

# Edisi What's Next?

# GSMf&sr

GALERI SENI MERBOK UITM KEDAH

## DEKORASI RUANGAN

PEJABAT REKTOR  
UITM CAWANGAN KEDAH

GALERI

## SUSUN ATUR GALERI SENI MERBOK BAGI LAWATAN

PENGERUSI LEMBAGA PENGARAH UITM  
KE UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA (UITM)  
CAWANGAN KEDAH

## IMBRT:

ERA BARU PERKHIDMATAN  
BAS AWAM



Fakulti  
Seni Lukis  
dan Seni Reka  
UiTM Cawangan Kedah

ISSN 2637-028X

# KANDUNGAN

## *What's Next?*

## LAPORAN GALERI

- **Susun Atur Galeri Seni Merbok Bagi Lawatan Pengerusi Lembaga Pengarah UiTM Ke Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Kedah**  
Oleh: Izza Syahida Abdul Karim, Shuhaila Md. Shahid, Abu Hanifa Ab. Hamid & Nazri Abu Bakar
- **Lawatan Penanda Aras Kukuhkan Kerjasama**  
Oleh: Normaziana Hassan & Shuhaila Md. Shahid
- **Dekorasi Ruangan Pejabat Rektor UiTM Cawangan Kedah**  
Oleh: Izza Syahida Abdul Karim, Shuhaila Md. Shahid, Normaziana Hassan & Abu Hanifa Ab. Hamid
- **Kenangan Permata Lembah Bujang**  
Oleh: Normaziana Hassan & Shuhaila Md Shahid

## LAPORAN FAKULTI

- **'DECRYPT YOUR VISUAL CREATIVITY' DESIGN DECODED 2021 Virtual Art Exhibition**  
Oleh : Dr. Neesa Ameerah Mohamed Salim

## WHAT'S NEXT?

1. **The Scenario of Malaysian Retail Industry During Pandemic Outbreak**  
By: Normaziana Binti Hassan
2. **Hari Raya Aidilfitri 2021: Norma Baharu di Era Pandemik Covid-19**  
Oleh: Mohd Hamidi Adha Mohd Amin
3. **Pameran Atas Talian: Calit-Calit**  
Oleh: Juaini Jamaludin
4. **E-Submission Kids Learning Videos: Pre-Schoolers Experiences with Interactive Campaigns to Fight Covid-19**  
By: Siti Fairuz Ibrahim & Juaini Jamaludin
5. **IMBRT: Era Baru Perkhidmatan Bas Awam**  
Oleh: Mohd Taufik Zulkefli
6. **Impak Pandemik Covid-19 kepada Pereka Grafik Bebas (Freelance Graphic Designer)**  
Oleh: Abdullah Kula Ismai
7. **Kesenian Islam: Nilai-Nilai Estetika Dalam Karya Tiga Dimensi**  
Oleh: Mohamat Najib Mat Noor
8. **COVID-19: Antara Pembunuh dan Nilai Estetika**  
Oleh: Mohd Zamri Azizan
9. **Shopping RAYA 2021 di Musim Pandemik Covid-19**  
Oleh: Dr. Faryna Mohd Khalis

Galeri Seni Merbok

# What's Next?

Alhamdulillah Buletin Galeri Seni Merbok kembali dengan Edisi "What's Next?" bagi bulan Januari hingga Jun 2021. Pembelajaran secara dalam talian masih diteruskan lagi bagi semester Mac hingga Ogos 2021 kerana kes penularan Covid-19 yang masih mencecah ribuan kes dalam sehari menurut laporan sumber oleh Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM). Namun begitu, inisiatif baru yang mana Malaysia telah menawarkan suntikan vaksin bagi mengekang penularan kes Covid-19. Semoga inisiatif ini berjaya mengurangkan penularan Covid-19 dan sesi pembelajaran secara normal dapat dilakukan semula.

Walaupun begitu, Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka, UiTM Cawangan Kedah masih rancak dalam turut serta dengan program-program terutama berbentuk ilmiah, penglibatan akademik yang mendapat anugerah di dalam pertandingan bertaraf antarabangsa dan terus maju dalam mencari kaedah bagi memberi inspirasi di sebalik pandemik Covid-19 agar dapat menaikkan nama fakulti.

Diharap agar Fakulti beroleh kejayaan yang berterusan di masa-masa akan datang dan semoga bahan penerbitan ini mampu dimanfaatkan oleh seluruh warga kampus UiTM Cawangan Kedah

## SIDANG REDAKSI

### Penasihat

Prof. Dr. Mohammad Abdullah Hemdi

### Ketua Editor

Izza Syahida Abdul Karim

### Editor

Juaini Jamaludin

### Reka Letak Grafik

Syahrini Shawalludin

### Penerbit

Galeri Seni Merbok

### Cetakan

Perpustakaan Sultan Badlishah

### Penulis

Normaziana Hassan  
Shuhaila Md. Shahid  
Izza Syahida Abdul Karim  
Abu Hanifa Ab. Hamid  
Nazri Abu Bakar  
Dr. Neesa Ameera Mohamed Salim  
Mohd Hamidi Adha Mohd Amin  
Juaini Jamaludin  
Siti Fairuz Ibrahim  
Mohd Taufik Zulkefli  
Mohamat Najib Mat Noor  
Abdullah Kula Ismail  
Mohd Zamri Azizan  
Dr. Faryna Mohd Khalis

# Susun Atur Galeri Seni Merbok Bagi Lawatan Pengerusi Lembaga Pengarah Uitm Ke Universiti Teknologi Mara Cawangan Kedah

Oleh: Izza Syahida Abdul Karim, Shuhaila Md. Shahid,  
Abu Hanifa Ab. Hamid & Nazri Abu Bakar



Tanggal 6 April 2021, Universiti Teknologi Mara Cawangan Kedah telah menerima lawatan dari Pengerusi Lembaga Pengarah Universiti Teknologi Mara (UiTM). Galeri Seni Merbok mengemaskini susun atur Galeri sebagai persediaan untuk menerima kunjungan dari YBhg. Profesor Emeritus Tan Sri Dato' Seri Dr . Ibrahim Shah Abu Shah

Foto di atas menunjukkan ruangan terbaru di dalam Galeri Seni Merbok yang mana sudut ini digunakan bagi mempamerkan sebahagian besar hasil kerja pelajar-pelajar Seni Lukis & Seni Reka yang dihasilkan sewaktu pembelajaran alam maya ataupun Online Distance Learning (ODL).







Galeri juga menerima hasil kerja dari pelajar-pelajar Tahun Satu, seliaan En. Mohd Zamri Azizan untuk dipamerkan di dalam Galeri Seni Merbok.

Diharap pameran hasil kerja pelajar ini dapat menyuntik minat pelajar-pelajar untuk lebih maju kreatif serta dapat memberikan panduan, idea serta motivasi kepada pelajar-pelajar terutama sewaktu pembelajaran alam maya ataupun Online Distance Learning (ODL).

Foyer Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka pula mempamerkan lukisan Backhoe dari En Nazri Abu Bakar serta video bagi dipertontonkan kepada tetamu. Pihak Galeri amat menghargai usaha semua pihak yang telah menyumbang koleksi hasil karya bagi meningkatkan Galeri Seni Merbok.



# Lawatan Penanda Aras

## Kukuhkan Kerjasama

Oleh: Normaziana Hassan &  
Shuhaila Md. Shahid



Pada 20 hingga 22 September 2020 yang lalu, Batik Merbok mengambil inisiatif untuk mengadakan lawatan penanda aras di kilang batik yang terkenal di negeri Cik Siti Wan Kembang, Kelantan. Walaupun Malaysia merupakan sebahagian daripada pandemik Coronavirus (COVID-19) yang sedang melanda seluruh dunia, namun Batik Merbok, Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah tetap mengambil peluang bagi mengekalkan tradisi batik yang dikenali sejak zaman berzaman.

Ayu Fashion merupakan pengeluar batik terkenal di negeri Kelantan. Nama Ayu Fashion adalah sebuah nama yang tidak asing lagi dan sangat terkenal. Selain kilang pemprosesan, Ayu Fashion mempunyai Galeri yang menjual kain pasang, kain batik sarung, pakaian siap, cenderahati dan lain-lain lagi. Keistimewaannya, teknik yang digunakan sangat unik iaitu menggunakan kaedah tradisional dalam pembuatan batik iaitu menggunakan blok. Setiap blok yang dihasilkan mempunyai maksud tersendiri. Meskipun ketika ini terdapat lambakan produk tekstil bercirikan batik dengan pengeluaran menggunakan mesin berteknologi tinggi, namun pengusaha ini terus mengekalkan pengeluaran batik secara tradisional.

Tibanya kami di sana, kami disambut baik dan diberi taklimat ringkas oleh pengusaha Ayu Fashion. Kemudian, kami dibawa untuk melawat ke bengkel memproses batik, iaitu proses menerap lilin menggunakan blok, mewarna, mematikan warna, merebus untuk mengeluarkan lilin, menjemur dan sehingga ke proses pengeringan. Banyak ilmu yang telah dikongsikan sepanjang keberadaan kami di sana. Pengusaha batik amat mesra dan tidak lokek untuk berkongsi pengalaman dan khidmat ilmu kepakaran sepanjang beliau berkecimpung dalam industri batik.

