



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

REKA BENTUK PINGGAN HIDANGAN SERAMIK TEMPATAN DI RESTORAN HOTEL DI LANGKAWI, KEDAH

HASLINDA BINTI MD. NAZRI



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

2025



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**REKA BENTUK PINGGAN HIDANGAN SERAMIK TEMPATAN DI
RESTORAN HOTEL LANGKAWI, KEDAH**

HASLINDA BINTI MD. NAZRI



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**TESIS DIKEMUKAKAN BAGI MEMENUHI SYARAT UNTUK MEMPEROLEH
IJAZAH DOKTOR FALSAFAH**

**FAKULTI SENI, KELESTARIAN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

2025



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi



Sila tanda (v)

Kertas Projek

Sarjana Penyelidikan

Sarjana Penyelidikan dan Kerja Kursus

Doktor Falsafah

INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH**PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN**

Perakuan ini telah dibuat pada15.....(hari bulan).....4..... (bulan) 20.25.....

i. Perakuan pelajar :

Saya, HASLINDA MD.NAZRI, P20181001696, FSKIK (SILA NYATAKAN NAMA PELAJAR, NO. MATRIK DAN FAKULTI) dengan ini mengaku bahawa disertasi/tesis yang bertajuk REKA BENTUK PINGGAN HIDANGAN SERAMIK TEMPATAN DI RESTORAN HOTEL LANGKAWI, KEDAH

adalah hasil kerja saya sendiri. Saya tidak memplagiat dan apa-apa penggunaan mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dilakukan secara urusan yang wajar dan bagi maksud yang dibenarkan dan apa-apa petikan, ekstrak, rujukan atau pengeluaran semula daripada atau kepada mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dinyatakan dengan sejelasnya dan secukupnya



Tandatangan pelajar

ii. Perakuan Penyelia:

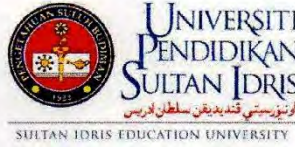
Saya, PM DR ABDUL AZIZ BIN ZALAY@ZALI (NAMA PENYELIA) dengan ini mengesahkan bahawa hasil kerja pelajar yang bertajuk REKA BENTUK PINGGAN HIDANGAN SERAMIK TEMPATAN DI RESTORAN HOTEL DILANGKAWI, KEDAH

(TAJUK) dihasilkan oleh pelajar seperti nama di atas, dan telah diserahkan kepada Institut Pengajian Siswazah bagi memenuhi sebahagian/sepenuhnya syarat untuk memperoleh Ijazah DOKTOR FALSAFAH (SLA NYATAKAN NAMA IJAZAH).

Tarikh

Tandatangan Penyelia





**INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH /
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES**

**BORANG PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS/DISERTASI/LAPORAN KERTAS PROJEK
DECLARATION OF THESIS/DISSERTATION/PROJECT PAPER FORM**

Tajuk / Title: REKA BENTUK PINGGAN HIDANGAN SERAMIK TEMPATAN DI
DI RESTORAN HOTEL LANGKAWI, KEDAH

No. Matrik / Matric's No.: P20181001696

Saya / I : HASLINDA MD.NAZRI

(Nama pelajar / Student's Name)

mengaku membenarkan Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek (Kedoktoran/Sarjana)* ini disimpan di Universiti Pendidikan Sultan Idris (Perpustakaan Tuanku Bainun) dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-

acknowledged that Universiti Pendidikan Sultan Idris (Tuanku Bainun Library) reserves the right as follows:-

1. Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek ini adalah hak milik UPSI.
The thesis is the property of Universiti Pendidikan Sultan Idris
2. Perpustakaan Tuanku Bainun dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan dan penyelidikan.
Tuanku Bainun Library has the right to make copies for the purpose of reference and research.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan Tesis/Disertasi ini sebagai bahan pertukaran antara Institusi Pengajian Tinggi.
The Library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.
4. Sila tandakan (✓) bagi pilihan kategori di bawah / Please tick (✓) for category below:-

SULIT/CONFIDENTIAL

Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub dalam Akta Rahsia Rasmi 1972. / Contains confidential information under the Official Secret Act 1972

TERHAD/RESTRICTED

Mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan ini dijalankan. / Contains restricted information as specified by the organization where research was done.

TIDAK TERHAD / OPEN ACCESS

(Tandatangan Pelajar/ Signature)

(Tandatangan Penyelia / Signature of Supervisor
& (Nama & Cop Rasmi / Name & Official Stamp)

Tarikh: _____

Catatan: Jika Tesis/Disertasi ini **SULIT @ TERHAD**, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai **SULIT** dan **TERHAD**.

Notes: If the thesis is **CONFIDENTIAL** or **RESTRICTED**, please attach with the letter from the organization with period and reasons for confidentiality or restriction.



PENGHARGAAN

Alhamdulillah, dengan izin daripada yang Maha Esa, tesis ini telah berjaya disiapkan. Setinggi – tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih dirakamkan kepada Prof. Madya Dr Abdul Aziz bin Zalay@Zali di atas segala dorongan, nasihat, bantuan dan keprihatinan semasa menyempurnakan tesis ini. Pandangan, bimbingan serta tunjuk ajar yang diberikan oleh beliau banyak membantu kepada kejayaan tesis ini. Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada penyelia bersama Ts. Dr Muhammad Firdaus bin Ramli yang memberikan bantuan semasa kajian ini dijalankan. Saya juga ingin merakamkan jutaan terima kasih yang tidak terhingga kepada suami, Mohd Nur bin Hamidon di atas segala pengorbanan, dorongan dan kesabaran beliau semasa mengiringi saya mengharungi segala cabaran sepanjang tempoh pengajian ini. Tidak lupa, khas untuk kedua- dua anak kesayangan saya, Nur Hasya Mikayla dan Nur Hasya Malaiqa yang amat sabar tanpa kehadiran saya disisi mereka semasa tempoh pengajian ini. Ucapan jutaan terima kasih diucapkan kepada ibu saya, Fatimah binti Ariffin serta arwah ayah saya, Md.Nazri bin Hashim dan ahli keluarga saya yang telah memberikan galakkan dan dorongan sepanjang kajian ini. Mereka menjadi sumber inspirasi kepada saya ketika menyiapkan tesis ini. Akhir sekali, sahabat-sahabat seperjuangan saya yang sentiasa menemani saya dan menghulurkan bantuan, motivasi serta berjuang bersama-sama saya untuk mengharungi cabaran sepanjang tempoh pengajian ini.





ABSTRAK

Salah satu daripada matlamat reka bentuk pinggan hidangan seramik yang berkualiti adalah untuk melengkapkan domain maklumat ke dalam reka bentuk yang boleh digunakan. Ia akan terhasil apabila reka bentuk tersebut memenuhi keperluan pengguna. Meneroka keperluan pasaran baru dan kajian tentang keutamaan pasaran adalah penting dalam menemui pasaran sasaran. Berdasarkan kajian pasaran sebelum ini, industri perhotelan di Malaysia nampaknya mempunyai potensi besar untuk diterokai. Hotel merupakan salah satu pemain utama dalam seni dan industri kreatif. Bagi hotel yang mempunyai *speciality restaurant*, menu yang dihidangkan mempunyai elemen moden dan *haute cuisine*, pemilihan pinggan hidangan seramik untuk dihidangkan bersama menu perlu mempunyai elemen yang bersesuaian dengan menu yang dihasilkan. Dengan gaya kemewahan, objek karya seni seperti seramik digunakan sebagai medium komunikasi estetika dalam mendorong kehadiran pengunjung menginap di hotel mereka. Oleh itu, kajian ini bertujuan untuk meneroka hubungan persepsi estetika manusia terhadap ciri visual yang diekstrak daripada pinggan seramik yang digunakan. Penyelidikan ini menggunakan pendekatan kajian kualitatif iaitu kaedah pemerhatian lapangan berstruktur, temu bual dan analisis data yang bersistematik. Seratus produk pinggan hidangan seramik telah dikumpul dan dinilai menggunakan kaedah analisis kandungan. Objektif ini bertujuan mengenal pasti reka bentuk pinggan hidangan seramik yang digunakan oleh restoran hotel ini. Kajian mendapati jenis reka bentuk organik yang mendapat permintaan tinggi di kalangan restoran hotel tersebut. Selain itu, warna, tekstur, garisan dan imej turut menjadi ciri penting dalam pinggan seramik yang digunakan di restoran hotel. Kajian ini membolehkan artis dan pengusaha seramik tempatan untuk memahami dengan lebih jelas tentang kriteria pinggan seramik yang dikehendaki oleh industri perhotelan di Pulau Langkawi, Kedah. Hasil daripada kajian ini dapat membantu industri seni, khususnya artis, usahawan seramik, pendidik seni, pelajar dalam menghasilkan garis panduan pinggan seramik untuk keperluan pasaran khususnya industri perhotelan. Kajian ini akan meningkatkan perancangan pasaran strategik dan berorientasikan sasaran untuk pasaran pinggan seramik di Langkawi, Kedah.





LOCAL CERAMIC TABLEWARE DESIGNS AT LANGKAWI HOTEL RESTAURANTS IN KEDAH

ABSTRACT

One of the objectives of a high-quality ceramic tableware design is to internalize the information domain and express it in the form of a design that could be used. This will materialize if the design is able to fulfil the consumer's needs. Hence, exploring the new market demand and research on the priorities in marketing are significant to determine the target market. Based on previous market studies, Malaysia's hospitality industry specifically the hotel industry has a great potential to be explored as it is one of the key players in art and creative industry. For hotels that have speciality restaurant, in which the menu served contains modern elements and haute cuisine, the choice of ceramic tableware must complement the food presentation. For an elegant presentation, an artwork such as ceramic is used as an aesthetic communication in drawing people to stay at their hotels. Thus, this research aims to explore the relation between human aesthetic perception and the visual characteristics extracted from the ceramic tableware used. In this study, the qualitative approach is applied through structured site observation, interviews and systematic data analysis. A hundred ceramic tableware products were collected and evaluated using the content analysis method. It was done to identify the ceramic tableware designs that were used by the hotel restaurant. Findings indicated that the organic design received high demand among the hotel restaurants. In addition, colours, textures, lines and images have also become important characteristics in ceramic tableware used by these restaurants. This research enables artists and local ceramic producers to clearly understand the criteria of ceramic tableware preferred by the hotel industry in Langkawi, Kedah. Results from the study are able to assist the art industry, specifically the artists, ceramic producers, art educators and students in producing a ceramic tableware guideline for the market, particularly the hotel industry. Lastly, this research will also add to strategic planning and target-oriented marketing for ceramic tableware market in Langkawi, Kedah.



KANDUNGAN

Muka Surat

PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN	ii
PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS	iii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	xiii
SENARAI RAJAH	xv
SENARAI LAMPIRAN	xxiii

BAB 1 PENGENALAN

1.1	Pengenalan	1
1.2	Latar Belakang Kajian	2
1.3	Masalah Kajian	17
1.4	Objektif Kajian	23
1.5	Persoalan Kajian	24
1.6	Kepentingan Kajian	25
1.7	Batasan Kajian	45
1.8	Kerangka Teori	49

BAB 2 KAJIAN LITERATUR

2.1	Pengenalan	58
2.2	Definisi Seni	62

2.3	Sejarah Seramik	65
2.4	Definisi Seramik	68
2.5	Asal Usul Seramik Di Semenanjung Malaysia	70
2.6	Seramik Moden dan Tradisional	72
2.7	Perkembangan Industri Seramik	76
2.8	Kegunaan Seramik	78
2.9	Klasifikasi Seramik	79
2.9.1	Klasifikasi Produk Seramik	80
2.9.1.1	Produk Kegunaan Pengguna (Tableware)	81
2.9.1.2	Produk Kegunaan Pengguna Di Dapur	85
2.9.1.3	Produk Artistik	86
2.9.1.4	Produk Kelengkapan Rumah	87
2.9.1.5	Produk Kelengkapan Di Bilik Air	87
2.10	Definisi Istilah Seni Kulinari	88
2.11	Trend Hidangan Semasa	96
2.12	Industri Hotel	98
2.13	Gastronomi	99
2.13.1	Perkembangan Gastronomi Di Malaysia	101
2.13.2	Konsep Pelancongan Gastronomi	104
2.14	Perbincangan Kerangka Teori	107
2.14.1	Emosi	107
2.14.2	Hubungan Emosi Dalam Reka Bentuk	108
2.14.3	Teori Pendekatan Reka Bentuk Emosi	111

BAB 3 METODOLOGI

3.1	Pengenalan	122
3.2	Kaedah Kajian	123
3.2.1	Pendekatan Kajian	123
3.2.2	Reka Bentuk Kajian	125
3.3	Kaedah Pengumpulan Data	127
3.4	Kajian Perpustakaan	128
3.5	Teknik Pengumpulan Data	130
3.5.1	Proses Pengumpulan Data	132
3.6	Instrumen Kajian	135
3.7	Kajian Rintis	138
3.8	Kaedah Pemerhatian	139
3.8.1	Jenis Pemerhatian Mengikut Peranan Penyelidik	140
3.8.1.1	Pemerhatian Biasa/ Tidak Turut Serta (Non-Participant)	141
3.8.1.2	Pemerhatian Turut Serta (Participant)	141
3.8.1.3	Catatan Atau Senarai Semak (Pemerhatian)	142
3.9	Kaedah Dokumentasi	142
3.9.1	Catatan Atau Senarai Semak (Dokumentasi)	146
3.10	Kaedah Rakaman Visual	146
3.10.1	Kaedah Rakaman Audio, Video dan Rakaman Gambar Foto	146
3.10.2	Catatan Atau Senarai Semak (Visual Rakaman)	149

3.11	Kod Data	150
3.12	Matrix Pengumpulan Data	151
3.13	Analisis Data Model Miles dan Huberman	152
3.14	Durasi Penyelidikan Mengikut Fasa	155

