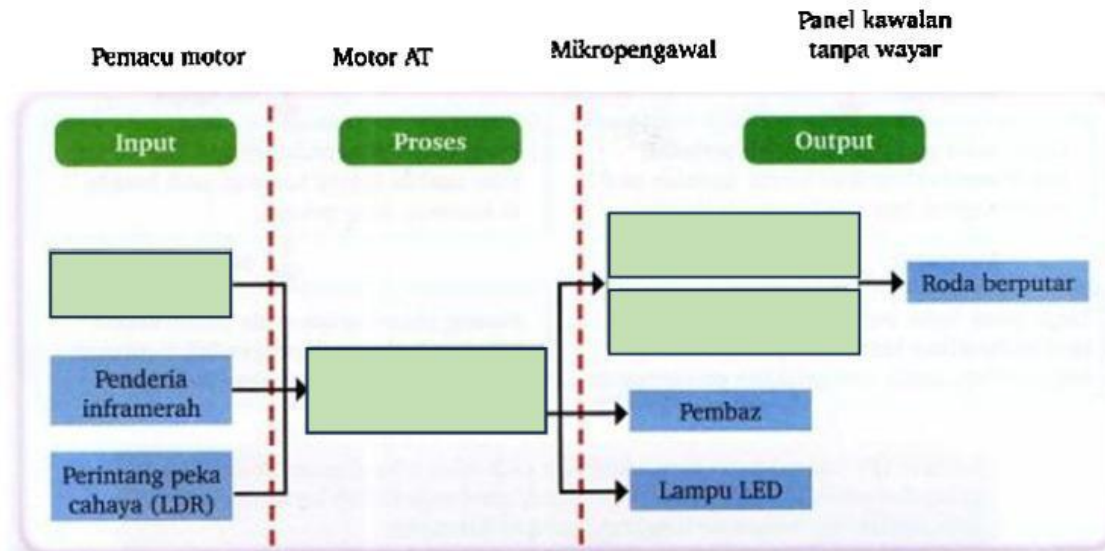


REKA BENTUK & TEKNOLOGI (RBT TING:3)

ULANGKAJI UASA TAHUN 2026

BAHAGIAN C

1. Hasilkan gambar rajah blok yang betul bagi sebuah produk mekatronik.



2. Tandakan (/) bagi **empat** elemen mekatronik yang betul.

sistem mekanikal

☐

sistem akuaponik

☐

sistem elektrik

☐

sistem elektronik

☐

sistem kawalan dan pengaturcaraan

☐

3. Berikan **satu** contoh produk mekatronik yang ada di pasaran.

.....

4. Nyatakan jawapan yang tepat.

	Media Sosial	Media Elektronik	Media Cetak
Aspek Perbandingan			
Definisi / Saluran	Saluran fizikal berasaskan cetakan.	Saluran menggunakan peralatan elektronik/penyiaran.	Platform dalam talian dan rangkaian internet.
Contoh Media	Surat khabar, majalah, brosur, katalog, poster, risalah.	Televisyen, radio, papan digital (billboard digital).	Facebook, Instagram, TikTok, Blog, WhatsApp.
Bentuk Penyampaian	Teks, gambar pegun, dan ilustrasi bercetak.	Gabungan audio, visual, muzik, pergerakan, dan lakonan.	Teks, gambar, video pendek, pautan, dan kapsyen interaktif.
Kos Pengiklanan	Sederhana / Rendah (bergantung pada saiz iklan di surat khabar/majalah).	Tinggi (terutamanya kos produksi dan penyiaran di televisyen).	Rendah atau Percuma (kos hanya jika membuat iklan berbayar/ads).
Liputan Pasaran	Terhad kepada kawasan atau pembaca tertentu (contoh: majalah sukan untuk peminat sukan).	Luas (seluruh negara melalui siaran TV atau radio).	Sangat Luas dan Global (menembus sempadan dunia tanpa had masa).
Interaksi Pengguna	Sehala (pengguna hanya membaca maklumat).	Sehala (pengguna hanya mendengar atau menonton).	Dua hala (pengguna boleh komen, kongsi, 'like', dan mesej terus).
Sasaran Pengguna	Sesuai untuk pelbagai peringkat umur mengikut jenis medium (cth: majalah wanita, akhbar harian).	Sesuai untuk kumpulan khalayak umum yang menonton TV atau mendengar radio.	Sangat mudah disasarkan kepada golongan atau umur tertentu (targeted audience).

5. Padankan **faktor pemilihan media pengiklanan** dengan tepat.

Saiz perniagaan luas pasaran jenis produk sasaran pengguna kos pengiklanan

Faktor Pemilihan	Penerangan / Huraian
	Media yang dipilih mestilah sesuai dengan sifat produk. Contohnya, produk yang memerlukan demonstrasi cara penggunaan lebih sesuai menggunakan media elektronik (TV) atau media sosial (video) berbanding media cetak.
	Merujuk kepada kawasan liputan sasaran pengguna. Jika pasaran bersifat global atau luas, media sosial dan internet adalah pilihan terbaik. Jika pasaran bersifat setempat/lokal, risalah atau poster sudah memadai.
	Iklan perlu disampaikan melalui media yang sering digunakan oleh kumpulan sasar. Contohnya, jika sasaran ialah golongan remaja, media sosial (TikTok/Instagram) adalah paling efektif. Jika sasaran ialah warga emas, media cetak atau televisyen lebih sesuai.
	Pengeluar perlu memilih media yang sesuai dengan bajet dan modal perniagaan. Syarikat besar yang mempunyai modal tinggi boleh memilih iklan televisyen (prime time), manakala perniagaan kecil (SME) lebih sesuai memilih media sosial kerana kosnya murah atau percuma.
	Saiz operasi perniagaan mempengaruhi skala pengiklanan. Perniagaan bersaiz besar dan mempunyai cawangan di seluruh negara memerlukan media massa (TV, radio, papan iklan digital), manakala perniagaan kecil/runcit memadai menggunakan media sosial atau edaran brosur tempatan.