

SULIT



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI**

JABATAN PERDAGANGAN

**PENILAIAN ALTERNATIF BERIKUTAN
PELAKSANAAN PERINTAH KAWALAN BERSYARAT**

SESI JUN 2020

DPM5033 : ADVERTISING

NAMA PENYELARAS KURSUS : RODZAIDA BINTI MD ALIAS

KAEDAH PENILAIAN : PEPERIKSAAN ONLINE

**JENIS PENILAIAN : ANEKA PILIHAN (10 SOALAN)
ESEI BERSTRUKTUR (1 SOALAN)**

TARIKH PENILAIAN : 18 DISEMBER 2020

TEMPOH PENILAIAN : 50 MINIT

LARANGAN TERHADAP PLAGIARISM (AKTA 174)

**PELAJAR TIDAK BOLEH MEMPLAGIAT APA-APA IDEA, PENULISAN, DATA
ATAU CIPTAAN ORANG LAIN. PLAGIAT ADALAH SALAH SATU
PENYELEWENGAN AKADEMIK. SEKIRANYA PELAJAR DIBUKTIKAN
MELAKUKAN PLAGIARISM, PENILAIAN BAGI KURSUS BERKENAAN AKAN
DIMANSUHKAN DAN DIBERI GRED F DENGAN NILAI MATA 0.**

**(RUJUK BUKU ARAHAN-ARAHAN PEPERIKSAAN DAN KAEDAH PENILAIAN (Diploma) EDISI 6, JUN 2019,
KLAUSA 17.3)**

SECTION A : 20 MARKS
BAHAGIAN A : 20 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **TEN (10)** objective questions. Write your answers in the answer sheet form provided.

ARAHAN :

*Bahagian ini mengandungi **SEPULUH (10)** soalan objektif. Tulis jawapan anda di dalam helaian kertas yang disediakan.*

CLO2
C3

1. Choose the **RIGHT** statement about product A in addressing the basic problem situation in an advertisement.

*Pilih pernyataan yang **BENAR** tentang produk A bagi situasi permasalahan asas di dalam sesebuah iklan.*

- I. Extreme pain in the back of the body
Kesakitan yang teramat di bahagian belakang badan
 - II. The price offered is RM10.00 compared to the competitor's price of RM12.00
Harga yang ditawarkan adalah RM10.00 berbanding harga pesaing RM12.00
 - III. People with back pain are the main target.
Orang yang mempunyai masalah sakit belakang adalah sasaran utama.
 - IV. Back pain problems will be solved when using this product.
Masalah sakit belakang selesai apabila menggunakan produk ini.
- A. I only
I sahaja
- B. I and II
I dan II
- C. II, III, IV
II, III, IV
- D. I, II, III and IV.
I, II, III dan IV.

2. Ali who was on his way home from work, saw a display of food advertisements on the side of the road which was his main route to return home every day. One day, he decided to buy the products after seeing interesting elements in the latest advertisements of the product.

Ali yang dalam perjalanan pulang dari tempat kerja, melihat paparan iklan makanan yang biasa dilihat di tepi jalan yang merupakan laluan utamanya untuk pulang ke rumah setiap hari. Suatu hari, dia memutuskan untuk membeli produk tersebut setelah melihat iklan terkini produk berkenaan yang menarik.

CLO2
C3

Interpret Ali's situation with the **MOST ACCURATE** answer related to the objective of the advertisement that has been used by the company with the help of creativity.

*Terjemahkan situasi Ali dengan pilihan jawapan yang **PALING TEPAT** berkaitan dengan objektif pengiklanan yang digunakan oleh syarikat dengan adanya elemen kreativiti sebagai bantuan.*

- A. to inform
pemberitahuan
- B. to persuade
pemujukan
- C. to remind
peringatan
- D. to improve
penambahbaikan.

3. An advertisement displayed that the product has been the main choice of women consumers since 2019 through a survey. The company's sales revenue has doubled since that.

Iklan menunjukkan bahawa produk tersebut telah menjadi pilihan utama pengguna wanita sejak tahun 2019 melalui tinjauan. Hasil penjualan syarikat meningkat dua kali ganda sejak itu.

CLO2
C3

Choose the **MAIN** factor of the increment in the sales revenue based on the given situation which is related to advertising appeal.

*Pilih faktor **UTAMA** hasil penjualan meningkat berdasarkan keadaan yang diberikan berkaitan dengan rayuan pengiklanan.*

- A. Competitive pricing with competitors.
Penetapan harga yang kompetitif dengan pesaing.
- B. Comparison of company product capabilities with competitor's products that has been carefully made.
Perbandingan keupayaan produk syarikat dengan produk pesaing telah dibuat dengan teliti
- C. Popularity product is highlighted.
Produk populariti diserlahkan.
- D. Product features are a priority for the company.
Ciri ciri produk menjadi keutamaan syarikat.

