



Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif

**KAJIAN KEBERKESANAN KEMPEN MELALUI MEDIA CETAK
DALAM MEMPROMOSIKAN SUKAN EXTREME**

Mohamad Amin Bin Samsudin

Sarjana Muda Seni Gunaan Dengan Kepujian
(Seni Reka Grafik)
2004

**KAJIAN KEBERKESANAN KEMPEN MELALUI MEDIA CETAK DALAM
MEMPROMOSIKAN SUKAN EXTREME**

MOHAMAD AMIN BIN SAMSUDIN

Projek ini merupakan salah satu keperluan untuk
Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian (Seni Reka Grafik)

Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif

UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

2004

UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS/LAPORAN

JUDUL : **KAJIAN KEBERKESANAN KEMPEN MELALUI MEDIA CETAK DALAM MEMPROMOSIKAN SUKAN EXTREME**

SESI PENGAJIAN : **2003/2004**

Saya

MOHAMAD AMIN BIN SAMSUDIN

mengaku membenarkan tesis/Laporan * ini disimpan di Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut :

1. Tesis/laporan adalah hak milik Universiti Malaysia Sarawak.
2. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja.
3. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia dibenarkan membuat pendigitan untuk membangunkan Pangkalan Data Kandungan Tempatan.
4. Pusat Khidmat maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan tesis/laporan ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi.
5. *sila tandakan

SULIT

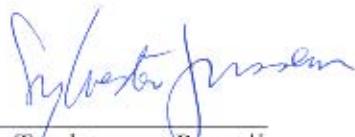
(mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan seperti termaktub di dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972)

TERHAD

(Mengandungi maklumat Terhad yang telah ditentukan oleh Organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan)

TIDAK TERHAD

Disahkan



Tandatangan Penyelia

Tarikh : 24 - 3 - 2004

Tandatangan Penulis

Tarikh : 20 / 3 / 2004

Alamat Tetap :

174 Kg. Suka Menanti 05150

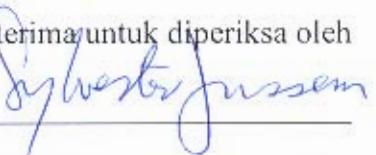
Alor Setar, Kedah

Catatan : * Tesis/laporan yang dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah, Sarjana dan Sarjana Muda

* Jika Tesis/laporan ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/ organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis/laporan ini perlu dikelaskan sebagai SULIT atau TERHAD

Projek bertajuk ‘Kajian Keberkesanan Kempen Melalui Media Cetak Dalam Mempromosikan Sukan Extreme’ telah disediakan oleh Mohamad Amin Bin Samsudin dan telah diserahkan kepada Fakulti Seni Gunaan Dan Kreatif sebagai memenuhi syarat untuk Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian (Program Teknologi Senireka)

Diterima untuk diperiksa oleh



(En. Sylvester Wielding Jussem)

26.3.2004 Tarikh:

ISI KANDUNGAN

Lampiran A	i
Lampiran B	ii
Lampiran C	iii
Isi kandungan	iv
Penghargaan	vii
Abstrak	viii
<i>Abstract</i>	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Pengenalan	1
1.2 Penyataan Masalah	2
1.3 Objektif Kajian	2
1.4 Skop Kajian	3
1.5 Hipotesis Kajian	4
BAB 2 METODOLOGI	5
2.1 Pengenalan	5
2.2 Kaedah Kajian	5
2.2.1 Sumber Primer	6
2.2.2 Sumber Sekunder	7
2.2.2.1 Soal Selidik	7
2.3 Tempat Penyelidikan	8

2.4	Sampel dan Populasi	9
2.5	Instrumentasi	9
2.6	Kajian Lepas	10
2.7	Kesimpulan	14
BAB 3 DAPATAN KAJIAN DAN ANALISIS		15
3.1	Pengenalan	15
3.2	Dapatan Daripada Soal Selidik	15
3.2.1	Demografi Responden	16
3.2.2	Psikografi Responden	18
3.2.3	Pendapat Responden Terhadap Iklan	21
3.2.4	Analisa Tentang Pengetahuan Responden Mengenai Sukan <i>Extreme</i>	23
3.2.5	Penglibatan Responden Dengan Sukan <i>Extreme</i> Secara Langsung atau Tidak Langsung	28
3.3	Dapatan Dari Kajian Lepas	30
3.3.1	Kajian Terhadap Iklan dalam Media Bercetak untuk Mempromosikan Sukan <i>Extreme</i>	30
3.4	Kesimpulan	31
BAB 4 CADANGAN		32
4.1	Pengenalan	32
4.2	Kajian Terhadap Media	32
4.3	Kajian Terhadap Penggunaan Elemen Grafik dalam Iklan	33
4.4	Kesimpulan	35

