

**MENKKAJI PENGGUNAAN USUL JUALAN UNIK  
DALAM BIDANG PENGIKLANAN.**

**OLEH**

**NORAINI BINTI ABD AZIZ @ ABDULLAH  
88109003**

Tesis ini dikemukakan kepada Kajian Senilukis dan Senireka, Institut Teknologi MARA, sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan Diploma Senilukis dan Senireka.

**Dekan  
Kajian Senilukis dan Senireka  
Institut Teknologi MARA  
40450, Shah Alam  
Selangor Darul Ehsan.**

**1991**

## **PENGHARGAAN**

### **DENGAN NAMA ALLAH YANG MAHA PEMURAH LAGI MAHA MENGASIHANI**

Setinggi-tinggi kesyukuran saya panjatkan ke hadrat Illahi atas limpah kurnia dan Rahmatnya yang memberikan kekuatan dan ketabahan kepada saya dalam menyempurnakan tesis ini.

Pertama-tama sekali, saya merakamkan setinggi penghargaan buat 'ayah dan bonda' yang dikasihi dan keluarga, yang selama ini sentiasa memberikan sokongan dan galakkan yang tidak terhingga.

Jutaan penghargaan juga dikalungkan buat mereka yang terbabit dan sanggup bekerjasama dengan saya. Terutamanya kepada kesemua pensyarah di Jabatan Senireka Grafik yang telah banyak mencurahkan ilmu pendidikan dan memberikan bimbingan kepada saya.

Antara mereka yang terlibat dalam menjayakan tesis ini ialah:

**ENCIK RUSLAN BIN ABD. RAHIM,  
PENSYARAH JABATAN SENIREKA GRAFIK,  
KAJIAN SENI LUKIS DAN SENI REKA  
INSTITUT TEKNOLOGI MARA  
SHAH ALAM.**

**ENCIK MOHD. ARIS BIN ABDULLAH  
PENSYARAH JABATAN SENIREKA GRAFIK  
KAJIAN SENI LUKIS DAN SENI REKA  
INSTITUT TEKNOLOGI MARA  
SHAH ALAM.**

**ENCIK NOR HASHIMI ASHAARI  
McCANN-ERICKSON (M) SDN. BHD.  
17, 1STH FLOOR, MENARA AIK HUA  
CHANGKAT RAJA CHULAN  
50200 KUALA LUMPUR**

**PUAN FAUDZALINA BT. GHAZALI  
IDRIS ASSOCIATES S/N  
23, JALAN 2/S2B, BANGSAR UTAMA,  
OFF JALAN BANGSAR,  
59000 KUALA LUMPUR.**

## **SINOPSIS**

### **Pengenalan:**

Iklan semakin menjadi sebahagian daripada corak kehidupan moden hari ini, di mana hampir setiap hari kita berdepan dengan iklan-iklan. Sebagaimana di ketahui umum, bidang pengiklanan merupakan satu bidang yang menyebarkan sumber maklumat untuk memujuk pengguna membeli barangan dan seterusnya mempertingkatkan hasil jualan.

Dalam usaha mempertingkatkan hasil jualan, pengiklan telah menggunakan berbagai kaedah. Salah satunya dengan menumpukan perhatian terhadap keunikan atau kelebihan sesuatu produk. Keunikan tersebut dijadikan usul jualan dalam mempromosikannya. Oleh kerana usul jualan tersebut unik iaitu lain daripada yang lain dengan secara tidak langsung ia diistilahkan sebagai usul jualan unik. Istilah ini digunakan dalam bidang pengiklanan.

### **TUJUAN**

#### **Umum:**

Kajian terperinci ke atas penggunaan usul jualan unik dalam bidang pengiklanan khusus di media cetak dan televisyen. Selain daripada mengkaji penggunaannya, penulis juga mengkaji bagaimana langkah-langkah yang dibuat sebelum ia dicipta menjadi usul jualan unik yang lengkap dalam pengiklanan.

#### **Khusus:**

Memperbincangkan tentang reaksi dan penerimaan masyarakat, keberkesanan dalam menghidupkan sesebuah tema atau slogan dalam pengiklanan dan mengkaji adakah ia merupakan satu aspek dalam melariskan

<b>BAB 1 PENGENALAN</b>	<b>1</b>
<b>BAB 2 PERIHAL USUL JUALAN UNIK</b>	
2.1    DEFINASI DAN PENGENALAN.	5
2.2    PERKARA-PERKARA PENTING DALAM MENCIPTA USUL JUALAN UNIK.	10
2.3    MENCARI USUL JUALAN UNIK/FAEDAH UNIK.	14
2.4    DALAM KONTEKS PEMASARAN KEMASYARAKATAN.	24
<b>BAB 3 PENGIKLANAN TEMPATAN</b>	
3.1    DEFINASI DAN PENGENALAN	27
3.2    FAKTOR-FAKTOR PENTING DALAM PERANCANGAN IKLAN	34
<b>BAB 4 PANDANGAN MASYARAKAT</b>	
4.1    HASIL SOAL SELIDIK	63
4.2    RUNGUTAN PENGGUNA	66
<b>BAB 5 KAJIAN KES (FAB BUKU BIRU : IKLAN TELEVISYEN)</b>	
5.1    PENGENALAN	69
5.2    KAEDAH USUL JUALAN UNIK	71
5.3    KAJIAN KES	74
5.4    HASIL SOAL SELIDIK	89
<b>BAB 6 KEPUTUSAN</b>	<b>91</b>
<b>BAB 7 KESIMPULAN</b>	<b>97</b>
BIBLIOGRAFI	
LAMPIRAN	

# **BAB 1**

## **PENGENALAN**

Setiap perniagaan bermula daripada kehendak dan keperluan manusia yang berbagai seperti makanan, pakaian, perlindungan, kesihatan, pengangkutan, rekreasi, hiburan, kecantikan, kesukaan, status, ego dan sebagainya. Semakin maju sesebuah masyarakat semakin banyak kehendak dan keperluan yang perlu dipenuhi dan semakin banyak peluang-peluang perniagaan yang boleh direbut oleh usahawan.

Kehendak dan keperluan manusia yang berbagai dapat dikategorikan kepada dua iaitu produk dan perkhidmatan. Produk adalah sesuatu yang mempunyai rupa bentuk fizikal yang diperlukan untuk memenuhi kehendak secara langsung atau tidak langsung. Contoh produk seperti motosikal, radio, buku, pen dan pakaian. Perkhidmatan adalah sesuatu yang tidak mempunyai rupa bentuk fizikal tetapi mampu memenuhi kehendak pengguna. Contoh perkhidmatan ialah mengunting rambut, doktor, mencuci bangunan dan guru sekolah.

Dalam memenuhi kehendak-kehendak atau citarasa pengguna-pengguna, syarikat-syarikat pengeluar barangan dan perkhidmatan telah tumbuh dengan begitu pesatnya, tidak ubah seperti cendawan tumbuh, ekoran dari itu, telah mewujudkan dunia pasaran yang mempunyai banyak persaingan, dengan itu syarikat-syarikat pengeluar terpaksa memperuntukkan belajawan ratusan ringgit setahun untuk tujuan iklan. Ini adalah kerana syarikat pengeluar bergantung kepada iklan-iklan yang menggunakan strategi-strategi tertentu untuk mempengaruhi pengguna-pengguna membeli barangan mereka.