

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua  
Sidang 1995/96

**YUP 403 - Perancangan Media**

Mac/April 1996

Masa: 2 jam

---

Jawab **TIGA** (3) soalan.

1. Usaha untuk memadankan di antara maklumat pasaran dan media (market-media matching) adalah sesuatu yang rumit. Ia bergantung kepada banyak faktor dalaman dan luaran. Dengan menggunakan contoh kitaran sesuatu produk nyatakan bagaimanakah proses ini dapat dilakukan dengan berkesan? Huraikan lima permasalahan yang lazimnya timbul daripada aktiviti ini?  

(100 markah)
  
2. Sessors dan Petrey (1976) serta Barban, Cristol dan Kopec (1992) mencadangkan dua pendekatan perancangan media yang berbeza. Dengan menggunakan rajah yang lengkap ulaskan persamaan dan perbezaan kedua-dua pendekatan perancangan media ini?  

(100 markah)
  
3. Di antara strategi utama dalam perancangan media adalah menentukan taraf jangkauan (reach) dan kekerapan (frequency) yang ingin diperolehi. Dalam konteks mencari taraf yang diperlukan ini terdapat penjelasan yang perlu kita fikirkan dengan teliti. Huraikan konsep jangkauan untuk tiga media ini: media cetak, penyiaran dan 'media gergasi' (outdoor). Huraikan bagaimanakah perhubungan jangkauan dan kekerapan ini dikatakan mempunyai perhubungan yang songsang (inversely related)?  

(100 markah)
  
4. Dalam perancangan media seringkali strategi seperti dominan (dominance), ombak (wave), penumpuan (concentration) dan 'flighting' digunakan untuk mengatasi persaingan. Jelaskan bagaimanakah strategi seperti di atas sesuai digunakan?  

(100 markah)

-oooOooo-