Justeru itu, pihak Batik Merbok berharap usahasama ini dapat diperkukuhkan demi memastikan kelancaran Batik Merbok dalam dunia batik khususnya. Pengeluaran produk batik asli ini amat perlu dikekalkan dan dipelihara bagi menjaga seni kraf warisan negara.





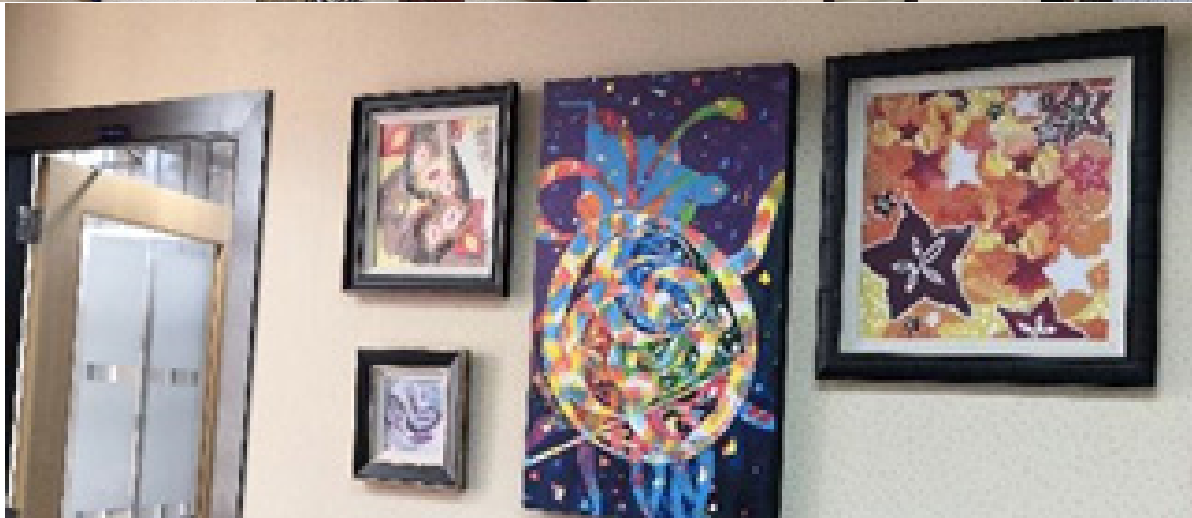
# Dekorasi Ruangan

## Pejabat Rektor UiTM Cawangan Kedah

Oleh: Izza Syahida Abdul Karim, Shuhaila Md. Shahid,  
Normaziana Hassan & Abu Hanifa Ab. Hamid

Galeri Seni Merbok berpeluang untuk mendekorasi ruangan di dalam Pejabat Rektor, Bilik Mesyuarat Utama serta ruang legar Pejabat Rektor dengan pelbagai pilihan karya yang terdapat di dalam koleksi Galeri Seni Merbok serta karya dari Batik Merbok. Proses dekorasi ini secara tidak langsung memberikan nafas baru dalam ruang pejabat. Hasilnya nampak bergaya dan indah.

Setiap ruang dihiasi dengan sekurang-kurangnya satu karya seni dengan karya kreatif yang bersesuaian dengan dekorasi ruangan dalaman pejabat. Diharap agar karya-karya yang diletakkan ini dapat meningkatkan lagi ketenangan serta motivasi.





Rektor menyerahkan cenderahati kepada YBhg. Prof Emeritus Datuk Ir. Dr. Mohd Azraai Kassim

## **Kenangan Permata**

### **Lembah Bujang**

Oleh: Normaziana Hassan & Shuhaila Md Shahid

Pada 10 Mac 2021 Tuan Rektor Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah mewakili seluruh warga UiTM Cawangan Kedah bagi menghadiri Majlis Persaraan YBhg. Prof. Emeritus Datuk Ir. Dr. Mohd Azraai Kassim, Naib Canselor UiTM yang diadakan di Shah Alam. Sebagai tanda menghargai segala jasa, sumbangan dan sokongan beliau kepada UiTM Cawangan Kedah, Batik Merbok menjadi pilihan bagi menghadiahkan kepada beliau sebagai tanda kenang-kenangan. Rekaan corak Batik Merbok yang dihasilkan ini adalah kombinasi daripada beberapa motif iaitu padi, burung Merbok, bakau, ukiran dan Sanskrit yang melambangkan keunikan dari bumi Merbok.

Cenderahati Batik Merbok

**“ Kuning emas masaknya padi,  
Mawar merah didalam jambang,  
Terima kasih daun keladi,  
Dari kami Permata Lembah Bujang. ”**







# 'DECRYPT YOUR VISUAL CREATIVITY'

## DESIGN DECODED 2021 Virtual Art Exhibition

By : Dr. Neesa Ameera Mohamed Salim

Design Decoded 2021 (DD21) – International Design Conference & Creative Culture is an extended previous event which allows participants to present their research, and also will be given an opportunity to exhibit their artwork virtually in cooperation with Kedah State Museum. Thus, it aims for a medium to public and private policy-makers, academicians, industry practitioners specifically in art and design to share experiences, knowledge and expertise ranging from concepts, ideas, initiatives, innovative and development as well as the current challenges in art, design and culture.

DD2021 Art exhibition 2021 is a visual art show which is organized by Faculty of Art and Design, UTM Cawangan Kedah with Design Decoded 2021 academic conference. It will be held from 24 August 2021 until 31 December 2021 with the theme of '**Decrypt your Visual Creativity**'. All artists are cordially invited to submit your artwork in painting, digital, photography and sculpture form that is suitable with the theme. Four artistic speakers – **Syahrulfikri Salleh, Attieh Moheballi, Izyan Syamimi and Shahar a/l Koyok** will also share their expertise and experiences as a true artist! See you virtually soon!

**Virtual Art Exhibition**  
*Decrypt your visual creativity*

The 2nd International Conference on Design Industries & Creative Culture  
**DESIGN DECODED** *Call for Artists*

Design Decoded Art exhibition 2021 is a visual art show which is organised by Faculty of Art & Design, UTM Kedah in conjunction with Design Decoded 2021 academic conference. It will be held on 24 and 25 August 2021 with the theme of '**Decrypt your Visual Creativity**'. You are cordially invited to submit your artwork in painting, digital, photography and sculpture form that is suitable with the given theme. The artwork will be exhibited virtually starting from 24 August 2021 until 31 December 2021 and every artist will be given a coffee table book !

**24 August - 31 December 2021**

**Guest Speakers**  
Art Sharing Sessions with International & Local Artists  
**Shahar a/l Koyok** Malaysia  
**Syahrulfikri Salleh** Phnom Penh, Cambodia  
**Attieh Moheballi** Melbourne, Australia  
**Izyan Syamimi** Malaysia

**Categories**  
• Painting • Digital Painting • Sculpture • New Media  
• Printing • Photography • Installation • Others

**Calling for Artworks**

Registration & Artist Statement (Early Bird)	1 March 2021	Early Bird
Payment - Early Bird	1 March 2021	RM 80 USD20
Final Registration and Payment	15 June 2021	Artist
Virtual Art Exhibition	24 Aug - 31 Dec 2021	RM100 USD25

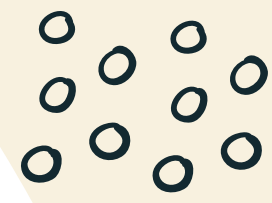
**Fee**

Scan QR code  
Registration & Link to official website

**All artists will also receive a hardcopy COFFEE TABLE BOOK (ISBN)\***  
\*For local artists only, International artists will receive an e-coffee table book (e-ISBN)

Organized by:  
Faculty of Art & Design, UTM Kedah Branch  
Galeri Seni Merbok, UTM Kedah Branch  
Jabatan Muzium Negeri Kedah Darul Aman

Strategic Partners:  
Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand  
Hansoo University Korea  
Far Eastern University Philippines



# THE SCENARIO OF MALAYSIAN RETAIL INDUSTRY DURING PANDEMIC OUTBREAK

BY: NORMAZIANA BINTI HASSAN

A shopping mall is a group of retail stores under one stop management. It discerns as a place for trade at the same time served as a social and community centre (Ng, 2003). Prior to the outbreak of infectious disease in Malaysia, shopping malls were the popular location for pastime hangouts. A report by Jen (2014), mentioned that at least 20% of the urban population in Malaysia will spend their weekends in shopping malls. Shopping malls are not only the place to buy and sell goods but also as a social place to meet up by all age groups. It is a lifestyle destination that indulges in shopping, leisure and dining experiences under one roof. Consumers will not only enjoy socializing, but will also be enticed by the shopping malls' in-store shopping experience and personalised services. A study conducted by First Insights (2020) reveals that 71% of shoppers spend more per in-store visit rather than online. While consumers of the Millennial and Gen Z are linked to digital purchases, they still enjoy the satisfaction of the physical experience of shopping in the store. It is believed that these shoppers of the new generation insist on finding exclusive experiences rather than brick-and-mortar shop items. Based on the wealth of consumers and their growing aptitude, the lifestyle and purchasing power of consumers have changed tremendously over the past few years. The increase in living costs and the pandemic's poor economic conditions have led to a significant decrease in consumer purchasing power.

