

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

First Semester Examination
Academic Session 2005/2006

*Peperiksaan Semester Pertama
Sidang Akademik 2005/2006*

November 2005

YBP 221E – Planning And Evaluation Of Communication Campaigns
Perancangan Dan Penilaian Kempen Komunikasi

Duration : 2 hours
Masa : 2 jam

This examination paper consists **TWO (2)** pages of printed materials.
Kertas peperiksaan ini mengandungi DUA (2) muka surat yang bercetak.

You may answer a question either in Bahasa Malaysia or in English.
Anda dibenarkan menjawab soalan sama ada dalam Bahasa Malaysia atau Bahasa Inggeris.

Answer **TWO (2)** questions. Question **ONE (1)** is compulsory.
Jawab DUA (2) soalan. Soalan SATU (1) adalah wajib.

Each question carries 100 marks.
Sumbangan markah tiap-tiap soalan ialah 100 markah.

...2/-

1. In many developing countries such as Malaysia, there are power and cultural structures which make it difficult to discuss sensitive issues such as HIV/AIDS. A campaign is planned to reduce discrimination against those living with HIV/AIDS and ensure their access to basic social and health services. As the first course of action, you are required to prepare (a) CITAP (b) KAP survey questionnaire for this purpose.

Dalam negara membangun seperti Malaysia, terdapat struktur kuasa dan budaya yang menyulitkan perbincangan isu sensitif seperti HIV/AIDS. Satu kempen akan dijalankan untuk mengurangkan diskriminasi terhadap mereka yang mengidap HIV/AIDS dan menentukan mereka mempunyai akses kepada kemudahan sosial dan kesihatan asas. Sebagai langkah permulaan, anda diperlukan untuk menyediakan (a) CITAP dan (b) soalselidik tinjauan KAP untuk tujuan tersebut.

2. Explain how the CITAP helps a campaign planner to identify what needs to change, why it needs to change and provide pointers on how change can be achieved.

Terangkan bagaimanakah langkah CITAP dapat membantu perancang kempen dalam menentukan apakah perubahan yang diperlukan, mengapa perubahan tersebut diperlukan dan panduan tentang bagaimana perubahan boleh dicapai.

3. Focus group interview (FGI) is used to provide in-depth understanding of audience attitudes and behavior. Using your proposed campaign as your reference, identify the specific objectives (FGI) and prepare a question guide for conducting a focus group interview for your campaign.

Temuramah kumpulan fokus (FGI) digunakan bagi memahami dengan lebih mendalam sikap dan tingkahlaku audien. Dengan menggunakan kempen yang anda jalankan sebagai rujukan anda, kenalpasti objektif khusus (FGI) dan sediakan panduan soalan bagi menjalankan temuramah kumpulan fokus bagi kempen anda.