
UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Akhir, Semester Kedua
Sidang Akademik 2002/2003

Februari / Mac 2003

**YBP 221 – PERANCANGAN DAN PENILAIAN KEMPEN
KOMUNIKASI**

Masa : 2 jam

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **SATU [1]** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab **DUA [2]** soalan.

Sumbangan markah tiap-tiap soalan ialah 100 markah.

1. Temuramah Kumpulan Fokus atau Focus Group Interview (FGI) merupakan satu cara pengumpulan data yang sering digunakan bagi mendapatkan maklumat-maklumat tentang sesuatu isu atau produk. Ia dikatakan mempunyai nilai kesahihan muka (face validity) yang tinggi.

Bincangkan apa yang dimaksudkan dengan nilai kesahihan muka yang tinggi dan bagaimanakah FGI boleh membantu dalam membentuk strategi sesuatu aktiviti pemasaran atau kempen?

2. Pfau dan Parrot (1993) ada menyatakan bahawa teori komunikasi itu sendiri boleh dikaitkan dengan kegagalan sesuatu kempen sosial. Dengan memberikan contoh-contoh yang bersesuaian, bincangkan persoalan ini dengan juga mengambilkira kritikan yang dikemukakan oleh Salmon (1989) terhadap kempen pembaikan sosial (social improvement campaign).
3. Bincangkan bagaimana teori-teori perubahan tingkahlaku boleh membantu dalam menjayakan sesuatu kempen pemujukan. Anda dikehendaki merujuk kepada sekurang-kurangnya DUA teori yang telah dibincangkan dalam kelas.

- ooo O ooo-