

---

# WANITA MELAYU, KAJIAN LAPANGAN DAN PENGGUNAAN BUDAYA POPULAR: SUATU CATATAN ETNOGRAFI KHALAYAK

*Md Azalanshah Md Syed*  
Universiti Malaya, Malaysia  
azalan@um.edu.my

*Lily El Ferawaty*  
Universiti Malaya, Malaysia  
lilyelferawati@gmail.com

---

## ABSTRACT

### MALAY WOMEN, FIELD WORK AND POPULAR CULTURE CONSUMPTION: AN AUDIENCE ETHNOGRAPHY RECORD

This article focuses on extensive discussion of audience ethnography as methodological approach to study the popular cultural text consumption among Malay women in Malaysia. Audience ethnography is the most well-known research tradition to examine the process of television genre consumption including soap opera. However, some elements in audience ethnography's approach have raised a doubt amongst the sociologist and anthropologist scholars in terms of selection of respondent and interview technique. At the same time, despite the dominance of positivism and quantitative tradition in Malaysian media research, this article provide a clear understanding and solution toward these particular issues and how it being seen in the context of current Malaysia.

*Keywords: audience ethnography, popular culture, Malay women, in-depth interview, Islam*

## PENDAHULUAN

Artikel ini ditulis berdasarkan pengalaman peribadi pengkaji ketika melakukan kajian etnografi khalayak sebagai kaedah kualitatif yang penting untuk kajian penggunaan budaya popular di Malaysia dalam konteks seharian khususnya wanita Melayu di dua lokasi yang berbeza—Lembah Kelang, Kuala Lumpur dan Kota Tinggi, Johor. Wanita Melayu telah dikenal pasti sebagai pengguna setia budaya popular (John, Davis dan Chelvi 2003; Bernama 2006) dan pada masa yang sama seringkali menjadi objek cemuhan oleh pemerintah yang berasaskan sistem patriarki (Bernama 2004). Namun begitu, seperti yang telah dinyatakan

pengkaji dalam beberapa penerbitan yang lepas (Md Syed 2011; 2012; 2013), wanita Melayu mempunyai kemahiran menonton (*watching competencies*) yang turut membantu mereka meneliti dan menimbang segala elemen yang terpapar di kaca televisyen.

Hasil kajian ini telah membuktikan bahawa wanita Melayu secara khusus cenderung mengukuhkan kemahiran menonton mereka berdasarkan latar budaya dan wacana ideologi seharian seperti adat Melayu dan Islam. Konsep kemahiran menonton ini telah diilhamkan berdasarkan teori *making do: uses and tactic* oleh Michel de Certeau (1984) yang telah menjadi suatu falsafah penting dan bertanggungjawab mempengaruhi kajian kebanyakan sarjana pengajian budaya pada hari ini termasuklah Henry Jenkins (1991; 1992; 2006), Lee dan Cho (1990), David Morley (1992), Mary Ellen Brown (1994), Nicholas Abercrombie dan Brian Longhurst (1998), Tony Wilson (2004), Janet Staiger (2005) dan Louise Spence (2005).

Namun demikian, persoalan penting yang sering diperdebatkan dalam mana-mana kajian akademik ialah apakah kaedah yang paling berkesan dalam mendapatkan pandangan khalayak untuk membincangkan makna atau sesuatu tafsiran yang diperoleh daripada aktiviti menonton rancangan tertentu di televisyen? Seperti yang diujahkan oleh Seiter (2002: 9), bagaimana seseorang pengkaji itu meneliti pengalaman yang dilalui oleh khalayak ketika menonton sesuatu rancangan televisyen di dalam ruang peribadi mereka? Artikel ini akan meneroka perbincangan luas tentang kaedah etnografi khalayak yang meletakkan kajian lapangan sebagai pendekatan utama dan kesesuaiannya dalam meneliti penerimaan khalayak wanita Melayu terhadap rancangan televisyen khususnya drama rangkaian bukan Barat. Seterusnya, artikel ini akan menyentuh pemilihan kaedah temubual mendalam yang menjadi salah satu tunjang penting kajian etnografi khalayak dan cara yang paling berkesan mendekati wanita Melayu dalam ruang lingkup peribadi mereka.

## **ETNOGRAFI KHALAYAK SEBAGAI SUATU KAEDAH KAJIAN**

Kajian etnografi khalayak tidak hanya penting digunakan sebagai satu cara yang berkesan dalam meneliti proses penggunaan genre televisyen tertentu tetapi turut meletakkan sebarang kajian yang menggunakan kaedah ini sebagai suatu sumbangan kepada generasi ketiga kajian khalayak. Menurut Alasuutari (1999: 7), *the third generation brings the media back to media studies, but conceives of the media and media messages in a broader sense than just as an encoded text to be then decoded by a particular 'interpretive community'*. Kaedah etnografi khalayak telah diterapkan oleh beberapa orang sarjana berfahaman feminis seperti Radway (1984) dan Hermes (1995) dalam kajian awal mereka yang masing-masing memberikan tumpuan kepada penggunaan artifak budaya popular seperti novel romantik dan majalah wanita sebagai teks budaya oleh wanita sebagai khalayak utamanya.

Dalam perkembangannya sebagai suatu kaedah kajian penting dalam lapangan media dan budaya, etnografi khalayak telah digunakan untuk memperhalus cara khalayak membentuk suatu tanggapan ke atas produk media tertentu termasuklah drama rangkaian yang turut berperanan memaparkan cerminan realiti kehidupan masyarakat. Seperti yang dinyatakan oleh Alasuutari (1999: 7), kaedah etnografi khalayak tidak hanya bersangkutan kepada persoalan tentang makna dan penggunaan genre tertentu oleh sesetengah khalayak penonton, malah turut mengambil kira persoalan pokok yang mengkhusus kepada bagaimana masyarakat melihat kandungan media sebagai suatu realiti atau hanya menjadi pemaparan atau manipulasi realiti.

Etnografi khalayak telah muncul sebagai suatu kaedah penyelidikan yang sangat popular dalam lapangan penyelidikan media, terutamanya yang berkaitan dengan kajian pola kepenggunaan. Ramai sarjana media (Ang 1985; Bakardjieva 2005; Brown 1994; Hobson 1982; Ida 2006; Iwabuchi 2002; Liebes dan Katz 1993; Moores 1993; Morley 1980; 1986; 1992; Seiter, Brochers, Kreuzner dan Warth 1989; Spence 2005) telah menerapkan kaedah etnografi khalayak untuk meneliti bagaimana khalayak penonton membaca, mentafsir dan memahami teks budaya seperti filem dan program televisyen yang disiarkan melalui media. Yang menarik, kaedah etnografi khalayak turut menjadi pendekatan kajian yang begitu dominan dalam penyelidikan drama rantaian (Ang 1985; Brown 1994; Buckingham 1987; Chua dan Iwabuchi 2008; Gillespie 1995; Hobson 1982; Iwabuchi 2002; 2004; Press 1991).