Nevertheless, when coronavirus disease (COVID-19) was firstly detected in Wuhan, China in December 2019; the pattern of purchasing power has remarkably changed among consumers around the globe including Malaysia (World Health Organization (WHO, 2020). The virus has spread widely and it has been confirmed as a pandemic by the World Health Organization (WHO). The indication of a pandemic does not mean that the outbreak has become devastating, but it is an indication that at an uncertain rate, the epidemic has spread worldwide. Physical, emotional, mental and economic effects have been affected by the coronavirus outbreak. Retail is one of the major hit sectors (Yee, 2020). According to a special survey conducted by the Department of Statistics Malaysia on the Impact of Covid-19 on the Economy and Individuals (Round 1) from March 23 to 31, 2020, there was a major shift in regular expenditure needs before and after the outbreak of Covid-19 (Kong, 2020).

The economy has been badly affected by the global downturn due to the coronavirus outbreak. The economy declined due to the coronavirus outbreak is estimated to be worse than the Great Recession, with global gross domestic product forecast to be 4.9 percent in 2020 (International Monetary Fund, 2020). Instead of 4.6 percent growth last December, the Malaysian retail industry experienced a 5.5 percent fall in revenue (Retail Group Malaysia, 2020). Due to the outbreak, occupancy and average rental rates for malls in Kuala Lumpur and Selangor have suffered badly (Henry Butcher, Malaysia, 2019). Oversupply of retail space, reduction of tourist arrivals, low domestic retail spending, competition among retailers and changes in customer tastes and behaviour can determine the pressure of losses. Thus in terms of buying power, the sudden shift in the retail industry in Malaysia has created a dramatic change between customers and retailers. The development in the merchandising industry has influenced the growth of fashion retail and will cause changes in consumer preferences in physical shopping malls, particularly during the economic downturn when shopping for their fashion apparels. With regard to the scenarios, this study will add to the scholarly research/literature in the field of aptitude effect studies on the purchase of apparel during Malaysia's economic downturn.

In Malaysia, the retail sector has faced ferocious competition due to over-supply and rapidly growing shopping malls in the populated region of the Klang Valley. Oversupply of the country's shopping mall space has been quiet with low occupancy, even before the outbreak of Coronavirus. Begum (2018) noted that the economic instability that occurred in around 255 malls in Klang Valley in 2017 resulted in a substantial decrease in retail occupancy from 86.2 percent in 2010 to 85.2 percent in 2017 (Thean, 2018). Malaysia has a total of 1,036 shopping malls building around 177.66 million sq ft of net lettable space, according to figures from the National Property Information Centre (Napic) as

of 2019. Not e-commerce, nor “more shopping malls” are the big challenge to shopping malls (Brien, 2019).

The consumer has reduced their discretionary spending due to the rising cost of living in the country. This attribute can be seen in the collapse of the retail sector of trendy and non-essential goods that has been hardest hit by physical shopping malls (Kok, 2020). A study by the Malaysian Institute of Economic Research's Consumer Sentiment Index reported that Malaysian consumers remain conservative in their monthly spending despite juggling with a higher cost of living. The quarter-on-quarter (q-o-q) weakness is largely due to the increasingly conservative expenditure trends observed by consumers. (Menon, 2020), which tends more towards value-for-money purchases rather than high-value discretionary expenditure such as cars, imported goods and overseas travel.

Nevertheless, shopping mall owners often struggle to stay important to physical malls in the growing online marketplaces that deliver a lot of innovative attractions. Lack of research into the joy of shopping in relatively underdeveloped post-transitional economies. During the post-pandemic, it is not over for brick-and-mortar retail, but they need to give their customers who have visited the shopping malls an added competitive value. In order to stay alive, physical retailers can find ways to innovate their physical shopping centres and entice new customers to visit the malls. Shopping is meant to be thrilling and full of experience, beyond just buying a product that can not be done by online shopping. Ong (2020), of the KIP Group of Companies, claims that individuals will return to retail malls simply because they provide an atmosphere and an experience that can not be accessed from home by shopping. It is the lifestyle experience that makes malls the heart and soul of the community.

Location is considered the key factor contributing to the contribution to over-supply in the growth of shopping malls. The non-strategic position and the centres constructed close to each other produce a low rate of occupancy in shopping malls, resulting in retailers losing sales. The demand and supply of shopping centres are said to rely on the economic climate of some countries (Malaysia Retail Community, 2020). There are a few popular shopping malls within Kuala Lumpur City Centre, including Bukit Bintang City Centre, Tun Razak Exchange and others, which will be the top shopping destination in ASEAN. The overall rate of mall occupancy was 79.2 per cent. The average mall occupancy rate stood at 79.2%. Covid-19 pandemic is an expensive lesson for developers “to think carefully before building any mall in the future” due to vacant malls (Chan, 2020). It is believed the longer the pandemic will stay as an outbreak to the world, the more “painful” it will be for mall operators and retailers for the retail sector to recover (Chan 2020).

Currently, the issues of oversupply shopping malls have affected the worldwide economy before and after the pandemic outbreak. In China, there are nearly 4,000 shopping centres which are three times more than the numbers in the United States of America (USA). Estimates say another 7,000 shopping malls will open by 2025, bringing the total number to over 10,000 (Hong, 2016). For the past five years, one-third of China's overabundant shopping malls were closed down and the surviving have to transform their business strategy for survival. (Chinese Academy of Social Sciences, 2016). The reasons for the closure are because of losing appeal to consumers and lack of competitive strengths. Nevertheless, China regional government has transformed the one-third of the shopping malls to the wholesale or retail marketplace which emphasis on customer experiences and the other third will need to integrate online shopping with brick-and-mortar outlets.

The immense growth of shopping malls in Africa had happened in the past 10 years. From the year of 2011 to 2018, there is an increase in shopping malls population from 225 to 581 in Africa (Sagaci, 2018). The growth of shopping malls has worrying some shopping malls operators to struggle in attracting new tenants for the available space. The fluctuations of the shopping malls have posed critical sustainability challenges and have changed consumer trends. Hence, the shopping malls owner has to differentiate their shopping malls image in preserving their existing tenants while attracting new quality tenants (Kiriri, 2019). Ensuring to be different from the others, the newer shopping malls image will be more focused as a destination malls rather than just a shopping mall. The shopping malls will be equipped with dining, leisure and entertainment as the main core activity rather than shopping. It is believed, destination malls have been found to perform better than normal shopping malls (Cyttonn, 2018).

The growth rate of shopping malls in the United States of America (USA) was twice over the population's growth. Unfortunately, the mall visits have declined by 50% between 2010 to 2013,



and the trend continuously happens until today (Marendra, 2019). Due to the rise of market competition and community evolution, the United States of America (USA) government have shifted the old shopping malls to rehabilitation, repositioning, and intensification instead of building the new shopping malls around the country (Beyard, 2006). The ideas are to create older shopping malls to 'exciting and innovative new shopping environments'. Retailtainment is the solution to bringing back consumers close to physical products and creating memorable experiences towards shopping (Tokinomo, 2020).

The e-commerce platform is the culprit that changes the buying pattern and the behaviour of consumers and 'killing' physical shopping malls (Marendra, 2019). It has modified the consumer pattern towards online shopping and became 'catastrophe' for the brick-and-mortar store (Businesstech, 2019). Unfortunately, all of this thought has made Fendi (a fashion brand), to work with Nordstrom New York (a new flagship store) to focus on amplifying the strengths of physical and digital brand presence as to create a consistent, complementary shopping experience for consumers (Nicasio, 2020). The new retail concept store is a space where a brand is exploring a new trend, idea, initiative or concept (Stratten, 2019). In Britain, 75% of consumers would prefer to go to a physical store to make a purchase, assuming the item is available both offline and online. (High Street Future, 2019). Apparently, in China, shopping malls and old-fashioned retailers have evolved and became technology savvy. Hence, it makes them understand consumers and able to deliver better experience and value. (Chua, 2020)

Moving forward, Knight Frank Malaysia (KFM) predicted more shopping malls and retailers to embrace technological innovations. According to the report of Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC) has forecasted the e-commerce sector to set a record high 20% growth to RM170 billion this year. Shopping malls need to constantly evolve to stay relevant in Malaysia (Adzman Shah, 2018). Online-to-offline is one of the latest e-commerce models which combine the benefits of both online and offline modes to enhanced consumer sourcing, broader market share and extended networking (Shang, 2015). Shopping malls and e-commerce required to work together and combine the traits of physical stores (physical viewing, inventory storage, and pick-up point) and the traits of boundless digital space to widen the reach (Ross, 2018). The tenants need to play their role to implement the online-to-offline strategy (Valerie Ong, KIP Group of Companies CEO, 2020).

