

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang 1992/93

April 1993

YUP 403/4 - Perancangan Media

Masa: [3 jam]

Jawab **SEMUA** soalan. Jadual di soalan no. 5 perlu dikembalikan dengan buku jawapan anda.

1. (a) Menilai sesuatu perancangan media melibatkan penguasaan dan penggunaan konsep yang spesifik. Berikut adalah senarai konsep yang spesifik yang lazimnya digunakan oleh pengamal perancangan media. Huraikan konsep berikut:
- i. Syer Audiens (Share of the audience)
 - ii. Titik Perkadaran Kasar (Gross Rating Points - GRP)
 - iii. "Gross Impressions"
 - iv. "Cost-per-thousand impressions" (Kos bagi setiap ribu sasaran)
 - v. Isi rumah yang menonton televisyen

...2/-

(b) Merujuk kepada jadual di bawah:

AKHBAR	EDARAN (1991)	JUMLAH PEMBACA (1992)	RATE (b & w) (RM)	CPM
NEW STRAITS TIMES	168,000	658,000	9,504.00	
THE STAR	148,000	674,000	4,351.20	
BERITA HARIAN	247,000	1,736,000	8,208.00	
UTUSAN MALAYSIA	216,000	1,440,000	6,804.00	

- (i) Berikan kos bagi setiap ribu sasaran (cost per thousand impressions) bagi akhbar-akhbar New Straits Times, The Star, Berita Harian dan Utusan Malaysia.
- (ii) Dengan menggunakan prinsip kos bagi setiap ribu sasaran (Cost per thousand impressions) akhbar yang manakah yang perlu diberi keutamaan. Berikan sebab pilihan anda.

(20 markah)

...3/-

2. Pepadanan di antara maklumat populasi sasaran (target population) dengan *latar belakang media* adalah prinsip asas dalam sesuatu perancangan media. Nyatakan bagaimanakah kedua-dua ciri yang terdapat di dalam sasaran dan media ini membolehkan sesuatu pepadanan itu dapat dilakukan dengan baik dan berkesan?

(20 markah)

3. Masalah *duplikasi* antara media adalah sesuatu yang rumit dan kerap kali boleh menjejaskan keberkesanan sesuatu perancangan media. Walau bagaimanapun terdapat dua kaedah mengesan dan mengasingkan duplikasi ini.

(a) Nyatakan salah satu daripada dua cara ini dan berikan contohnya sekali jika sekiranya majalah *URTV* mempunyai edaran sebanyak 116,000 naskhah, majalah *Wanita* 110,000 naskhah, dan majalah *Jelita* 66,000 naskhah. Angka duplikasi di antara majalah *URTV* dengan majalah *Wanita* adalah 20,000, sementara duplikasi di antara majalah *Wanita* dengan majalah *Jelita* 8,000.

(b) Nyatakan 2 kerumitan yang utama yang mungkin dialami daripada permasalahan duplikasi ini?

(20 markah)

...4/-

4. Lazimnya strategi media dilaksanakan selari dengan strategi pemasaran seperti jualan bermusim, kitaran belian balik, kitaran hayat keluaran, serta berasaskan kepada corak dan paras persaingan periklanan. Dengan menggunakan contoh yang konkrit huraikan apakah yang dimaksudkan dengan strategi media di bawah ini dan bagaimanakah strategi ini sesuai digunakan.

- (a) *Strategi Kesinambungan* sama ada yang berbentuk *berterusan bermusim*, atau *merangsang*.
- (b) *Strategi Media yang Dominan* (Media Dominance Strategy)

(20 markah)

5. Pertalian di antara *pencapaian* (reach) dan *kekerapan* (frequency) adalah satu pertalian yang songsang dan kadangkala statik. Oleh itu untuk memastikan kedua-dua angka pencapaian dan kekerapan yang tinggi dalam satu atau lebih daripada satu media dalam tempoh jangka masa empat minggu yang berturut-turut adalah sesuatu yang diharapkan. Rajah yang di bawah ini menggambarkan tiga senario yang berbeza di mana contoh siaran rancangan bersiri "Jangan Ketawa" di TV3 disiarkan selama 12 minggu berturut-turut. Sampel isi rumah yang menonton rancangan ini juga dirakamkan.

Dengan menggunakan rajah yang telah disediakan di bawah ini nyatakan "tahap" perkiraan yang maksimum setiap minggu untuk mendapatkan:

- (a) "Rating"
(b) Titik Perkadaran Kasar (Gross Rating Points - GRP)
(c) Pencapaian (Reach)
(d) Kekerapan (Frequencies)

Jawapan perlu diisi dalam ruang yang telah disediakan dalam muka surat 5.

(20 markah)

-oooOooo-

MENONTON TV3 DALAM JANGKA MASA 4 MINGGU (X = SAMPEL ISI RUMAH YANG MENONTON)

Sampel Igi Rumah	Masa Pertama			
	Minggu			
	1	2	3	4
1	X			
2				
3		X	X	X
4				
5		X	X	
6				
7	X		X	
8				
9	X			X
Ratings				
GRP's				
Pencapaian				
Kekerapan				

Masa Kedua			
Minggu			
1	2	3	4
X	X	X	X
X	X		
X	X	X	X
R			
GRP's			
P			
K			

Masa Ketiga			
Minggu			
1	2	3	4
	X		
		X	X
X	X		
X			
	X		
		X	X
X			
R			
GRP's			
P			
K			

Petunjuk :

- P - Pencapaian (Reach)
- K - Kekerapan (Frequency)
- GRP - Titik Peredaran Kasar (Gross Rating Points)

Kembalikan jadual ini bersama-sama buku jawapan anda.