Kaedah etnografi khalayak mula diperkenalkan pada sekitar tahun 1970-an oleh tradisi kesarjanaan kajian budaya British atau *British Cultural Studies* (sila lihat Gray 2003, Morley 2007) yang dibentuk melalui pemahaman bahawa budaya dapat difahami melalui pengamatan bagaimana elemen budaya itu dicerakinkan dalam amalan atau rutin kehidupan seharian masyarakat. Dalam lapangan kajian media, etnografi khalayak turut dikembangkan menerusi pemahaman bahawa kesan media dapat difahami dengan mudah melalui analisis semula bagaimana khalayak membentuk makna daripada kandungan media yang digunakan. Dalam perkataan lain, etnografi khalayak telah muncul sebagai suatu tindak balas kepada tradisi dominan pendekatan komunikasi massa dalam kajian media yang berpusat di Amerika Syarikat dan Kanada. Tradisi ini hanya mementingkan ukuran dari sudut pola penggunaan media menerusi kaedah tinjauan dan penekanan terhadap statistik (Schramm 1963).

Namun begitu, etnografi khalayak lebih memberikan tumpuan kepada cabang pendekatan kualitatif yang menyaksikan penerokaan kajian ilmiah tidak hanya tertumpu kepada angka statistik yang membentuk pola penggunaan khalayak. Menurut Seiter (1999: 11),

...central to the renewed interest in qualitative research on media audiences have been questions of how specific audiences make meanings in their engagement with media in the context of everyday life, an emphasis on audience activity rather than passivity, and an interest in why the media are pleasurable.

Justeru, pendekatan kualitatif dalam kajian media turut mengambil kira bagaimana khalayak penonton yang mempunyai latar budaya tertentu membina tanggapan mengenai kandungan media dan pada masa yang sama mengaitkannya dengan rutin kehidupan seharian mereka. Ini jelas menunjukkan bahawa sebagai pengguna kandungan media, khalayak tidak boleh dianggap pasif tetapi aktif melibatkan diri dengan apa yang ditonton dan menjadikan aktiviti tersebut menyeronokkan. Terdapat beberapa perkara penting yang perlu ditekankan dalam membincangkan tradisi kajian etnografi khalayak yang mampu membantu untuk menjelaskan kedudukannya sebagai kaedah kajian, perbezaannya dengan kerangka kuantitatif komunikasi massa dan kesesuaiannya sebagai pendekatan kajian untuk memahami persoalan seperti bagaimana kandungan media digunakan oleh khalayak.

Ungkapan atau istilah etnografi biasanya digunakan dalam disiplin ilmu antropologi. Oleh yang demikian, etnografi khalayak mencerakinkan ciri-ciri antropologi dalam mentelaah dan mengkaji penggunaan media. Pada masa yang sama, kaedah etnografi khalayak turut menerapkan kaedah klasik etnografi dalam penyelidikan antropologi seperti pemerhatian di lapangan dan temubual mendalam terhadap subjek kajian. Ann Gray (1999: 26) menekankan

bahawa hubungan antara khalayak penonton dengan kandungan media tidak dapat dijelaskan dengan angka statistik semata-mata lantaran wujudnya lapisan tafsiran yang pelbagai dan seterusnya membentuk suatu keadaan dan persoalan yang rumit. Misalannya, apakah aspek atau ciri tertentu khalayak dan media yang perlu diteliti? Bagaimana konsep khalayak itu ditafsirkan? Apakah konsep hubungan antara khalayak dengan pelbagai jenis bentuk media? Apakah aspek aktiviti khalayak penonton yang menjadi tumpuan utama dalam kajian tertentu? Apakah kaedah kajian yang digunakan?

Pertanyaan seperti ini menjadi suatu tapak asas yang penting bagi penyelidikan kualitatif etnografi khalayak kerana melibatkan pemahaman terhadap proses bagaimana khalayak penonton menggunakan kandungan media dan keadaan sebegini gagal dijelaskan dalam penyelidikan kuantitatif. Malahan, fokus yang tertumpu kepada aktiviti seperti menonton televisyen telah menjadikan kaedah etnografi khalayak cenderung untuk memberi perhatian yang lebih luas kepada aktiviti seharian subjek kajian dan turut mengambilkira keadaan serta latar budaya yang seringdiabaikan oleh kajian kuantitatif. Apatah lagi, kebanyakan kajian khalayak yang berteraskan disiplin dan pendekatan *British Cultural Studies* telah menunjukkan dapatan dan analisis yang lebih berkualiti kerana kecenderungan untuk melakukan pemeriksaan yang mendalam ke atas struktur makna dengan lebih terperinci.

Pendekatan kualitatif etnografi khalayak adalah berbeza dengan kaedah kuantitatif yang sering menganggap khalayak dengan mudahnya bertindak sebagai penerima maklumat tanpa mengambil kira bahawa pembinaan makna terhadap sesuatu maklumat mempunyai perwatakan yang sentiasa berubah-ubah. Ini bermakna kaedah kajian etnografi khalayak memberi penekanan bahawa segala tafsiran yang dihasilkan oleh khalayak penonton tidak mempunyai makna yang bersifat tunggal (Alasuutari, 1999: 4). Menurut Seiter (1999: 14), bacaan penyesuaian (*negotiated reading*) dalam lingkungan penontonan televisyen membenarkan khalayak membentuk suatu hubungan terhadap genre tertentu dengan cara mengambil dan memilih. Dalam perkataan lain, khalayak penonton sesuatu genre tidak memberi perhatian kepada bahagian yang tidak digemari tetapi lebih tertumpu kepada ciri-ciri yang menjadi minat mereka. Malahan, seperti yang dinyatakan oleh Alasuutari (1999), proses pentafsiran khalayak penonton perlu dikaji dengan turut memberikan segala perhatian kepada keadaan politik, agama dan budaya. Keadaan ini mencerminkan pendekatan luas kesarjanaan kajian budaya yang meletakkan makna dan kepentingan budaya pada segenap aspek proses sosial dan budaya (Gray 2003: 17).

