

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang Akademik 1999/2000

Februari 2000

YBP 223 – Periklanan

Masa: 2 jam

NO. ANGKA GILIRAN: _____

ARAHAN KEPADA CALON:

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi 8 muka surat bercetak dan 17 soalan sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab semua soalan. Semua jawapan perlu ditulis di ruang yang disediakan di bawah ini:

Agihan markah bagi soalan diberikan di sudut di sebelah kanan soalan berkenaan.

1. Lazimnya pentakrifan periklanan merangkumi enam ciri utama iaitu (a) komunikasi yang berbentuk 'non-personal', (b) yang dibiayai, (c) oleh sebuah penaja (d) bertujuan memujuk atau mempengaruhi, (e) sekumpulan audien menerusi , (g) media massa. Apakah rasionalnya maka keenam ciri ini dipilih. Huraikan?

(5 markah)

2. Periklanan adalah satu proses yang kompleks yang mempunyai idea dan mesej yang berbeza untuk audien yang berbeza. Secara ringkas huraikan klasifikasi periklanan berikut:

(a) Periklanan Jenama (*Brand advertising*).

No. Angka Giliran: _____

- (b) Periklanan Politik (*Political advertising*)

- (c) Periklanan Panduan Telefon (*Directory advertising*)

- (d) Periklanan Respon Langsung (*Direct-response advertising*)

- (e) Periklanan Perkhidmatan Publik (*Public service advertising*)

(10 markah)

3. Nyatakan empat fungsi utama periklanan?

(i)

(ii)

(iii)

(iv)

(5 markah)

...3/-

No. Angka Giliran: _____

4. Periklanan lazimnya melibatkan empat entiti penting seperti pengiklan, agensi periklanan, media dan industri sokongan yang berkaitan dengan industri ini. Jelaskan kaitannya dengan keempat-empat entiti ini?

(5 markah)

5. Sumbangan periklanan dalam masyarakat dan dalam perniagaan tidaklah boleh dinafikan. Jelaskan 3 peranannya dalam meyakong kewujudan komunikasi massa di negara ini ?

(5 markah)

6. Masa hadapan bidang periklanan sangatlah mencabar. Ia dipengaruhi oleh banyak faktor seperti tren yang sentiasa berubah-ubah dari sudut demografi, psikografi, teknologi, persekitaran dan sebagainya.

Nyatakan 4 faktor utama perkembangannya di alaf yang akan datang sepertimana yang anda telah pelajari dalam kursus ini.

(i)

(ii)

(iii)

(iv)

(5 markah)

...4/-

No. Angka Giliran: _____

7. Dalam merancang sesebuah kempen periklanan faktor kitaran hayat produk merupakan salah satu faktor yang perlu diambil kira dalam membentuk sesuatu strategi. Nyatakan bagaimanakah kitaran hidup produk ini berkaitan dengan strategi periklanan?

(5 markah)

8. Nyatakan tiga rumusan pendekatan pemasaran yang anda boleh pelajari daripada penelitian data berikut:

Jenis Promosi	Kesan	Hubungan Pengguna	Jangka Masa
Jurujual	Jualan	Terus	Pendek
periklanan	<i>penukaran sikap</i>	<i>Tidak langsung</i>	<i>Sederhana-rendah</i>
Promosi jualan	Jualan	<i>Separuh langsung</i>	<i>Pendek</i>
Pemasaran langsung	<i>Penukaran tingkahlaku</i>	<i>Separuh langsung</i>	<i>Pendek</i>
Perhubungan Awam	<i>Penukaran sikap</i>	<i>Separuh langsung</i>	<i>Panjang</i>
'Point of sale'/Bungkusan	<i>Penukaran tingkahlaku</i>	<i>langsung</i>	<i>Pendek</i>

Sumber: Wells et al. (1998: 96)

(i)

(ii)

(iii)

(5 markah)

9. Penerimaan sesuatu mesej periklanan di kalangan pengguna tidaklah semudah yang kita jangkakan. Ianya bergantung kepada banyak faktor. Lakarkan rajah ringkas akan 'model of consumer decision-making' yang anda telah pelajari dalam kursus ini supaya ianya dapat membantu pengiklan mengatasi masalah ini?

(5 markah)

...5/-

Angka Giliran: _____

10. Fakta psikografik (*psychographics*) kini semakin popular dalam kempen periklanan. Huraikan 5 fakta penting kenapa ianya semakin popular?

(i)

(ii)

(iii)

(iv)

(v)

(5 markah)

11. Nyatakan bagaimanakah '*focus group interview*' membantu dalam melaksanakan kempen periklanan?

(5 markah)

...6/-

Angka Giliran: _____

12. Bagaimanakah 'communication tests' berfaedah dalam penilaian sesebuah hasil iklan?

(5 markah)

13. (i) Apakah yang dimaksudkan dengan 'positioning' ?

(ii) Berasaskan daripada data berikut nyatakan 'positioning' yang paling relevan dengan jenama anda.

Ciri	Penting Kepada Prospek	Jenama Anda	(Prestasi Produk)		
			Saingan	Saingan 2	Saingan 3
Harga	1	+	-	-	+
Kualiti	4	-	+	-	+
Gaya	2	+	-	+	-
Kedapatan	3	-	+	-	-
Ketahanan	5	-	+	+	+

Jawapan:

(5 markah)

14. Huraikan 'product centered strategies' ?

(5 markah)

Angka Giliran: _____

15. (i) Berikan lima sebab utama bagaimanakah corak pendekatan persepsi-kesedaran-pemahaman-pemujukan dan ingatan (*perception-awareness-understanding-persuasion and memoriability*) dihubungkan dengan periklanan?

(1)

(2)

(3)

(4)

(5)

- (ii) Nyatakan bentuk iklan yang sesuai dengan setiap peringkat yang dinyatakan di atas?

Pendekatan

Bentuk iklan

Persepsi	(6)	_____
Kesedaran	(7)	_____
Kefahaman	(8)	_____
Pemujukan	(9)	_____
Ingatan	(10)	_____

(10 markah)

16. (i) Dengan menggunakan prinsip perancangan media yang anda telah pelajari pilih satu media yang terbaik sekali dan berikan nilai 'Cost per thousand' (CPM) kepada pilihan anda.

Mingguan Malaysia: Pembaca 2,358,00 Sirkulasi 522,857 Harga se muka surat warna RM 11,000

Berita Minggu: Pembaca 1,930,000 Sirkulasi 391,813 Harga se muka surat warna RM 10,000

Cost per Thousand = _____

Angka Giliran: _____

- (ii) Cari '*Cost per rating*' kepada program di televisyen yang terbaik sekali. Maklumat di bawah diperlukan untuk anda membuat pilihan dan kiraan.

Saluran	Program	Rating	Rate per 30 sec.(RM)
TV3	A	30	12,300
TV1	B	25	7,700
TV2	C	30	7,700

Cost per Rating = _____

- (iii) Cari '*net reach*' kepada dua majalah *Wanita* yang mempunyai pembaca seramai 68,879 dan *Jelita* yang mempunyai pembaca seramai 60,414. Faktor pertindanan di antara kedua majalah ini adalah 20,000.

Net reach = _____

(10 markah)

17. Senaraikan 5 ciri utama dalam memilih akhbar sebagai media utama untuk menyalurkan mesej periklanan?

- (i)
- (ii)
- (iii)
- (iv)
- (v)

(5 markah)