BAB 4 DAPATAN KAJIAN

4.1	Pengenalan	157
4.2	Ilham Studio	158
4.2.1	Permulaan Perkembangan Seramik Buatan Tangan Di Restoran Hotel	162
4.3	<i>The Ritz Carlton</i> , Langkawi	175
4.3.1	Sejarah <i>The Ritz Carlton</i> Langkawi	175
4.3.2	Restoran Di <i>The Ritz Carlton</i> , Langkawi	179
4.3.2.1	<i>The Langkawi Kitchen</i>	180
4.3.3	Ritual Budaya Di Restoran <i>Langkawi Kitchen</i>	193
4.3.4	Reka Bentuk Produk Seramik Yang Digunakan Di <i>Langkawi Kitchen</i>	198
4.3.5	Set Kutleri	201
4.3.6	Jadual Analisis Jenis-Jenis Pinggan Mangkuk Yang Digunakan di <i>Langkawi Kitchen</i>	205
4.3.6.1	Jadual Analisis	206
4.3.7	Motif Reka Bentuk Subjek	212
4.3.7.1	Motif Produk Set Hidangan	214
4.3.7.2	Koleksi Pinggan Dengan Reka Bentuk Motif Bunga <i>Cyanthillium Cinereum</i>	219
4.3.7.3	Penggunaan Pinggan Mangkuk	236

Pada Menu Hidangan Berasingan

4.3.8	Promosi Koleksi Pinggan Mangkuk Tempatan Kepada Pelancong	239
4.3.9	Laporan ATLAS.ti	241
4.4	Hotel <i>St Regis</i> , Langkawi	248
4.4.1	Restoran di Hotel <i>St Regis</i> , Langkawi	252
4.4.2	Restoran <i>Kayu Puti</i> , <i>St Regis</i> , Langkawi	256
4.4.3	Reka Bentuk Produk Seramik di <i>Kayu Puti</i> <i>St Regis</i> , Langkawi	273
4.4.4	Jenis –Jenis Pinggan Mangkuk Yang Digunakan Di <i>Kayu Puti</i> , <i>St Regis</i> , Langkawi	277
4.4.5	Jadual Analisis	278
4.4.6	Dekorasi Reka Bentuk Subjek	285
4.4.7	Koleksi Pinggan Di <i>Kayu Puti</i> , <i>St Regis</i> , Langkawi	287
4.4.8	Data ATLAS.ti	326
4.5	Hotel <i>The Datai</i> Langkawi	333
4.5.1	Restoran di <i>The Datai</i> Langkawi	347
4.5.2	<i>The Gulai House</i>	357
4.5.3	Reka Bentuk Produk Seramik Di <i>The</i> <i>Gulai House</i>	370
4.5.3.1	Jenis- Jenis Pinggan Mangkuk Yang Digunakan di <i>The Gulai</i> <i>House</i>	375
4.5.4	Jadual Analisis	376
4.5.5	Analisis ATLAS.ti	415
4.6	Rumusan Keseluruhan Analisis Menggunakan ATLAS.ti	422
4.7	Ringkasan Keseluruhan	428

4.7.1	Jenis- Jenis Produk Keramik Yang Digunakan Di Restoran Hotel	428
4.7.2	Perbandingan Perubahan Elemen Reka Bentuk Pada Produk Set Hidangan Yang Digunakan di Restoran Hotel	429
4.7.3	Menganalisa Reka Bentuk, Rupa, Motif Produk Set Hidangan Yang Digunakan di Restoran Tersebut	438

BAB 5 PERBINCANGAN, RUMUSAN DAN CADANGAN

5.1	Pengenalan	441
5.2	Ringkasan Kajian	442
5.3	Perbincangan Dapatan Kajian	445
5.3.1	Ringkasan Kajian (Reka Bentuk Subjek)	446
5.3.2	Ringkasan Kajian (Warna)	448
5.3.3	Ringkasan Kajian (Tekstur)	451
5.3.4	Ringkasan Kajian (Garis)	453
5.3.5	Ringkasan Kajian (Imej)	455
5.3.6	Cadangan Garis Panduan Reka Bentuk Keramik Yang Digunakan Di Restoran Hotel	456
5.4	Sumbangan Terhadap Perkembangan Pengetahuan Dalam Bidang Yang Dikaji	460
5.5	Cadangan Memperkasa Bidang Seni Keramik	464

BIBLIOGRAFI	467
--------------------	-----

LAMPIRAN	475
-----------------	-----

SENARAI JADUAL

No. Jadual	Muka Surat
1.1	Pendapatan Pelancong Di Langkawi, Sumber Dari LADA 33
1.2	Jumlah Pelancong Di Langkawi, Sumber Dari LADA 33
2.1	Teori Emosi 108
2.2	Jenis- Jenis Emosi 110
2.3	Teori Rekaan 111
3.1	Pengekodan Data Yang Digunakan Oleh Santhi A/P Letchuman 150
3.2	Durasi Penyelidikan Mengikut Fasa 156
4.1	Graf Bagi Bentuk Pinggan Mangkuk Di Langkawi Kitchen 245
4.2	Graf Bagi Warna Pinggan Mangkuk Di Langkawi Kitchen 246
4.3	Graf Bagi Tekstur Pinggan Mangkuk Di Langkawi Kitchen 247
4.4	Graf Jenis Garisan Pinggan Mangkuk Di Langkawi Kitchen 247
4.5	Graf Bagi Bentuk Pinggan Mangkuk Di Kayu Puti 330
4.6	Graf Bagi Warna Pinggan Mangkuk Di Kayu Puti 331
4.7	Graf Bagi Tekstur Pinggan Mangkuk Di Kayu Puti 331
4.8	Graf Jenis Garisan Pinggan Mangkuk Di Kayu Puti 332
4.9	Graf Bagi Bentuk Pinggan Mangkuk Di The Gulai House 419
4.10	Graf Bagi Warna Pinggan Mangkuk Di The Gulai House 420
4.11	Graf Bagi Tekstur Pinggan Mangkuk Di The Gulai House 421
4.12	Graf Bagi Garisan Pinggan Mangkuk Di The Gulai House 421
4.13	Graf Bagi Reka Bentuk Keseluruhan 423
4.14	Graf Bagi Warna Keseluruhan 424
4.15	Graf Bagi Tekstur Keseluruhan 425

4.16	Graf Bagi Garisan Keseluruhan	426
4.17	Graf Bagi Imej Keseluruhan	427

SENARAI RAJAH

No. Rajah	Muka Surat
1.1 Hidangan Yang Menggunakan Seramik Di The Ritz Carlton, Langkawi	37
1.2 Hidangan Yang Menggunakan Seramik Di The Ritz Carlton, Langkawi	37
1.3 Hidangan yang menggunakan seramik di The Ritz Carlton, Langkawi	38
1.4 <i>Mr. Radzi's black bee honey, panna cotta sour honey gel, vanilla sponge, grapefruit pomelo, orange, Thai basil, lime sorbet</i>	39
1.5 Menu Yang Mempunyai Nama Pemilik Ilham Studio	40
1.6 Sesi Pembentangan Sedang Dilakukan	44
1.7 Sesi Bergambar Semasa Sidang Utama Berlangsung	44
1.8 Jumlah Kehadiran Pelancong Di Langkawi	47
1.9 Kerangka Model Emotion Design Dengan Menggunakan Theory Donald Norman	51
2.1 Peta Negeri Kedah Darul Aman	60
2.2 Daerah di Pulau Langkawi	61
2.3 <i>Lilian Torlen Clay Plates</i>	73
2.4 Labu Sayong Yang Dihasilkan Oleh Puan Hawa Binti Ngah Salam	76
2.5 Kerangka Konsep Kajian	111
3.1 Carta Alir Proses	125
3.2 Carta Teknik Pengumpulan Data	131
3.3 Carta Proses Pengumpulan Data	132
3.4 Bentuk Dokumentasi Bahan Bertulis	144
3.5 Bentuk Dokumentasi Data Visual	145
3.6 Analisis Data Menggunakan Model Interaktif Miles	152

Dan Huberman

4.1	En Radzi Ismail	158
4.2	Pintu Masuk Ke Komplek Kraf Langkawi	163
4.3	Pandangan Atas Komplek Kraftangan Langkawi	163
4.4	Aktiviti Mencanting Batik	164
4.5	Aktiviti Pembuatan Produk Seramik	165
4.6	Pintu Utama Ruang Pameran	167
4.7	Pintu Masuk Kedua Ruang Pameran	167
4.8	Ruang Dalam Pameran Ilham Studio	168
4.9	Ruang Dalam Pameran Ilham Studio	168
4.10	Produk Yang Terdapat Di Ruang Pameran	169
4.11	Produk Pameran Di Ruang Pameran	169
4.12	Pandangan Hadapan Bengkel Kedua Ilham Studio	171
4.13	Ruang Pameran	171
4.14	Ruang Bengkel Seramik	172
4.15	Ruangan Kerja	172
4.16	Ruang Penghasilan Produk Seramik Menggunakan Mesin Lemparan Alin	173
4.17	Ruang Pembakaran Produk Seramik	173
4.18	Proses Pengeringan Produk Sebelum Pembakaran Pertama Dilakukan	174
4.19	Produk Yang Sedang Dihasilkan Selepas Melalui Proses Pembakaran Pertama	174
4.20	Pintu Masuk <i>The Ritz Carlton</i> , Langkawi	176
4.21	Vila Rainforest <i>Deluxe Room Di Hotel Ritz Carlton</i> , Langkawi	177
4.22	Beach Vila Di <i>Hotel Ritz Carlton</i> , Langkawi	177



4.23	Spa <i>The Ritz Carlton</i>	178
4.24	Pintu Masuk Ke <i>Langkawi Kitchen</i>	181
4.25	Pandangan Sisi <i>The Langkawi Kitchen</i>	181
4.26	Ruang Dalaman <i>The Langkawi Kitchen</i>	182
4.27	Menu Set Hidangan Mahsuri	185
4.28	Menu Set Hidangan Machingchang	186
4.29	Menu Set Hidangan Matsirat	186
4.30	Menu Pembuka Selera Rendang Arancin	187
4.31	Pandangan Sisi Mangkuk Yang Digunakan Bagi Hidangan Satay	187
4.32	Pandangan Atas Mangkuk Seramik	188
4.33	Pandangan Atas Pinggan Yang Digunakan Untuk Hidangan Utama	188
4.34	Pinggan Yang Digunakan Bagi Hidangan Berkuah	189
4.35	Pandangan Atas Pinggan Mangkuk Yang Digunakan	189
4.36	Pasu Dan Bekas Lilin Sebahagian Daripada Dekorasi Meja	190
4.37	Set Pinggan Yang Digunakan Pada Setiap Meja	191
4.38	Pandangan Atas Pinggan Di Meja	192
4.39	Susun Atur Pinggan Pada Setiap Meja	192
4.40	Susun Atur Pinggan Pada Setiap Meja Di Ruang Makan Privasi	193
4.41	Mangkuk Dan Jag Yang Digunakan Untuk Membasuh Tangan	195
4.42	Sampel Mangkuk Yang Terdapat Di Ruang Pameran Komplek Kraf Langkawi	196
4.43	Sampel Jag Air Yang Terdapat Di Ruang Pameran Komplek Kraf Langkawi	196
4.44	Saiz Ukuran Piawai Yang Digunakan Dalam Industri Pembuatan Pinggan Mangkuk	199
4.45	Motif Bunga <i>Cyanthillium Cinereum</i> Yang Digunakan Di	215



Koleksi Pinggan Restoran *Langkawi Kitchen*

4.46	Struktur Tumbuhan <i>Cyanthillium Cinereum</i>	216
4.47	Pinggan 1	220
4.48	Pinggan 2	222
4.49	Pinggan 3	225
4.50	Pinggan 4	227
4.51	Pinggan 5	230
4.52	Pinggan 6	232
4.53	Pinggan 7	234
4.54	Menu Udang Berlada	237
4.55	Menu Satay Panggang Pak Mat	237
4.56	Menu Siakap Bakar Daun Lebar	238
4.57	Menu Samosa Kentang Karipule	238
4.58	Pelayan Memberikan Informasi Terhadap Penggunaan Pinggan Mangkuk Buatan Tempatan Di <i>Langkawi Kitchen</i>	240
4.59	Penggabung Rangkaian Dalam ATLAS.ti 22	241
4.60	Peta Awan Yang Dihasil Oleh ATLAS.ti 22	243
4.61	Jumlah Pengkodan Bagi Setiap Kod	244
4.62	Reka Bentuk Hotel <i>St Regis</i> , Langkawi	249
4.63	Ruang Dalaman Utama Di Hotel <i>St Regis</i>	249
4.64	Rumah Agam Yang Mempunyai 6 Tingkat Bangunan	251
4.65	Vila Di Atas Air Di <i>St Regis</i> , Langkawi	252
4.66	Pandangan Hadapan Pintu Masuk Ke <i>Kayu Puti</i>	258
4.67	Pintu Masuk Utama <i>Kayu Puti</i>	258
4.68	Bahagian Kedua, Ruang Makan Di <i>Kayu Puti</i>	259
4.69	Ruang Makan Yang Terdapat Lampu Gantung Hiasan	259

Yang Mempunyai Cengkerang

4.70	Ruangan Ketiga, Terdapat Bar Serta Kerusi Jemuran	260
4.71	Chef Mandy Goh, Eksekutif Chef Di <i>Kayu Puti</i>	261
4.72	Menu <i>The Journey</i>	263
4.73	Menu Vegetarian	264
4.74	Pembuka Selera Roti Gandum Walnut Bersama Sos Kastard	268
4.75	<i>Salad Of Market Fresh Mudcrabs</i>	268
4.76	<i>Cognac Infused Creamy Lobster Bisque</i>	269
4.77	<i>White Asparagus And King Salmon</i>	269
4.78	<i>Stanbroke Beef Tenderloin</i>	270
4.79	<i>Refreshment</i>	270
4.80	<i>Border Artisan Cheese Served With Chef Signature Homemade Condiments</i>	271
4.81	<i>Crème Brulee Inspired By Japanese Artisan Stone</i>	271
4.82	<i>Valrhono 85% Chocolate</i>	272
4.83	Saiz Ukuran Piawai Yang Digunakan Dalam Industri Pembuatan Pinggan Mangkuk	274
4.84	Pinggan 1	288
4.85	Pinggan 2	290
4.86	Pinggan 3	292
4.87	Pinggan 4	295
4.88	Pinggan 5	298
4.89	Pinggan 6	300
4.90	Pinggan 7	303
4.91	Pinggan 8	305
4.92	Pinggan 9	308



4.93	Pinggan 10	310
4.94	Pinggan 11	313
4.95	Pinggan 12	315
4.96	Pinggan 13	318
4.97	Pinggan 14	321
4.98	Pinggan 15	324
4.99	Peta Awan Yang Dihasil Oleh ATLAS.ti 22	326
4.100	Data Imej	327
4.101	Jumlah Pengekodaan Bagi Setiap Kod	329
4.102	Pandangan Sisi <i>The Datai</i> Langkawi	337
4.103	Ruang Lobi Utama, <i>The Datai</i> Langkawi	338
4.104	Ruang Makan Utama, <i>The Datai</i> Langkawi	338
4.105	Pelan Lantai <i>The Datai</i> Langkawi	339
4.106	Pelan Lantai Vila Rainforest	339
4.107	Bahagian Beranda Di Luar Vila	340
4.108	Hiasan Dalaman Dalam Vila	341
4.109	Produk Yang Terdapat Di Dalam <i>The Boutique</i>	342
4.110	Produk Seramik Dari Ilham Studio Yang Terdapat Di Dalam <i>The Boutique</i>	342
4.111	Produk Seramik Dari Ilham Studio Yang Terdapat Di Dalam <i>The Boutique</i>	343
4.112	Ruang Dalam <i>The Atelier</i>	344
4.113	Ruang Luar <i>The Lab</i>	345
4.114	Aktiviti Yang Dilakukan Bersama Kanak-Kanak Setempat	345
4.115	Produk-Produk Yang Dihasilkan Di <i>The Lab</i>	346
4.116	Pandangan Hadapan <i>The Gulai House</i>	359





4.117	Pandangan Hadapan <i>The Pavilion</i>	350
4.118	Pandangan Luar Ruang Makan <i>The Dining Room</i>	351
4.119	Gambarajah Ruang Dalam Bilik Wain	353
4.120	<i>The Beach Bar</i>	354
4.121	<i>The Lobby Lounge</i>	355
4.122	Lokasi Majlis Makan Malam Istimewa	356
4.123	Pandangan Hadapan Pintu Masuk <i>The Gulai House</i>	357
4.124	Hiasan Dalaman Di <i>The Gulai House</i>	357
4.125	Sudut Meja Bersila Di Dalam <i>The Gulai House</i>	358
4.126	Ruang Utama Di <i>The Gulai House</i>	358
4.127	Ketua Eksekutif Di The Gulai House Iaitu Chef Nazrie Shaaban	362
4.128	Menu Hidangan Pembuka Selera	363
4.129	Menu Hidangan Utama	364
4.130	Menu Hidangan Utama Berasaskan Hidangan Vegetarian	364
4.131	Menu Hidangan Utama Berasaskan Masakan India	365
4.132	Menu Pencuci Mulut	365
4.133	Menu Pembuka Selera Keropok Goreng	366
4.134	Menu Pembuka Selera Sate Ayam	366
4.135	Menu Hidangan Rendang Tulang Rusuk	367
4.136	Menu Kobis Buat Bersama Udang Kertas	367
4.137	Menu Ikan Kerapu Goreng	368
4.138	Menu Kari Ikan Tengggiri	368
4.139	Menu Rendang Daging	369
4.140	Saiz Ukuran Piawai Yang Digunakan Dalam Industri Pembuatan Pinggan Mangkuk	371
4.141	Mangkuk 1, Pandangan Atas	384





4.142	Mangkuk 1, Pandangan Sisi	384
4.143	Mangkuk 1, Pandangan Hadapan	385
4.144	Piring 2, Pandangan Atas	387
4.145	Piring 2, Pandangan Sisi	387
4.146	Mangkuk 3	390
4.147	Mangkuk 4, Pandangan Atas	392
4.148	Mangkuk 5, Pandangan Sisi	395
4.149	Mangkuk 6, Pandangan Atas	397
4.150	Mangkuk 7, Pandangan Atas	400
4.151	Mangkuk 8, Pandangan Atas	402
4.152	Mangkuk 9, Pandangan Atas	405
4.153	Mangkuk 10, Pandangan Atas	407
4.154	Mangkuk 10, Pandangan Sisi	408
4.155	Pinggan 11, Pandangan Atas	410
4.156	Pinggan 12, Pandangan Atas	413
4.157	Peta Awan Hasil Analisis oleh ATLAS.ti 22	415
4.158	Pengekodaan Data	418
5.1	Cadangan Garis Panduan Produk Seramik	457





LAMPIRAN

1. Borang Penilaian





BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Bab satu ini akan menjelaskan tentang kajian yang ingin dijalankan dan dihuraikan dalam beberapa bahagian sub topik kecil yang berkaitan dengan latar belakang kajian, pernyataan masalah, objektif kajian, persoalan kajian dan kepentingan kajian berlandaskan pendekatan kualitatif. Kajian ini akan mengemukakan teori yang bersesuaian untuk menghuraikan reka bentuk set hidangan seramik yang digunakan di restoran hotel. Kerangka konsep turut dibina bagi memperkukuhkan penyelidikan ini.





1.2 Latar belakang kajian

Perkataan Seramik adalah berasal daripada perkataan Greek iaitu *Keramos* yang bermaksud tanah liat yang digunakan sebagai material utama dalam penghasilan sebuah produk. Berdasarkan pemahaman tersebut, semua benda yang dihasilkan menggunakan material tanah liat, seterusnya berlaku proses pembakaran dengan suhu tinggi melebihi 600 darjah selsuis dikategorikan sebagai seramik (McKinnon 1991). Perkataan ini juga membawa maksud yang serupa dengan perkataan tembikar akan tetapi terma seramik lebih memberikan gambaran keseluruhan yang berkaitan dengan bahan tanah liat berbanding tembikar.

Seni tembikar telah mula dikesan sebagai hasil pertukangan paling awal semasa perkembangan tamadun manusia. Ia telah dicipta bagi memenuhi keperluan asas dalam kehidupan manusia sejagat. Dengan hanya berteraskan teknologi yang sederhana, mereka mampu menghasilkan produk kegunaan asas kehidupan yang berkualiti dan kreatif seperti yang telah dinyatakan oleh Othman Yatim(1978).

Sejarah telah membuktikan bahawa tembikar-tembikar telah lama wujud sejak awal wujudnya manusia, iaitu berfungsi bagi memenuhi keperluan mereka sendiri dalam kehidupan seharian. Secara tidak langsung kehadirannya memperlihatkan daya kreativiti dan seni kraftangan manusia yang tinggi mutunya walaupun mereka banyak mengalami rintangan yang bercorak fizikal, dan dari alam sekitar malah tanpa bantuan sebarang alat teknologi moden seperti yang kita nikmati kini (Othman Mohd.Yatim:1981).





Seramik telah mula digunakan sejak zaman awal Neolitik iaitu 10,000 tahun sebelum Masihi. Ini telah dibuktikan dengan jumpaan tapak penemuan di beberapa tempat seperti di Gua Cha (Kelantan) yang telah menemui tembikar hasil daripada penyelidik arkeologi iaitu Sieveking, pada tahun 1954 (Adi Taha 2000).

Sejarah awal penggunaan seramik dikalangan masyarakat tempatan bermula dengan bukti daripada arkeologi di Gua Niah yang menunjukkan bahawa kegiatan manusia di Borneo telah wujud kira-kira 40,000 tahun lampau. Kepulauan Borneo dihuni oleh Austronesia di antara 3,000 dan 2000 tahun sebelum masihi dan ini dapat dilihat dari amalan kebudayaan mereka dari segi pertanian bijirin, peralatan, batu bergelap, tembikar, tekstil, kaedah pengebumian dan juga kepercayaan kepada semangat kepercayaan atau spiritual.

Manusia zaman silam telah mengalami perubahan di awal kehidupan dan mula menggunakan tanah liat sebagai bahan mentah utama dalam menghasilkan bekas makanan dan cecair. Perubahan ini dapat dilihat apabila mereka mula menetap di sesuatu kawasan. Pembuatan tembikar ini semakin berkembang dengan hasil rekaan pelbagai jenis reka bentuk bagi memenuhi fungsi tembikar tersebut (Cooper 2000). Proses perubahan reka bentuk dan fungsi seramik ini mula berkembang, kesan daripada faktor perdagangan, pengembangan penduduk, kesenian, kepercayaan spiritual dan bersandarkan teknologi masyarakat yang menghasilkannya (Kramer 1969).





Seterusnya, pada akhir tahun 1950an, penyelidikan mengenai tembikar hanya menjurus kepada pencarian pentarikan bahan tersebut, namun telah mula berubah kearah penyelidikan mengenai perspektif yang lebih telus. Ia merangkumi proses pembuatan, kepentingan tembikar dalam sesuatu budaya pada sebuah masyarakat serta dari segi ekonomi (Cooper 2000).

Perkembangan tembikar di Malaysia bermula pada abad ke 7 sehingga abad ke 11 dengan penemuan aktiviti perdagangan di Santubung, Sarawak. Ketika itu Santubung merupakan pusat perdagangan yang terkemuka. Hampir semua pedagang-pedagang asing akan berlabuh untuk menjalankan perniagaan. Bermulanya penggunaan tembikar adalah daripada pedagang - pedagang cina. Mereka telah membawa tembikar untuk menyimpan makanan di sepanjang pelayaran. Tembikar ini telah digunakan untuk menyimpan pelbagai makanan kering, minuman serta berfungsi untuk menyimpan harta.

Pada masa kini, penggunaan seramik tidak lagi terhad kepada penggunaan harian sahaja. Ia telah mula berkembang menjadi sebuah sektor ekonomi industri yang maju. Seramik kini telah digunakan dalam industri perhotelan, hiasan dalaman, restoran dan landskap hijau. Antara kilang seramik yang terdapat di Malaysia ialah Claytan Group, Lavender Ceramic Sdn. Bhd, Takagi (Malaysia Sdn. Bhd) dan Franklin Porcelain.

Walaupun terdapat kilang seramik yang berskala besar di Malaysia, namun kewujudan syarikat kecil yang menampilkan produk seramik studio kian bertambah. Produk seramik studio ini mempunyai nilai estetika yang tersendiri dan reka bentuk yang lebih unik. Antara studio yang menghasilkan





produk seramik ini ialah Ilham Studio, Bendang Studio, Bangkita Art Studio, Bench Mark Studio, Sila Studio, Techno Ceramic, Touch of Clay dan Nizan design.

Sejarah industri perhotelan bermula sejak tamadun Babylon iaitu sebelum Masihi (Karim, 2007). Pada ketika itu, pedagang-pedagang bertukar barangan dagangan dari serata pelosok rantau. Tempat persinggahan sementara merupakan salah satu daripada tukaran dagangan pada masa itu khususnya bagi pedagang yang berasal jauh dari negara asal.

Di Malaysia, industri ini bermula pada zaman kesultanan Melayu Melaka apabila ramai pedagang asing datang berdagang di pelabuhan Melaka.

Pedagang asing dari China, Arab, Eropah dan negara-negara lain tinggal di persinggahan sementara (motel) untuk berehat seketika sebelum balik ke negara asal mereka.

Sejak tahun 1980 sehingga 1990-an, industri perhotelan mula berkembang dengan pesat. Ini dapat dilihat dengan kehadiran syarikat hotel gergasi mula bertapak di Malaysia. Antara hotel antarabangsa yang mula beroperasi pada ketika itu ialah Sheraton, Marriot, Ritz Carlton dan Regent.





Industri perhotelan di Malaysia dilihat mempunyai potensi yang besar untuk berkembang dengan lebih pesat pada masa akan datang. Mengikut statistik Kementerian Pelancongan, Seni dan budaya Malaysia tahun 2022, terdapat 5008 buah hotel yang berdaftar dengan pihak kementerian. Jumlah hotel semakin meningkat bagi menampung kemasukan pelancong yang melancong di Malaysia.

Industri Pelancongan pula adalah komposit aktiviti, perkhidmatan dan industri yang memberikan pengalaman dari segi sistem pengangkutan, makanan dan minum, penginapan, kedai –kedai serta perkhidmatan hospitaliti. Sektor-sektor industri yang terlibat dalam operasi perlancongan adalah terdiri daripada sektor pengangkutan, sektor penginapan, sektor perkhidmatan makanan dan sektor tarikan pelancongan (Goeldner & Ritchie, 2012).



Namun, produk yang menjadi tunjang kepada sektor pelancongan ialah pengalaman melancong itu sendiri (Schänzel, 2012) dan pelancong tidak mencari pembekal pengangkutan, penginapan atau makan dan minum sahaja, sebaliknya mereka mencari perjalanan yang menawarkan aktiviti pelancongan yang dapat memberikan pengalaman yang holistik (Gyimóthy, 2000).

Pelancongan sering dilihat sebagai medium kesejahteraan yang positif. Melalui aktiviti pelancongan, pelancong dapat menjana pengalaman fizikal, psikologi, kognitif, afektif dan spritual memandangkan aktiviti pelancongan menawarkan kesedaran, perkembangan dan pertumbuhan baharu (Kay Smith & Diekmann, 2017).





Hotel merupakan sebuah institusi yang menyediakan tempat kediaman dan bersifat sementara kepada pengunjung serta pelanggan. Pada masa dahulu, ia bermula hanya dengan satu bilik yang ringkas dan kini hotel semakin bertambah maju dengan menawarkan kemudahan lain seperti televisyen, bilik mandi dan penghawa dingin.

Sejajar dengan teknologi dan perubahan pada masa kini kebanyakan hotel turut mempunyai kemudahan yang lengkap seperti telefon, jam loceng, seterika, pengering rambut, sambungan internet, peti deposit keselamatan, sejadah, selipar, cerek elektrik dan penimbang berat. Hotel yang lebih besar mempunyai kemudahan tambahan yang lain seperti restoran, kolam mandi, taman kanak-kanak, perkhidmatan persidangan dan dewan bagi majlis sosial.



Industri hotel sangat berkait rapat dengan Kementerian Pelancongan, Seni dan budaya Malaysia. Malaysia merupakan negara yang sedang membangun, sangat menggalakkan industri pelancongan dan pelaburan terutama daripada pelabur-pelabur asing, oleh hal demikian industri perhotelan juga telah menjadi semakin penting bagi negara ini.

Dalam bidang perniagaan, persaingan hotel tidak dapat dielakkan. Sesebuah hotel perlu memastikan perkhidmatan mereka adalah yang terbaik supaya para pengunjung hotel dapat merasakan bahawa kedatangan mereka disambut dengan baik dan penuh mesra. Reka bentuk hotel serta rekaan dalaman sesebuah hotel memainkan peranan penting dalam mempengaruhi





pengunjung hotel. Setiap hotel di Malaysia mempunyai rekaan dalaman yang berbeza mengikut konsep yang diketengahkan oleh pihak pengurusan hotel.

Jika dilihat terdahulu, inisiatif yang dilakukan oleh pihak hotel untuk melakukan perubahan dari segi pemilihan produk set hidangan untuk kegunaan di restoran sangat kurang. Namun pada kebelakangan ini, restoran terkenal ataupun restoran hotel telah mula melakukan perubahan daripada menggunakan seramik industri yang putih dan berkilat, kini beralih kepada koleksi seramik buatan tangan.

Perubahan trend yang semakin ketara dan ia mula berkembang di dunia makanan dan kulinari. Sejak itu, para chef mula memecah tradisi dan mengorak langkah untuk memilih ke arah alternatif memilih koleksi seramik buatan tangan (*ceramic handmade*) berbanding porselin putih yang telah menghiasi meja restoran selama beberapa dekad.

Peralihan ini memberikan rasa keinginan mewah kepada pengguna kerana koleksi seramik buatan tangan yang digunakan merupakan suatu kolaborasi bersama pereka produk seramik yang meletakkan pemikiran dan kreativiti seiring dengan hidangan yang disediakan.

Seramik tempatan buatan tangan ini berfungsi sebagai lanjutan visual daripada ladang iaitu dari penggunaan bahan mentah masakan ke meja hidangan. Bagaimana ia diolah dan ditransformasi oleh chef sehingga menjadi suatu hidangan yang dapat memberikan pengalaman yang istimewa dan menakjubkan.





Dunia chef melalui fasa pendekatan yang lebih naturalistik pada hari ini. Golongan ini kini mahu melibatkan komuniti yang lebih luas, contohnya seperti petani, nelayan dan pereka. Titik perhubungan ini akan menghasilkan sesuatu yang hidangan yang unik di restoran dan menjadikan restoran mereka lebih dikenali.

Trend pelanggan kini sering berkongsi dan memuat naik di laman media sosial, hidangan yang menggunakan set seramik buatan tangan yang berona lebih gelap dan *matte* lebih cenderung kelihatan menawan dilihat oleh kaca mata warga siber daripada menggunakan seramik yang berwarna putih berkilat.

Pemikiran kreatif diluar kotak pereka produk seramik dalam menghasilkan koleksi produk hidangan seramik yang lebih elegan dan sukar didapati dipasaran kerana ia telah direka khas untuk sesebuah restoran berbanding dengan seramik berwarna putih berkilat yang mudah didapati.

Selain menjadi produk hidangan seramik yang berfungsi dan memiliki nilai estetika yang tinggi, koleksi khas seramik ini dapat membantu mencerminkan keseluruhan konsep chef untuk sebuah restoran yang diterjemahkan melalui hidangan yang *haute cuisine* atau hidangan istimewa restoran.

Ia bukan bermaksud untuk bersaing dengan makanan (hidangan) sebaliknya mengangkatnya ke peringkat yang lebih tinggi selaras dengan gaya potongan makanan dan tata rias hidangan tersebut. Ini boleh dilihat dengan kewujudan lebih banyak restoran hotel yang akan memberikan pengalaman





kepada pengunjung hotel yang pada masa kini lebih cenderung memilih gaya percutian elit.

Era pelancongan dunia dilihat berkembang secara drastik setelah Perang Dunia Kedua berlaku. Ini merupakan pertumbuhan dalam perjalanan manusia dalam usaha menerokai sumber ekonomi dan sosial telah membawa kepada pengembangan yang pesat dalam industri ini. “Di samping permintaan terhadap perjalanan yang meningkat dan penambakan corak perjalanan muncul pula perkembangan penginapan yang pesat dan kemudahan serta perkhidmatan pelancongan yang lain, khususnya untuk destinasi serta jenis tarikan pelancongan yang baru” (Inskeep,1996).

Kesan daripada globalisasi merupakan pencetus kepada peralihan corak aktiviti pembangunan pelancongan di negara membangun dalam berorientasikan domestik kepada berorientasikan global bagi tujuan negara memperolehi manfaat yang tinggi dalam pertukaran matawang (Dwyer,1997).

Proses globalisasi telah memberikan impak yang positif dapat dilihat melalui peningkatan hotel bertaraf antarabangsa dan pembentukan pelbagai pakej rangsangan percutian berprestij. Ia bertujuan dalam memenuhi citarasa pelancong yang mementingkan gaya hidup dan status sosial yang tinggi. Kesan daripada kehendak mereka ini telah dibawa dan diperkenalkan ke negara lain yang dikunjungi. Secara tidak langsung telah memansifestasikan komoditi pelancongan yang dipromosikan oleh agensi korporat dan pelancongan antarabangsa.





Pelancongan elit merupakan hasil daripada berlakunya proses globalisasi dalam industri pelancongan yang memerlukan objek atau produk pelancongan yang baru tanpa terhad kepada cita rasa dan kehendak masyarakat sesebuah negara. Produk tersebut tidak hanya untuk mewujudkan keinginan dan fantasi akan tetapi bermatlamat yang membolehkan ia digunakan, disaksikan, dilihat, dibeli, diambil gambar, diceritakan dan difahami oleh pelancong (Selwyn,1996). Inisiatif penghasilan produk ini akan mempergiatkan lagi pembangunan pelancongan di sesuatu tempat dan memperkenalkan budaya kepada para pelancong asing (Volkman, 1990).

Pada masa kini, faktor kejayaan restoran tidak hanya mementingkan keuntungan dalam perniagaan sahaja, tetapi melihat dalam satu kitaran yang melibatkan hasil dapatan sumber makan, produk hidangan un seramik berkolaborasi pereka produk seramik, teknik dekorasi, hiasan dalaman, sistem pengurusan yang cekap, dan ia akan mewujudkan serta meningkatkan keprihatinan dan pengalaman kepada pengguna.

Trend kini, restoran perlu memberi tumpuan kepada faktor hiburan dalam mewujudkan keseluruhan pengalaman pengguna. Reka bentuk hiasan dalaman restoran, pemilihan set hidangan makanan, penggunaan lampu dan pemilihan muzik latar yang dimainkan dititikberatkan agar dapat mencipta suatu suasana yang akan menjadi memori istimewa. Suasana ini secara tidak langsung akan mewujudkan peluang interaktif untuk pelanggan mengenali, menerokai serta sejarah di sebalik hidangan yang disediakan.





Kolaborasi bersama pereka produk seramik merupakan salah satu daripada pembuka jalan bagi mewujudkan kesinambungan makanan yang dipentaskan melalui set rekaan produk hidangan seramik yang unik dan elegan. Jika dahulu hanya chef menjadi wira bagi setiap kejayaan sesuatu hidangan, namun kini tidak berlaku sebaliknya.

Chef kini tidak lagi hanya perlu bergantung kepada mengeksploitasikan kualiti masakan mereka melalui pengetahuan dan kepakaran, sebaliknya perlu mengambil alternatif dimana pelanggan kini lebih tertarik dan mempunyai keinginan yang tinggi untuk mengetahui dengan lebih lanjut dan terperinci mengenai ramuan yang digunakan, bagaimana ia dihasilkan dan asal usul hidangan tersebut.



idea yang baharu dalam memberikan perkhidmatan yang terbaik untuk para pelanggan. Salah satu caranya ialah menterjemahkan diatas hidangan dengan menggunakan set hidangan seramik yang mempunyai nilai-nilai estetika yang tinggi.

Bahan mentah utama yang digunakan kini lebih berpihak kepada menggunakan hasil produk sumber tempatan berbanding dengan bahan mentah import. Secara tidak langsung dapat membantu komuniti tempatan dan meningkatkan sektor pengeluaran yang lebih berkualiti. Hubungan dua hala ini membantu chef dalam menyediakan menu yang menggunakan bahan mentah yang berkualiti dan segar. Secara tidak langsung penglibatan komuniti merupakan salah satu faktor kejayaan bagi suatu menu hidangan.





Seiring dengan peningkatan ekonomi semasa, pelanggan mula beralih kepada aliran hidangan mewah dan bermutu tinggi. Permintaan yang tinggi ini, memaksa perubahan yang besar dalam industri pemakanan dan restoran. Mereka lebih berpendidikan dan mempunyai sifat ingin tahu yang tinggi dan mahu menjadikan ia sebagai satu pengalaman yang menakjubkan.

Oleh itu para chef perlu bijak dalam mencipta menu yang dapat berikan penceritaan yang diterjemahkan melalui persembahan hidangan. Golongan pelanggan elit ini tidak memikirkan mengenai harga yang perlu dibayar untuk menikmati hidangan yang dapat mencipta suasana yang diinginkan dan pengalaman yang sukar didapati di tempat lain.

Jika dilihat, hasil rekaan produk atau karya seramik yang dihasilkan sejak abad ke 20 lebih ke arah kebaratan. Rekaan seramik kini mempunyai ciri-ciri yang lebih menuju ke arah kemodenan yang menjadi pendokong utama seni seramik di mata dunia. Ini tidak dapat disangkal lagi kerana ia telah melanda keseluruhan dunia seni pereka seramik secara keseluruhan seperti yang dinyatakan oleh Seoh;

However, in the modern days, the metropolis of ceramic arts has moved to Europe and America, as any others form of art. International organizations of ceramic art with members from all over the world founded their head quarters in Europe and United State; the Western artists are now the leaders, connecting to the rest of the world. The traditional art has been ousted by the waves from the West and plummeted to the boundaries, and





the respectable aesthetics and autogenic styles of the traditional art stated to disappear. (Seoh:2005)

Namun begitu, aliran ini telah mengubah kesedaran kepada pereka seramik untuk mengikut jejak langkah pereka negara Asia agar mengubah elemen rekaan yang dapat menonjolkan elemen-elemen tradisional.

Today, the Asian culture of the 21st century is slowly moving. The Growth of Asian culture, which started from the changes in the pop culture, is freeing itself from the Eastern-Western relations of accommodation and dependence, and rising as a creator. In ceramics art as well, the time has come for Asia to be a creator of the new styles that will lead the world, instead of



being receptive to the Western styles. (Seoh: 2005)

Fenomena ini telah mengubah aliran rekaan produk seramik di Malaysia khususnya. Setiap rekaan produk mempunyai elemen - elemen rekaan dan reka bentuk yang kontemporari dan sesuai dengan gaya rekaan hotel. Seiring dengan rekaan hiasan dalaman bagi sesebuah restoran tersebut. Elemen reka bentuk diterapkan pada setiap rekaan agar memberikan nilai –nilai estetika yang tinggi.

Industri hotel di Malaysia mula berkembang pesat. Pertambahan pelancong ke Malaysia membuktikan bahawa Malaysia merupakan hub percutian yang strategik dan kos kewangan yang berpatutan bagi mendapatkan layanan yang bertaraf bintang. Penggunaan seramik di dalam industri perhotelan sangat diperlukan dan ketara terutama dalam sektor F & B (Food and Beverage).





Setiap hotel mempunyai restoran dan ruang makan untuk kemudahan pengunjung. Restoran di hotel mempunyai pelbagai kategori iaitu, ‘*main dining room, coffee shop, speciality restaurant, hotel food service, cafeteria/self-service restaurant, banquet hall facilities* dan *supper club*. Bagi *specialty restaurant*’ ia mempunyai sifat dan ciri yang khusus. Restoran ini menjual makanan dari satu negara ataupun benua tertentu, seperti restoran Indonesia, restoran Jepun, restoran Chinese, restoran Itali dan restoran Eropah.

Selain daripada itu, restoran ini amat menitik berat mengenai reka bentuk dalaman serta tata cara persembahan makan kepada pengunjung termasuk rekaan pinggan mangkuk. Seramik merupakan material utama yang menjadi pilihan. Ini adalah kerana sifat seramik yang lebih baik daripada material yang lain (kekerasan dan tahan panas) (Black, J. T.; Kohser, R, 2012). Produk seramik yang menggunakan teknik buatan tangan sering digunakan bagi peralatan pinggan mangkuk semasa menghidangkan makanan kepada pengunjung.

Bagi proses penyediaan makanan, chef memainkan peranan yang penting dalam menghasilkan menu dan dekorasi hidangan. Ini bermakna set hidangan seramik yang digunakan mestilah bersesuaian dengan hidangan yang dihasilkan. Oleh itu, set hidangan ini tidak akan sama dengan rekaan yang digunakan untuk hidangan bufet.

Rekaan set hidangan bagi restoran hotel ini, mestilah mempunyai elemen dan prinsip rekaan yang bersesuaian dengan jenis hidangan makanan yang disediakan. Ini menunjukkan produk seramik mempunyai permintaan yang





tinggi bagi restoran jenis khusus dan istimewa. Tambahan pula, produk seramik tempatan ini mempunyai keunikan tersendiri dan tidak akan sama dengan produk yang lain.

Ini bersesuaian dengan konsep atau menu yang disediakan oleh restoran di dalam hotel tersebut. Menu bagi setiap restoran tersebut telah dipilih oleh chef yang bertanggungjawab dan menu tersebut mempunyai spesifikasi dan piawaian yang tinggi bagi memenuhi citarasa pengunjung.

Walaupun semakin rancak perubahan di dalam rekaan produk hidangan seramik pada masa kini, kekurangan penerbitan atau kajian mengenai penggunaan produk seramik tempatan di hotel dapat dilihat. Sehingga kini hanya terdapat satu penerbitan yang menggambarkan industri pembuatan seramik

secara tradisional di Malaysia, iaitu penerbitan daripada Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia 2005.

Jika dilihat pada masa kini penulisan dan penerbitan hanya fokus kepada seni rupa Melayu (Siti Zainon:1986, Syed Ahmad Jamal:1992). Kekurangan penerbitan mengenai rekaan produk seramik akan menyukarkan untuk mencari bahan untuk dijadikan sumber rujukan oleh para guru, tenaga pengajar, pereka, usahawan serta para penyelidik.