Segala pandangan ini turut disokong berdasarkan teori asas pengekodan dan pendekodan (*encoding and decoding theory*) oleh sarjana kajian budaya terkenal, Stuart Hall yang turut menjadi pelopor fahaman *British Cultural Studies* yang berpusat di Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), Birmingham University. Beliau dalam kajiannya menekankan konsep makna serta tafsiran yang bersifat pelbagai dalam proses pembinaan makna. Menurut Hall (1980: 130):

...before this message can have an 'effect' ...satisfy a 'need' or be put to a 'use', it must first be appropriated as a meaningful discourse and be meaningfully decoded. It is this set of decoded meanings, which 'have an effect', influence, entertain, instruct or persuade, with very complex perceptual, cognitive, emotional, ideological or behavioural consequences.

Hall (1980) turut berhujah bahawa terdapat tiga kategori aktiviti pembinaan makna yang wujud ketika penggunaan sebarang kandungan media berlangsung. Pertamanya, bacaan atau pentafsiran yang bersifat dominan-hegemoni (*dominant-hegemonic reading*) yang menyaksikan khalayak penonton menghuraikan makna teks yang selari dengan kecenderungan penerbit rancangan yang bernaungkan fahaman tersebut. Keadaan ini turut berlaku apabila khalayak dipengaruhi pandangan sendiri yang bersesuaian dengan kod dominan-hegemoni ini. Kategori kedua aktiviti pembinaan makna melibatkan bacaan penyesuaian atau secara rundingan (*negotiated reading*) yang meletakkan khalayak berada dalam keadaan yang tidak sejajar dengan pandangan hegemoni tetapi pada masa yang sama masih cuba memahami makna dan berusaha untuk menyesuaikan dengan keadaan pengalaman sosiobudaya mereka. Kategori yang terakhir ialah bacaan penolakan (*oppositional reading*) yang menyaksikan khalayak mentafsir kandungan dengan tanggapan yang sama sekali berbeza dengan kod fahaman dominan/hegemoni. Justeru, khalayak penonton enggan menerima pandangan yang tersalur dalam kandungan media dan menyaringnya dengan ketat melalui sistem nilai dan fahaman mereka sendiri.

Dalam kes ini, kaedah etnografi khalayak muncul sebagai suatu pendekatan kajian yang cenderung melihat khalayak yang tidak dengan mudahnya menyerap segala maklumat yang disampaikan menerusi sesuatu program malah mempunyai tafsiran yang bersifat pelbagai. Seperti yang dinyatakan oleh Birds (2003: 10) etnografi khalayak telah berkembang sebagai salah satu kaedah untuk memahami tingkah laku khalayak, dan oleh itu adalah penting untuk dipertimbangkan bahawa segala pendekatan kualitatif sebagai suatu bentuk etnografi yang mampu menghasilkan pelbagai wacana berdasarkan sesuatu keadaan atau latar budaya. Namun begitu, yang jelas, etnografi khalayak tidak dapat lari daripada kritikan lantaran kecenderungannya untuk menggabungkan pendekatan yang sering digunapakai oleh disiplin antropologi.

Menurut Radway (1988: 367), kemunculan pelbagai pendekatan jitu yang sering diamalkan dalam disiplin antropologi ke lapangan kajian media telah menjadikan kaedah kajian seperti etnografi khalayak kelihatan cetek dan terhad. Misalannya, dengan fokus yang terbatas terhadap satu aspek budaya kehidupan sesuatu subjek, etnografi khalayak memiliki kekurangan dari sudut pendekatan yang intensif dan meluas seperti yang biasa dilakukan dalam kaedah klasik etnografi antropologi yang memerlukan kajian lapangan yang panjang, pemerhatian mendalam dan pemahaman holistik sesuatu budaya. Gray (2003: 15) menyatakan bahawa kekurangan etnografi khalayak terletak pada masa yang diperuntukkan oleh penyelidik media yang begitu terhad dan keadaan ini sama sekali bertentangan dengan tempoh penyelidikan dan pemerhatian yang begitu panjang dalam bidang antropologi.

Sehubungan dengan itu, kaedah etnografi khalayak memerlukan daya inovatif dalam pendekatannya lantaran kelemahan yang ketara dari segi tempoh masa dan kedalaman teknik pemerhatian seperti yang biasanya dilakukan dalam bidang antropologi. Antaranya ialah pemanfaatan tempoh masa yang ada secara optimum dan berkesan. Misalannya, pemerhatian mendalam yang bakal dilakukan mestilah direka sebaik mungkin agar sesuai dilakukan dalam jangka masa yang singkat. Dalam soal ini, Bakardjieva (2005: 80) mencadangkan pendekatan etnografi khalayak memerlukan penerokaan etnografi secara bebas dengan memikirkan semula penciptaan teknik etnografi yang baru dan khalayak penyelidik perlu mengumpulkan pengalaman yang diperoleh dalam keadaan kajian yang praktikal. Untuk menghasilkan reka bentuk kajian etnografi khalayak yang kritikal dan inovatif, kajian rintis (*pilot test*) perlu dijalankan. Ia bertujuan bagi menentukan keperluan sesuatu kajian itu

dilakukan, kaedah yang paling berkesan dan ketepatan yang boleh dicapai. Untuk meninjau hubungan antara wanita Melayu dan budaya popular menerusi kaedah etnografi khalayak, pengkaji telah menjalankan temubual rintis bagi menguji kesesuaian responden dan lokasi kajian, kebolehpercayaan teknik temubual dan keberkesanan soalan yang bakal diajukan. Seperti yang disyorkan oleh Maxwell (2005: 93), *“you should pilot-test your interview guide with people as much like you planned interviewees as possible, to determine if the questions work as intended and what revisions you may need to make.”*

Pengkaji telah menjalankan kajian rintis pada pertengahan tahun 2008 dengan tanggapan yang agak kabur mengenai wanita Melayu dan aktiviti menonton drama rantaian bukan Barat setiap hari di rumah mereka. Setelah melakukan kajian rintis, pengkaji mula menumpukan kajian akhir dengan menggunakan soalan temubual tidak berstruktur dalam usaha untuk mendapatkan jawapan yang lebih jujur dan tidak teragak-agak ketika temubual berlangsung. Pengkaji turut menyediakan foto pelakon drama rantaian bukan Barat dan menayangkan klip video genre televisyen ini bagi memudahkan lagi perbincangan. Dalam menjalankan kajian etnografi khalayak, kedudukan pengkaji dan responden perlu dijelaskan untuk tujuan etika ketika berlangsungnya proses temubual. Seperti yang disarankan oleh Bakardjieva (2005), pengkaji cuba berperanan sebagai ‘pengunjung yang dialu-alukan’ (*welcoming visitor*) bagi menjelaskan kedudukan dan mendapatkan suasana selesa. Apatah lagi, pengkaji dan responden berkongsi dunia dan persekitaran kehidupan sosial yang sama.