The strategy only will be successful if the tenants actively updated their inventories and stock. It must have significant features like artificial intelligence that can interact with people which will be a new dynamics in shopping. The closest example is Sunway Pyramid Shopping Centre. It is the first themed shopping and entertainment mall in Malaysia and was launched in 1997. The mall has grown tremendously to be one of the preferred retail, lifestyle and experiential destination among locals and tourists alike (TheStar Property, 2018). Malaysian consumers love to shop and roughly there are 671 physical shopping malls in Malaysia (Martin, 2019). The shoppers will need to socialize and shopping malls will provide them with social space and attractions. Surprisingly, Malaysian men are likely to shop online as women (Data Reportal : Digital Malaysia, 2019). It is believed that Malaysian consumers are spoilt for choices when it comes to shopping. Consumers can choose to shop at speciality stores or mass retailers, on a computer or a mobile device.

Maria D. De-Juan-Vigaray (2004) has studied about Spain consumers' behaviour attraction to shop in shopping malls, and consumers' behavior in choosing a shopping mall. Both kinds of research have indicated that the consumers are willing to visit the shopping malls continuously if they satisfied with the shopping mall services and varieties of product selection. The 'convenience' factor was significant to a positive relationship with the frequency of visits, which supported by Chebat et al. (2010). Frequent visit to the shopping malls was positively related to the purchase intention besides mall promotion.

From both of the research evidence, it has proved that physical shopping malls are relevant and been part of the modern civilization which offers more creative attractions with great bargains. Kotler (2001), believed the physical shopping mall ambience produces greater effects on consumer behaviour compared to the products and services offered in the mall. It is also believed that brick-and-mortar stores and online retailers can complement each other rather than being a direct competitor (Tan, 2020).

## REFERENCES:

Avysy Yusoff. (2018). Malls Must Innovate to Stay Relevant, Retrieved from New Straits Times: <https://www.nst.com.my/business/2018/09/410606/malls-must-innovate-stay-relevant>



Hoong, C. Y. (2020). Klang Valley Retail Sector to Gradually Improve with Easing of MCO, Retrieved from theedgemarkets.com: <https://www.theedgemarkets.com/article/klang-valley-retail-sector-gradually-improve-easing-mco>

EdgeProp.my Facebook Live Fireside Chat (2020), Will Malls Pass the Post-MCO Test? Retrieved from EdgeProp.my: <https://www.edgeprop.my/content/1679883/will-malls-pass-post-mco-test>

Tan, J. P. (2019). Perceived Value Of Shopping Mall: Attractiveness Factor Of Shopper's Experience And A Framework To Improve Them, Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/335060675\\_Perceived\\_Value\\_Of\\_Shopping\\_Mall\\_Attractiveness\\_Factor\\_Of\\_Shopper's\\_Experience\\_And\\_A\\_Framework\\_To\\_Improve\\_Them](https://www.researchgate.net/publication/335060675_Perceived_Value_Of_Shopping_Mall_Attractiveness_Factor_Of_Shopper's_Experience_And_A_Framework_To_Improve_Them)

Kotler, P. (2001). 'Atmospheric as a marketing tool', Journal of Retailing, vol. 49, no. 4, pp.48-64.

Bordecai, M. & Schumacher, S. (2020), In Many Countries, People Are More Negative About the Economy Amid Covid-19 than during Great Recession, Retrieved from [pewresearchcentre.org:https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/09/14/in-many-countries-people-are-more-negative-about-the-economy-amid-covid-19-than-during-great-recession/](https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/09/14/in-many-countries-people-are-more-negative-about-the-economy-amid-covid-19-than-during-great-recession/)

Kong, S. (2020). Covid-19 Changes Consumer Buying Behaviours, Retrieved from [theborneopost.com: https://www.theborneopost.com/2020/04/26/covid-19-changes-consumer-buying-behaviours/](https://www.theborneopost.com/2020/04/26/covid-19-changes-consumer-buying-behaviours/)

Yee, S. N. (2018). Malls at a Difficult Crossroad, Retrieved from [themalaysianreserve.com:https://themalaysianreserve.com/2018/04/06/malls-are-at-a-difficult-crossroad/](https://themalaysianreserve.com/2018/04/06/malls-are-at-a-difficult-crossroad/)

Ganesan, V. (2020). No Sign of Retail Industry's Recovery to 2019 Levels, Retrieved from [theedgemarkets.com: https://www.theedgemarkets.com/article/no-sign-retail-industrys-recovery-2019-levels](https://www.theedgemarkets.com/article/no-sign-retail-industrys-recovery-2019-levels)

Ganesan, V. (2014), Cover Story: Higher Traffic in Malls but Sales Decline, Retrieved from [theedgemarkets.com: https://www.theedgemarkets.com/article/cover-story-higher-traffic-malls-sales-decline](https://www.theedgemarkets.com/article/cover-story-higher-traffic-malls-sales-decline)

## LIST OF BIBLIOGRAPHY

1. Adzman, (2018).
2. Andrew Brien, CEO of Suria KLCC in Kuala Lumpur
3. Arun Menon, Ipsos Managing Director (2020)
4. Barnes, (2005)
5. Begum (2018)
6. Beyard, (2006)
7. Businesstech, (2019)
8. Chua, (2020)
9. Chinese Academy of Social Sciences, (2016)
10. Chebat et al. (2010)
11. Cytonn, (2018)
12. Data Reportal : Digital Malaysia, (2019)
13. Henry Butcher Malaysia's, (2020)
14. High Street Future, (2019)
15. HC Chan, CEO Sunway Malls and Theme Parks (2020)
16. Hong, (2016)
17. International Monetary Fund, (2020)
18. Jen (2014)
19. Kiriri, (2019)
20. Kotler (2001)
21. Maria D. De-Juan-Vigaray (2004)
22. Marendra, (2019)
23. Martin, (2019).
24. Ng, (2003)
25. Nicasio, (2020)
26. Retail Group Malaysia, (2020)
27. Ross, (2018).
28. Sagaci, (2018)
29. Shang, (2015)
30. Tan Sri Teo Chiang Kok, Director of Bandar Utama City Corp Sdn Bhd.(2020)
31. Tan Hai Hsin (2018)
32. TheStar Property, (2018).
33. Thean, (2018)
34. Tokinomo, (2020)
35. Valerie Ong, KIP Group of Companies (2020)
36. World Health Organization (WHO), (2020)
37. Yee, (2020)
38. Yeo.A.C.M, Ong. W.S & Kwek. C.L (2019)

# Hari Raya Aidilfitri 2021:

## Norma Baharu di Era Pandemik Covid-19

Oleh : Mohd Hamidi Adha Mohd Amin

Hari Raya Aidilfitri yang disambut pada 1 Syawal di setiap tahun Hijrah, adalah perayaan yang disambut oleh umat Islam di seluruh dunia. Hari Raya Aidilfitri seperti kebiasaannya adalah hari berkumpulnya ahli keluarga dalam berjumpa sanak saudara, makan bersama, bergelak tawa dalam meraikan hari lebaran. Sebelum ketibaan hari raya, para ibu bapa dan anak-anak pergi membeli belah pakaian baru di bazar, atau di kompleks membeli-belah untuk disarung semasa hari raya.

Namun, apabila negara dilanda pandemik COVID-19 pada tahun 2020 sehingga berlarutan tahun 2021, semua aktiviti yang biasa dibuat tidak dapat diteruskan dengan bebas. Amalan norma baharu yang perlu dipatuhi oleh setiap orang dalam mengikuti SOP yang telah ditetapkan oleh kerajaan Malaysia. Hal ini, menyebabkan kemasukan di bazar-bazar raya dan kompleks membeli belah dihadkan pada jumlah yang tertentu sahaja, dan ini sedikit sebanyak mengganggu persiapan untuk berhari raya.

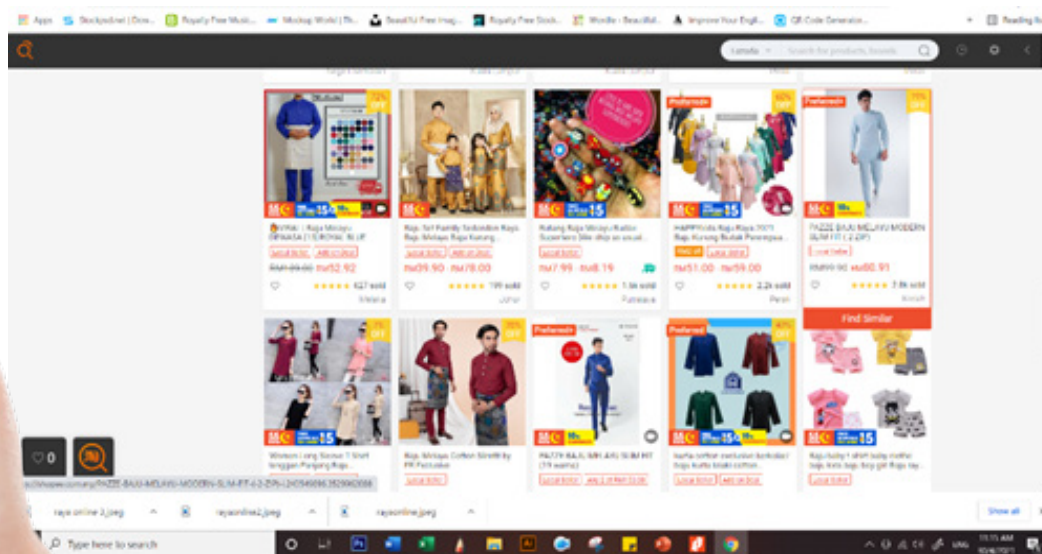


Sebelum pandemic COVID-19, membeli belah persiapan hari raya



Kewajiban memakai Penutup Muka dan penjarakan social semasa berada di bazar

Dari sudut positif, dalam memahami kehendak pengguna dalam berbelanja, peningkatan perniagaan atas talian meningkat secara mendadak. Platform talian seperti Shopee dan Lazada merencanakan lagi penjualan di mana para pengguna dapat mencari apa-apa sahaja barang yang mereka kehendaki tanpa perlu keluar rumah. Hanya tunggu parcel sampai di hadapan rumah. Ini dapat mengurangkan kontak sosial semasa membeli belah. Dengan pelbagai diskaun dan baucar yang ditawarkan oleh penjual, barang yang dijual adalah berpatutan dan mampu dibeli oleh pengguna.