BAB 5	PENGGULUNGAN	36
Bibliografi		38
Appendiks A		39
Borang Soal Selidik		40
Appendiks B		41
Lampiran 1		42
Lampiran 2		44
Lampiran 3		46
Lampiran 4		50

PENGHARGAAN

Syukur alhamdulillah kehadrat Allah S.W.T kerana dengan limpah kurnia taufiq dan hidayahNya, maka penyelidikan dapat juga disiapkan dengan jayanya. Projek Penyelidikan Seni Reka Grafik yang bertajuk ‘Kajian Keberkesanan Kempen Melalui Media Cetak Dalam Mempromosikan Sukan Extreme’ ini adalah sebagai sebahagian dari keperluan syarat kelulusan Ijazah Sarjana Muda (Kepujian).

Terlebih dahulu saya ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada Prof. Madya Ahmad Khiri Mohd. Zain, En. Sylvester Wielding Jussem, En. Louis, En Sharkawi Che Din, dan Cik Salmiah atas segala sokongan yang diberikan dan seterusnya menjadi barisan pembaca utama bagi kajian ilmiah penyelidikan ini.

Terima kasih untuk rakan-rakan seperti Mohamad Hanafiah Hatari, Warisah Bin Patuhai, Rudy Azwan Sairan, Wan Alek Wan Hamdi, Zulhaimi Ramli dan rakan-rakan lain yang banyak membantu dalam pelbagai aspek sepanjang penglibatan saya dalam penulisan.

Tidak lupa juga saya ingin merakamkan ucapan terima kasih kepada Cool Element, MIZ-29 dan Kementerian Belia dan Sukan yang membenarkan saya mengambil gambar-gambar serta membuat pemantauan dan mendapatkan maklumat tentang media cetak untuk promosi sukan *extreme*.

Penghargaan utama untuk ibu bapa serta ahli keluarga saya atas kesabaran dan sokongan mereka yang berterusan. Terima kasih untuk semua.

Mohamad Amin Bin Samsudin,

Abstrak

Tujuan tesis ini adalah untuk mengkaji akan keberkesanan media cetak dalam mempromosikan sukan *extreme* di Malaysia. Sukan *extreme* masih baru di negara kita dan dikenali sebagai gaya baru dalam sukan. Sukan ini memerlukan promosi. Dalam proses ini, media cetak adalah salah satu medium yang penting yang dapat memberikan satu komunikasi satu hala yang efektif yang telah digunakan masa lalu. Illustrasi, imejan serta padanan-padanannya warna yang seimbang mewujudkan keseimbangan yang harmoni dan reka bentuk yang menarik. Objektif kajian ini adalah untuk mencari kunci keberkesanan dalam promosi melalui media cetak dan ini juga akan diaplikasikan kepada kempen promosi untuk produk.

Abstract

The purpose of this research is to study about print media and its effectiveness in promoting extreme games in Malaysia. Extreme games are still new in our country and being known as a new style of expression in sport. These games need promotion. In the process, print media is a very important medium which allows effective one way communication which has been used in the past. Illustration, images and balanced combination of colors can workout a good and harmonic artwork. The objective of this research is to find the key of effectiveness in promoting through print media and this will also apply to the promotion campaign for the product.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Sukan *extreme* merupakan satu jenis sukan lasak yang memerlukan ketahanan fizikal dan mental yang amat kuat. Sukan *extreme* kian menular dalam budaya masyarakat Malaysia kini kepada setiap jenis kaum sejajar dengan pembangunan serta kemodenan yang semakin berkembang di negara kita ini.

Sukan *extreme* ini kebanyakannya diminati oleh golongan remaja dan juga semua lapisan masyarakat di mana lapisan muda serta syarikat-syarikat yang banyak menggunakan sukan *extreme* untuk membuat iklan serta menjadi penaja apabila terdapat pertandingan sukan *extreme*. Sukan ini terdapat banyak cabang-cabang sukan seperti *skateboard*, *BMX*, *in-line skate*, *rock climbing*, *motor X* dan bermacam-macam lagi.