Menurut Bakardjieva (2005: 79), tanggapan yang sering dilemparkan oleh pengkaji etnografi bahawa subjek kajian di lapangan akan menyembunyikan kebenaran atau fakta merupakan suatu reaksi yang terlalu berlebih-lebihan. Selain itu, pengkaji yang terlibat dengan kajian etnografi hendaklah membiasakan diri dengan akrab terhadap tempat dan subjek kajian untuk memudahkan lagi proses interaksi dan perbincangan. Keadaan ini seterusnya membolehkan pengkaji menjadi lebih rapat dengan subjek kajian dan memiliki deria pengetahuan yang baik tentang perkara-perkara yang menjadi tegahan dalam kalangan penduduk setempat. Justeru, istilah “pengunjung yang dialu-alukan” adalah lebih sesuai digunakan untuk pengkaji bagi mendapatkan tahap kebiasaan terhadap subjek kajian dan ini memudahkan proses penyelidikan.

Kedekatan dan kebiasaan pengkaji dengan subjek dalam kajian ini bagaimanapun terhalang oleh beberapa faktor. Antaranya ialah faktor jantina pengkaji yang memberikan kemungkinan berlakunya gangguan proses temubual dengan subjek kajian yang kesemuanya adalah wanita. Selain itu, latar belakang pengkaji yang mempunyai kelayakan profesional akan menimbulkan kejanggalan dalam kalangan subjek ketika temubual dilakukan. Misalannya, subjek kajian yang mempunyai kelayakan akademik yang rendah daripada pengkaji akan cenderung untuk berasa rendah diri dan seringkali berasa tidak bebas untuk mengungkap sebarang pandangan mereka. Sehubungan itu, pengkaji memerlukan rakan komuniti setempat seperti pemimpin dan ketua kelompok wanita yang mampu mewujudkan suasana saling percaya dan mempercayai.

## **PEMILIHAN TEMUBUAL INDIVIDU SECARA MENDALAM SEBAGAI KAEDAH KAJIAN**

Pengkaji memilih pendekatan temubual individu secara mendalam untuk kajian akhir berdasarkan pengalaman yang diperoleh ketika melakukan kajian rintis. Temubual individu secara mendalam mempunyai banyak kelebihan jika dibandingkan dengan kaedah temubual

yang lain seperti perbincangan kumpulan fokus yang turut dijalankan oleh pengkaji ketika kajian rintis berlangsung. Misalannya, pada peringkat awal kajian rintis berlangsung, hampir kebanyakan subjek kajian mempamerkan rasa kurang senang dan keadaan ini menyebabkan proses perbincangan kumpulan fokus terganggu dan maklum balas yang diterima menjadi terlalu ringkas dan kurang memuaskan. Malahan, perbincangan minimum hanya mengambil masa dua minit dan kebanyakan jawapan yang diterima telah dibentuk oleh pandangan dominan. Sebagai contoh, kebanyakan subjek cenderung memberikan jawapan yang lebih kurang sama atau menyetujui pandangan yang dianggap meyakinkan oleh seorang subjek yang lain tanpa membuat sebarang penjelasan rasional. Dalam perkataan lain, adalah sukar untuk mendapatkan pandangan yang seimbang dari semua subjek dalam sesebuah perbincangan kumpulan fokus. Proses perbincangan menjadi lebih buruk jika terdapat subjek yang tidak mempunyai kemahiran dalam perbincangan walaupun mempunyai pengetahuan yang luas terhadap topik yang dibincangkan.

Meskipun temubual individu secara mendalam adalah pendekatan yang dianggap terbaik berbanding perbincangan kumpulan fokus, ini tidak bermakna kaedah seperti ini tidak mempunyai sebarang kekurangan. Misalannya, wujud juga keadaan yang menyebabkan subjek kajian menolak untuk membincangkan isu yang dirasakan sensitif khususnya jika berhadapan dengan pengkaji yang berbeza jantina. Ketika pengkaji menjalankan kajian ini, kebanyakan subjek memaparkan rasa janggal mereka untuk berkongsi pengalaman tentang isu percintaan dan adegan erotik dalam drama rantaian bukan Barat di televisyen. Walaupun drama rantaian bukan Barat tidak memaparkan tingkah laku seks terbuka, adegan berpegangan tangan, berpeluk-pelukan dan berciuman masih lagi wujud. Sememangnya tidak dapat dinafikan bahawa adegan-adegan seperti ini masih lagi dianggap sebagai suatu isu yang ditegah untuk dibincangkan secara terbuka tidak hanya dalam kalangan subjek kajian ini yang tinggal di kawasan perkampungan terpencil malahan juga yang tinggal di bandar besar seperti Kuala Lumpur. Walaupun pada mulanya pengkaji beranggapan isu seperti ini timbul hanya disebabkan status dan perbezaan jantina tetapi kebanyakan subjek mendakwa bahawa isu-isu seperti ini adalah sesuatu yang bersifat peribadi dan ia amat jarang dibincangkan sesama rakan sebaya. Yang menarik, pengkaji turut diingatkan oleh kebanyakan subjek bahawa tidak membincangkan isu-isu adegan secara terbuka kerana boleh mewujudkan rasa tersinggung dan janggal.

Namun, beberapa kajian lepas yang turut menggunakan pendekatan perbincangan kajian fokus untuk memahami bagaimana wanita menonton drama rantaian televisyen mendapati bahawa tema-tema percintaan yang menampilkan adegan erotik serta watak wanita jahat mampu menggalakkan lagi subjek kajian mengambil bahagian untuk berinteraksi dengan lebih berkesan (Brown 1994; Hobson 2003). Dalam konteks kajian yang dijalankan ini, walaubagaimanapun, subjek yang berpegang teguh dengan nilai-nilai agama dan adat Melayu akan menjadi kurang tertarik dengan untuk membincangkan isu sebegini terutama dalam perbincangan kumpulan fokus. Pada masa yang sama, pengkaji terpaksa berhati-hati dalam memilih soalan bagi mengelakkan pertanyaan yang bersifat sensitif dan menyinggung perasaan subjek. Misalannya, terdapat subjek yang enggan bercakap tentang drama rantaian Indonesia dengan lebih lanjut apabila salah seorang subjek yang lain secara berjenaka merujuk salah seorang watak wanita jahat dengan seseorang di kawasan kejiranan mereka. Malahan, subjek tersebut menarik balik semua kenyataan yang telah dinyatakan kepada pengkaji sebelum ini. Keadaan ini menunjukkan bahawa perbincangan kumpulan fokus boleh menjadi suatu strategi penyelidikan yang tidak berkesan untuk topik yang berkait rapat dengan agama dan budaya.

