prosedur dalam sistem tender supaya penerbit tidak perlu menunggu begitu lama untuk produk rancangan televisyen mereka disiarkan setelah diluluskan (*Utusan Malaysia*, 2007). Akibat birokrasi dan proses yang panjang dalam sistem tender terhad ini menyebabkan rancangan televisyen pada masa tersebut kebanyakannya menjadi lapuk (*outdated*).

Seterusnya, kaedah perolehan rancangan televisyen melalui sistem tender dilihat tidak sesuai atau tidak relevan untuk diaplikasikan dalam bidang hiburan khususnya penerbitan televisyen. Bidang penerbitan televisyen tidak sama seperti bidang pembinaan yang boleh dikembangkan melalui sistem tender. Bidang hiburan adalah antara bidang yang pantas kerana sentiasa bergerak dalam media dan penyiaran yang semakin meluas. Oleh itu, apabila RTM mengaplikasikan sistem tender dalam kaedah perolehan rancangan televisyen, isu ini terus dipertikaikan oleh penerbit tempatan. Rosyam Nor, penerbit Suhan Movies turut mengkritik pelaksanaan sistem tender. Beliau menyatakan;

“Dalam hal berkeaktiviti, saya dapati hanya Malaysia sahaja yang mengadakan atau melaksanakan sistem tender. Malah, stesen televisyen lain tidak ada yang menggunakan sistem tender untuk mendapatkan perolehan program-program siaran mereka. Malah, sistem tender boleh membunuh industri dan penerbit.”

(Sumber: *Utusan Malaysia*, 2007)

Zaini Kosnin (2013), penerbit ZK Creative Productions turut tidak berpuas hati dan mempertikaikan kaedah perolehan rancangan televisyen menerusi sistem tender bagi drama-drama swasta atau rancangan televisyen lain di RTM. Menurut beliau, bidang seni adalah cabang utama dalam industri kreatif yang berasaskan kreativiti penggiat seni dan kreativiti itu tidak seharusnya dibataskan. Menurut kenyataan beliau lagi;

“Dalam industri kreatif kita tak perlu gred atau kelas kerana industri ini bergantung pada kreativiti yang menjadi kayu pengukur pada kebolehan masing-masing. Kita bukannya ‘telur ayam’ yang boleh digred.”

(Sumber: Zaini Kosnin, 2013)

Sistem tender terhad yang diaplikasikan dalam kaedah baharu perolehan rancangan televisyen di RTM buat kali kedua akhirnya turut menemui kegagalan akibat menerima terlalu banyak kritikan daripada pihak pembekal khususnya penerbit. Setelah lebih dua tahun, RTM akur dengan kaedah perolehan melalui sistem tender dan menemui jalan penyelesaian apabila Menteri Penerangan yang baharu dilantik.

v. Sistem *Pitching*

Pada Januari 2009, kaedah perolehan rancangan televisyen telah diperbaharui lagi dengan memperkenalkan sistem perolehan *pitching* bagi menggantikan kaedah perolehan rancangan televisyen tempatan dan luar negara sebelum ini. Sesi saringan *pitching* merupakan subproses kepada kaedah perolehan rancangan televisyen di RTM yang baharu. Proses ini adalah bertujuan untuk memudahkan pengurusan dengan menyenaraipendekkan cadangan-cadangan terbitan tempatan melalui siaran RTM, sekali gus menambah baik kaedah perolehan rancangan sebelum ini (*Berita Harian*, 2009). Sistem *pitching* telah diperkenalkan buat julung kalinya oleh Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan melalui RTM. Menurut Datuk Ibrahim Yahaya, Ketua Pengarah Penyiaran RTM ketika itu, melalui sistem ini para penerbit hanya perlu menyampaikan dan membentangkan konsep idea rancangan televisyen mereka kepada Panel Penilai

RTM yang dilantik. Pemilihan dibuat berdasarkan pemarkahan yang dinilai secara telus oleh panel. Kaedah ini juga lebih mudah kerana pihak pembekal tidak perlu menghantar sinopsis penuh atau skrip penuh. Syarikat pembekal hanya perlu menyediakan persembahan audio visual dan membentangkan konsep idea produk mereka dalam masa 10 minit bagi meyakinkan panel untuk membeli rancangan tersebut. Penilaian akan dibuat berdasarkan kepada persembahan penyampai serta sinopsis rancangan yang dibentangkan (*Berita Harian*, 2009).