Sejajar dengan itu kerajaan juga semakin mengetengahkan lagi sukan baru ini di mata masyarakat dengan membina taman-taman permainan sukan *extreme* serta menganjurkan sukan *extreme* di negara ini untuk mencungkil bakat-bakat baru.

1.2 Penyataan Masalah

Di negara kita, sukan *extreme* merupakan satu sukan yang masih baru lagi bertapak di negara kita dan juga di minda masyarakat Malaysia. Hanya setengah-setengah sahaja yang mencebur sukan ini dan sukan ini masih kurang pendedahan pada masyarakat-masyarakat yang tinggal di luar bandar. Selain dari itu, di dalam surat khabar, selalunya bahagian sukan dipenuhi dengan bahan-bahan sukan utama di negara kita iaitu bola sepak dan lain-lain lagi, promosi mengenai sukan *extreme* adalah kurang tidak seperti sukan-sukan lain seperti bolasepak, badminton dan lain-lain di mana sukan *extreme* ini berada dalam golongan terkecil dalam kategori sukan di Malaysia. Dengan kekurangan pendedahan atau promosi tentang sukan ini maka kuranglah peminat serta bakat-bakat baru yang dapat dicungkil untuk menjadi profesional, tidak seperti badminton dan bola sepak di mana negara kita mempunyai bakat-bakat muda serta pemain-pemain bertaraf dunia. Selain daripada itu, badan organisasi yang besar dan juga syarikat-syarikat besar yang selalu menjadi penaja bagi sukan-sukan di Malaysia juga kurang untuk menaja acara-acara sukan *extreme* di negara kita jika dibandingkan dengan sukan-sukan lain yang mempunyai penaja-penaja yang besar.

1.3 Objektif Kajian

1. Fokus utama penulisan ini adalah mengenai keberkesanan kempen melalui media cetak dalam memperomosikan sukan *extreme*. Dengan ini, cuba untuk mengkaji adakah peranan media cetak dapat mempromosikan sukan ini keseluruh pelusuk Negara ini.
2. Kajian ini juga cuba mencari titik keberkesanan sesuatu iklan dalam media cetak di mana kesan mesej yang disampaikan mahupun daya tarikan sesuatu iklan itu.

- Dapatkah iklan atau promosi melalui media cetak ini dapat mencuri perhatian pada audien dengan mudah?
3. Menilai sejauh mana pengetahuan masyarakat dalam dunia sukan *extreme* dari segi pengetahuan am mahupun bagi mereka yang menceburi bidang sukan *extreme* ini. Ini kerana sukan *extreme* ini merupakan sesuatu yang masih baru lagi di negara
 4. Mengetengahkan lagi sukan *extreme* di mata masyarakat untuk menjadikan sukan ini sebagai sukan yang paling di minati selain daripada sukan-sukan yang telah kukuh dalam minda masyarakat seperti bola sepak, badminton, bola jaring dan lain-lain lagi.
 5. Mencari kesesuaian media cetak sebenar untuk mempromosikan sukan *extreme* ini di Malaysia.

1.4 Skop Kajian

Fokus kajian ini adalah kepada keberkesanan kempen melalui media cetak dalam mempromosikan sukan *extreme*. Kajian akan dijalankan ke atas semua bahan bercetak tentang kempen sukan *extreme* juga dikaji terhadap penduduk sekitar Kuching. Penulisan ini akan mengupas dan menekankan kepada reka bentuk, reka letak serta apa jua elemen-elemen yang terdapat dalam sebarang media cetak seperti bahan bacaan, sepanduk, poster, risalah dan sebagainya. Penulisan ini juga akan menekankan sedikit sebanyak, bagaimana atau di mana promosi atau iklan itu dibuat. Dalam pada itu, temuramah-temuramah akan dijalankan dengan Kementerian Belia dan Sukan, Sarawak untuk mengetahui perjalanan sukan *extreme* selanjutnya. Selain dari itu, temuramah dengan pemain-pemain di sekitar Kuching juga dapat membantu sedikit sebanyak penulisan ini dalam mengetahui bagaimanakah promosi serta iklan-iklan pada media media cetak yang pernah ada.

