

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

**PENILAIAN AKHIR
SESI I : 2023/2024**

SIJIL MULTIMEDIA KREATIF PENGIKLANAN

**SMP 30022
ETIKA DALAM PENGIKLANAN**

Dua (2) jam

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIBERITAHU

ARAHAN UMUM

1. Kertas soalan ini mengandungi **Dua (2)** bahagian iaitu **Bahagian A** dan **Bahagian B**.
 2. Jawab **semua** soalan di kedua-dua bahagian.
 3. Bahagian A mengandungi **Dua Puluh (20)** soalan aneka pilihan dengan empat pilihan jawapan **A, B, C** dan **D**. Bagi tiap-tiap soalan, pilih **satu** jawapan sahaja. **Hitamkan** pilihan jawapan anda pada kertas jawapan objektif yang disediakan.
 4. Bahagian B mengandungi **Tiga (3)** soalan subjektif. Tuliskan jawapan anda dalam buku jawapan yang disediakan.
 5. Kertas soalan ini hendaklah dikembalikan semula kepada Pengawas setelah tamat peperiksaan.
-

Kertas soalan ini mengandungi **DUA BELAS (12)** halaman bercetak termasuk halaman hadapan.

BAHAGIAN A

[40 markah]

Jawab semua soalan.

1. _____ merupakan elemen yang penting dalam penciptaan sesuatu iklan. CLO
2
- A** Strategi Kreatif
B Bentuk Iklan
C Strategi Iklan
D Bentuk Kreatif
- “Iklan susu : kanak-kanak digunakan dalam iklan tersebut.”
2. Pilih jawapan yang betul bg pernyataan di atas, cara menghasilkan iklan yang kreatif iaitu _____. 2
- A** Objektif
B *Audiens* Sasaran
C Faedah Utama Keluaran
D Sandaran
3. Apakah ciri – ciri bagi strategi kreatif menghasilkan iklan? 2
- I. Mudah
II. Khusus
III. Layak digunakan
IV. Tahan Lama
- A** I dan III
B I, II dan IV
C I, II dan III
D I, II, III dan IV

4. Apakah maksud **KONSEP** dalam bahasa iklan? 2
- A** Penceritaan yang dikaitkan dengan rujukan.
B Idea atau buah fikiran yang am yang dikaitkan dengan rujukan.
C Idea atau buah fikiran yang am yang dikaitkan dengan Bahasa.
D Fikiran yang am dikaitkan dengan penceritaan.
5. Dalam pemaparan Bahasa dalam iklan dan format iklan, terdapat 3 bahagian teks iklan. Pilih bahagian yang betul berdasarkan jawapan berikut: 2
- A** Tajuk, penjelasan, kesimpulan
B Tajuk, penjelasan, penerangan
C Topik, penjelasan, kesimpulan
D Topik, penjelasan, penerangan

- Bahagian yang paling jelas dipaparkan.
- Bahagian yang paling penting dalam iklan.
- Mewujudkan nama barang atau nama syarikat yang disertai oleh ciri -ciri tertentu untuk menarik minat pembeli.
- Cth : *supermarket X*- segar sepanjang hari.

6. Bahagian teks iklan di atas merujuk kepada bahagian _____: 2
- A** Tajuk
B Penjelasan
C Kesimpulan
D Isi kandungan

- Liputan luas ke seluruh dunia.
- Boleh masukkan kesan animasi / audio visual.
- Boleh terus pesan barang secara *online*.

7. Pernyataan di atas menunjukkan kepada kelebihan media, sila pilih jawapan bagi pernyataan tersebut. 2

- A Cetak
- B Digital
- C *Online*
- D Elektronik

“Ia di cetak setiap hari, memberi jangkauan yang cepat dan harga murah.”