Selain itu, pengkaji turut menghadapi kesulitan untuk menyelaraskan jadual pertemuan dan juga tempat yang digunakan untuk menjalankan perbincangan kumpulan fokus kerana subjek kebanyakannya tidak tinggal berdekatan dan mempunyai urusan kerja domestik yang perlu diselesaikan terlebih dahulu. Terdapat beberapa subjek yang tidak dapat hadir pada saat-saat akhir disebabkan faktor-faktor seperti pengangkutan dan hal-hal domestik yang tidak dapat dielakkan seperti menjaga anak di rumah. Justeru, pengkaji membuat keputusan untuk menjadikan temubual individu secara mendalam sebagai kaedah kajian utama yang seterusnya mampu mengelakkan sebarang halangan untuk memperoleh dapatan kajian dengan berkesan. Sehubungan dengan itu, pengkaji turut mengambil masa selama seminggu untuk mendapatkan subjek yang baru dan mengatur pertemuan bagi tujuan temubual individu secara mendalam.

Pengkaji mengambil masa kira-kira dua jam untuk menemubual subjek secara peribadi di tempat yang menjamin penyelesaian mereka untuk membuat sebarang kenyataan iaitu sama ada di rumah atau pun di tempat kerja. Strategi ini ternyata lebih berkesan kerana subjek menjadi selesa dan bersifat lebih terbuka dalam membincangkan segala hal termasuklah aktiviti menonton televisyen di rumah dan pandangan peribadi mereka mengenai sesuatu isu. Subjek turut menjadi aktif dalam perbincangan dan berani mengutarakan pandangan dengan jujur tanpa dipengaruhi oleh pandangan dominan seperti yang berlaku dalam perbincangan kumpulan fokus. Malahan subjek tidak berasa terganggu dan tidak berasa bimbang jika pandangan mereka akan menggores hati pihak tertentu.

Keadaan ini juga telah menyebabkan kebanyakan subjek lebih memilih untuk ditemubual secara bersendirian di rumah atau pun di pejabat dan menolak untuk menyertai sebarang perbincangan berkumpulan ditempat-tempat yang telah ditetapkan. Misalnya, seorang subjek kajian ini yang tinggal di kawasan kampung telah menolak untuk menghadiri perbincangan kumpulan fokus kerana khuatir pandangan beliau akan mencetuskan masalah secara tidak sengaja. Yang menarik, subjek kajian ini yang tinggal di bandar besar seperti Kuala Lumpur tidak mempunyai sebarang masalah dalam membincangkan isu-isu seperti kekeluargaan dan hubungan seksual secara bersendirian lantaran latar pendidikan tinggi dan pendedahan berterusan mengenai budaya popular di kawasan tempat tinggal mereka. Namun demikian, yang ingin ditekankan di sini bahawasegala temubual dan rekod peribadi subjek dilindungi sepenuhnya bagi memenuhi kod etika penyelidikan seperti yang digariskan oleh jawatankuasa etika universiti. Sebagai contoh, pengkaji telah memberikan nama samaran kepada semua subjek dan setiap lokasi temubual dirahsiakan.

Dalam menjalankan kajian mengenai penggunaan televisyen, perkara utama yang perlu diambil perhatian oleh pengkaji ialah tindak balas subjek akibat kecenderungan untuk berkongsi tentang kehidupan seharian mereka dalam ruang lingkup peribadi. Seiter (1990: 62) menyatakan, "*television watching can be a touchy subject, precisely because of its association with a lack of education, with idleness and unemployment, and its identification as an 'addiction' of women and children.*" Apa-apa yang cuba diketengahkan oleh Seiter (1990) adalah tepat kerana hampir kebanyakan subjek dalam perbincangan kumpulan fokus cenderung untuk mengelakkan sebarang pertanyaan yang dilihat terlalu peribadi. Malahan, menurut Anderson dan Jack (1991: 11), "*women often mutetheir own thoughts and feelings when they try to describe their lives in the familiar and publicly acceptable terms of prevailing concepts and conventions.*" Sehubungan itu, subjek kajian ini yang kesemuanya merupakan etnik Melayu mempunyai rasa sensitif yang cukup tebal terutamanya yang bersangkutan dengan adat budaya serta agama Islam. Justeru, pengkaji perlu menjadi lebih peka dalam mencari jalan untuk mengelak



daripada bertanyakan soalan yang tidak tepat atau menyentuh isu yang memalukan agama dan adat Melayu.

### **SUBJEK KAJIAN: PEMILIHAN DAN CABARAN**

Kajian ini dijalankan di dua tempat yang berbeza iaitu di kawasan pedalaman Kota Tinggi Johor yang turut merupakan tempat asal pengkaji dan di bandar raya Kuala Lumpur. Kedua-dua tempat kajian ini dipilih atas beberapa sebab termasuklah kewujudan penonton setia drama rantaian bukan Barat, terutamanya wanita Melayu. Kuala Lumpur menjadi pusat gaya kehidupan kota dan perkembangan budaya popular dan pada masa yang sama Kota Tinggi di Johor mempunyai capaian yang luas kepada pelbagai saluran televisyen. Yang nyata kedua-dua tempat ini mempunyai bilangan penonton setia drama rantaian bukan Barat yang cukup besar dan layak dijadikan subjek kajian. Selain itu, pemilihan kawasan bandar dan luar bandar menyediakan suatu analisis asas yang baik tentang kepelbagaian latar budaya etnik Melayu di negara ini. Pada masa yang sama, pengkaji mempunyai kedekatan dari sudut jaringan sosial dan capaian pada tahap yang amat baik di kedua-dua tempat kajian ini. Keadaan ini membolehkan pengkaji membina hubungan yang mudah dengan subjek kajian khususnya wanita Melayu. Namun, yang jelas, kedua-dua tempat kajian ini dipilih berdasarkan pengalaman dan pemerhatian melalui kajian rintis yang dilakukan bagi tujuan mengenal pasti kesesuaian soalan, tempat dan subjek kajian.

