

3.1 REKA BENTUK SEBAGAI INSTRUMEN PEMASARAN (Sila rujuk buku teks RBT Tingkatan 3 m/s 148 - 168)

3.1.4 Memilih kaedah reka bentuk pengiklanan yang sesuai untuk memasarkan produk yang dihasilkan.

A. Berdasarkan rajah tentukan kaedah reka bentuk pengiklanan pada produk (TP4)

QASWI

Harga biasa RM139
HARGA PROMOSI TERKINI
RM150
UNTUK 2 BOTOL

JUS KOLESTROL
100% HERBA TERPILIH. SELAMAT.
MELANCARKAN PEREDARAN DARAH.

FREE DELIVERY

Buy 1 Get 1 FREE!

Ubat nyamuk Herba Green
Melindungi Keluarga Anda Daripada Gigitan Nyamuk

✓ Selamat
✓ Tahan lama
✓ Mudah dibawa

Kongsi pengalaman menebak
Herba Green di halaman Facebook
untuk memenangi RM5 000

Kenyataan merangsang

Matlamat produk

Penyampaian fakta

3.1.5 Menganalisis kaedah reka bentuk pengiklanan yang dipilih

A. Padankan ciri-ciri pengiklanan yang berkesan dengan jawapan yang sesuai. (TP5)

Ciri-ciri pengiklanan	Keterangan
a. Kreatif	i. Iklan yang mempunyai matlamat yang jelas dan telus untuk mendapatkan kepercayaan pengguna.
b. Memberi impak	ii. Gabungan ilustrasi, tema dan slogan yang sesuai akan menghasilkan visual yang menarik dan mudah diingat oleh pengguna.
c. Maklumat yang tepat	iii. Iklan ini akan menarik perhatian pengguna dan identiti sesuatu produk akan lebih terserlah seperti 'Malaysia Airlines' yang menggunakan bentuk permainan tradisional.
d. Mudah diingat	iv. Iklan yang menyampaikan maklumat kepada pengguna sasaran dengan jelas agar pengguna tertarik dengan produk.
e. Unsur unik dan tersendiri	v. Mengaplikasikan prinsip reka bentuk yang berkesan dengan menggabungkan ilustrasi dan perkataan yang akan memberi kesan psikologi kepada pengguna
f. Mesej yang jelas	vi. Iklan yang mempunyai reka bentuk yang menarik dan membuatkan pengguna terpuaka serta teruja untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk.