



**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI**

**KAJIAN PENGGUNAAN KAEDAH
PERIKLANAN DAN PROMOSI
DALAM MENINGKATKAN JUALAN
PASARAN JAKEL TRADING**

**IZZATUL SYAHIRAH BINTI YUSOF
2014669834**

**SARJANA MUDA
TEKNOLOGI KREATIF (KEPUJIAN)
PENGURUSAN INDUSTRI SENI**

MAC 2017

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

**KAJIAN PENGGUNAAN KAEDAH
PERIKLANAN DAN PROMOSI
DALAM MENINGKATKAN
PASARAN JAKEL TRADING**

IZZATUL SYAHIRAH BINTI YUSOF

Latihan ilmiah ini dikemukakan untuk memenuhi
sebahagian daripada syarat memperolehi ijazah
Sarjana Muda Teknologi Kreatif (Kepujian)
Pengurusan Industri Kreatif

Fakulti Filem, Teater dan Animasi

Mac 2017

**FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
KAMPUS PUNCAK PERDANA
SHAH ALAM SELANGOR**

SESI: MAC 2017– JULAI 2017

**DENGAN INI MENGESAHKAN
IZZATUL SYAHIRAH BINTI YUSOF
2014669834**

**TELAH MEMENUHI SEGALA SYARAT PENULISAN LATIHAN ILMIAH
YANG TELAH DITETAPKAN OLEH JAWATANKUASA AKADEMIK
FAKULTI.**

TARIKH:

.....

**PENYELIA
ENCIK AZROZ MOHD**

.....

**DEKAN
DATO' PROFESOR DR. A. RAZAK HJ. MOHAIDEEN**

.....

PENGAKUAN

Saya mengakui bahawa kajian ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali pendapat-pendapat dan karya-karya pihak lain yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Kajian ilmiah ini juga belum pernah dihantar ke mana-mana institusi akademik atau bukan akademik untuk sebarang ijazah atau kelulusan.

Nama Pelajar	:	Izzatul syahirah binti yusof
No. Pelajar	:	2014669834
Program	:	Pengurusan Industri Kreatif (FF226)
Fakulti	:	Fakulti Filem, Teater dan Animasi
Tajuk Kajian / Projek	:	Kajian Penggunaan Kaedah Periklanan dan Promosi Dalam Meningkatkan Pasaran Jakel.
Tandatangan Pelajar	:
Tarikh	:	Julai 2017

ABSTRAK

Kajian ini untuk mengenalpasti terhadap kesan iklan dan promosi kepada masyarakat serta etika di dalam menyiarkan iklan dan promosi melalui media cetak dan media elektronik. Teori etika dan kesan dalam periklanan dan promosi dari Philip Kotler digunakan untuk lebih mengenalpasti terhadap etika dan kesan periklanan dan promosi kepada masyarakat pada masa kini. Objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti kesan positif dan negatif di dalam periklanan dan promosi kepada masyarakat. Tesis ini akan di lakukan dengan menggunakan kaedah kualitatif dengan menemu bual pengusaha Jakel Trading. Kertas kerja ini dapat dilihat dengan lebih teliti apabila setiap pengusaha dapat mengetahui dengan lebih jelas mengenai kesan dan etika di dalam periklanan dan promosi terhadap masyarakat. Tambahan lagi, penyelidikan berharap supaya kertas kerja ini dapat memberikan sedikit pengetahuan kepada mahasiswa universiti terhadap kesan dan etika dalam menghasilkan periklanan dan promosi dengan menggunakan medium sah untuk lebih memahami tentang etika terhadap iklan dan promosi yang disiarkan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify the effect of advertising and promotion to the public as well as ethics in advertising and promotion through printed and electronic media. Ethical theory and the effects of the advertising and promotion by Philip Kotler used to further identify the ethics and the impact of advertising and promotion to the public nowadays. The objective of this study was to recognise what is the positive and negative effects on the advertising and promotion to the public. This thesis will be done by using qualitative method by conducting an interview with the employers of Jakel Trading. This paper work can be seen in more detail when every entrepreneur can get a clearer picture of the impact and ethics in advertising and promotion to the public. Furthermore, this research can give some knowledge to the students of the university on the impact and ethical in producing advertising and promotion by using legitimate medium to further understand about the ethics of advertising and promotion for broadcasting.

ISI KANDUNGAN

	Muka Surat
PENGESAHAN	ii
PENGAKUAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PENGHARGAAN	vi
ISI KANDUNGAN	vii
Pengenalan	
Pengenalan	1
Penyataan Masalah	3
Objektif Kajian	6
Persoalan Kajian	7
Kepentingan Kajian	7
Struktur Tesis	9
Rumusan	10

**BAB SATU:
TEORI PEMASARAN**

Pengenalan	12
Teori Berkaitan	17
Rumusan	22

**BAB DUA:
KESAN DAN ETIKA DALAM PERIKLANAN DAN PROMOSI**

Pengenalan	24
Kesan Terhadap Masyarakat	24
Etika Dalam Periklanan dan Promosi Kepada Masyarakat	27
Promosi Terhadap Pengguna	30
Rumusan	33

**BAB TIGA:
PERIKLANAN DAN PROMOSI: JUALAN PEMASARAN JAKEL**

Pengenalan	34
Latar Belakang	34
Pencapaian Jakel Trading	36
Dapatan Kajian Lapangan	38
Dapatan Kaedah Temubual	39
Objektif 1: Untuk Mengenalpasti Strategi Terhadap Iklan dan Promosi yang meluas	39
Objektif 2: Untuk Menghuraikan Penilaian Etika Terhadap Periklanan dan Promosi yang digunakan.	45
Objektif 3 : Mengkaji tentang pengawalan sesebuah produk dalam menjalankan periklanan dan promosi	51
Rumusan	54
KESIMPULAN	
Pengenalan	56
Rumusan Setiap Bab	56
Limitasi Kajian	58
Cadangan	59
Kesimpulan	60
RUJUKAN	62