Pengkaji berjaya mengenal pasti seramai 21 orang subjek kajian yang merupakan wanita Melayu dengan berpandukan satu ciri utama iaitu mereka mempunyai minat menonton drama rantaian bukan Barat di rumah. Kesemua subjek kajian ini telah dipilih dengan tertib melalui teknik *snowballing* (Taylor dan Bogdan 1998) dan pensampelan bertujuan (Maxwell 2005). Pengkaji menggunakan pensampelan bertujuan atau lebih dikenali sebagai *purposeful sampling* bagi memperoleh kesesuaian dari segi masa, tempat dan subjek yang mampu menyediakan maklumat untuk menjawab segala persoalan kajian. Keadaan seperti ini amat penting dalam menjayakan Rekaan kajian berdasarkan pendekatan kualitatif (Maxwell 2005: 88). Pada masa yang sama, menerusi teknik *snowballing* subjek terpilih memperkenalkan pengkaji dengan subjek lain yang dirasakan berpotensi dan mampu menyumbang kepada dapatan kajian.

Dalam perkataan lain, subjek tersebut tidak sahaja menonton drama rantaian bukan Barat di rumah tetapi mempunyai pengetahuan yang baik untuk dikongsi ketika temu ramah individu secara mendalam dijalankan. Pengkaji ingin menekankan di sini bahawa pemilihan subjek kajian menerusi teknik *snowballing* boleh menyebabkan kecenderungan untuk memperoleh subjek yang dikenali dan berkongsi latar budaya, ekonomi dan kelas yang serupa. Walau bagaimanapun, pengkaji tidak akan memberikan tumpuan kepada hubung kait antara antara latar sedemikian dengan perlakuan terhadap genre televisyen kerana kecenderungan mereka untuk membuat ungkapan yang mungkin serupa kerana tujuan utama kajian lebih tertumpu kepada proses penontonan televisyen di rumah.

Seramai 11 orang subjek kajian ini telah diperolehi di Kota Tinggi, Johor manakala sepuluh yang lainnya menetap di bandar raya Kuala Lumpur. Kesemua subjek kajian ini adalah penonton setia drama rantaian bukan Barat yang kebanyakannya diimport dari Indonesia, Korea Selatan, Jepun, Thailand, dan Amerika Latin. Namun demikian, perbualan dalam temubual secara mendalam tidak mengkhusus kepada drama rantaian bukan Barat yang tertentu seperti yang telah dilakukan oleh Ida (2006) dan Iwabuchi (2002; 2004). Pengkaji

mendapati adalah lebih berkesan jika subjek dibenarkan untuk bercakap tentang sebarang drama rantaian bukan Barat yang digemari oleh subjek kerana keadaan ini lebih jujur dan terbuka. Tambahan lagi, objektif kajian ini lebih bertujuan memahami sikap khalayak terhadap drama rantaian bukan Barat sebagai sebuah genre.

Selain itu, bilangan subjek kajian mampu menimbulkan kritikan dan rasa berbelah bahagi kepada sesetengah sarjana kuantitatif khususnya kerana tampak gagal dari segi pengukuran tahap penerimaan subjek secara umum pola penontonan drama rantaian bukan Barat. Namun begitu harus diingat bahawa kajian etnografi khalayak yang berpandukan pendekatan kualitatif ini tidak bertujuan mendapatkan pola penontonan umum genre televisyen ini dalam kalangan subjek khususnya wanita Melayu di negara ini. Pengkaji lebih cenderung untuk menggunakan sampel kajian yang kecil kerana kebanyakan hasil temubual individu secara mendalam yang diperoleh mempunyai persamaan dari segi hujahan dan idea dan seterusnya mencapai titik ketepuan dengan kadar segera (Lee, Woo dan Mackenzie 2002; Mason 2010).

Justeru, adalah lebih praktikal untuk pengkaji memberi fokus kepada bilangan subjek yang kecil kerana bilangan subjek yang besar tidak menjanjikan kepentingan yang sempurna dari segi dapatan dan hanya menyebabkan proses penyelidikan menjadi bertambah sukar. Keadaan ini turut menyumbang kepada matlamat kajian ini yang pada mulanya lagi cuba mengetengahkan konsep kemahiran menonton sebagai suatu teori yang baru bagi menerangkan proses penontonan wanita Melayu dalam kajian ini. Oleh yang demikian, dalam usaha untuk mengukuhkan lagi hujahan kemahiran menonton, pengkaji perlu bersikap lebih strategik untuk mengumpul dapatan yang lebih berguna. Seperti yang ditekankan oleh Crouch dan McKenzie (2006: 493), *"this mode of research rest on the continuing monitoring of the interview material in relation to theoretical developments."*

Ketika melakukan pemilihan subjek, pengkaji mengambil kira tahap umur yang turut mempengaruhi proses pengumpulan data. Misalannya, subjek di kawasan kampung kebanyakannya terdiri daripada suri rumah yang berumur antara 35 hingga 50 tahun ketika kajian ini dilakukan. Tahap umur sedemikian memberi banyak kelebihan kepada pengkaji kerana diyakini subjek mempunyai pengetahuan yang luas mengenai drama rantaian bukan Barat yang ditonton seharian di rumah. Selain itu, subjek yang berada pada tahap umur sebegini telah mencetuskan rasa kluatir kepada pihak pemerintah yang dinaungi oleh UMNO dan pada masa yang sama telah dikritik hebat kerana tidak menjalankan tugas-tugas domestik di rumah dengan sempurna. Meskipun kebanyakan subjek di kawasan kampung yang terdiri daripada wanita Melayu ini tidak mempunyai pekerjaan profesional, masih lagi terdapat dalam kalangan mereka yang berniaga secara kecil-kecilan atau melakukan jualan langsung untuk memperoleh pendapatan tambahan.

Rutin harian mereka lebih tertumpu kepada pengurusan rumah tangga seperti memasak dan menjaga anak-anak. Justeru, tidak dapat dinafikan bahawa mereka mempunyai masa lapang pada sebelah petang yang digunakan untuk menonton televisyen di rumah. Sementara itu, subjek di kawasan bandar mempunyai tahap umur antara 34 hingga 55 tahun dan hampir kesemuanya mempunyai kerjaya tetap, berpelajaran dan terdedah dengan gaya hidup bandar. Namun, pekerjaan tetap tidak menghalang mereka untuk menonton drama rantaian bukan Barat pada sebelah malam. Kesemua subjek sama ada yang tinggal di kawasan kampung atau bandar mempunyai sekurang-kurangnya satu set televisyen yang mempunyai capaian kepada saluran tempatan secara percuma atau pun berbayar melalui stesen televisyen satelit seperti ASTRO. Seperti yang telah dijelaskan sebelum ini, pengkaji perlu membina suatu

kedekatan dan kepercayaan terhadap subjek kajian. Sehubungan itu, pengkaji menggunakan panggilan kakak dan makcik sebagai panggilan hormat kepada subjek. Istilah makcik atau kakak di sini tidak hanya digunakan sebagai panggilan hormat kepada wanita yang sudah bernikah dan berumur malah mempamerkan rasa hormat terutamanya kepada kematangan subjek untuk berkongsi pengalaman kehidupan seharian mereka.