Kaedah *pitching* adalah proses terbaik yang pernah dilaksanakan oleh Kementerian Penerangan kerana memberi peluang sama rata kepada semua pembekal dalam membida perbekalan rancangan di RTM. Pemilihan dibuat berdasarkan pemarkahan yang diberi secara telus oleh panel yang dilantik khas oleh KPKK dari pelbagai agensi di bawahnya. Sebagai sebuah stesen milik kerajaan, RTM tidak boleh berkompromi dari segi kualiti dan RTM bukan tempat lambakan hasil produksi tidak berkualiti. Sebagai pembekal yang berkecimpung dalam penerbitan, pihak syarikat seharusnya memahami kehendak dan keperluan RTM kerana RTM telah banyak memberi tunjuk ajar untuk menghasilkan rancangan yang berkualiti. Proses *pitching* ini membuka peluang kepada lebih ramai penerbit termasuk syarikat-syarikat baharu untuk menerbitkan rancangan kepada RTM. Berdasarkan Laporan Ketua Pengarah Penyiaran RTM (2010), semua penerbit harus melihat proses ini secara positif dan bersedia untuk bersaing dengan sihat.

RTM melalui Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia mempelawa para pembekal melalui hebahan laman sesawang untuk menyertai sesi saringan perolehan *pitching*. Dalam jangka masa dua hingga tiga minggu, para pembekal akan dimaklumkan tentang tarikh dan jadual untuk *pitching* dilakukan. Lazimnya, sesi *pitching* akan dilaksanakan di RTM Angkasapuri mengikut tajuk-tajuk atau kategori tertentu yang diperlukan seperti drama bersiri, telemovie, majalah, candawara dan animasi. Seluruh syarikat produksi yang berdaftar sebagai pembekal dari seluruh negeri adalah layak menyertai *pitching* termasuk syarikat produksi dari Sabah dan Sarawak. Menurut Flora Juanis (2013), penerbit FTV Production dari Sabah, walaupun wujud faktor jarak kerana sesi saringan *pitching* lazimnya diadakan di Kuala Lumpur tetapi beliau tetap mengambil peluang tersebut untuk mengikuti dan membentangkan konsep idea rancangan televisyennya di RTM memandangkan stesen penyiaran tersebut adalah salah satu sumber pendapatan syarikat beliau.

Menurut Ellia Norni (2012), semasa hadir ke hari penilaian sesi saringan perolehan *pitching*, pembekal dikehendaki membawa salinan asal sijil pendaftaran klasifikasi daripada Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan bagi memastikan ketulenan atau kesahihan sijil berkenaan. Semasa sesi pembentangan *pitching* berjalan, antara perkara penting yang perlu disediakan oleh pembekal ialah pembentangan audio-visual dalam bentuk *Microsoft Power Point* serta empat salinan sinopsis dan *story treatment* bagi produk rancangan yang hendak dijual. Tiada had individu untuk hadir dalam sesi saringan *pitching*, mereka boleh hadir dua hingga ketiga orang mahupun lebih mengikut keselesaan pihak pembekal. Pembentang yang akan *pitching* tentang produk rancangan mereka haruslah terdiri daripada penulis skrip atau pencetus idea kepada konsep rancangan. Namun, jika pihak tersebut tidak dapat hadir, maka wakil yang membentangkan konsep rancangan harus tahu keseluruhan cerita atau konsep rancangan serta berupaya membentang dengan baik dan lancar di hadapan panel.