1.5 Hipotesis Kajian

Sesuatu perkara yang timbul itu akan menjadi sesuatu dokumen yang bukannya sekadar slogan. Kesukaran penyelidikan adalah untuk mengetahui dimana memulakan dan bagaimana untuk menamatkan. Hal ini menjelaskan bahawa setiap imej yang dipaparkan adalah untuk dinilai daripada seseorang yang mempunyai pandangan yang berlainan.

Kempen serta iklan melalui media cetak merupakan satu cara yang paling mudah mendapat perhatian audien di mana sejak dari dulu lagi poster, risalah dan lain-lain lagi adalah merupakan media yang utama dan paling mudah menyebarkan sesuatu kajian. Dengan media cetak dapat menerangkan banyak perkara dan audien dapat memahami dengan mudah.

Dalam mempromosikan sukan, perkara pertama yang harus dikenal pasti adalah sasaran pengguna di mana setiap jenis sukan mempunyai ciri-ciri tersendiri dan dapat menonjolkan personaliti seseorang serta masyarakat.

"The sports industry exists to satisfy the needs of three distinct types of consumers; spectators, participants and sponsors."

Jelas dengan ini bahawa, sesuatu jenis sukan yang diperkenalkan ataupun dipromosikan mestilah mengandungi atau mempunyai gaya penyampaian yang dapat memenuhi kehendak penonton atau peminat serta peserta itu sendiri begitu juga dengan penaja sukan tersebut

BAB 2

METODOLOGI

2.1 Pendahuluan

Di dalam bab ini, penekanan dikenakan terhadap kajian mengenai keberkesanannya kempen melalui media cetak dalam mempromosikan sukan *extreme* di mana melalui rujukan serta penyelidikan menerusi soal jawab serta kaji selidik untuk mendapatkan maklum balas dan jawapan yang lebih terperinci menjurus kepada matlamat penulisan yang akan dilakukan selanjutnya. Dengan adanya jawapan serta maklum balas yang diperolehi maka dengan ini dapat lagi membantu penkaji mentafsir serta membuat penilitian yang lebih mendalam untuk mendapat hasil yang lebih jelas dan terperinci.

2.2 Kaedah Kajian

Semua kaedah kajian yang dijalankan adalah jalan utama untuk mendapatkan maklum balas serta butiran-butiran maklumat dengan menggunakan dua kaedah utama iaitu daripada sumber primer dan sumber sekunder. Kedua-dua kaedah kajian ini saling membantu untuk memdapatkan jawapan serta maklum balas yang akan diteliti seterusnya dikaji untuk membantu penulisan.

2.2.1 Sumber Primer

Data primer merupakan data yang diperolehi daripada maklum balas soal jawab daripada organisasi-organisasi tertentu serta daripada orang perseorangan yang terpilih. Selain daripada itu, data primer juga diperolehi daripada rujukan-rujukan bahan bacaan yang diambil mengenai keberkesanan kempen, keberkesanan media, serta rujukan mengenai sukan serta mengenai kecenderungan audien-audien tentang media dan semua ini adalah tertakluk dalam bidang periklanan.

Sehubungan dengan itu, pemantauan juga akan dilakukan mengikut acara-acara yang telah berlaku di sekitar kawasan kajian seperti acara-acara sukan extreme yang dijalankan, selain daripada itu, acara-acara ataupun kempen lain yang melibatkan sukan extreme ini sekiranya ianya masih dapat memberikan maklumat yang berkesan.

Kaedah ini iaitu pemantauan serta rujukan yang dilakukan akan ditekankan mengikut jenis rujukan yang dibuat, kelas-kelas bahan bacaan seperti majalah, jurnal, surat khabar, buku-buku periklanan dan lain-lain lagi. Pemantauan yang dibuat ditekankan kepada profession, umur, jantina dan juga pencapaian akademik.

Sumber-sumber yang diperolehi ini akan dikumpul dan diselidik dengan mendalam untuk mendapatkan jawapan yang lebih rasional, jelas dan terperinci.

