

SMP30113

PEMBANGUNAN PRODUK PENGIKLANAN

TOPIK 1.0

Pengenalan Kepada Produk Pengiklanan bagi Premis Perniagaan Runcit



Penulis

YM. Tengku Mohd Aziri Bin Hj. Tengku Ali
Pensyarah Utama
Kolej Komuniti Kok Lanas

limited
EDITION

Dengan Contoh
Melalui Objek AR

Temui cara untuk menarik
pelanggan dan meningkatkan
jualan dengan panduan lengkap ini!



Pengenalan Kepada Produk Pengiklanan bagi Premis Perniagaan Runcit

PENAFIAN DAN HAK CIPTA

TERBITAN PERTAMA: JUN 2025

HAK CIPTA TERPELIHARA

**TIDAK DIBENARKAN MENGELUAR ULANG MANA-MANA
BAHAGIAN DARIPADA PENERBITAN INI UNTUK
DITERBITKAN SEMULA DALAM APA JUA BENTUK DAN
CARA APA JUA SAMA ADA SECARA ELEKTRONIK,
FOTOKOPI, RAKAMAN, MEKANIK DAN LAINNYA SEBELUM
MENDAPAT KEIZINAN BERTULIS DARIPADA PENULIS**

**PENULIS JUGA TIDAK MENJAMIN BAHAWA
KANDUNGANNYA SESUAI UNTUK SEMUA PEMBACA
TETAPI SEMUA KANDUNGAN INI ADALAH MELALUI
PENGALAMAN, KEFAHAMAN DAN KEPAKARAN PENULIS
SENDIRI.**

**© EBOOK INI ADALAH KARYA ASLI
TENGKU MOHD AZIRI BIN TENGKU ALI**

EISBN: 978-967-15813-6-0

e ISBN 978-967-15813-6-0



DITERBITKAN OLEH:

**KOLEJ KOMUNITI KOK LANAS
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JALAN PANGKAL KALONG
16450 KOK LANAS, KETEREH
KOTA BHARU, KELANTAN**

PRAKATA

Selamat datang ke e-book "Pengenalan Kepada Produk Pengiklanan bagi Premis Perniagaan Runcit"! Dalam dunia perniagaan yang semakin kompetitif hari ini, pengiklanan yang berkesan adalah kunci untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan jualan. E-book ini dirangka khas untuk memberikan panduan lengkap dan praktikal bagi sesiapa yang ingin memahami dan menguasai seni mencipta produk pengiklanan yang menarik dan berkesan.

Dalam halaman-halaman berikut, anda akan menemui pelbagai strategi, teknik, dan contoh realiti yang boleh membantu anda menghasilkan iklan yang bukan sahaja menarik, tetapi juga mampu menyampaikan mesej dengan jelas. Kami percaya bahawa dengan pengetahuan dan kemahiran yang tepat, sesiapa pun boleh menjadi pakar dalam bidang pengiklanan.

Sama ada anda seorang pemilik perniagaan, pemasar, atau individu yang berminat untuk mendalami dunia pengiklanan, e-book ini menyediakan semua yang anda perlukan untuk memulakan perjalanan anda. Mari kita bersama-sama mengembangkan kreativiti dan menjadikan produk pengiklanan anda menonjol di pasaran!

Selamat membaca dan semoga anda mendapat manfaat yang besar!

BIODATA PENULIS

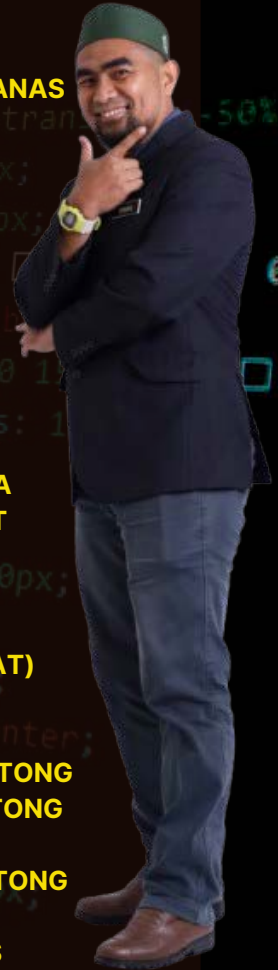
NAMA : TENGKU MOHD AZIRI BIN TG. ALI
NO. K/P : 790101035595
JAWATAN : PENSYARAH UTAMA
INSTITUSI : KOLEJ KOMUNITI KOK LANAS
STATUS : BERKAHWIN