Setelah selesai di peringkat saringan *pitching*, syarikat pembekal yang berjaya akan dinilai semula oleh panel kedua yang diketuai oleh Ketua Setiausaha Kementerian. Kertas kerja pembekal yang melepasi penilaian ini sahaja yang akan ditawarkan untuk tujuan penerbitan dan seterusnya adalah peringkat mesyuarat penerbitan. Setelah setuju dengan semua perkara yang dibincangkan dalam mesyuarat penerbitan, pihak pembekal atau syarikat produksi ini dibenarkan untuk melakukan kerja-kerja produksi. Selepas menyiapkan kerja-kerja penggambaran termasuk kerja-kerja suntingan atau pascaproduksi, pihak pembekal perlu menghantar produk mereka kepada RTM untuk penilaian dalam bentuk DVD. Unit yang bertanggungjawab dalam membuat penilaian teknikal terhadap produk-produk rancangan yang telah siap adalah Unit Kawalan Kualiti. Menurut Zainal Abidin Asri (2012), unit ini terdiri daripada pegawai yang berpengalaman dan mereka berperanan dalam memastikan bahan-bahan daripada pembekal tersebut adalah mengikut piawaian teknikal yang ditetapkan RTM. Bayaran akan dibuat kepada syarikat selepas penilaian produk dilakukan dan sedia untuk disiarkan.

Sistem *pitching* dilihat sebagai satu sistem pengurusan yang lebih mudah berbanding dengan sistem lain yang pernah diperkenalkan di RTM. Namun, sistem *pitching* juga menimbulkan isu dan cabaran kepada pihak penerbit atau syarikat produksi. Antaranya penerbit masih ragu tentang pelaksanaan sistem *pitching* ini dalam menentukan produk rancangan sesebuah syarikat itu dipilih oleh panel RTM. Adakah ia berdasarkan cerita yang dibentangkan atau ada aspek lain? Wujud persoalan bagaimana panel tersebut dapat menentukan cerita atau rancangan yang terbaik daripada sepuluh atau lebih syarikat yang hadir ke sesi saringan *pitching* bagi kategori yang sama? (*Berita Harian*, 2009). Para penerbit

tidak pasti bagaimana dalam masa lima minit mereka dapat meyakinkan panel melalui pembentangan semata-mata dan seterusnya panel itu memilih sesebuah syarikat produksi sehingga ke peringkat seterusnya (Tony Francis, 2013).

Selain itu, pihak penerbit juga meragui pada kemampuan ahli panel penilai yang dikatakan tidak memahami selok-belok penerbitan dan aspek teknikal dalam penerbitan (*Berita Harian*, 2010). Namun, pihak RTM menyatakan bahawa panel penilai yang dilantik untuk menilai dalam sesi saringan *pitching* adalah mengikut kepakaran dan kemampuan mereka. Malah, mereka telah diberi taklimat khas dan dibekalkan dengan terma rujukan yang komprehensif berkenaan pemilihan produk rancangan bagi memastikan rancangan yang dipilih adalah menepati kehendak siaran serta objektif RTM (*Laporan Kertas Dasar Jabatan Penyiaran Malaysia*, 2012).

KESIMPULAN

Setiap kaedah perolehan bekalan rancangan televisyen oleh RTM telah menimbulkan isu dan seterusnya cabaran kepada pihak penerbit atau syarikat produksi dalam usaha untuk memasarkan dan menjual produk atau rancangan televisyen mereka ke stesen tersebut. Isu yang timbul antara pihak syarikat produksi dengan RTM yang mewakili Kementerian Penerangan (kini dikenali sebagai Kementerian Komunikasi dan Multimedia) disebabkan wujud ketidakcekapan dalam aspek pelaksanaannya. Seperti yang dibincangkan di atas, walaupun terdapat syarat-syarat yang ditetapkan dalam setiap sistem pengurusan dalam kaedah perolehan rancangan, proses pengagihan jam, proses pembahagian slot, pemilihan tender dan syarikat sering menimbulkan keraguan dan pertanyaan dalam kalangan syarikat produksi tempatan yang mengikuti setiap prosedur yang ditetapkan. Antaranya ada syarikat produksi menganggap 'hubungan baik' antara pihak-pihak berkepentingan di pihak Kementerian atau RTM lebih penting berbanding dengan kemampuan atau kebolehan syarikat dalam menghasilkan rancangan televisyen yang berkualiti. Namun begitu, diyakini perubahan yang berlaku terhadap kaedah perolehan yang bermula daripada sistem agihan jam sehingga kepada sistem *pitching* bertujuan untuk memperbaiki sistem pengurusan kaedah perolehan RTM. Seterusnya, pihak stesen RTM juga berusaha untuk mengurangkan serta mengatasi isu-isu yang timbul ketika pelaksanaan sistem sebelumnya dilakukan. Akhir sekali, perubahan yang berlaku dalam kaedah perolehan rancangan juga bertujuan memastikan pihak syarikat produksi dapat menghasilkan rancangan atau program televisyen yang bermutu untuk dibekalkan kepada pihak RTM selaku pembeli terbesar dalam pasaran televisyen di Malaysia.