Dalam meneliti subjek kajian ini, pengkaji tidak dapat lari dalam memberikan takrifan aktiviti penontonan televisyen mereka di rumah. Subjek kajian ini tidak dapat dikategorikan sebagai peminat drama rantaian semata-mata seperti yang digariskan oleh beberapa kajian khalayak yang lepas (Baym 2000; Brown 1994; Hobson 1982; 2003; Jenkins 1991; 1992; 2006). Misalannya, Jenkis (1992: 23) mentakrifkan peminat sebagai "*readers who appropriate popular texts and reread them in a fashion that serves different interests, as spectators who transform the experience of watching television into a rich and complex participatory culture.*" Meskipun begitu, subjek kajian ini yang kesemuanya merupakan wanita Melayu lebih tepat dilihat sebagai pengikut atau khalayak biasa (*habitual followers*). Sebagai khalayak biasa, mereka menonton drama rantaian bukan Barat secara berkala pada setiap hari tetapi tidak akan berasa bimbang jika terlepas satu atau dua episod. Yang lebih penting ialah aktiviti penontonan mereka tidak melibatkan aktiviti seperti yang tergaris dalam konsep *participatory culture* iaitu menyimpan gambar pelakon, menghasilkan dan mengedar majalah peminat atau menyertai sebarang persidangan khusus mengenai genre atau program televisyen tertentu termasuklah drama rantaian seperti yang dinyatakan oleh Jenkins (2006).

## **KAJIAN ETNOGRAFI KHALAYAK DAN KEMAHIRAN MENONTON: SUATU KESIMPULAN**

Kajian khalayak yang berteraskan etnografi mampu menjadi suatu kaedah kajian yang beretika dan mempunyai kredibiliti yang tinggi terutamanya dalam lapangan pelbagai disiplin seperti kajian media, sosiologi, politik, budaya dan sebagainya. Yang paling jelas, kaedah ini mempunyai keistimewaan yang lebih untuk menilai suatu fenomena penggunaan genre televisyen tertentu dalam kalangan khalayak televisyen. Kemampuan subjek menggunakan kemahiran menonton dalam proses penontonan drama rantaian dari barat telah membuktikan bahawa kaedah kualitatif seperti etnografi khalayak berkebolehan memberi pandangan alternatif terhadap segala hujahan yang berteraskan kajian kuantitatif yang banyak dihasilkan dalam kajian media dan budaya di negara ini. Meskipun begitu, populariti drama rantaian bukan Barat dalam kalangan wanita Melayu akan menimbulkan kesangsian terhadap istilah popular yang sering diukur mengikut fahaman dan tanggapan kuantitatif. Namun begitu, adalah penting untuk dihujahkan di sini bahawa pembentukan populariti yang seringkali diperdebatkan oleh sarjana budaya popular bukanlah sesuatu yang bersifat secara langsung. Malahan, istilah popular itu perlu difahami berdasarkan latar budaya setempat dan juga keperluan kaedah kajian itu sendiri.

Menurut Lewis (2002: 282-283), terdapat beberapa pendekatan yang telah digunakan oleh industri media untuk mengukur populariti teks budaya tertentu termasuklah sistem rakaman berkomputer menerusi *TV people meters*. Syarikat penarafan seperti AGB Nielsen merupakan contoh institusi terbaik yang sering menggunakan kaedah ini untuk mengukur populariti dan kepuasan rancangan televisyen tertentu di layar kaca berdasarkan gender, pendapatan, latar pendidikan dan sebagainya. Tinjauan lelaman web atau lebih dikenali sebagai *hits* turut digunakan oleh pendekatan kuantitatif bagi mengukur populariti teks

budaya terpilih pada masa yang tertentu. Sememangnya tidak dapat dinafikan bahawa pendekatan sebegini amat berguna untuk mengkaji populariti sesuatu program televisyen.

Namun begity, ia masih gagal untuk menilai fenomena tertentu yang biasanya muncul kemudiannya dan menjadi isu yang sangat penting untuk dihalusi. Dalam perkataan lain, pemaparan statistik penontonan harian untuk genre atau program televisyen tertentu tidak mampu untuk mengesahkan bahawa fenomena yang sebenar adalah benar-benar wujud. Misalannya, dalam kajian ini, drama rantaian bukan Barat menjadi suatu fenomena kerana ia tidak hanya popular dalam kalangan subjek yang merupakan wanita Melayu malahan menjadi topik perbincangan utama pihak pemerintah khususnya UMNO menerusi kritikan berterusan terhadap tanggungjawab sosial di ruang lingkup peribadi dan awam. Kecenderungan ahli Wanita UMNO yang sibuk menonton drama rantaian Indonesia *Bawang Putih Bawang Merah* dan mengabaikan tanggungjawab mereka untuk hadir ke perhimpunan parti itu (Kosmo 2006) boleh ditafsirkan sebagai suatu fenomena sosial yang sukar untuk dijelaskan dan kaedah kajian etnografi khalayak adalah pendekatan alternatif terbaik untuk memahami permasalahan ini.

## RUJUKAN

- Abercrombie, N. & B. Longhurst. 1998. *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London and California: SAGE Publications.
- Alasuutari, P. 1999. Three phases of reception studies. In P. Alasuutari (Ed.). *Rethinking the Media Audience: The New Agenda* (pp. 1-21). London: SAGE Publication.
- Anderson, K., & D. Jack. 1991. Learning to listen. Interview techniques and analyses. In S. N. Gluck, & D.Patai (Eds.), *Women+s Words: The Feminist Practice of oral History* (pp. 11-26). New York: Routledge.
- Ang, I. 1985. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London and New York: Routledge.
- Bakardjieva, M. 2005. *Internet Society: The Internet in Everyday life*. London and California: SAGE Publications.
- Baym, N. K. 2000. *Tune In, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community* California, London and New Delhi: SAGE Publications.
- Bernama. 2006. Puteri UMNO concerned over negative portrayal of women. *Bernama Daily Malaysian News*. Retrieved 18 July, 2008, from Factiva database.
- Bernama. 2004. Tokoh agama kecam rancangan TV keterlaluan. *Bernama Daily Malaysian News*. Retrieved May 3, 2008, from <http://www.bernama.com>.
- Bird, S. E. 2003. *The Audience in Everyday Life: Living in a Media World*. New York and London: Routledge.
- Brown, M. A. 1994. *Soap Opera and Women's Talk: The Pleasure of Resistance*. California: SAGE Publication.
- Buckingham, D. 1987. *Public Secrets : EastEnders and Its Audience*. London: BFI Books.
- Chua, B. H., & K. Iwabuchi (Eds.). 2008. *East Asian Pop Culture. Analysing the Korean Wave*. Aberdeen, Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Crouch, M. & H. McKenzie. 2006. The logic of small samples in interviewed based qualitative research. [electronic version]. *Social Science Information* 45 (4), 483-499.