ALAMAT TETAP : LOT 16414,
ANJUNG AL-MAQWA,
LORONG CHE BEDAH,
KG. KEPAS,
18500 MACHANG,
KELANTAN

NO. TELEFON : 019-4773661
KELULUSAN : IJAZAH SARJANA MUDA
TEKNOLOGI MAKLUMAT
(PENGURUSAN)

IKTISAS : DIPLOMA PENDIDIKAN
(TEKNOLOGI MAKLUMAT)

PENGALAMAN :
2004 – PENSYARAH KOLEJ KOMUNITI BENTONG
2006 – PEGAWAI LI KOLEJ KOMUNITI BENTONG
2009 – PEG. PENGAMBILAN KK BENTONG
2011 – PENSYARAH KOLEJ KOMUNITI BENTONG
2013 – PENGARAH KOLEJ KOMUNITI JELI
2017 – PENSYARAH KANAN KK KOK LANAS
2023 – PENSYARAH UTAMA KK KOK LANAS



PENGHARGAAN

Penghargaan yang tidak terhingga terutamanya kepada ahli keluarga, sahabat handai dan rakan-rakan seperjuangan yang sudi membantu dengan memberikan sokongan, galakan serta motivasi dan mencurahkan idea sehingga terhasilnya ebook ini.

Terima kasih tanpa henti kepada Dr. Mazeni Binti Ismail, Certified Trainer Evenchise E-book Store daripada Master Shiro Global Academy yang telah mewujudkan kumpulan sokongan membantu melancarkan penulisan ebook ini.

Ucapan sebanyak terima kasih kepada Master Shiro Global Academy & Global Surf yang mengadakan bengkel penulisan ebook serta platform bagi memasarkan ebook penulis.

SENARAI KANDUNGAN

1.1

Mengetahui maksud Papan Tanda Runcit (Retail Signage)

1.2

Mengenalpasti jenis-jenis Papan Tanda Runcit (Retail Signage)

1.3

Mengetahui maksud Point of Purchase Display (POP Display)

1.4

Mengenalpasti jenis-jenis Point of Purchase Display (POP Display)

1.5

Memahami kelebihan Papan Tanda Runcit (Retail Signage) dan Point of Purchase Display (POP Display)



TOPIK 1.1

**MENGETAHUI MAKSUD
PAPAN TANDA RUNCIT
(RETAIL SIGNAGE)**



PRA-UJIAN

SILA KLIK BUTANG DIBAWAH





DEFINISI

Papan tanda runcit (Retail Signage) :

Merujuk kepada tanda atau papan yang digunakan oleh perniagaan untuk menarik perhatian pelanggan, menyampaikan maklumat produk, atau memberikan arahan. Ia biasanya ditempatkan di luar atau dalam kedai untuk meningkatkan visibiliti dan mempromosikan tawaran.



Scan untuk contoh objek AR



CONTOH





TOPIK 1.2

**MENGENALPASTI JENIS-
JENIS PAPAN TANDA RUNCIT
(RETAIL SIGNAGE)**

KUIZ 1





JENIS-JENIS PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

- a. Outdoor Signage**
- b. Promotional Signage**
- c. Direction Signage**
- d. Informational Signage**
- e. Branded Signage**



Scan untuk contoh objek AR



JENIS-JENIS PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

a. Outdoor Signage

Merujuk kepada tanda yang diletakkan di luar bangunan atau perniagaan untuk menarik perhatian, menyampaikan maklumat, atau mempromosikan produk dan perkhidmatan. Papan tanda ini boleh berbeza dalam saiz, reka bentuk, dan bahan, dan mungkin termasuk item seperti sepanduk, papan iklan, tanda arah, dan papan tanda kedai. Tujuan utama mereka adalah untuk meningkatkan keterlihatan, memandu pelanggan, dan menyampaikan mesej penting kepada orang ramai.