CLO2
C3

4. Relate the statement with the **MOST ACCURATE** type of advertising appeal.
Kaitkan pernyataan dengan jenis rayuan pengiklanan yang PALING TEPAT.

Statement <i>Pernyataan</i>	Type of advertising appeal <i>Jenis rayuan pengiklanan</i>
<p>A. Siti examines the capabilities of a mobile phone that acts like a camera in an advertisement <i>Siti meneliti keupayaan sebuah telefon bimbit yang bertindak seperti sebuah kamera di dalam sebuah iklan.</i></p>	<p>News appeal <i>Rayuan berita</i></p>
<p>B. Ahmad made the choice to buy ABC branded goods after seeing advertisements showing the greatness of ABC brand products beyond the capabilities of product X even though the price of ABC products is more expensive. <i>Ahmad membuat pilihan untuk membeli barang berjenama ABC setelah melihat iklan yang menunjukkan kehebatan produk jenama ABC melebihi keupayaan produk X walaupun harga produk ABC lebih mahal.</i></p>	<p>Social-based appeal <i>Rayuan berasaskan sosial</i></p>
<p>C. Ramesh decided to buy a car priced at RM110,000 after seeing a discount of RM20,000 given for the December 2020 promotion. <i>Ramesh membuat keputusan untuk membeli sebuah kereta berharga RM110,000 setelah melihat potongan sebanyak RM20,000 diberikan untuk promosi bulan Disember 2020.</i></p>	<p>Favourable price appeal <i>Rayuan harga</i></p>
<p>D. Chong is very satisfied with the purchase of a bottle of energy drinking water that has been given a modification of the packaging of the drink. <i>Chong sangat berpuas hati dengan pembelian sebotol air minuman tenaga yang telah diberikan modifikasi pembungkusan minuman tersebut.</i></p>	<p>Feature appeal <i>Rayuan ciri</i></p>

CLO2
C3

5. Exhibit the following situation that is **NOT TRUE** related to personality symbol in advertisement.

*Pamerkan pernyataan yang **TIDAK BENAR** yang berkaitan dengan simbol personaliti di dalam pengiklanan.*

- A. The use of artists is permitted but not for the use of characters from the imagination of the advertiser as a symbol of personality.
Penggunaan artis dibolehkan tetapi tidak bagi penggunaan karakter daripada imaginasi pembuat iklan sebagai simbol keperibadian.
- B. A businessman in the field of food products is used as a symbol of personality in an advertisement.
Seorang ahli perniagaan di dalam bidang produk makanan ini dijadikan simbol keperibadian dalam sesebuah iklan.
- C. A make-up artist cannot be a spokesperson representing a product that tells about facts in the field of nutrition.
Seorang pesolek artis tidak boleh dijadikan jurucakap mewakili produk yang menceritakan tentang fakta-fakta di dalam bidang pemakanan.
- D. This identified personality symbol will carry the sales message of the company.
Simbol keperibadian yang dikenalpasti ini akan membawa mesej penjualan syarikat.

CLO2
C3

6. Choose the **CORRECT** statement(s) that is related to the objective in the advertising media.

*Pilih pernyataan yang **BETUL** berkaitan dengan objektif dalam media pengiklanan.*

- I. The objectives in an advertisement should be achievable.
Objektif dalam sebuah iklan perlu boleh dicapai.
- II. The objective must be something that can be measured.
Objektif mesti suatu yang boleh diukur.
- III. An objective is a desire to become a reality.
Objektif merupakan sesuatu keinginan untuk menjadi kenyataan.
- IV. The objectives are what a business wants to accomplish through its advertising.
Objektif adalah apa yang ingin dicapai oleh perniagaan melalui pengiklanannya.

- A. I only
I sahaja
- B. I and II
I dan II
- C. I, II and III
I,II dan III
- D. I, II, III and IV
I,II,III dan IV

CLO2
C3

7. Apply your knowledge in determining the **EXACT** statement that is related to printed advertisement of 'kerabu rice'.

*Aplikasikan pengetahuan anda dalam menentukan pernyataan **TEPAT** yang berkaitan dengan iklan bercetak 'nasi kerabu'*

	Element <i>Elemen</i>	Item <i>Item</i>
I.	Image <i>Imej</i>	Students are queuing up to buy <i>Pelajar beratur untuk membeli.</i>
II.	Text <i>Teks</i>	Price only but not location <i>Hanya harga tetapi tidak lokasi.</i>
III.	Product <i>Produk</i>	Picture of a complete 'kerabu rice.' <i>Gambar nasi kerabu yang lengkap.</i>
IV.	Tagline of the company <i>'Tagline' syarikat</i>	Eat once, want more times. <i>Makan sekali, nak lagi berkali kali.</i>

- A. I and IV
I dan IV
- B. I and II
I dan II
- C. I, II and III
I, II dan III
- D. I, III and IV
I, III dan IV

CLO2
C3

8. Use your competency as a representative of an advertising agency to determine the **MOST ACCURATE** statement to represent the same advantage of advertising media in the form of television and radio.