8. Pernyataan di atas merujuk kepada kelebihan media, sila pilih jawapan bagi pernyataan tersebut. 2

- A Cetak
- B Digital
- C *Online*
- D Elektronik

9. Antara berikut , manakah kelemahan media cetak? 2

- A Terdapat banyak iklan dalam akhbar dan oleh itu, terdapat persaingan dengan iklan-iklan yang lain untuk merebut perhatian itu.
- B Iklan di televisyen terlalu cepat dan kadangkala agar sukar untuk difahami bagi mereka yang kurang pendedahan dan pengetahuan produk tersebut.
- C Iklan yang disiarkan di televisyen adalah menarik di mana terdapat warna-warna yang hidup dan dapat ditunjukkan dengan jelas.
- D Radio dan televisyen mempunyai audien yang besar dan mempunyai ramai peminat.

10. “Iklan selalu kena *update* supaya iklan tidak ketinggalan. Sukar untuk membuat web, kerana perlu memahami skrip dan bahasa web.”

Pernyataan di atas merujuk kepada kelemahan media , sila pilih jawapan bagi pernyataan tersebut. 2

- A Cetak
- B Digital
- C *Online*
- D Elektronik

“Mengawal tingkahlaku untuk mengiklankan barang atau perkhidmatan termasuk pemilik barang atau perkhidmatan, agensi pengiklanan dan mana-mana orang yang terlibat dalam usaha penyebaran iklan tersebut.”

11. Pernyataan di atas merujuk kepada _____ 2

- A Kod Amalan
- B Etika Pengiklanan
- C Peragaan yang benar
- D Kejujuran

12. Berikut merupakan Prinsip Am dalam Kod Amalan Pengiklanan Malaysia. 2

- I. Kesopanan
- II. Kejujuran
- III. Ketakutan, tahyul, keganasan, ketaksahan
- IV. Sensitiviti
- V. Janji Wang Dipulangkan

- A I dan II
- B I, II dan III
- C I, II, III dan IV
- D Semua di atas

13. Apakah tugas utama bagi *Lembaga Piawaian Pengiklanan (Advertising Standards Authority, ASA)*? 2
- A Mengalakkan dan menguatkuasakan piawaian etika yang tinggi dalam iklan.
 - B Menguatkuasakan piawaian etika yang tinggi dalam rekabentuk media.
 - C Menguatkuasakan peraturan yang tinggi dalam media.
 - D Mengalakkan penghasilan dalam iklan.
14. Kod Amalan Pengiklanan Malaysia merupakan satu piawaian etika yang tinggi, sila 2 pilih lembaga yang menyelia Kod Amalan Pengiklanan Malaysia ini.
- A *Lembaga Piawaian Pengiklanan (Advertising Standards Authority, ASA)*
 - B *Lembaga Piawaian Pengiklanan (Advertising Authority, AA)*
 - C *Lembaga Pengiklanan Malaysia (Advertising Malaysia Authority, AMA)*
 - D *Lembaga Pengiklanan Multimedia (Advertising Multimedia Authority, AMA)*
15. Antara berikut, manakah prinsip am dalam pengiklanan bagi Kod Amalan 2 Pengiklanan Malaysia?
- A Kesetiaan
 - B Kejujuran
 - C Keadilan
 - D Keyakinan
16. Manakah antara berikut yang **BENAR** mengenai prinsip am dalam pengiklanan bagi 2 Mengeksplotasi Nama atau Nama Baik?
- A Iklan tidak seharusnya menyelar atau memburukkan produk, pengiklan atau iklan yang lain sama ada secara langsung ataupun secara implikasi.
 - B Iklan tidak boleh mengenal pasti atau menjeniskan setiap kelompok bangsa itu berdasarkan jantina, pekerjaan, nilai tradisional dan latar belakang.
 - C Iklan tidak seharusnya membuat apa-apa rujukan yang tak relevan kepada mana-mana nama, kejadian, konsep atau pengertian keagamaan.
 - D Iklan tidak seharusnya menggunakan nama atau parap mana-mana firma, syarikat atau institusi secara yang tidak wajar.

17. “Tiada jaminan atau waranti mahupun apa-apa perkataan yang terbit daripada kedua-dua istilah itu yang patut digunakan dalam iklan untuk menggambarkan atau merujuk sesuatu janji yang inti patinya adalah untuk memulangkan harga produk dalam tempoh percubaan yang singkat kepada pembeli yang tidak berpuas hati.”