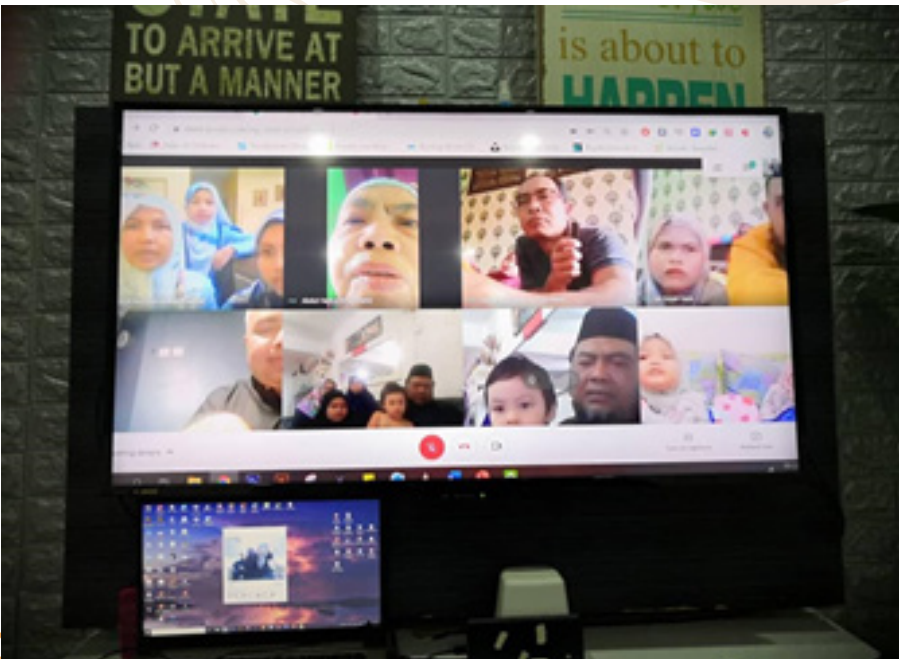
Antara platform perniagaan atas talian (Shopee)





Larangan Rentas Negeri oleh kerajaan semasa Hari Raya Aidilfitri pada tahun 2021, menambahkan lagi derita kepada anak perantauan untuk menziarah ayah dan ibu di kampung. Oleh itu, kemeriahan semakin suram dan hanya melibatkan ahli keluarga terdekat.

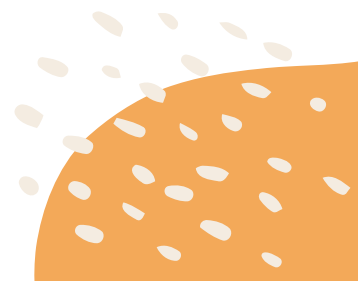
Mujurlah, dengan kepesatan teknologi masa kini, terutamanya penggunaan telefon pintar, perjumpaan secara maya boleh dilakukan. Hal ini, sedikit sebanyak dapat mengubat rindu kepada ahli keluarga dan juga merasai kehangatan perayaan Hari Raya Aidilfitri. Ahli keluarga dapat berinteraksi dengan berbual di platform "Google Meet". Walaupun tidak dapat bersalaman dan makan bersama, ia masih lagi boleh dijalankan dalam memastikan hari raya dapat dinikmati bersama.



Perjumpaan secara maya menggunakan platform "Google Meet" semasa hari raya Aidilfitri

Oleh itu, walaupun pelbagai cabaran yang perlu ditempuhi oleh semua orang terutamanya umat islam di Malaysia, Hari Raya Aidilfitri tetap disambut dengan penuh berhikmah. Hal ini kerana, pelbagai medium boleh digunakan dalam merapatkan perhubungan sesama ahli keluarga. Kita perlu berdoa agar situasi pandemik Covid-19 ini dapat dinyahkan daripada Bumi Malaysia dan seterusnya mengembalikan situasi yang normal dari sudut ziarah menziarahi yang diamalkan sejak dahulu lagi.

Terima kasih



# Pameran Atas Talian: Calit-Calit

Oleh: Juaini Jamaludin

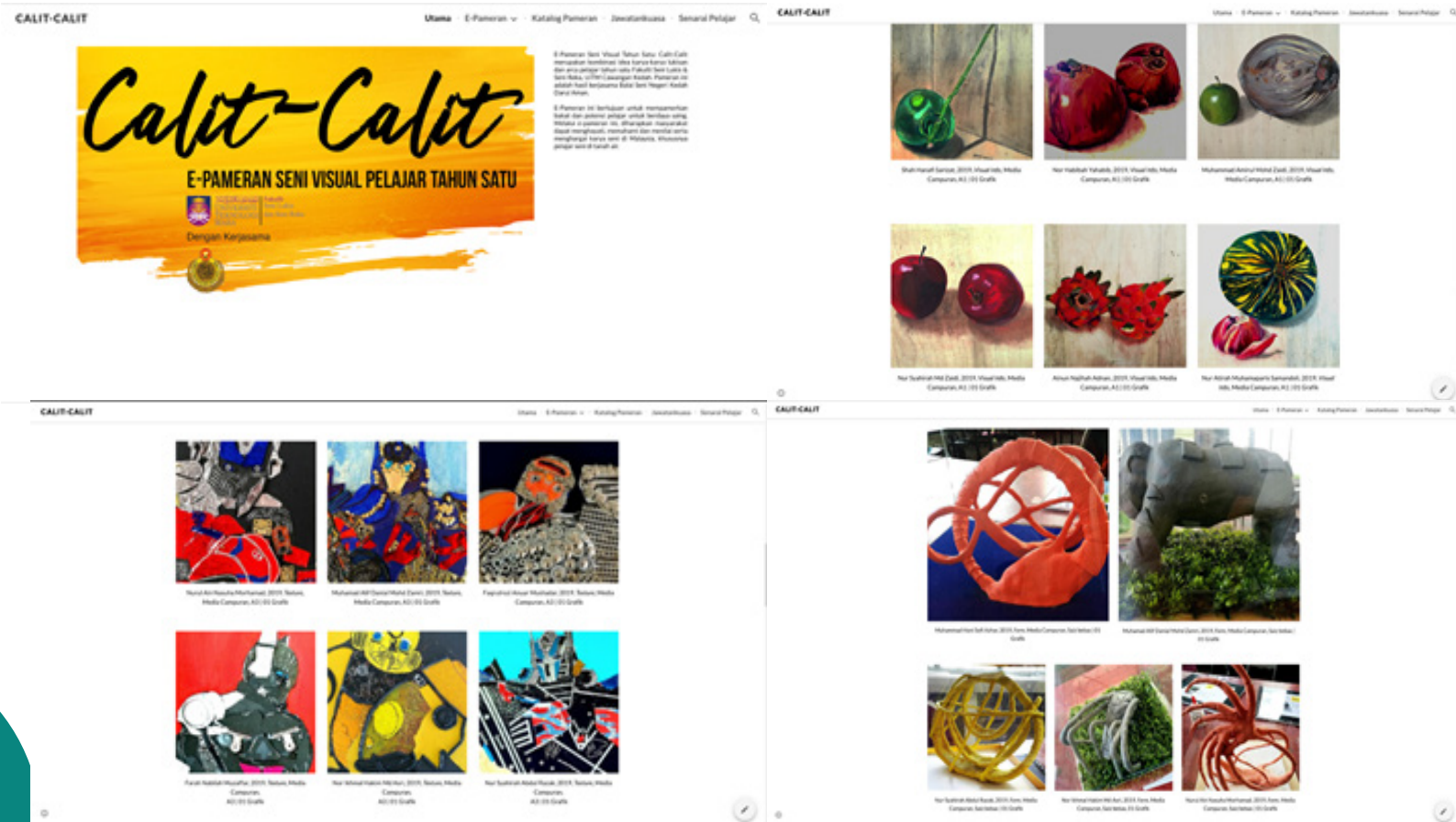
Muzium dan galeri merupakan dua tempat yang sering dikunjungi oleh orang ramai sama ada masyarakat tempatan mahupun luar negara. Namun, dengan penularan pandemik Covid-19, muzium mahupun galeri semakin kurang menerima lawatan dari orang ramai. Jika dilihat dari inisiatif beberapa galeri atau muzium di luar negara, kunjungan di atas talian adalah salah satu inisiatif bagi menarik perhatian orang ramai.