Sebuah Pameran Seramik Studio 2016 yang telah diadakan di Artiseri Gallery, Seri Pacific Hotel, Kuala Lumpur, Malaysia merupakan sebuah kolaborasi bersama Lembaga Pembangunan Seni Visual Negara (PLSVN) dan Seri Pacific Hotel. Pameran ini bertujuan dalam memperkenalkan produk





seramik studio untuk kegunaan harian kepada masyarakat setempat dan orang luar.

Melalui pameran ini dapat memperlihatkan keindahan olahan seni seramik yang dihasilkan melalui pelbagai teknik dan eksperimen pengkarya. Karya seramik artistik dan komersial yang dipamerkan adalah untuk memberikan info dan pendedahan tentang keunikan karya seramik tempatan dan menarik minat pengunjung dan pelawat.

1.3 Masalah kajian

Semasa ini telah tular satu artikel yang bertajuk ‘Majlis mewah tapi guna pinggan, besen plastik kualiti pasar malam’. Tajuk utama bagi sinar harian pada tarikh 8 November 2019. Tular di media massa dan sosial apabila chef selebriti iaitu Datuk Rezuawan Ismail selaku duta pelancongan makanan Malaysia memberikan reaksi yang kurang senang terhadap pihak penganjur yang telah menggunakan pinggan plastik untuk menghidangkan makanan kepada tetamu yang majoriti terdiri golongan konglomerat.

Majlis Asean Award yang berlangsung di ibu kota pada 20 Oktober 2019 merupakan sebuah majlis yang berprestij untuk memberikan anugerah berdasarkan di atas pencapaian dalam bidang yang diceburi. Majlis ini telah dihadiri oleh ahli-ahli korporat yang berjaya dari 40 buah negara seluruh dunia.





Sudah pasti para tetamu terhormat mengharapkan layanan dan hidangan yang setimpal dengan bayaran yang dikenakan kepada tetamu untuk menghadiri majlis ini. Pihak pengajur telah mengenakan sejumlah RM3000 sehingga RM5000 bagi setiap tetamu yang hadir pada majlis tersebut.

"Terpukau bila mereka serve pakai pinggan plastik dan besen basuh ikan je. Moral of the story, tempat prestij bukan jaminan mewah dan tempat kampung tak semestinya ketinggalan zaman".

"Adab melayani tetamu di hotel mewah selalunya pinggan dan kemasannya serba mewah sebab bayar mahal. Kalau berkelah atau warung kecil kita faham pakai pinggan plastik"(Rozita



Bonda Rozita iaitu pengasas produk kosmetik terkenal meluahkan perasaan tidak puas hati dan kurang senang atas tindakan kurang bijak pihak pengajur yang tidak melayan tetamu dengan sewajarnya. Manakala Datuk Seri Aliff Syukri turut berkongsi perkara tersebut di laman instagram dan berasa kesal dengan tindakan oleh pihak penganjur tersebut kerana perlu membayar jumlah yang banyak untuk sebuah meja di majlis tersebut.

Rata-rata tetamu di majlis tersebut mengadu dan berasa sedih kerana pihak katerer yang dilantik oleh penganjur menggunakan set peralatan plastik untuk hidangan tersebut dan ini tidak sesuai dengan status mereka dan harga yang telah dibayar. Sudah pasti peristiwa ini akan meninggalkan kesan yang tidak baik terutama kepada tetamu dari luar negara.





Plastik merupakan sebatian bahan kimia polimer sintetik atau tiruan unik. Ia seakan –akan resin semula jadi yang paling kerap digunakan dalam kehidupan manusia. Plastik telah dibentuk melalui proses tindak balas kimia pepolimeran yang melibatkan molekul kecil monomer. Hasil daripada gabungan monomer –monomer kecil ini telah membentuk molekul besar dan kompleks melalui ikatan kimia polimer.

Teknologi plastik digunakan dalam pelbagai jenis aplikasi kerana boleh di reka bentuk ketika material tersebut lembut dan kemudian dikeraskan bagi mengekalkan bentuk tersebut. Antara sifat plastik ialah mempunyai rintangan haba dan elektrik, ketahanan mekanikal yang tinggi dan lambat untuk diurai.

Polistirena (PS) umumnya digunakan sebagai pinggan dan cawan tahan panas. Namun, ia terdedah kepada suhu yang tinggi sehingga menyebabkan bahan kimia stirena dibebaskan boleh mengganggu kesihatan manusia. Walaupun begitu, tahap kebergantungan manusia terhadap penggunaan plastik sangat tinggi. Penghasilan produk plastik yang pelbagai variasi dari segi bentuk, warna, saiz dan corak menarik pengguna pelbagai peringkat umur untuk menggunakannya dan telah menjadi budaya dalam masyarakat (Warlina, 2019).

Sifat plastik yang tahan pada degradasi, membentuk plastik yang hampir mustahil untuk lupus atau hilang sepenuhnya. Material yang diperbuat daripada plastik akan pecah kepada kepingan yang lebih kecil dan berubah menjadi mikro dan nano plastik. Saiz nano (1-100) dan mikro (0.3-5 milimeter) mudah untuk diserap masuk ke dalam tanah dan tanpa sedar masuk kedalam badan





manusia menyelusuri rantaian makanan dan organisma atau sumber makanan yang terkontaminasi dengan nano dan mikro plastik.

Seharusnya isu ini perlu dititikberatkan oleh pihak penganjur serta semua pihak yang terlibat dalam industri perhotelan ini dan perlu mengambil iktibar atas kekhilafan yang dilakukan. Tambahan pula ia melibatkan tetamu daripada negara luar. Penggunaan set hidangan plastik akan mengganggu penafasan dan masalah kesihatan terhadap tubuh badan manusia untuk jangka masa yang panjang. Justeru penyelidikan mengenai jenis produk set seramik yang digunakan di restoran hotel wajar dilakukan. Ini dapat memberikan pengetahuan dan pembelajaran kepada industri perhotelan di Malaysia.

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan oleh Siti Maryam Ali Yasin yang bertajuk elemen reka bentuk seramik bagi pereka seramik studio tempatan dalam Jurnal International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET), (2018) memfokuskan kepada elemen reka bentuk produk seramik yang dihasilkan oleh pereka seramik studio tempatan. Terdapat lima elemen reka bentuk yang telah dikenal pasti iaitu bentuk, reka bentuk, warna, dekorasi dan tekstur. Melalui dapatan kajiannya telah mengenal pasti elemen reka bentuk seramik studio tempatan dipengaruhi oleh pengetahuan, pendidikan, pengalaman, ekspresi serta keadaan persekitaran.

Kajian yang dilakukan lebih menjurus kepada mengenal pasti elemen reka bentuk seramik studio tempatan tanpa memikirkan sasaran pasaran produk seramik tempatan serta tiada garis panduan dihasilkan bagi reka bentuk produk seramik. Sasaran produk seramik bergantung kepada jenis produk yang





dihasilkan untuk mencapai pasaran yang ingin dicapai. Sasaran ini berbeza mengikut jenis penggunaan, gaya hidup pengguna dan bidang perniagaan atau industri yang memerlukan produk seramik.

Produk seramik boleh disasarkan kepada pelbagai pasaran, termasuk industri hospitaliti, pengumpul seni, peminat dekorasi, pasaran teknologi atau industri mesra alam. Reka bentuk, fungsi, dan nilai estetika produk memainkan peranan penting dalam menentukan sasaran pasaran bagi setiap jenis produk seramik.

Oleh hal demikian, penyelidikan ini bertujuan memartabatkan seni seramik, terutama dalam konteks budaya dan warisan tradisional adalah langkah penting untuk memelihara keunikan dan identity seni seramik ini agar tetap relevan dan dihargai sepanjang zaman. Antara langkah yang diambil untuk memartabatkan seni seramik dengan promosi seni seramik secara komersial dengan sasaran pasaran terhadap industri perhotelan.

Kolaborasi bersama usahawan seramik dapat mencipta reka bentuk seramik yang menyasarkan pasaran terhadap industri perhotelan yang inovatif gabungan elemen tradisional dengan gaya moden. Melalui garis panduan yang akan dihasilkan dalam penyelidikan ini akan membantu menjadikan seni seramik kekal relevan pada pasaran kini. Strategi ini akan menjadikan seni seramik dapat dipertahankan, dimodenkan dan di popularkan sebagai salah satu warisan budaya yang berharga.





Terdapat sebuah kajian melalui pembangunan industri perhotelan telah menjadi pasaran baharu terhadap industri seni tanah air. Melalui penyelidikan bertajuk Jenis dan gaya lukisan menjadi pilihan oleh hotel di Malaysia, Khairyil Anwar Khairudin (2021) menyatakan pasaran hotel telah menjadi sumber kelangsungan hidup di kalangan artis dan usahawan di Malaysia.

Berdasarkan objektif kajian untuk mengenal pasti jenis lukisan yang sering dibeli oleh pihak hotel dan menganalisis gaya lukisan yang menjadi keutamaan industri perhotelan Malaysia. Hasil kajian beliau akan dijadikan sebagai garis panduan khususnya kepada pelukis baharu untuk menghasilkan jenis dan gaya lukisan yang menepati kriteria hotel di Malaysia. Penyelidikan ini juga menyumbang kepada seni teoritikal Malaysia, memandangkan terdapat sedikit sahaja kajian seperti ini di Malaysia sebelum ini.

Oleh hal demikian, penyelidikan ini hampir menyamai kajian yang sedang dilakukan iaitu menyasarkan sasaran pasaran terhadap industri perhotelan. Reka bentuk produk seramik berfokus kepada aspek estetika, fungsi dan kualiti, selaras dengan keperluan restoran dan hotel. Sasaran utama produk seramik dalam industri ini di restoran lima bintang dan hotel mewah. Produk seramik yang digunakan perlu menonjolkan kemewahan melalui reka bentuk yang elegan dan eksklusif untuk menyerlahkan restoran hotel tersebut.

Seterusnya, produk seramik yang direka khusus untuk penggunaan di restoran hotel melalui Kerjasama usahawan seramik akan memberikan nilai tambah serta elemen eksklusif dalam pengalaman pengguna. Pinggan mangkuk



seramik yang mempunyai identiti sendiri akan mencerminkan keseluruhan restoran hotel tersebut. Melalui estetika seragam, seramik dengan rekaan hiasan dalam atau tema sesebuah restoran akan membantu mengekalkan konsistensi visual di seluruh ruang hotel.

Kesimpulannya, bermula dengan isu semasa penularan penggunaan pinggan plastik di majlis berprestij di hotel lima bintang di Malaysia. Seramik adalah pilihan yang lebih baik daripada plastik dalam industri perhotelan kerana ia meningkatkan estetika, pengalaman pengguna dan kelestarian. Ia juga lebih selamat untuk penyajian makanan panas dan sejuk, serta lebih tahan lama dalam jangka masa panjang. Sasaran pasaran dalam industri perhotelan dapat memartabatkan seni seramik. Melalui garis panduan yang akan dihasilkan dalam penyelidikan ini akan membantu menjadukan seni seramik kekal relevan pada pasaran kini.

1.4 Objektif kajian

Kajian ini dijalankan untuk mencapai objektif-objektif yang telah ditetapkan seperti mana berikut:

- a) Menyenaraikan penggunaan produk seramik yang digunakan di restoran hotel.
 - i. Menyenaraikan jenis-jenis produk set hidangan yang digunakan di atas meja, bertujuan untuk menyajikan makanan untuk dimakan.

- ii. Mengenal pasti kegunaan dan fungsi bagi setiap produk set hidangan yang digunakan di atas meja.
- b) Membandingkan perubahan elemen reka bentuk produk set hidangan terdahulu dan pada masa kini.
 - c) Menganalisa reka bentuk, rupa, motif produk set hidangan yang digunakan serta garis panduan reka bentuk set hidangan seramik untuk keperluan pasaran khususnya di industri perhotelan.

1.5 Persoalan kajian

a) Apakah jenis-jenis produk seramik yang digunakan di restoran hotel?

i. Apakah jenis produk set hidangan yang digunakan di atas meja restoran hotel?

ii. Apakah kegunaan dan fungsi bagi setiap produk set hidangan tersebut?

b) Apakah perubahan elemen –elemen reka bentuk yang terdapat pada produk set hidangan seramik yang digunakan di restoran hotel tersebut?

c) Bagaimanakah reka bentuk, rupa, motif dan garis panduan yang digunakan dalam produk set hidangan di restoran hotel tersebut?



Penyelidikan ini akan menggunakan ikonografi untuk mencapai objektif ketiga dalam menganalisa reka bentuk, rupa dan motif produk set hidangan yang akan digunakan. Tujuan ikonografi adalah untuk menghuraikan, mengenal pasti, mengklasifikasikan serta menjelaskan objek visual untuk memahami makna yang sukar untuk menggunakan ungkapan atau perkataan simbolik. Ikonografi adalah deskripsi dan klasifikasi, manakala ikonologi adalah pengenalan ; Erwan Panofsky (1955).

Ikonografi merupakan alat pengukuran dalam memahami dan menghiraukan seni visual melalui kajian imej, symbol dan motif. Sama ada dari seni tradisional hingga seni kontemporari, ikonografi membolehkan penyelidik mengenal pasti dan mentafsir makna di sebalik penghasilan sesuatu produk atau karya seni. Ini menjadikannya salah satu aspek penting dalam analisis seni visual.

1.6 Kepentingan kajian

Kesenian merupakan saluran bagi manusia menyampaikan perasaan dan pemikiran di antara satu dengan yang lain. Seni juga berfungsi dalam proses menyalin atau merakamkan pengalaman manusia. Dalam konteks hubungan sesama manusia dan sesuai dengan apa yang telah diperkatakan oleh Syed Ahmad Jamal. Konsep seni lahir daripada kesedaran terhadap intisari sesuatu hasil ciptaan iaitu melalui bentuk tampaknya kepada dimensi yang terjalin pada rupa ciptaan itu. Ini menjadi titian di antara realiti yang zahir dan batin serta





berperanan sebagai perantara jiwa pencipta dan penghayat. Syed Ahmad Jamal (1992).