Pernyataan di atas berkaitan dengan prinsip am dalam Kod Amalan Pengiklanan Malaysia, sila pilih prinsip am dalam Kod Amalan Pengiklanan Malaysia bagi pernyataan tersebut. 2

- A Perlindungan privasi dan eksploitasi terhadap individu.
- B Mengeksploitasi nama atau nama baik.
- C Perbuatan memperkecilkan dan memburukkan produk, pengiklanan atau iklan lain.
- D Janji wang dipulangkan.

18. Nyatakan ciri-ciri yang sesuai untuk menghasilkan sebuah iklan kategori kanak-kanak dan orang muda (18 tahun ke bawah)? 2

- A Tidak mempamerkan makanan khasiat.
- B Mempamerkan mainan kanak-kanak.
- C Mempamerkan cara menggunakan produk pencuci.
- D Tidak mempamerkan bahan atau peralatan yang bahaya.

19. Sila pilih kategori iklan yang sesuai bagi produk perubatan dan produk berkaitan dan iklan yang mengandungi dakwaan kesihatan. 2

- A Iklan produk minuman ringan.
- B Iklan produk makanan ringan.
- C Iklan makanan segar dan berkhasiat.
- D Iklan boleh menambahbaikkan, mengembalikan atau mengekalkan kesihatan pengguna atau keadaan fizikal atau mental.

20. Iklan berkenaan “Lestarikan Dan Jaga Bumi Tetap Hijau.”

Pernyataan di atas merujuk kepada kategori pengiklanan, apakah kategori pengiklanan tersebut?

2

- A** Permotoran
- B** Iklan Jualan
- C** Dakwaan Alam Sekitar
- D** Kanak-kanak dan Orang Muda

BAHAGIAN B*[60 markah]*

Jawab semua soalan.

Soalan 1**CLO 2**

- a. Beri **dua (2)** jenis media pengiklanan. (4 markah)
- b. Media luaran merupakan satu bentuk media massa yang diletakkan di luar bangunan perdagangan, stadium sukan, badan kenderaan dan persekitaran. Huraikan **tiga (3)** contoh iklan luaran. (6 markah)
- c. Berikan **lima (5)** kelemahan media cetak. (10 markah)

Soalan 2**CLO 2**

Lembaga Piawaian Pengiklanan Malaysia (ASA), dibentuk pada 1977, bertindak sebagai badan bebas yang bertanggungjawab untuk memastikan bahawa sistem pengawalseliaan oleh industri pengiklanan terhadap Kod Amalan Pengiklanan dalam bentuk bercetak, luar rumah, dan panggung wayang. Piawaian industri adalah berdasarkan prinsip iklan tersebut sah, sopan, bertanggungjawab secara sosial, jujur dan benar.

- a. Nyatakan **empat (4)** ahli Lembaga Piawaian Pengiklanan Malaysia (ASA). (4 markah)
- b. Berikan **tiga (3)** tugas Lembaga Piawaian Pengiklanan Malaysia (ASA). (6 markah)

c. Huraikan Kod Amalan Pengiklanan yang berikut:

(10 markah)

- i) Kesopanan
- ii) Kejujuran
- iii) Mengeksplotasi Nama atau Nama Baik
- iv) Janji Wang Dipulangkan
- v) Sensitiviti

Soalan 3

CLO 2

a. Merujuk gambarajah di atas, nyatakan nama bagi kategori pengiklanan tersebut. Huraikan kategori pengiklanan tersebut. (5 markah)



- b. Merujuk gambarajah di atas, nyatakan nama bagi kategori pengiklanan (5 markah)
tersebut. Huraikan kategori pengiklanan tersebut.
- c. Nyatakan **lima (5)** ciri-ciri bagi menghasilkan pengiklanan kategori harta. (10 markah)

SOALAN TAMAT
Selamat Menjawab