- Certeau, M. D. 1988. *The Practice of Everyday Life* (S. F. Rendall, Trans.). Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press. (Original work published 1984).
- Gillespie, M. 1995. *Television, Ethnicity and Cultural Change*. London and New York: Routledge.
- Gray, A. 1999. Audience and reception research in retrospect. The trouble with audiences. In P. Alasuutari (Ed.), *Rethinking the Media Audience*. (pp.22-37). London, California and New Delhi: SAGE Publications.
- Gray, A. 2003. *Research Practice For Cultural Studies*. London & California: SAGE Publications.
- Hall, S. 1980. Encoding/Decoding. In Hall, S., Hobson, D., & Willis, P. (Eds.), *Culture, Media, Language*. London and New York: Routledge and Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.
- Hermes, J. 1995. *Reading Women's Magazine*. Cambridge and Oxford: Polity Press.
- Hobson, D. 1982. *Crossroads: the drama of a soap opera*. London: Methuen.
- Hobson, D. 2003. *Soap Opera*. Cambridge: Polity Press.
- Ida, R. 2006. *Watching Indonesian Sinetron: Imagining Communities around the Television*. Department of Media and Information, Faculty of Media, Society and Culture, Curtin University, Perth.
- Iwabuchi, K. 2002. *Recentering Globalisation: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham: Duke University Press.
- Iwabuchi, K. (Ed.). 2004. *Feeling Asian Modernities Transnational consumption of Japanese TV dramas*. Aberdeen, Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Jenkins, H. 1991. Star Trek rerun, reread, rewritten: Fan writing as textual poaching. In C. Penley, E. Lyon, L. Spigel & J. Berstrom (Eds.), *Close Encounters. Film, Feminism, and Science Fiction* (pp. 171-204). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Jenkins, H. 1992. *Textual Poachers. Television Fans & Participatory Culture*. New York and London: Routledge.
- Jenkins, H. 2006. *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York and London: New York University Press.
- John, E., A. Damis, & K. T. Chelvi. 2003. Special Report - Hooked on Foreign Soap Operas. *New Sunday Times*. Retrieved November 21, 2008, from Factiva database.
- Kosmo 2006. Buang masa tonton *Bawang Merah Bawang Putih*. *Kosmo*. Retrieved September 2, 2008, from <http://www.kosmo.com.my>.
- Lee, M., & C. H. Cho. 1990. Women watching together: an ethnographic study of Korean soap opera fans in the US [electronic version]. *Cultural Studies*,4(1), 30-44.
- Lee, D. T. F.,J. Woo & A. E. Mackenzie. 2002. A review of older people's experiences with residential care placement. [electronic version]. *Journal of Advanced Nursing*, 37(1), 19-27.
- Lewis, J. 2002. *Cultural Studies: The Basic*. UK: SAGE Publications.
- Liebes, T., & E. Katz. 1993. *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*. Cambridge: Polity Press.
- Mason, M. 2010. Sample size and saturation in phd studies using qualitative interviews. [electronic version]. *Forum: Qualitative Social Research*, 11 (3), Art. 8.
- Maxwell, J. A. 2005. *Qualitative Research Design: An Interactive Approach 2nd Edition*. London: SAGE Publication.

- Md. Syed, M. A. & A. Hamzah. 2012. Imagining Transnational Modernity in Contemporary Malaysia: Malay Women, Asian Soap Operas, and Moral Capabilities. *Asian Women*, 28(1), 3-33.
- Md Syed, M. A. 2012. Malay women as discerning viewers: Asian soap operas, consumer culture and negotiating modernity. *Gender, Place & Culture*, 20 (5), 1-17.
- Md Syed, M. A., & C. Runnel. 2013. Malay women, non-Western soap operas and watching competencies. *Journal of Consumer Culture* (ahead-of-print).
- Moores, S. 1993. *Interpreting Audiences*. London and New Delhi: Thousand Oaks & SAGE Publication.
- Morley, D. 1992. *Television, Audiences and Cultural Studies*. London and New York: Routledge.
- Morley, D. 1980. *The "Nationwide" Audience: Structure and Decoding*. London: British Film Institute.
- Morley, D. 1986. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia.
- Morley, D. 2007. *Media, Modernity and Technology. The geography of the new*. London and New York: Routledge.
- Press, A. L. 1991. *Women Watching Television. Gender, Class and Generation in the American Television Experience*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Radway, J. 1984. *Reading The Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. USA: The University of North Carolina Press.
- Radway, J. 1988. Reception study: ethnography and the problems of dispersed audiences and nomadic subjects. *Cultural studies*, 2(3), 359-376.
- Schramm, W. (Ed.). 1963. *The Science of Human Communication: New Directions and New Findings in Communication Research*. New York: Basic Books.
- Seiter, E. 1999. *Television and New Media Audiences*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- Seiter, E., H. Borchers, G. Kreutzner & E.M. Warth. 1989. "Don't treat us like we're so stupid and naive": Towards an ethnography of soap opera viewers In E. Seiter, H. Borchers, G. Kreutzner & E.-M. Warth (Eds.), *Remote Control. Television, Audiences & Cultural Power*. (pp. 233-244). London and New York: Routledge.
- Spence, L. 2005. *Watching Daytime Soap Operas: The Power of Pleasure*. Middletown: Wesleyan University Press.
- Staiger, J. 2005. *Media Reception Studies*. New York University: New York University Press.
- Taylor, S. J., & R. Bogdan. 1998. *Introduction to Qualitative Research methods: A Guidebook and Resource*. New York and Toronto: John Wiley & Sons, Inc.
- Wilson, T. 2004. *The Playful Audience: From Talk Show Viewers to Internet Users*. New Jersey: Hampton Press.