Pameran Calit-Calit yang dianjurkan oleh Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka, Universiti Teknologi Mara Cawangan Kedah bersama Muzium Negeri Kedah dilakukan secara atas talian. Pameran ini pada awalnya ingin diadakan di Balai Seni Negeri Kedah. Namun begitu, berikutan dengan peningkatan kes yang ketara serta penularan wabak Covid-19, perancangan bagi pameran tetap diteruskan. Inisiatif awal yang dijadualkan untuk diadakan secara langsung di Balai Seni Negeri Kedah diubah kepada atas talian.

Pameran ini adalah hasil 64 karya pelajar Tahun Satu dari dua jabatan yang berbeza iaitu Diploma Seni Reka Grafik & Media Digital dan Diploma Seni Reka Perindustrian dengan tiga tema yang berbeza iaitu; Jalinan, Lukisan dan Bentuk. Pameran yang berlangsung atas talian bermula dari Oktober 2020 sehingga Februari 2021.

Gambar adalah dari:

<https://sites.google.com/uitm.edu.my/calit-calit/utama?authuser=0>





# E-Submission Kids Learning Videos:

## Pre-Schoolers Experiences with Interactive Campaigns to Fight Covid-19

By : Siti Fairuz Binti Ibrahim & Juaini Jamaludin

### Abstract

The term of gamification becomes increasingly popular as it can increase engagement and make learning delivered in a fun way. Gameful learning uses the gamification concept during learning in the classroom. However, can our classrooms be gamified? This report provides information on pre-schoolers to learn how to fight COVID-19 through e-submission of interactive CD learning. The children learned 19 topics on COVID-19 Pandemic. It becomes an instructional design for learning as its purposed is to get playfulness, as the target audience are pre-schoolers. The compilation of e-submission virtual inspiration will be published in January-June 2021 bulletin for Galeri Seni Merbok as educational videos for kids. These interactive videos bring a vast array of fun animated videos to teach them about the pandemic and hoping this effort be able to stop the spread of Coronavirus.

**Keywords:** interactive learning, gameful learning, pre-schooler

### Introduction

Covid-19 Pandemic had impacted the education scenario. Universiti Teknologi MARA UiTM has switched to online learning mode to avoid the spread of Covid-19 for all its campuses nationwide. This open and distance learning (ODL) has triggered a lot of creative teaching and learning initiatives. GDT 213 Interactive Multimedia, course for third semester students and assigned to produce a multimedia interactive project (CD/DVD-ROM based). The process of the project must include:

1. Research
2. Design and planning of idea & concept
3. Interface design
4. Promotional item
5. Prototype
6. Testing navigation and functional for usability

For Multimedia Interactive Design Final Project, students are required to complete the project using Adobe Animate CC and Adobe Illustrator software. Students will be exposed to the preparation and to develop creative multimedia contents and will be able to obtain the necessary knowledge and practical skills. For outcomes, students should able to:

1. Apply the fundamental knowledge of basic interface design and user experiences to come out through ideation process and storyboard.
2. Practice skills using the software in developing the content for an interactive multimedia project.
3. Display the content of the interactive multimedia project suitable for user interface and user experience.

Even though online learning comes with challenges, finally teaching, learning, critique sessions and submission completed.

Amalia Farzanah: No Food Sharing



Shahmi Faiz Bin Shahr: Steps Entering a Premise



Muhammad Adam Bin Mohamed Esa: Type of Mask



Haris Danial Bin Yusri: Physical Distancing For Escalator User





Muhammad 'Afif Hakimi Bin Mohd Narin: How To Use Hand Sanitizer



Nurin Syafirra Binti Sharulfizam: Physical Distancing



Nur Iffa Hanani: Steps At Public Toilet



Muhammad Ihsan Bin Shahrullizam: Let's Go To School





Dani Irfan Bin Mohamed Faiz: Let's Sanitize Our Sport Equipment



Muhammad Hafiz Bin Muhammad Nawi: Physical Distance Inside Elevator



Syamimi Wafaa: Sneeze and Cough



Rozali Bin Khalid: How to Wear Face Mask Properly



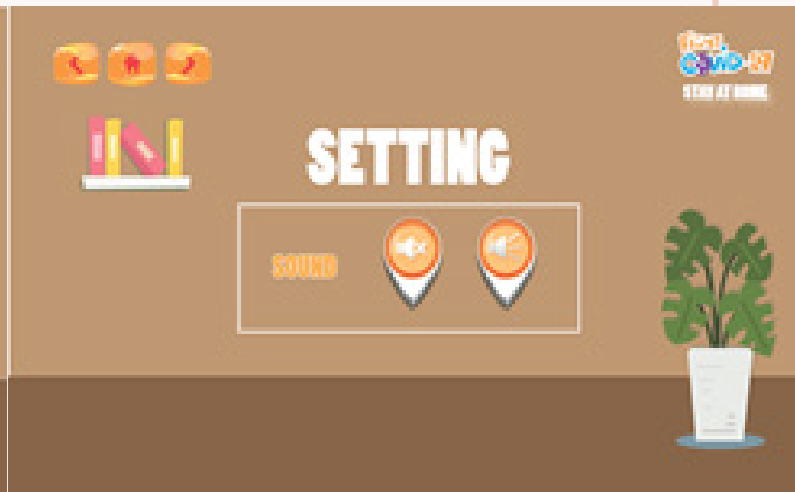
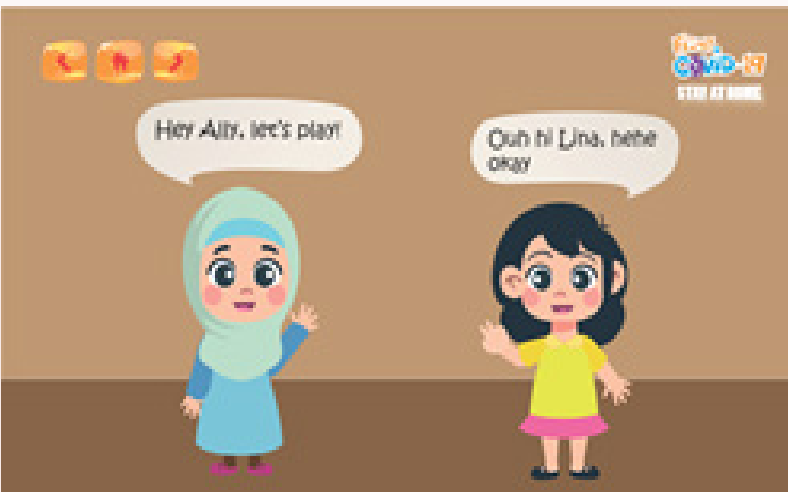
Haikal Hakimi Bin Hamizan: Steps to Wash Hand



Haikal Hakimi Bin Hamizan: Steps to Wash Hand









# IMBRT:

## Era Baru Perkhidmatan Bas Awam

Oleh: Mohd Taufik Zulkefli



Pada 8hb April 2021, Kerajaan Negeri Johor telah melancarkan program ujian rintis (pilot test) perkhidmatan Bas Rapid Transit Iskandar Malaysia (IMBRT) selama tiga bulan. Program ini menandakan bermulanya era baru dalam perkhidmatan bas awam di Malaysia di mana reka bentuk bas yang digunakan adalah dari jenis 'articulated bus' atau 'tandem bus' iaitu bas yang bersambung antara badan ke badan seperti gerabak tren. Reka bentuk bas ini adalah yang pertama kali akan diaplikasikan dalam perkhidmatan bas awam di Malaysia. Reka bentuk bas seperti ini bukanlah asing bagi negara luar terutama sekali di Eropah di mana bermulanya penggunaan bas jenis ini. Ianya merupakan satu penyelesaian bagi perkhidmatan tren yang memerlukan landasan atau rel yang akan menelan kos pembinaan yang tinggi serta perlu disusun atur laluan serta stesen mengikut lokasi perkhidmatan itu diperlukan. Ini kerana, bas seperti ini boleh menggunakan jalan raya biasa seperti kenderaan darat yang lain dan boleh menggunakan perhentian bas yang sedia ada sebagai stesen turun naik penumpang. Reka bentuk bas ini juga dapat memaksimumkan jumlah penumpang tanpa perlu menggunakan jumlah bas yang banyak kerana konfigurasi sambungan badan bas seperti ini boleh menjangkau sehingga 5 unit sambungan. Gabungan setiap unit ini boleh membawa seramai 500 penumpang dalam satu-satu masa. Penggunaan bas jenis ini juga dapat mengurangkan pelepasan gas karbon dioksida kerana ia beroperasi menggunakan sumber tenaga elektrik atau hidrogen yang lebih mesra alam sekitar. Antara ciri menarik bas ini juga ialah ianya boleh beroperasi secara tanpa pemandu (autonomous driving) di mana bas ini mempunyai sensor yang akan mengenalpasti laluan yang telah diprogramkan serta dapat mengenalpasti garisan jalan dan halangan yang berada di laluan tanpa perlu dikawal oleh pemandu. Sekiranya program ujian rintis ini berjaya, kita akan dapat melihat reka bentuk bas seperti ini digunakan secara meluas di seluruh negara di masa akan datang terutama di bandar-bandar besar sebagai satu langkah penyelesaian yang praktikal dengan kos lebih efektif kepada masalah jumlah kenderaan yang tinggi di waktu puncak yang menyumbang kepada kesesakan jalan raya serta pencemaran alam sekitar.