Penyataan ini jelas bahawa seni itu perlu wujud dalam rekaan produk hidangan seramik, khususnya penggunaan di restoran hotel. Sejalan dengan konsep restoran yang mula berkolaborasi bersama pereka seramik tempatan bagi menghasilkan produk hidangan seramik yang mengikut cita rasa restoran tersebut.

Malaysia semakin menggiatkan lagi perancangan, penyediaan dan pelaksanaan pelbagai insentif untuk menarik lebih ramai lagi pelancong semasa serta pelancong mewah (Mstar, 2017). Perdana Menteri pada ketika itu berpendapat ia selaras dengan aliran terkini dalam sektor pelancongan yang

kini lebih menjurus kepada gaya pelancongan elit. Petikan daripada laporan *The World Travel Monitor* yang telah menyatakan bahawa pelancongan elit dan mewah telah mencatatkan pertumbuhan paling kukuh di dunia dengan kira-kira 46 juta pelancongan mewah antarabangsa telah dicatatkan pada 2014 sahaja.

“Saya yakin dengan mengambil langkah ini, kita dapat mendatangkan manfaat kepada pengusaha dan penduduk setempat dengan mewujudkan pelbagai peluang pekerjaan selain menjana ekonomi tempatan yang menjanjikan pendapatan tinggi. (Astro Awani, 2016). Kenyataan ini akan membuktikan bahawa pengusaha kereta sewa, kraftangan, makanan dan minuman, tekstil serta pakaian akan menerima





limpahan hasil daripada perbelanjaan besar pelancong mewah dan semasa ini”.

Pada tahun 2015, Malaysia telah menerima 25.7 juta pelancong dan menjana pendapatan negara sebanyak RM 69.1 billion. Melihat secara purata bagi tempoh tiga tahun yang lepas. Malaysia berjaya meningkatkan perbelanjaan setiap pelancong kepada kira-kira RM2600 yang turut memberikan manfaat kepada penduduk setempat. Manakala pada tahun 2017, Industri pelancongan telah menyumbang sebanyak 14.9 % daripada KDNK atau RM201.4 billion. Memandangkan kepentingan sektor ini dalam menjanakan hasil matawang asing, Kerajaan akan menitip berat sasaran Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya untuk membawa masuk 30 juta pelancong asing yang bakal menyumbang RM100 billion kepada ekonomi negara menjelang tahun 2020.

Pembukaan Hotel St Regis Langkawi yang dirasmikan Yang di-Pertuan Agong Tuanku Abdul Halim Mu'adzam Shah pada tahun 2016 merupakan sebahagian daripada strategi untuk meningkatkan taraf Langkawi menjadi destinasi pilihan pelancong dari serata dunia. Secara tidak langsung ia menandakan keyakinan pelabur terhadap ekonomi dan kerajaan Malaysia. Projek Hotel St Regis Langkawi ini merupakan usaha sama di antara Kementerian Kewangan menerusi Ministry of Finance Incorporated

Projek Hotel St Regis Langkawi ini merupakan usaha sama di antara Kementerian Kewangan menerusi Ministry of Finance Incorporated dan Rajawali Group, sebuah syarikat dari Indonesia. Usaha sama ini sudah pasti





akan mewujudkan lebih banyak pelaburan Indonesia di Malaysia yang akan membawa kepada intergrasi dan strategi pengukuhan ekonomi kedua-dua belah negara.

‘Hotel St Regis Langkawi menjadi contoh kisah kejayaan hasil perancangan bersama oleh agensi kerajaan berkaitan pelancongan’. (Astro Awani, 2016). Pembukaan hotel ini telah memberikan peluang pekerjaan kepada penduduk tempatan. Hasilnya hampir 80% daripada jumlah pekerja daripada hotel ini adalah dikalangan rakyat negeri Kedah. Beliau juga telah menegaskan bahawa, Langkawi sangat berpotensi untuk muncul sebagai destinasi pelancongan antarabangsa terkemuka dengan keunikan dan kecantikannya yang terserlah dan menjadi tarikan utama kepada pelancong dari seluruh dunia”.

Kerajaan Persekutuan dan kerajaan negeri Kedah bekerjasama untuk mentransformasikan dan membangunkan pulau itu. Pelbagai perancangan telah disusun antaranya menjadikan Langkawi sebagai hub pelayaran bertaraf antarabangsa dan marina yang bertaraf dunia.

Bagi membuka lembaran baru, penganjuran konvensyen antarabangsa, sukan, muzik, pusat beli belah bebas cukai merupakan langkah yang perlu di ambil bagi meningkatkan kedatangan pelancong dari luar negara. Salah satu inisiatif untuk mempromosikan Langkawi yang telah berjalan ialah





penambahan jaringan penerbangan dengan membabitkan lebih banyak destinasi seperti penerbangan terus Langkawi –China.

Pada tahun Mac 2019, Malaysia Airport Holding Bhd (MAHB) telah melancarkan Dana Promosi Pelancongan Antarabangsa Langkawi (LITPF) bernilai RM5 juta dalam usaha menjayakan kempen pemasaran dan promosi Langkawi sebagai destinasi percutian. Program itu berlangsung selama dua tahun mulai Jun 2019 dengan sokongan Lembaga Pembangunan Langkawi (LADA).

Reka bentuk hotel kini berkait rapat dengan bentuk muka bumi, geografi dan budaya. Hotel di bandaraya akan memilih konsep rekabentuk hotel yang inovatif, kreatif dan urban. Rekaan ini akan membuat pengunjung berasa seperti di rumah dan selesa menginap di hotel. Kemudahan yang selesa serta bangunan yang cantik menjadi daya tarikan utama buat pengunjung.

Terdapat juga reka bentuk hotel yang menggunakan elemen kraf sebagai dekorasi utama. Contohnya seperti TH Hotel dan Pusat Konvensyen Kuching TH Properties Sdn Bhd telah menggunakan rekaan Pua Kumbu yang merupakan produk kraf tempatan negeri Sarawak. Reka bentuk ini telah memenangi Anugerah Antarabangsa Pembinaan dan Reka Bentuk Hotel Baharu Terbaik pada Anugerah Hartanah Antarabangsa 2017 yang berlangsung di London.

Pelancongan pantai diantara salah satu sektor utama yang semakin pesat berkembang di seluruh dunia. Menurut Honey & Krantz (2007) pelancongan pantai merupakan salah satu daripada sektor pelancongan yang terbesar dalam industri pelancongan global dan juga salah satu daripada pelancongan alternatif





yang semakin digemari terutama di kalangan pelancong hari ini. Trend ini dijangka meningkat berikutan peningkatan kehendak dan permintaan yang tinggi terhadap alam semulajadi dalam kalangan penduduk berkeluarga di bandar- bandar besar terutama di negara- negara Eropah dan Asia (Honey& Vargas 2007).

Sahoo (2014), memberikan pandangan bahawa sektor pelancongan yang berasaskan alam semulajadi pesisir pantai mempunyai kecenderungan untuk menjana dan menampung kemasukan jumlah pelancong yang tinggi disamping memberikan pengalaman baru kepada pelancong. Justeru, kawasan pesisir pantai merupakan faktor sebuah destinasi pelancongan oleh kerana ia mampu memberi peningkatan ekonomi negara (Gosh & Data 2012).



Pembangunan pantai –pantai pelancongan giat berjalan dengan pesat dan bertambah luas dengan memberikan penumpuan kepada kawasan peranginan yang mempunyai iklim sinaran matahari yang banyak (United Nations 2016). Kehadiran pelancong meningkat secara ketara pada cuti hujung minggu dan musim cuti yang panjang. Oleh hal demikian, ia terus berkembang dengan kemudahan dan penyediaan fasiliti tempat penginapan yang menarik dan unik seperti hotel, resort, kemudahan tempat makan, hiburan, sukan dan infrastruktur (Wong 2009).

Berbeza pula hotel yang dibina di kawasan pantai atau pusat pelancongan utama. Reka bentuk hiasan dalam mestilah mempunyai elemen yang berkait rapat dengan sumber alam. Oleh itu setiap material hiasan yang digunakan dalam reka bentuk mestilah bersifat semulajadi. Ini termasuk





pemilihan warna cat, barangan hiasan di lobi, bilik dan spa, pinggan mangkuk, landskap, serta lain-lain lagi.

Kejayaan bagi sesebuah destinasi tumpuan pelancong dan persaingan dalam menarik pelancong menuntut sesebuah destinasi itu memberikan pakej pelancongan yang terbaik, unik dan kreatif, serta mampu memenuhi kehendak dan kepuasan dalam pengalaman yang maksimum kepada pelancong (Nazrin, 2014).

Secara umumnya, pelancong lebih mendorong memberikan tindak balas terhadap sesebuah daya tarikan yang mesra pelancong seperti perkhidmatan yang ditawarkan dan kemudahan yang mudah untuk di kawal selia tanpa sebarang gangguan (Swarbrooke 1995). Kira –kira 70% pelancong yang melancong mempunyai tujuan – tujuan tertentu dan mereka adalah penjana utama dalam memajukan industri pelancongan (Khospakyants & Vidisheva, 2010).

Senario ini dapat dilihat di kawasan pelancongan di Malaysia yang sangat terkenal iaitu di Langkawi. Langkawi merupakan antara destinasi pelancongan dunia yang terkenal sebagai pulau yang mempunyai kecantikan kehijauan dan pantai yang bersih serta keunikan tersendiri dari segi alam semula jadinya. Kepulauan Langkawi yang terdiri daripada 104 pulau ini mempunyai keluasan 47,848 hektar (ha) dengan puncak tertinggi Gunung Raya 881 meter.





Tambahan lagi, apabila Langkawi telah diistiharkan sebagai Global Geopark (Taman Geo Sedunia) pertama di Malaysia dan Asia Tenggara oleh Pertubuhan Pendidikan, Sains dan Kebudayaan Bangsa-bangsa Bersatu (UNESCO) pada 1 Jun 2007 dan menjadi ahli ke-52 dalam Jaringan Antarabangsa Taman Geo (GGN).

Pengiktirafan ini sangat penting dalam peta dunia iaitu Langkawi adalah antara 120 Global Geopark UNESCO lain daripada 33 buah negara di dunia yang bernaung di bawah agensi PBB itu pada 17 November 2015. Proses pengesahan semula Langkawi UNESCO Global Geopark (LUGGP) yang dijalankan pada Ogos 2019 lalu telah menyaksikan pulau ini berjaya diberikan kad hijau seterusnya mengekalkan status itu buat kali ketiga.



12 Bidang Ekonomi Utama Negara (NKEA) yang berpotensi menjadi pemacu ekonomi yang signifikan adalah sektor pelancongan. Pada tahun 2010, sektor ini menjana pendapatan sebanyak RM56.5 bilion dengan kedatangan pelancong seramai 24.6 juta. Daripada jumlah ini, RM1.8 bilion disumbangkan oleh dua juta pelancong dari dalam dan luar negara yang telah mengunjungi pulau peranginan yang terkenal dan bersejarah itu. Jadual dibawah merupakan pendapatan dari sektor pelancongan di Langkawi yang dilihat semakin meningkat pada setiap tahun.



Jadual 1.1*Pendapatan pelancong di Langkawi, Kedah*

Tahun	Jumlah
2012	RM2.6 billion
2013	RM4.5 billion
2014	RM5.2 billion
2015	RM5.6 billion
2016	RM6.1 billion
2017	RM6.5 billion
2018	RM4.7 billion
2019	RM6.9 billion

Sumber: Lembaga Pembangunan Langkawi (LADA)

Jadual 1.2*Jumlah pelancong di Langkawi, Kedah*

Tahun	Jumlah
2014	3.4 juta
2015	3.5 juta
2016	3.6 juta
2017	3.679 juta
2018	3.62 juta
2019	3.9 juta
2020	1.8 juta
2021	1.09 juta

Sumber: Lembaga Pembangunan Langkawi (LADA)

Terdapat lebih 10 buah hotel bertaraf lima bintang di Langkawi yang menyasarkan kehadiran pelancong elit. Diantara hotel tersebut ialah Ritz Carlton Langkawi, The St. Regis Langkawi, The Datai Langkawi, The Danna Langkawi, The Westin Langkawi Spa & Resort, Four Seasons Resort Langkawi, The Andaman dan Berjaya Langkawi Beach & Spa Resort. Reka bentuk setiap



hotel ini menggunakan elemen semulakadi dan material utama yang digunakan dalam hiasan dalaman adalah seperti seramik, kayu dan kaca.

Setiap hotel yang bertaraf lima bintang, mempunyai lebih daripada 5 buah restoran bagi kemudahan pelancong dan pengunjung. Keramik merupakan material utama yang digunakan dalam tata cara hidangan di atas meja bagi restoran tersebut. Keramik lebih dilihat dalam skop yang lebih luas dan berbeza termasuk pelbagai kegunaan seperti peralatan pinggan mangkuk, lampu, barangan hiasan dalaman dan luaran yang boleh direka mengikut cita rasa pengguna. Rekaannya yang menarik, selain rona warna dan kepelbagaian corak menjadikan seramik semakin digemari dan mendapat permintaan yang tinggi dalam sektor perhotelan.



Bagi hotel yang mempunyai *speciality restaurant*, contohnya Kayu Puti,

Hotel St Regis Langkawi yang menawarkan menu Asian Fusion amat mementingkan tata hias di atas meja. Ia merupakan piawaian utama bagi menjaga kualiti restoran dan khususnya nama hotel mereka. Restoran ini mempunyai kumpulan yang khas iaitu terdiri daripada kumpulan kulinari (chef) dan kumpulan pengurusan restoran (*F&B professional*). Mereka berkerjasama bagi memberikan pengalaman yang unik kepada pengunjung restoran ini.

Chef di restoran ini bertanggungjawab dari segi pemilihan menu, hiasan di atas meja makan termasuk pinggan mangkuk yang akan digunakan. Oleh kerana menu yang dihidangkan mempunyai elemen moden dan *haute cuisine*, pemilihan pinggan mangkuk untuk dihidangkan bersama menu perlu mempunyai elemen yang bersesuaian dengan menu yang dihasilkan. Menu yang





dihasilkan di restoran ini hanya boleh didapati di restoran ini sahaja. Ini membuatkan menu ini sangat mewah, berprestij dan unik.