2.2.2 Sumber Sekunder

Data diperolehi daripada orang ramai tentang penggunaan elemen-elemen grafik dan lain-lain perkara lagi dalam iklan atau apa saja penyampaian kempen melalui media cetak dalam mempromosikan sukan *extreme* melalui maklumbalas borang soal selidik yang telah diedarkan. Kecenderungan soalan banyak tertumpu kepada objektif kajian tersebut, dengan harapan responden akan memberi maklumbalas daripada setiap soalan yang dikemukakan. Pemilihan responden secara rawak juga dilakukan bagi responden yang berada disekitar negeri Sarawak iaitu kawasan Kuching dan Kota Samarahan. Tujuan pengkaji berbuat demikian kerana ingin memperolehi matlamat atau objektif bagi mendapatkan responden yang sesuai serta cita rasa menjawab soalan. Seterusnya keputusan data akan dianalisa mengikut perangkaan pemilihan jawapan pada kertas soal selidik.

2.2.2.1 Soal Selidik

Pada keseluruhan borang soal selidik akan memuatkan objektif kajian. Soal selidik akan menemukan jawapan-jawapan kepada keberkesanan media periklanan dan promosi daripada maklumbalas responden yang dipilih secara rawak. Reka Bentuk soalan meliputi lima aspek utama kajian seperti;

- a) Keberkesanan konsep serta idea dalam kempen yang mempromosikan sukan *extreme*.
- b) Keberkesanan media yang sering digunakan untuk mempromosikan sukan dan media yang sesuai untuk mempromosikan sukan *extreme*.
- c) Fokus kajian iaitu tentang keberkesanan media cetak dalam sesebuah kempen.

Selain daripada itu, cabang-cabang soalan yang lain juga diutarakan seperti kecenderungan sukan yang diminati di mana ingin melihat sejauh mana minat dengan pengetahuan seseorang itu.

Soalan yang dikemukakan hanyalah untuk melihat sejauh mana pengetahuan para audiens yang memberikan pendapat melalui borang kaji selidik yang diedarkan untuk membantu untuk mendapatkan ketepatan penulisan.

2.3 Tempat Penyelidikan

Kajian dijalankan disekitar kawasan yang memudahkan bidang kajian dijalankan dan kawasan-kawasan yang kerap diadakan acara-acara, temasya ataupun kempen mengenai sukan *extreme* iaitu disekitar kawasan bandar dan juga tempat berpopulasi tinggi. Persampelan dipilih secara rawak melalui soal selidik dan temubual. Penyelidikan ini lebih bererti dengan lokasi tersebut supaya maklumat tidak tersasar jauh dan memudahkan proses penyelidikan di jalankan. Diikuti beberapa sub persoalan kecil sebagai pendokong soalan utama seperti soalan yang memberi pemahaman kepada mereka.

Soalan-soalan dikemukakan akan memberi penyelesaian pemasalahan kajian disamping itu kajian juga melihat pada umur, jantina, profesion dan taraf akademik. Ianya untuk menilai sejauhmana maklumat tentang kempen yang dilakukan melalui media cetak untuk mempromosikan sukan *extreme* sampai kepada sampai kepada khalayak ramai.

2.4 Sampel dan Populasi

Populasi kajian ini merangkumi sekitar kawasan disekitar negeri-negeri di Malaysia termasuklah ibu negara iaitu Kuala Lumpur dan khususnya negeri Sarawak iaitu di kawasan-kawasan bandar dan berkepadatan penduduk yang tinggi iaitu Kuching dan Kota Samarahan dan juga kawasan-kawasan yang sering diadakan acara ataupun kempen. Sampel pemilihan secara rawak antara 70 orang ke 100 orang. Sampelan penyelidikan ini terdiri daripada responden pelbagai peringkat umur sebagai kepelbagaian pemilihan. Daripada maklumbalas daripada responden, penyelidik akan mendalami pandangan daripada kaca mata orang ramai terhadap kesan penggunaan media bercetak dalam mempromosikan apa jua kempen melibatkan sukan *extreme*.

2.5 Instrumentasi

Tinjauan proses kajian mencari maklumat bagi pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif, pengkaji telah menggunakan beberapa alternatif dan kemudahan bagi mempermudahkan lagi proses yang akan dijadikan kaedah penyelidikan keberkesanan media periklanan dan promosi. Antara alternatif yang digunakan oleh pengkaji dalam aktiviti berikut:

- a) Mengedarkan borang soal selidik
- b) Mengumpul maklumbalas temubual daripada responden
- c) Maklumbalas dari kakitangan-kakitangan kerajaan.
- d) Bahan-bahan promosi
- e) Buku ilmiah
- f) majalah