Sumber artikel:

1. <https://imbrt.com.my>

2. <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2021/04/804111/ujian-rintis-imbrt-tiga-bulan>

3. <https://paultan.org/2021/04/08/iskandar-malaysia-brt-starts-three-month-pilot-testing>



# Impak Pandemik Covid-19 kepada Pereka Grafik Bebas (Freelance Graphic Designer)

Oleh: Abdullah Kula Ismail



Pandemik Coronavirus-19 telah memberi impak besar kepada semua industri secara global termasuk bidang Seni Reka Grafik. Tulisan ini dipetik secara bebas dari hasil kajian 99design terhadap 11,000 pereka grafik bebas dari 147 negara berkaitan pengalaman mereka sepanjang tahun 2020.

Sebagai latarbelakang, menurut firma kajian ibisworld.com, industri seni reka grafik dunia menjana hasil sebanyak \$45 bilion sepanjang 2020 dan berkembang pada tahap sederhana (2-3%) semenjak 5 tahun yang lepas. Statistik Biro Buruh Amerika telah mengenalpasti terdapat 280,000 orang pereka grafik profesional di Amerika dan dua kali ganda jumlah itu di peringkat global.

Berikut adalah secara ringkas hasil kajian tersebut; 70% pereka freelance adalah lelaki, manakala 28% adalah perempuan dan selebihnya adalah non binari. Golongan milenial (berumur 25 ke bawah) merupakan golongan yang paling ramai bekerja sebagai pereka grafik freelance (36%), 25% (umur 25-29), 21% (umur 30-39), 13% (umur 40-49) dan 3% (umur 50 ke atas). Manakala 53% bekerja sebagai pereka grafik freelance sepenuh masa, 19% lagi bekerja sewaktu belajar atau pelatih, 16% bekerja dalam bidang rekaan di waktu siang dan membuat freelance di waktu malam, manakala 12% bekerja dalam bidang lain dan membuat kerja freelance di masa lapang. Para freelancer juga bersepatut antara sebab memilih bekerja sebagai pereka freelance adalah kerana fleksibel dari segi masa bekerja dan lebih bebas dari aspek kreativiti dan selebihnya sebagai tambahan pendapatan.

Mengikut kajian ini lagi, antara cabaran yang dihadapi oleh pereka grafik freelance sepanjang pandemik (2020) adalah seperti pelanggan memotong budget (27%), pembatalan atau penangguhan projek oleh pelanggan (26%), sukar mendapatkan kerja yang mantap (36%) dan pelanggan menghilangkan diri (22%). Di sebalik 26% pereka grafik freelance kehilangan punca pendapatan sepanjang 2020, hanya 16% sahaja yang mendapat bantuan kewangan dari kerajaan mereka. Di samping itu, kesukaran yang dihadapi sewaktu pandemik menyebabkan 32% pereka grafik freelance bekerja di luar bidang rekaan, 8% dipindahkan dan 13% lagi telah diminta memikul tanggungjawab lain di tempat kerja.

Dari segi tahap kepuasan hati mereka dengan keadaan mereka sekarang (2020) 51% (61% 2019) berasa berpuas hati, 16% lagi amat berpuashati (13% 2019), manakala 28% tidak berpuas hati (17% 2019) dan 3% amat tidak berpuashati dengan situasi semasa mereka (2% 2019).

Demikian secara ringkas sebahagian petikan ringkas kajian oleh 99design berkaitan impak pandemik Covid-19 kepada pereka grafik freelance sepanjang tahun 2020. Laporan sepenuhnya boleh di didapati di <https://99designs.com/design-without-borders-2020>.



# Kesenian Islam :

## Nilai-Nilai Estetika Dalam Karya Tiga Dimensi

Oleh: Mohamat Najib Mat Noor  
[najibmatnoor@uitm.edu.my](mailto:najibmatnoor@uitm.edu.my)

Kata kunci : Kesenian Islam, Nilai Estetika Islam, Karya Tiga Dimensi.

### **'Allah itu indah dan menyukai keindahan' (Hadis Riwayat Bukhari & Muslim)**

Agama adalah asas, dasar atau tapak permulaan kepada asal usul seni. Sejak awal lagi, kesenian islam tidak mementingkan aspek hiasan semata-mata, bahkan setiap ciptaan atau reka bentuk mempunyai maksud yang tersirat di sebalik bentuk yang terhasil. Konsep dan falsafah yang tersirat ini seterusnya berteraskan kepada prinsip ketauhidan yang merujuk kepada Allah yang maha Esa. Oleh yang sedemikian, gambaran berbentuk manusia dan binatang adalah dilarang sama sekali.

Islam tidak menolak bahawa manusia adalah sebagai aspek penting dalam kehidupan manusia, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Quran bahawa, manusia adalah khalifah Allah di muka bumi. Menurut Manja Md. Ludin (1995), Islam mempertikaikan manusia dijadikan sebagai imej-imej penciptaan, sepertimana yang diperlakukan oleh kesenian Barat. Imej atau figura manusia dijadikan bahan karya berbentuk 2D atau 3D. Ini kerana Islam menjadikan kemanusiaan (bukan manusia) segala macam aktiviti yang dilakukan sebagai bahan untuk berkarya.

Imam Al-Ghazali dalam kitabnya Ihya Ulumuddin, menyatakan kesan yang ditimbulkan karya seni terhadap jiwa manusia sangat besar dan oleh itu, ianya menentukan moral dan penghayatan keagamaan. Nilai estetika akan merosot apabila hanya dikaitkan dengan selera kesenangan sensual dan indrawi. Kesenian Islam bukan hanya terhad kepada bentuk dua dimensi sahaja tetapi ianya juga boleh digambarkan dalam bentuk tiga dimensi.

Walaubagaimanapun, bentukan ini haruslah lari atau keluar dari kepompong terhadap bentuk asal dan tiada sebarang bentuk dua mahupun tiga dimensi yang mampu menandingi kekuasaannya. Proses transformasi sememangnya mampu menghadirkan rasa rendah diri individu itu akan keagungannya yang mana bentuk-bentuk ini bukan lagi bersifat asal dan semulajadi.

Lois Lamya Al-Faruqi dalam bukunya Art and Islam (1985), menekankan tiga prinsip nilai estetika Islam. Pertama, sesebuah karya, imej yang dihasilkan haruslah distailisasikan atau diubah bentuk dan sifat asalnya. Kedua, karya itu adalah bukan bersifat individu dan ketiganya ialah proses pengulangan bertujuan untuk mengubah atau meminda rupabentuk asal daripada alam semulajadi dan oleh hal yang demikian membuatkan karya itu terpengaruh, cenderung kepada sesuatu yang abstrak.

***"Repetition and symmetry check such integration and evolution and help establish that feeling or never-ending patterns demand by culture's aesthetic conscience"***

***lois Lamya Al-Faruqi, 1985:p.25)***

Islam sebagai sebuah agama 'ad-din' atau sempurna, mempunyai cara tersendiri dalam usaha umatnya mendekatkan diri kepada Allah S.W.T. dan sebagaimana yang diketahui hubungan manusia sesama manusia adalah bersifat mendatar dan



hubungan manusia dengan Allah bersifat menegak, diaplikasikan ke dalam karya ini sepertimana yang diterapkan ke dalam falsafah dan kesenian Islam. Dalam Islam, Zikir adalah merupakan salah satu cara memperhambakan diri kepadaNya. Ianya disebut atau diungkapkan berulang kali tiada hadnya, tidak kira masa dan tempat. Kepada setiap muslim ianya adalah merupakan suatu kemestian dan seringkali digunapakaikan dalam kehidupan seharian.

Sebagai pencinta seni, seniman bukan hanya setakat mereka cipta, mengolah bahan dan mengutarakan idea-idea kontemporari, tetapi seseorang itu perlu bijak dalam mencungkil segala rahsia yang dikurniakan oleh Allah samada dari alam semulajadi untuk dikongsi bersama dan tatapan generasi akan datang. Setiap zat-zat, bentuk-bentuk dan corak-corak yang dikurniakanNya, harus diteliti dan difahami dan sememangnya diketahui bahawa ianya tidak terbatas. Semakin banyak dan semakin mendalam sumbernya diterokai maka, corak yang terhasil akan terus bercambah dalam pelbagai bentuk mahupun dua dimensi atau tiga dimensi.