Bersesuaian dengan ini, pemilihan pinggan mangkuk yang digunakan mestilah eksklusif dan tidak boleh didapati di tempat lain. Ini menjadikan pengunjung merasai pengalaman makan yang mewah disamping pemandangan yang mengagumkan. Pelayan di restoran ini pula adalah daripada kategori kelas satu dan wajib mengikuti kursus bagi tata rias di atas meja. Tata cara kerja perlu mengikut piawaian kelas satu, secara tidak langsung pengunjung akan merasai kemewahan layanan seperti raja.

Keunikan pengalaman itu tidak menghalang bagi pengunjung untuk membayar makanan dan minuman dalam jumlah harga yang tinggi. Pengalaman menikmati *fine dining* yang unik dan mewah dapat mencipta kenangan yang tidak boleh dilupakan dan memberikan nilai tambah yang signifikan kepada pengunjung restoran.

Semasa restoran Kayu Puti, Hotel St Regis, Langkawi dibuka dahulu, set hidangan pinggan mangkuk yang digunakan di restoran jenis ini di import daripada luar negara dan merupakan produk seramik industri. Ini adalah kerana tiada pengusaha seramik yang boleh menghasilkan pinggan mangkuk mengikut spesifikasi yang telah diberikan oleh chef restoran tersebut.

Restoran hotel yang bertaraf lima bintang kini tidak perlu lagi mengeluarkan kos yang tinggi terutamanya kos pengangkutan bagi mendapat produk seramik yang kebanyakannya diimport dari negara Eropah, China dan Vietnam. Di Malaysia kini terdapat pengusaha-pengusaha produk seramik yang





menghasilkan rekaan seramik bagi penggunaan di sektor perhotelan dan setaraf rekaan luar negara.

Ilham studio merupakan salah satu pengusaha seramik tempatan yang dikenali di Langkawi. Produk yang dihasilkan telah dipasarkan ke hotel yang bertaraf lima bintang di Langkawi seperti di Ritz Carlton, The St. Regis dan lain-lain lagi. Setiap rekaan mempunyai identiti sendiri dan mempunyai elemen rekaan semulajadi.

Telah bertapak selama 3 tahun di Langkawi, kini telah berjaya menembusi tempahan yang pada satu ketika dahulu hanya dipelopori oleh penguasaha luar negara. Gambarajah 1.1 sehingga rajah 1.3 merupakan produk seramik yang dihasilkan oleh Ilham Studio. Diantara produk yang dihasilkan adalah pinggan mangkuk bagi *specialty restaurant*, dekorasi bagi landskap serta pasu hiasan. Ilham studio kini semakin berkembang dengan kapasiti tempahan pada masa dahulu hanya sekitar 30 biji pinggan bagi setiap saiz kini telah meningkat kepada 100 biji pinggan bagi satu rekaan.

Tempahan secara berterusan daripada hotel yang bertaraf 5 bintang dan kini mendapat tempahan pula daripada hotel yang bertaraf 4 bintang telah menunjukkan produk seramik ini mempunyai nilai yang tinggi dan berpotensi untuk dimajukan serta diperkembangkan di samping memperkenalkan produk seramik tempatan.



Rajah 1.1

Hidangan yang menggunakan seramik di The Ritz Carlton, Langkawi



Sumber: Laman web rasmi The Ritz Carlton, Langkawi

Rajah 1.2

Hidangan yang menggunakan seramik di The Ritz Carlton, Langkawi



Sumber: Laman web rasmi The Ritz Carlton, Langkawi



Rajah 1.3

Hidangan yang menggunakan seramik di The Ritz Carlton, Langkawi



Sumber: Laman web rasmi Ilham Ceramic Studio



Pemilik Ilham studio, rasa berbangga kerana *Executive Chef Gaetan Biesuz* telah memberikan penghargaan yang sangat besar dengan meletakkan nama En.Radzi Ismail di dalam menu yang disediakan di Restoran Kayu Puti, Hotel St Regis, Langkawi. Ini menunjukkan produk seramik mempunyai piawaian yang tinggi dan bersesuaian dengan menu yang dihidangkan kepada tetamu.





Rajah 1.4

Mr. Radzi's black bee honey, panna cotta sour honey gel, vanilla sponge, grapefruit pomelo, orange, Thai basil, lime sorbet



Rajah 1.5

Menu yang mempunyai nama pemilik Ilham Studio



Sumber: Penyelidik



Kajian rintis sering digunakan oleh penyelidik bertujuan untuk meneroka bidang kajian yang belum dilakukan oleh penyelidik lain. Kajian rintis dijalankan secara semula jadi dan tertumpu kepada konteks dan situasi tertentu. Selain itu, kajian lapangan memperlihatkan fenomena baharu dengan lebih lengkap.

Penyelidik telah melakukan kajian rintis semasa menghadiri persidangan Emerging Electrical Energy, Electronics and Computing Technology 2019 (ICE4CT 2019) pada 29-31, Oktober di Melaka. Tajuk pembentangan ialah *Quality Of Ceramic Tableware In Use: User Experience And Expectation To Usability In Fine Dining Restaurant*. Rajah 1.6 sehingga rajah 1.8 merujuk kepada sekitar persidangan tersebut berlangsung.



Semasa pembentangan dilakukan, terdapat beberapa persoalan dan pandangan yang diutarakan oleh peserta persidangan. Peserta pertama memberikan pendapat bahawa tajuk kajian ini merupakan satu kajian yang perlu dilakukan dan menarik. Ia memberikan satu pengetahuan yang baru kepada pembuatan seramik tempatan yang mula berkembang di Malaysia.

Sasaran menjadikan hotel sebagai pengguna produk tempatan adalah keputusan yang bijak. Seiring dengan kehadiran pelancong yang semakin meningkat saban tahun. Secara tidak langsung dapat meningkatkan ekonomi negara dan memperkenalkan produk buatan Malaysia.





Selain daripada itu, peserta begitu tertarik dengan isu penyelidikan iaitu, kualiti produk hidangan perlu setimpal dengan nilai yang perlu dibayar oleh pengguna bagi mendapat pengalaman yang manis. Sebagai seorang pengguna, pasti mempunyai keinginan untuk melalui pengalaman tersebut.

Pengguna mungkin hanya melihat kecantikan produk hidangan, tanpa mengetahui kenapa, mengapa dan bagaimana produk tersebut digunakan dalam hidangan. Pelanggan pada masa kini pula gemar berfikir mengenai corak persembahan hidangan. Adakah ia merupakan kesinambungan makanan yang dipentaskan melalui set hidangan.

Peserta kedua turut melontar pandangan bahawa telah menjadi trend terkini pelanggan atau pengguna sering berkongsi dan memuat naik di laman media sosial. Mereka lebih gemar menjadi orang pertama yang mendapat, mengalami dan merasai sesuatu dan menjadi ikutan oleh orang lain. Secara tidak langsung, ia akan menimbulkan perasaan atau reaksi ingin mencuba dan menikmati apabila terlihat penampilan visual produk tersebut.

Perasaan atau emosi yang tercetus secara positif akan menunjukkan bahawa reka bentuk produk tersebut berjaya. Selain menikmati pengalaman tersebut, mereka ini berfungsi sebagai penyalur maklumat diantara chef dan pengguna bagi penterjemahan penceritaan di laman sosial.

Persoalan yang ditimbulkan oleh peserta seterusnya ialah, bagaimanakah cara untuk memberikan peluang kepada semua golongan untuk menikmati pengalaman tersebut. Kekangan kewangan merupakan faktor yang penting. Bagi golongan yang kurang berkemampuan sudah pasti akan mendahulukan





keperluan daripada kehendak. Keselesaan dan kehendak merupakan perkara yang berbeza daripada keperluan. Namun begitu, apabila keperluan telah dipenuhi, kehendak boleh dicapai.

Peserta terakhir berpendapat bahawa, produk tempatan mampu bersaing dengan produk luar kerana mempunyai kualiti yang setanding dengan produk luar. Kerjasama bersama industri pelancongan khususnya bahagian *food and beverage* (f&b) adalah langkah yang perlu diambil bagi mempromosikan produk tempatan. Bukan sekadar hanya dilihat di pusat- pusat kraftangan, festival atau ekspo.

Lumrah manusia yang mudah terpesona pada keindahan dan kecantikan. Walaupun tidak mampu untuk memiliki produk tersebut, pengalaman untuk menikmati hidangan menggunakan produk tersebut akan sentiasa menjadi kenangan yang sukar untuk dilupakan.

Informasi yang didapati semasa menjalankan kajian lapangan ini, membantu penyelidik dalam mendapatkan maklumat bagi kepentingan tajuk kajian penyelidikan ini. Kepentingan kajian ini perlu menjadi kewajaran fokus kajian oleh penyelidik kerana sehingga kini, tiada lagi kajian menyeluruh mengenai produk seramik tempatan mampu bersaing dengan produk luar khususnya dalam industri *food and beverage* (f&b).



Rajah 1.6

Sesi pembentangan sedang dilakukan



Sumber: Penyelidik

Rajah 1.7

Sesi bergambar semasa sidang utama berlangsung



Sumber: Penyelidik

Pendokumentasian dan kajian mendalam mengenai seramik yang digunakan dalam industri perhotelan ini menjadi kewajaran fokus kajian oleh penyelidik kerana sehingga kini tiada lagi kajian yang menyeluruh pada produk seramik yang digunakan dalam industri perhotelan di Malaysia. Malah ia menjadi langkah yang penting dalam melihat revolusi reka bentuk seramik yang kian pesat bersaing dengan rekaan dari luar negara. Secara tidak langsung kajian ini akan memberikan peluang yang besar kepada usahawan seramik di Malaysia.

1.7 Batasan kajian

Penyelidik telah memilih 5 buah hotel yang mempunyai konsep restoran bertaraf 5 bintang di Langkawi, Malaysia.

- i. The St. Regis Langkawi – Kayu Puti Over-Water Restaurant
- ii. The Datai Langkawi – The Gulai House
- iii. The Westin Langkawi Spa & Resort- International Seasonal Tastes
- iv. The Danna Langkawi –Planter’s
- v. Ritz Carlton Langkawi- Langkawi kitchen

Berdasarkan garis panduan penggeredan premis penginapan pelancong kategori hotel bandar, resort, tanah tinggi, butik dan inovatif dari Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya, lima buah hotel ini telah di kategori penggeredan sebagai Hotel Resort (pulau/pantai/tasik/sungai). Premis ini wajib



dikelaskan sebagai Hotel Resort sekiranya berdekatan dengan pantai atau tasik atau sungai atau berada di pulau terpencil.

Hotel- hotel ini telah didaftarkan oleh Pesuruhjaya di bawah subseksyen 31C (1) Akta Industri Pelancongan 1992 (Akta 482) dan telah diberikan penggeredan hotel bertaraf lima bintang berdasarkan garis panduan penggeredan premis penginapan pelancong kategori hotel bandar, resort, tanah tinggi, butik dan inovatif dari Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya.

Lima buah hotel ini telah menggunakan pinggan hidangan seramik buatan tangan yang telah di reka bentuk oleh usahawan seramik tempat yang berada di Pulau Langkawi iaitu Ilham Studio yang dimiliki oleh En Radzi Ismail. Ilham Studio merupakan satu- satunya usahawan seramik yang berada



Wabak COVID -19 yang telah melanda pada penghujung 2019 dan mula merebak ke seluruh dunia pada tahun 2020 telah memberikan impak yang besar terhadap sektor ekonomi global. Ia turut memberikan kesan secara langsung terhadap pelbagai sektor. Sektor pelancongan diantara yang mengalami kesan tidak baik dan terjejas.

Malaysia turun terkesan dengan wabak COVID – 19 sehingga sektor pelancongan mengalami kesan negative seperti yang dilaporkan oleh Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia (MOTAC) (2020). Penyusutan sebanyak RM29.1 billion dapat dilihat pada sektor pelancongan di Malaysia dalam tempoh setengah tahun 2020 berbanding tempoh yang sama

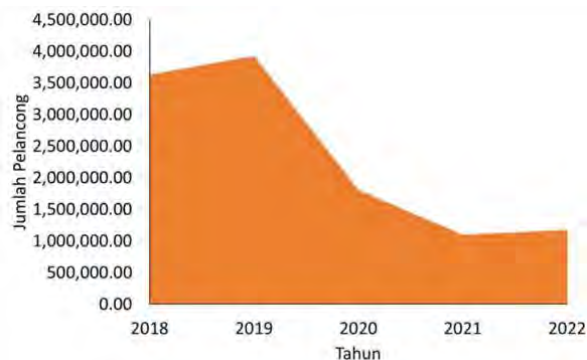


pada tahun sebelumnya iaitu kesan daripada pembatalan kempen melawat Malaysia 2020.

Pihak kerajaan Malaysia telah mengambil pendekatan Pengisytiharan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) diseluruh Malaysia bagi membendung wabak ini daripada terus merebak. Oleh hal demikian, ia telah menjejaskan ketibaan pelancong di Pulau Langkawi sehingga mengalami penurunan yang sangat ketara. Rajah 1.8 menunjukkan jumlah ketibaan pelancong di Pulau Langkawi pada tahun 2018 sehingga 2022.

Rajah 1.8

Jumlah kehadiran pelancong di Langkawi pada tahun 2018 sehingga



Sumber: Lembaga Pembangunan Langkawi (LADA)

Namun demikian, pelan pemulihan sektor pelancongan dijangka akan mengambil masa diantara dia sehingga empat tahun selepas melalui fasa pandemik di seluruh dunia (UNWTO 2020). Pihak kerajaan Malaysia telah



mengambil pelbagai inisiatif dalam memastikan semula kerancakkan sektor pelancongan negara. Pakej rangsangan ekonomi dan pelancaran Dasar Pelancongan Negara 2020 -2030, merupakan diantara intensif yang dilakukan bagi meningkatkan sektor pelancongan.