- g) Jurnal
- h) Internet

2.6 Kajian Lepas

Kajian semula penulisan ini bertujuan untuk dijadikan rujukan serta petunjuk dalam membuat kajian ini dengan adanya bahan-bahan penulisan yang berkaitan dengan kajian yang dilakukan. Selain daripada itu, kajian semula penulisan ini juga akan memudahkan penyelidik untuk menganalisa kajian yang telah dibuat dengan lebih tepat serta memberikan kesan yang lebih positif dan memuaskan. Semua bahan penulisan yang diselidik adalah berkaitan dengan keberkesanan promosi serta kempen dalam sukan. Selain dari itu, kajian penyelidikan yang dijalankan untuk mendapatkan maklumat tentang elemen-elemen dalam periklanan selain daripada elemen-elemen asas grafik supaya penyampaian maklumat lebih tepat dan jelas. Dengan rujukan yang ada ini dapat membolehkan penyelidik untuk menjalankan analisis maklumat, membuat perbandingan dan kaedah baru serta membantu sedikit sebanyak dalam kajian penyelidikan ini.

Di dalam buku yang berjudul *How to Plan Press Advertising* oleh **Iain Maitland**, 1996 ada menerangkan tentang iklan bercetak memerlukan pendekatan dan perancangan untuk dihasilkan. Iklan ini biasanya didapati di dalam bahan bercetak seperti surat khabar, majalah dan lain-lain lagi. Di dalam proses menghasilkan sesebuah iklan melalui media-media sebegini, secara asasnya ia perlu menitikberatkan beberapa perkara seperti *subject matter, readerships, circulation, pass-on readerships, advertising rates, advantages for advertisers, disadvantages for advertiser*. Iklan yang kreatif dapat membentuk kempen yang hebat. Pendekatan humor merupakan salah satu pendekatan yang kebiasaannya efektif untuk

menarik perhatian ramai. Namun demikian, pendekatan ini juga perlu menekankan perancangan yang teliti kerana walaupun ianya berbentuk jenaka tetapi idea untuk menghasilkannya adalah amat sukar. Maka, perancangan dari segi manipulasi dan aplikasi teks serta imej memerlukan kesepadan yang baik serta seboleh-bolehnya perlulah ringkas. Selain daripada itu, ada juga diterangkan didalam buku ini tentang *mood* di mana *mood* dalam sesuatu iklan mestilah diutamakan dan ditanamkan dalam konsep serta idea sesuatu iklan atau kempen di mana pendapat yang disampaikan kepada pembaca dan maklum balasnya mempunyai nilai-nilai positif. “*You have to assess changing moods and opinions if you are seeking to increase product recognition, reassure, remind or notify developments to customers or uphold the firm's reputation.*” Ini menunjukkan maklum balas daripada pembaca memberikan kesan yang mendalam mengikut apa yang disampaikan serta perkara ini dalam memberikan kesan kepada produk serta firma periklanan itu sendiri samada baik ataupun buruk.

Menurut **Matthew D. Shank**, 1999 dalam hasil penulisannya yang bertajuk *Sports Marketing: A Strategic Perspective* menerangkan tentang promosi untuk sukan. Perkara pertama yang harus dikenalpasti ialah sasaran pengguna di mana setiap jenis sukan mempunyai ciri-ciri tersendiri dan dapat menonjolkan personaliti seseorang serta masyarakat. Ada dinyatakan olehnya bahawa “industri sukan wujud untuk memenuhi kehendak tiga jenis pengguna iaitu penonton, peserta dan juga penaja.” Jelas dengan ini bahawa, sesuatu jenis sukan yang diperkenalkan ataupun dipromosikan mestilah mengandungi atau mempunyai gaya penyampaian yang dapat memenuhi kehendak penonton atau peminat serta peserta itu sendiri begitu juga dengan pengajur sukan tersebut.

Mengenai media bercetak pula, terdapat beberapa perkara yang telah dirujuk daripada beberapa sumber iaitu seperti sebuah buku yang berjudul *The Advertising Advantage: A Harvard Business Review Paperback* yang di tulis oleh **David Ogilvy** and **Joel Raphaelson**, 1994 ada menyatakan, "*Better your ad is read thoroughly than if it is only glanced at; and that it is better still if readers can remember something of what they read.*" Apa yang dimaksudkan di sini ialah dalam menghasilkan sebuah iklan dalam media bercetak, perkara yang paling utama ialah untuk menarik perhatian pengguna sesuatu media bercetak itu supaya pembaca membacanya semua secara teliti daripada dilihat sepantas lalu begitu sahaja dan lebih baik juga jika pembaca dapat mengingati apa yang dibacanya dan memahami isi kandungan serta mesej yang ingin disampaikan walaupun sedikit. Dengan ini, penggunaan daya tarikan dalam menyediakan iklan media cetak amatlah penting sekiranya ingin mempunyai maklum balas yang positif.