RUJUKAN

- Berita Harian*. (2009). RTM tidak professional agihkan slot siaran. 2 Disember. Muat turun pada 5 Disember 2009 daripada www.bharian.com.my.
- Berita Harian*. (2009). Dr Rais perlu selesaikan isu slot siaran RTM. 3 Disember. Muat turun pada 5 Disember 2009 daripada www.bharian.com.my.
- Bernama*. (2007). Kaedah Baru Perolehan RTM Atasi Masalah Siaran. 2 Mac. Muat turun pada 5 Disember 2009 daripada www.bernama.com.
- Garis Panduan Pelaksanaan Pendaftaran dan Klasifikasi Panel Pembekal Program Televisyen RTM*. (2007). Kuala Lumpur: Jabatan Penyiaran Malaysia.
- Harian Metro*. (2012). Drama TV Perlu Berubah. 16 April. Muat turun pada 13 Mac 2014 daripada www.hmetro.com.my.
- Laporan Ketua Pengarah Penyiaran*. 2010.
- Laporan Jawatankuasa Perolehan RTM*. 2007.
- Laporan Kertas Dasar Jabatan Penyiaran Malaysia*. 2006.
- Laporan Penyata Rasmi Dewan Rakyat*. 2006.
- Md. Salleh Hj Hassan & Ezhar Tamam. (2009). *Keberkesanan media massa dalam kajian memupuk dan memperkukuhkan perpaduan negara dan integrasi nasional*.
- Mohd. Yahya Mohamed Ariffin & Md Sidin Ahmad Ishak. (2011). Pengaruh persekitaran ke atas polisi organisasi media dalam konteks perhubungan media di Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*. Jld. 3 (1): hlm. 37 – 49.
- R. Karthigesu. (1994). *Sejarah perkembangan televisyen di Malaysia (1963 – 1983)*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Utusan Malaysia*. (2002). Tender: Penerbit harap RTM telus. 6 Mac. Dimuat turun pada 17 Mei 2007 daripada www.utusan.com.my.
- Utusan Malaysia*. (2002). Tender RTM wajar pilih penerbit yang layak. 4 Mac. Dimuat turun pada 17 Mei 2007 daripada www.utusan.com.my.
- Utusan Malaysia*. (2007). RTM Lulus 624 Tender Perolehan Rancangan Baru. 14 November. Dimuat turun pada 23 November 2007 daripada www.utusan.com.my.
- Utusan Malaysia*. (2007). Tender Baru RTM Mudahkan Penerbit. 22 Ogos. Dimuat turun pada 23 November 2007 daripada www.utusan.com.my.

Informan

- Ilia Norni Elias, RTM Angkasapuri, Kuala Lumpur, temu bual pada 29 Oktober 2012.
- Flora Juanis Sallemuda, FTV Productions Sdn. Bhd., Kota Kinabalu, temu bual pada 26 November 2013.
- Jurey Latiff Rosli, Dewan Resital, UMS Kota Kinabalu, Sabah. Kuala Lumpur, temu bual pada 22 Mei 2012.
- Norsahar Ahmad, Syarikat Immortelle Creative Sdn. Bhd., Kota Kinabalu, temu bual pada 3 September 2013.
- Sarimah Mahran, Citra Ummah Network, Sarawak, temu bual dalam talian pada 15 Februari 2014.
- Tony Francis Gitom, Penampang Studio, Kota Kinabalu, temu bual pada 22 Disember 2013.

- T. S Jeffry, Pentas Wayang Production Sdn. Bhd., Kuala Lumpur, temu bual dalam talian pada 6 April 2014.
- Zainal Abidin Asri, RTM Angkasapuri, Kuala Lumpur, temu bual pada 30 Oktober 2012.
- Zaini Kosnin, ZK Creative Sdn. Bhd., Kuala Lumpur, temu bual dalam talian pada 10 September 2013.
- Zauyah Yusof, RTM Angkasapuri, Kuala Lumpur, temu bual pada 1 November 2012.