Pulau Langkawi merupakan kawasan sektor pelancongan yang dipilih sebagai projek rintis di bawah program gelembung pelancongan (travel bubble) bagi mendapatkan data yang lebih tepat berkaitan kesan pandemik COVID -19 terhadap sektor pelancongan. Dengan keadaan sedemikian, gelombang pelancongan domestik iaitu pergerakan rentas negeri bagi tujuan melancong je destinasi pelancongan telah dibuka. *Standart Operation Prosedure* (SOP) am telah ditetapkan di dalam Pelan Pemulihan Negara terhadap pelancongan gelombang domestik bagi mengelakkan wabak COVID -19 tersebar dengan lebih pantas.

Hal ini telah menyebabkan hanya tiga buah hotel sahaja yang dapat dilakukan dalam proses dapatan kajian. Merujuk kepada 1.6 iaitu batasan kajian penyelidikan ini, terdapat lima buah hotel bertaraf lima bintang yang akan dilakukan kajian penyelidikan ini iaitu The St Regis Langkawi – Kayu Puti Over Water Restaurant, The Datali Langkawi – The Gulai House, The Westin Langkawi & Spa Resort –International Season Tastes, The Danna Langkawi – Planters dan The Ritz Carlton Langkawi – Langkawi Kitchen.

Oleh hal demikian, tiga buah restoran hotel yang terlibat dalam batasan kajian penyelidikan ini iaitu The Ritz Carlton Langkawi – Langkawi Kitchen,





seterusnya adalah St Regis Langkawi – Kayu Puti Over Water Restaurant dan The Datai Langkawi – Gulai House. Manakala dua buah restoran tidak dapat dilakukan kajian lapangan kerana semasa kajian lapangan dilakukan mengikut tempoh perancangan bagi kutipan data penyelidikan, hotel tersebut terpaksa ditutup dalam tempoh masa yang panjang berikutan berlaku penyebaran wabak Covid -19 terhadap pekerja –pekerja hotel tersebut.

Justeru, pihak hotel tersebut tidak mahu mengambil risiko penyebaran wabak Covid -19 kepada pelancong pula. Maka pihak hotel telah mengambil keputusan untuk menutup hotel tersebut dalam tempoh tertentu untuk mengekat penyebaran wabak Covid – 19.



1.8 Kerangka Teori

Penyelidikan ini berdasarkan penggabungan pendekatan interdisiplin menggunakan konsep emosi dalam reka bentuk produk sebagai teori utama. Menggunakan teori *Norman's Three Level of Design* yang mempunyai tiga peringkat pemprosesan emosi berhubung dengan sesuatu produk. Pada peringkat akhir model ini, ia memberikan peranan yang penting oleh tindak balas emosi terhadap nilai estetika produk dan diukur menggunakan UX (*user experience*).





Pengalaman Pengguna (UX) sangat penting untuk kejayaan atau kegagalan produk di pasaran. Kerangka kajian ini akan dijadikan sebagai sumber rujukan yang dapat mengungkap persoakan dalam kajian. Hasil daripada gabungan ini, konsep – konsep yang terlibat dapat diadaptasi dalam kerangka kajian ini.

Penyelidikan ini telah menggunakan teori *Norman's Three Level of Design* sebagai kerangka utama. Teori ini mempunyai tiga peringkat pemrosesan emosi berhubung dengan sesuatu produk iaitu :

a) *Level visceral*

Pada peringkat ini, ia mewakili rupa bentuk melalui kecantikan serta kebolehan pengguna untuk menggunakan produk tersebut. Penggunaan elemen dan prinsip rekaan dalam penghasilan produk akan memberikan respon yang tidak akan dilupakan oleh pengguna. Di tahap ini, emosi akan terbentuk dan tercetus apabila terlihat penampilan visual produk tersebut. Pada peringkat ini keupayaan estetika dan keindahan perlu mengatasi emosi yang akan dizahirkan. Kegagalan untuk mencetus emosi yang positif akan menyebabkan pengguna tidak akan menggunakan produk tersebut atau membelinya.

b) *Level behavioural*

Pada peringkat ini, pereka perlu berfikir tentang fungsi dan kegunaan produk. Kaedah mengabungkan semua ciri yang mudah untuk digunakan, mudah untuk di fahami, pemetaan yang baik bagi semua peringkat pengawalan, meletakkan interaktif, serta pengalaman pengguna.



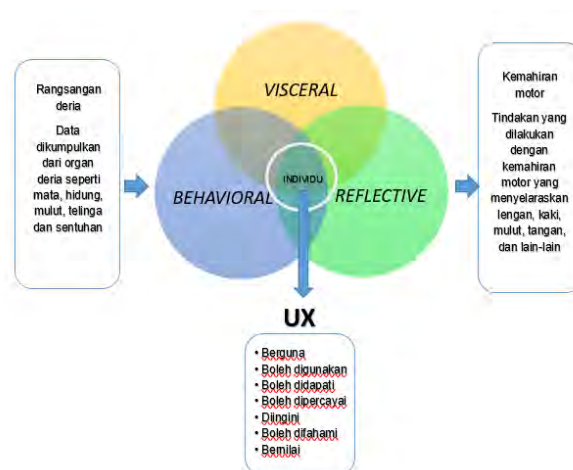
c) Level reflective

Pada tahap ini, kita akan mula mentafsir dan memahami perkara-perkara seperti menilai dunia, dan memikirkan diri sendiri. Tahap reflektif telah ditetapkan selepas dilaksanakan, dan ia menguasai dua tahap yang lain. Ia bermaksud melalui proses pertimbangan, kita boleh mengabaikan kedua-dua tingkah laku automatik dan kesan emosi.

Reka bentuk reflektif mentakrifkan gambaran keseluruhan produk rekaan. Pereka akan memikirkan dari segi semua aspek: mesej yang dihantar, aspek budaya, makna produk dan sama ada perlu diingat. Oleh itu, kemunculan reka bentuk hanya membentuk satu tahap reka bentuk visual reka bentuk *visceral*. Tahap berkaitan dengan bagaimana produk berfungsi, dan tahap reflective berkaitan dengan kesan jangka panjang reka bentuk.

Rajah 1.9

Kerangka Model Emotion design dengan menggunakan Theory Donald Norman



Sumber: Penyelidik



Kajian ini akan menggunakan pendekatan konsep, teori dan prinsip yang dijadikan sebagai panduan bagi kaedah penyelidikan. Kerangka kajian ini akan melibatkan teori *Norman's Three Level of Design*. Kajian ini menggunakan konsep design emotion di mana konsep ini akan dikaitkan dengan teori *Norman's Three Level of Design* yang berpandukan kepada 3 teras utama iaitu *visceral*, *behaviour* dan *reflective*. Hasil daripada gabungan konsep ini, teori dan prinsip ini akan mewujudkan satu kerangka kajian yang dapat memberi penjelasan terhadap kajian yang dilakukan.

UX = cognitive + emotion

Kerangka kajian ini adalah bertujuan untuk menjelaskan bagaimana tahap pemikiran individu bagi mengawal emosi dan tingkah laku individu tersebut. Pada *level Visceral* ia bertindak balas dengan cepat dengan cara melihat, merasa, mendengar serta rangsangan untuk melahirkan perasaan atau emosi mengenai sesuatu reka bentuk produk.

Manakala bagi *level behaviour* ia berfungsi untuk memahami serta mengawal keadah penggunaan, keberkesanan serta ergonomik bagi setiap reka bentuk produk serta rutin harian yang sering dilakukan seperti bercakap dan menulis. *Level reflective* pula bertanggungjawab untuk proses kognitif yang berkait rapat dengan memori, perancangan dan pengalaman.

Emosi akan tercetus di pelbagai peringkat hasil gabungan daripada tindak balas fisiologi dan tingkah laku yang dipengaruhi oleh kesan reflektif dari proses kognitif. Implikasi utama dari model ini adalah sifat afektif memberikan impak terhadap cara individu berfikir. Ini adalah penting untuk





melihat keadaan afektif pengguna apabila menggunakan sesuatu produk dan bagaimana ia akan mempengaruhi produk tersebut. Sehubungan dengan itu, pereka perlu memahami tindak balas fisiologi dan emosi bagi menghasilkan produk yang terbaik.

Pengalaman pengguna menggunakan produk tersebut akan memberikan kesan afektif. Kepelbagaian emosi boleh mempengaruhi semua peringkat aktiviti kognitif. Secara tidak langsung ia akan bertindak balas terhadap nilai estetika produk serta dapat mempengaruhi tingkah laku.

Model kajian ini sangat sesuai bagi kaedah penyelidikan ini iaitu dengan menggunakan teori Norman's Three Level of Design. Bagi level *Visceral* ia merupakan panduan yang merangkumi estetika rupa bentuk, rasa, bau dan bunyi bagi penghasilan sesuatu reka bentuk.

Behaviour pula merujuk kepada kaedah yang berkaitan dengan cara penggunaan produk tersebut dari segi ergonomik. *Reflektif* akan memberikan makna, pengalaman dan nilai yang terdapat pada reka bentuk produk tersebut dalam konteks budaya tertentu. Garis panduan daripada teori ini membolehkan model itu mencerminkan peranan penting yang dimainkan oleh tindak balas emosi individu terhadap nilai estetika produk.

Pada peringkat akhir model ini, ia memberikan peranan yang penting oleh tindak balas emosi terhadap nilai estetika produk dan diukur menggunakan UX (user experience). Pengalaman Pengguna (UX) sangat penting untuk kejayaan atau kegagalan produk di pasaran. (UX) pada masa kini telah berkembang selain daripada kebolegunaan terhadap sesuatu produk tetapi





lebih terarah kepada semua aspek pengalaman pengguna untuk menyampaikan produk sehingga berjaya di pasaran,

User Experience (UX) adalah suatu pengalaman yang dilakukan oleh sebuah produk kepada individu sebagai pengunanya di dunia nyata (Garret, 2011). UX bukan sekadar rangkaian pekerjaan di dalam produk tersebut atau layanan yang menjadi perkara utama dalam produk. UX lebih menitik beratkan kepada fungsi di luar reka bentuk tersebut ketika bersentuhan secara langsung atau terdapat konteks bersama dengan pengguna. Interaksi yang digunakan ini merupakan faktor utama dari UX.

Menurut Garret (2011), sebagai contoh reka bentuk sebuah mesin pembuat kopi, nilai estetika produk perlu diambil kira dalam memastikan butang-butang yang terdapat pada mesin pembuat kopi tersebut berbentuk elegan dan jalinan (texture). Butang tersebut mestilah berfungsi dengan baik agar memberikan sudut pandang yang baik oleh pengguna tersebut. UX bukan sekadar pada penglihatan mata pengguna, sebaliknya mewujudkan emosi yang selesa semasa menggunakan produk tersebut dan mencapai fungsi reka bentuk produk tersebut.

Terdapat 7 faktor utama yang menggambarkan pengalaman pengguna, iaitu menurut Peter Morville sebagai perintis di bidang UX yang ditulis di dalam beberapa buku.

- i. Berguna (Useful)
- ii. Boleh digunakan (Usable)
- iii. Boleh didapati (Findable)



- iv. Boleh dipercayai (Credible)
- v. Diingini (Desirable)
- vi. Boleh difahami (Accessible)
- vii. Bernilai (Valuable)

i. Berguna

Bagi seorang pereka yang berjaya, mereka perlu mereka bentuk produk yang berfungsi dengan baik dan berguna kepada pengguna. Sekiranya berlaku sebaliknya kegagalan untuk berada dipasaran adalah sangat tinggi. Produk yang berfungsi dengan baik akan dianggap berguna oleh pengguna dan bersifat praktikal dan mempunyai daya tarikan estetik.

ii. Boleh digunakan

Kebolegunaan berkait rapat dengan kebolehan pengguna untuk mencapai matlamat akhir dengan berkesan dan pengguna cekap untuk mengendalikan produk tersebut dengan baik dan mudah tanpa sebarang rungutan atau rasa ketidakpuashatian.

iii. Boleh didapati

Ia bermaksud mudah didapati, dimiliki dan merujuk kepada idea bahawa produk tersebut mestilah mudah dicari. Jika ia sukar ditemui, pengguna berpotensi untuk tidak membeli produk tersebut dan raya hilang keyakinan untuk memilikinya

iv. Boleh dipercayai

Kredibiliti pula berkaitan dengan keupayaan pengguna untuk dipercayai produk yang telah direka. Ia bukan sahaja berfungsi tetapi akan bertahan untuk jangka masa tertentu.

v. Diingini

Keupayaan iaitu diterjemahkan di dalam reka bentuk melalui penjenamaan, imej, identiti, estetika dan reka bentuk emosi. Produk yang lebih diingini oleh pengguna adalah berpotensi dimiliki oleh pengguna tersebut. Secara tidak langsung akan mewujudkan keinginan kepada pengguna lain setelah melihat pengguna pertama memilikinya.

vi. Boleh difahami

Kefahaman sering kali hilang apabila mencipta pengalaman pengguna. Kefahaman adalah mengenai kebolehan menggunakannya dengan mudah termasuk bagi mereka yang kurang upaya seperti cacat penglihatan, pendengaran serta gangguan pembelajaran. Contohnya apabila membuat rekaan kemudahan perlu dipastikan bahawa rekaan itu mudah difahami oleh semua pengguna termasuk yang kurang upaya.



Jika ini tidak berlaku ia akan memberikan kesan emosi pengalaman yang buruk kepada pengguna. Pada masa kini reka bentuk yang mudah difahami merupakan kewajipan dan akan dikenakan undang-undang jika disabitkan kesalahan sekiranya gagal dalam memberikan kemudahan kepada pengguna dan akan mengakibatkan denda.

vii. Bernilai

Setiap rekaan produk harus mempunyai nilai. Ia mestilah memberikan nilai kepada perniagaan pereka dan kepada pengguna. Tanpa nilai, produk akan menghadapi kegagalan pada peringkat awal dan tiada potensi untuk berada didalam pasaran.



Konsep yang digunakan dalam penyelidikan ini akan melalui pengalaman pengguna berteraskan teori *Norman's Three Level of Design*. Ia adalah kajian yang mendalam bagi menerokai pengalaman yang kompleks dan saling berinteraksi dengan produk. Pemahaman terhadap pengalaman afektif memerlukan pendekatan yang jelas untuk menghubungkan bagaimana mentafsir perilaku pengguna dan pengalaman yang saling berkaitan dalam reka bentuk produk di pasaran.