Seperti mana yang terdapat dalam buku yang berjudul *Tested Advertising Methods* edisi ke-4 yang dikarang oleh **John Caples**, 1974 yang menyatakan sedikit sebanyak tentang perkataan-perkataan yang membuatkan mata pembaca akan menumpukan pada iklan itu. Daya tarikan yang betul dalam sesuatu iklan atau kempen promosi adalah perkara yang paling penting, sebab untuk pengguna atau pembaca membeli atau menggunakan sesuatu produk atau perkhidmatan. Daya tarikan tidak semestinya dalam bentuk imej tetapi yang paling berkesan ialah kata-kata yang diletakkan dalam kepala berita (headline). Dalam buku ini terdapat beberapa senarai kata-kata untuk menarik perhatian pengguna atau pembaca yang paling berkesan antaranya adalah seperti "*Make more money, Save money, Advance in business, Prestige, Enjoyment, Reduce fat, End drudgery, More leisure, Comfort, Better health, Freedom from worry, Security in old age.*" Dengan adanya kepala tajuk sebegini dapat

menarik lagi minat untuk pembaca membaca selain menggunakan teknik fotografi dan lain-lain. Ini kerana kemungkinan besar pembaca mempunyai sifat ingin tahu dan kebetulan dengan terbacanya kepala tajuk seperti itu dapat lagi pembaca itu menambah pengetahuan atau mengetahui lebih lanjut tentang sesuatu perkara itu dengan lebih lanjut.

Warna memainkan peranan yang sangat penting di dalam bidang pengiklanan. Ini adalah kerana warna mampu berkomunikasi melalui perspektifnya yang tersendiri. Sesebuah visual yang baik merangkumi *bold*, *bright*, *colorful*, *novel*, *contrasting* atau *surprising*. Dalam pada itu, foto juga adalah elemen media yang digunakan untuk tujuan *realism* samaada diolah dalam bentuk imaginasi ataupun yang sebenar kerana ia dapat menyampaikan maksud tertentu dengan sokongan oleh komposisi warna yang tepat dalam sesebuah penerbitan bahan promosi untuk menjayakan sesebuah kempen. Justeru, bidang fotografi juga tidak ketinggalan dalam menjayakan apa-apa bentuk promosi atau kempen. Gambar yang dipaparkan adalah hasil inovasi jurugambar dalam pemilihan bentuk imej yang dikehendaki. Menurut **Gage John** dalam buku *Colour and Meaning Art, Science and Symbolism* mengatakan bahawa "*colour is the attribute of visual experience than can be described as having quantitatively specifiable dimensions of hue, saturation, and brightness.*" Kajian adalah terhadap penggunaan warna dalam menimbulkan kesan perasaan kepada audien. Selain itu, kajian juga adalah terhadap simbol warna dalam kehidupan seharian. Justeru, buku ini dapat membantu pereka dalam memilih warna yang akan dimuatkan dalam rekaan mereka. Penerangan tentang isipadu dan sifat warna memudahkan para pereka menghasilkan sesuatu rekaan seiring dengan perilaku sasaran pengguna. Buku ini mengandungi pengertian tentang warna, fungsi warna dan pandangan ahli falsafah terhadap warna.

2.7 Kesimpulan

Secara keseluruhannya dalam setiap rujukan yang dibuat, semuanya adalah berkaitan dengan kajian penulisan yang akan dijalankan iaitu kajian keberkesanan kempen melalui media cetak dalam mempromosikan sukan *extreme*. Dengan setiap ulasan dapat membantu penulisan dengan lebih baik lagi. Secara dasarnya, ia mengupas secara lanjut mengenai pendekatan asas dan lanjutan dalam menjalankan sesbuah promosi. Selain itu terdapat beberapa buku yang menyentuh mengenai fotografi (imej) dan teks telah dikaji atas kesedaran penulis tentang kepentingan kedua-dua elemen ini di dalam bidang pengiklanan kerana bidang periklanan mempunyai cabang yang amat luas.