### **Rujukan:**

- [1] Al-Faruqi. L. Islam and Art. Pakistan: National Hijra Council, 1985.
- [2] Al-Qaradhawi. Y. Seni dan Islam. Kuala Lumpur: Jakim, 1999.
- [3] Ali. Z. Estetika Melayu: Suatu Renungan dalam Seni dan Seniman. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 1989.
- [4] Burckhardt. T. Art of Islam-Language and Meaning. Westerham: Westerham Press Ltd, 1976.
- [5] Critchlow. K. PROPOTIONAL RECTANGLES: A Study of Their Unfolding and Their relation to the Proportions of the Body. London: Research Department the Prince of Wale's Institute of Architecture, 1995.
- [6] Critchlow. K. Islamic Patterns: An Analytical and Cosmological Approach Foreword by Seyyed Hoessien Nasr. London: Thames and Hudson, 1976.
- [7] Hilderbrand. R. Islamic Art and Architecture. London. Thames and Hudson Ltd, 1999.
- [8] Nasr. S. H. Knowledge and Sacred, the Gifford Lectures. Edinburgh University Press. 1981.

# COVID-19:

## Antara Pembunuh dan Nilai Estetika

Oleh : Mohd Zamri Azizan

Umum sudah pun menjadi lebih berinformatif sehingga kini setelah senantiasa dihidang dengan pendedahan demipendedahan setiaphari variasi berita Pandemik Covid-19 yang masih tiada penghujungnya.

Virus yang menyerang secara global ini juga telah memasuki beberapa fasa atau gelombang tertentu sehingga tiada kepastian jalan penyelesaian yang masih belum terungkai secara terperinci dari aspek klinikal yang tepat untuk melenyapkan virus ini secara total di seluruh pelusuk dunia. Pelbagai pendapat serta pertikaian masih lagi menjadi perdebatan hingga kini oleh pihak-pihak tertentu tentang aspek penyembuhan melalui vaksinasi yang masih lagi menimbulkan tanda tanya dan kesahihannya terhadap masyarakat global.

Virus yang membunuh tanpa spesifik amaran ini juga terlalu kompleks untuk dibicarakan kerana struktur nano-formnya sangat aktif dan giat berkembang secara drastik jika dijangkiti. Berkisar tentang struktur nano-form Covid-19 yang telah dikenal pasti secara fizikal sejak penghujung 2019 melalui fasa pembesaran beribu kali ini dilihat mempunyai sisi lain yang sarat dengan nilai estetika yang tersendiri sehingga menjemput para karyawan seluruh dunia untuk menjadikannya sebagai subjek kajian melalui interpretasi yang berbeza dalam karya masing-masing.

Untuk menyemarakkan lagi karya-karya bertemakan Covid-19 di peringkat nasional sejajar dengan arus seni global, buat julung-julung kalinya sejumlah kumpulan pelajar-pelajar Grafik 01 telah dipertanggungjawabkan untuk membuat penyelidikan terhadap form virus ini sebagai projek akhir. Eksplorasi dan eksperimentasi kajian diolah peringkat demi peringkat melalui pelbagai sudut kajian demi merungkai keseluruhan fizikal virus tersebut secara total. Aspek semi-mujarad diberi penekanan pada kadar lima puluh peratus (50%) improvisasi agar pengolahan karya-karya pelajar tidak menjurus kepada fizikal asli struktur virus covid seratus peratus (100%).

Pelbagai eksperimentasi potensian medium dikaji demi menjelmakan satu keserasian terhadap warna dan kesepaduan bentuk pada fasa terakhir arca miniatur covid ini. Pelajar-pelajar diberi kebebasan untuk memilih medium yang bersesuaian agar dapat menimbulkan satu persepsi dan interpretasi yang berbeza dalam berkarya. Pengolahan medium secara bebas ini juga dapat menzahirkan satu visi baru dan akhirnya pelajar-pelajar dapat memberikan persembahan yang terbaik melalui cetusan rasa yang unggul untuk tatapan umum.



Apa yang menjadi harapan di sini agar objektif penghasilan karya bertemakan Covid-19 di kalangan pelajar ini dapat memberi satu kesan dan persepsi baru dalam penerokaan seni serta melihat sisi lain virus Covid-19 melalui kepadatan nilai estetikanya selain dari agen pembunuh tanpa sempadan yang terus melekat di minda selamanya.



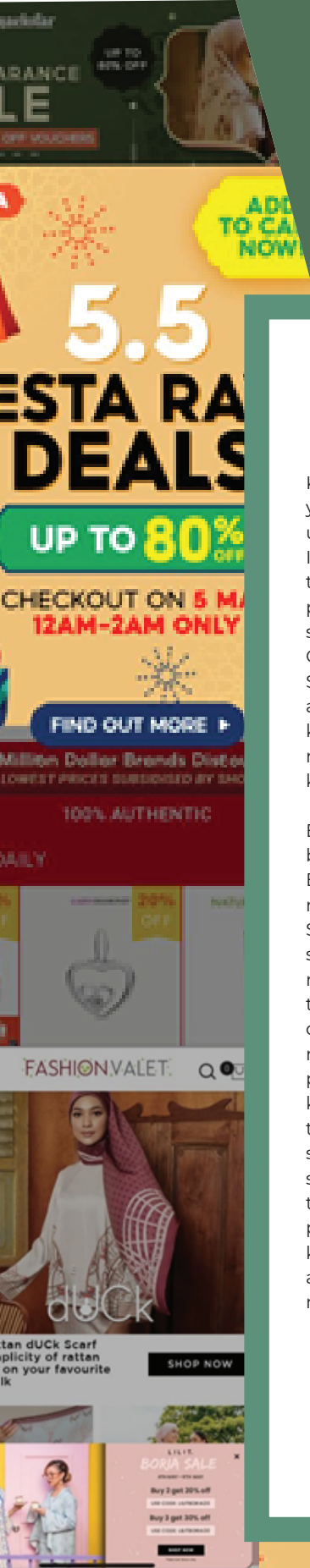


# Shopping RAYA 2021 di Musim Pandemi Covid-19

Oleh : Faryna Mohd Khalis (Dr.)

Kepentingan penggunaan media digital pada masa kini dapat dilihat semakin meluas yang meliputi semua sektor termasuk ekonomi, pekerjaan dan pendidikan. Segala urusan telah banyak diteruskan secara atas talian. Bagi Institut Pengajian Tinggi (IPT), Institut Kemahiran, sekolah-sekolah dan UiTM khususnya sebagai pusat pembelajaran telah mengambil inisiatif untuk menjalankan kelas secara atas talian bagi memastikan pelajar tidak ketinggalan dan pelajaran tetap dapat diteruskan walau dengan apa cara sekali pun. Tahun 2021 menyaksikan Malaysia masih belum pulih lagi daripada wabak Covid-19. Seperti tahun 2020 yang lalu, raya disambut sederhana dan perlu mematuhi SOP yang telah ditetapkan. Namun begitu, semangat untuk meraikan Aidilfitri tetap ada dan segala keperluan masih dipenuhi seperti menyediakan juadah-juadah raya; kuih raya, ketupat, rendang dan semestinya baju raya masih menjadi ketetapan bagi menyambut Hari Raya. Walaupun pergerakan untuk berhari raya agak terbatas tetapi kemeriahan masih dirasakan.

Bagi kaum hawa pula, isu Covid-19 tidak menghalang mereka daripada terus membeli belah kerana di zaman teknologi moden dan media digital ini tiada apa yang mustahil. Banyak platform seperti laman sesawang, Instagram, Telegram dan Facebook telah menyediakan kemudahan membeli belah secara atas talian. Zalora, FashionValet, Shopee dan lain-lain platform adalah antara syurga membeli belah atas talian yang sering menjadi pilihan pengguna. Kita tidak lagi perlu bersusah payah untuk keluar dari rumah, memandu dalam kesesakan lalu lintas dan kadang kala bersesak-sesak di kedai terutama pada waktu-waktu kemuncak menjelang Hari Raya. Hanya dengan sentuhan di hujung jari menggunakan telefon pintar sahaja segalanya akan selesai. Sangat mudah dan cepat! Walau bagaimanapun, kita masih perlu berhati-hati apabila memilih penjual dan kedai di alam maya ini kerana urusan pembelian sedikit berbeza di mana kita perlu membayar dahulu sebelum pengeposan barangan dan barangan sampai ke tangan beberapa hari kemudian. Kita perlu memastikan kesahihan perniagaan tersebut sebelum membuat sebarang transaksi. Ianya agak berisiko tetapi jika kita bijak menilai sebelum membeli, Insya Allah tiada menimbulkan permasalahan. Pastikan perniagaan tersebut adalah berdaftar dan mendapat 'review' atau 'follower' yang tinggi daripada pengguna lain. Apa yang menarik membeli secara atas talian ini adalah ia memudahkan kita untuk membandingkan harga dan pilihan rekaan dengan mudah dengan penjual atas talian yang lain sebelum membuat sebarang pembelian. Pendek kata, bijak membeli, menang memakai!



5.5 Raya Special Sale Is Back! Ends 6PM

DEAL ENDS IN 04 : 29 : 50

