

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang 1993/94

April 1994

YUP 403/4 - Perancangan Media

Masa: [3 jam]

Jawab **EMPAT** (4) soalan.

1. Kiraan dari sudut rating (rating points), syer sasaran (share of the audience), peluang untuk didedahkan (opportunity to see,) titik perkadaran sasar (gross rating points) adalah menjadi amalan biasa dalam perancangan media. (a) Nyatakan apakah yang dimaksudkan dengan kiraan di atas. (b) Bagaimanakah kesemua kiraan di atas dapat membantu pengamal media membentuk strategi yang diperlukan.

(25 markah)
2. Menilai sesuatu perancangan media melibatkan pengurusan dan pemahaman konsep media yang khusus: (a) Bincangkan perhubungan antara konsep jangkauan bersih (net reach) dengan jangkauan berkesan (effective reach). (b) Berikan contoh yang khusus bagaimana kedua-dua konsep ini digunakan dalam perancangan media.

(25 markah)
3. Dalam mengelompokkan (classification) media tertentu, terdapat TIGA prinsip utama yang digunakan untuk mengukur dan menilai sesuatu media itu. (a) Huraikan prinsip-prinsip ini. (b) Keputusan untuk memilih sesuatu saluran media adalah penting. Perancang media kecenderungan untuk memilih satu atau lebih daripada saluran yang mampu menjangkau bilangan optima bakal pengguna. Huraikan EMPAT faktor penting di mana perkara ini dapat dilakukan.

(25 markah)

...2/-

4. Strategi pemasaran seperti jualan bermusim, kitaran belian balik, kitaran hayat pengeluaran, dan persaingan seringkali mempengaruhi strategi perancangan media. Bagaimanakah strategi kesinambungan yang lazimnya berbentuk berterusan, bermusim dan merangsang dihubungkan dengan strategi pemasaran. Huraikan.

(25 markah)

5. Pemadanan antara khalayak sasaran analisis pemasaran dan maklumat media adalah prinsip asas dalam sesuatu perancangan media. Dengan menggunakan contoh huraikan bagaimanakah ketiga-tiga prinsip asas ini dapat dilakukan dengan berkesan.

(25 markah)

-0000000-