*Gunakan kecekapan anda sebagai wakil agensi pengiklanan untuk menentukan pernyataan yang **PALING TEPAT** untuk mewakili persamaan kelebihan media iklan dalam bentuk televisyen dan radio.*

- A. Demonstration of the use of a product can be clearly shown.
Demonstrasi penggunaan sesuatu produk dapat ditunjukkan dengan jelas
- B. The coverage area of these two channels is wide
Kawasan liputan kedua-dua saluran ini adalah luas
- C. Advertising for both channels is expensive.
Penyiaran iklan bagi kedua-dua saluran ini adalah mahal
- D. This media channel is suitable if the target audience is small.
Saluran media ini sesuai sekiranya sasaran audiens adalah kecil.

CLO2
C3

9. Choose the **FALSE** statement(s) that exhibit the advantages of using the outdoor media in advertising.

*Pilih pernyataan yang **SALAH** bagi menunjukkan kelebihan menggunakan media luar di dalam pengiklanan.*

- I. The life span of an advertisement is long
Jangka hayat iklan yang panjang
 - II. Very economical when using outdoor media
Sangat ekonomi apabila menggunakan medium luaran ini.
 - III. It is easy to get the attention of people.
Mudah mendapatkan perhatian orang ramai.
 - IV. Detailed message can be given.
Mesej terperinci dapat diberikan.
- A. I only
I sahaja
 - B. II and III
II dan III
 - C. III and IV
III dan IV
 - D. IV only.
IV sahaja.

CLO2
C3

10. Apply the knowledge that you have to make the **RIGHT** choice based on the statements below that are related to the use of specialty advertising media.

*Aplikasikan pengetahuan yang anda ada untuk membuat pilihan yang **BETUL** berdasarkan pernyataan di bawah berkaitan dengan penggunaan media pengiklanan khusus.*

	Statement <i>Pernyataan</i>	True/False <i>Betul/Salah</i>
I.	Only one category of specialty advertising. <i>Hanya mempunyai satu kategori pengiklanan khusus.</i>	True <i>Betul</i>
II.	Can create instant awareness among product users. <i>Kesedaran segera kepada pengguna terhadap produk.</i>	True <i>Benar</i>
III.	A form of product that is produced like a real product but in a smaller size. <i>Satu bentuk produk yang dihasilkan seperti produk sebenar tetapi dalam ukuran yang lebih kecil.</i>	False <i>Salah</i>
IV.	Product is given free and cannot be sold separately. <i>Produk diberikan secara percuma dan tidak dapat dijual secara berasingan.</i>	False <i>Salah</i>

- A. I and II
I dan II
- B. II and III
II dan III
- C. III and IV
III dan IV
- D. I and IV
I dan IV

SECTION B : 25 MARKS
BAHAGIAN B : 25 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **ONE (1)** structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi SATU (1) soalan berstruktur. Jawab SEMUA soalan.

QUESTION 1

As a student pursuing a course of advertising, you have been exposed to all of the basics in the production of an advertisement starting from the introduction of advertising until the rules and regulations that are allowed in an advertisement.

Sebagai pelajar yang mengikuti kursus pengiklanan, anda telah didedahkan dengan asas dalam penghasilan sebuah iklan bermula dari pengenalan iklan hingga peraturan dan undang-undang yang dibenarkan dalam iklan.

- a. Complete the table below by explaining the **TWO (2)** missing elements in detail with suitable examples.

Lengkapkan jadual di bawah dengan memberikan penerangan yang terperinci beserta contoh yang sesuai bagi DUA (2) elemen yang tidak disertakan.

Factors to be considered when selecting media. <i>Faktor yang perlu diambil kira ketika membuat pemilihan media.</i>
1. ?
2. ?
3. Exposure, attention and motivation value of media vehicles <i>Pendedahan, perhatian dan nilai motivasi saluran media</i>
4. Cost efficiency of media vehicles <i>Kecekapan kos bagi saluran media.</i>

[10 marks]
[10 markah]

CLO2
C3

CLO2
C3

- b. Interpret **ALL** the elements in the table below by giving the explanation using the suitable example for each element.

*Terjemahkan **SEMUA** elemen yang disediakan di dalam jadual di bawah dengan penerangan lengkap melalui contoh yang sesuai.*

Element <i>Elemen</i>	Type of advertising executions and styles. <i>Jenis pelaksanaan dan gaya pengiklanan.</i>
Doing sport activities daily. <i>Melakukan aktiviti sukan setiap hari.</i>	A. ?
A song has been composed. <i>Sebuah lagu digubah.</i>	B. ?
Hair loss <i>Keguguran rambut.</i>	C. ?

[15 marks]
[15 markah]

QUESTIONS END

SOALAN TAMAT