JENIS-JENIS PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

a. Outdoor Signage

Contoh :





JENIS-JENIS PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

b.Promotional Signage

Merujuk kepada tanda yang direka khusus untuk mengiklankan produk, perkhidmatan, atau tawaran istimewa. Papan tanda ini bertujuan untuk menarik perhatian dan menggalakkan pelanggan membuat pembelian atau berinteraksi dengan perniagaan. Contoh yang biasa termasuk sepanduk, poster, dan paparan di titik jualan, yang sering menampilkan grafik menarik dan mesej yang memikat.



JENIS-JENIS PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

b.Promotional Signage

Contoh:





JENIS-JENIS PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

c. Direction Signage

Merujuk kepada tanda yang memberikan panduan dan maklumat tentang laluan, lokasi, atau kawasan tertentu dalam sesuatu ruang. Papan tanda ini membantu orang menavigasi dengan berkesan, sama ada di tempat awam, perniagaan, atau acara. Contoh yang biasa termasuk anak panah, papan tanda panduan, dan peta, yang semuanya direka untuk membawa individu ke destinasi yang diingini.



JENIS-JENIS PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

c. Direction Signage

Contoh:





JENIS-JENIS PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

d. Informational Signage

Merujuk kepada tanda yang memberikan maklumat penting tentang lokasi, perkhidmatan, atau topik tertentu. Papan tanda ini membantu mendidik dan memaklumkan orang ramai, merangkumi aspek seperti arahan keselamatan, peraturan, dan fakta umum. Contoh termasuk papan maklumat, tanda interpretif, dan tanda arahan, yang semuanya bertujuan meningkatkan pemahaman dan kesedaran



JENIS-JENIS PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

d. Informational Signage





JENIS-JENIS PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

e. Branded Signage

Merujuk kepada tanda yang memaparkan logo syarikat, warna jenama, dan identiti keseluruhan secara jelas. Papan tanda ini direka untuk mengukuhkan pengenalan jenama dan mencipta pengalaman visual yang koheren bagi pelanggan. Contoh termasuk papan tanda kedai, paparan promosi, dan elemen penjenamaan dalaman, yang semuanya bertujuan meningkatkan kehadiran dan daya tarik jenama.



JENIS-JENIS PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

e. Branded Signage

Contoh:





TOPIK 1.3

**MENGETAHUI MAKSUD
POINT OF PURCHASE
DISPLAY (POP DISPLAY)**

KUIZ 2





DEFINISI

Point of Purchase Display (POP Display):

Merujuk kepada bahan pemasaran yang terletak berhampiran atau di kawasan kaunter pembayaran untuk menarik pelanggan dan menggalakkan pembelian secara impulsif. Paparan ini sering menampilkan produk, promosi, atau mesej jenama dan direka untuk menarik perhatian serta meningkatkan jualan pada saat pembelian.



CONTOH





TOPIK 1.4

**MENGENALPASTI JENIS-
JENIS POINT OF PURCHASE
DISPLAY (POP DISPLAY)**



Scan QR untuk Image



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

- a. Dangers Display**
- b. End caps Display**
- c. Dump bins Display**
- d. Shelf talkers Display**
- e. Floor graphics Display**
- f. Wobbler Display**
- g. Hanging Mobile**



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

a. Dangers Display

Merujuk kepada bahan promosi yang digantung dari siling atau rak untuk menarik perhatian dan mempromosikan produk. Paparan ini sering berwarna-warni dan menarik, direka untuk melibatkan pelanggan dan menggalakkan pembelian secara impulsif. Mereka boleh menampilkan pelbagai mesej, gambar, atau tawaran untuk menonjolkan item tertentu.



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

a. Danglers Display

Contoh:





JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

b. End caps Display

Merujuk kepada paparan promosi yang terletak di penghujung lorong kedai, direka untuk menonjolkan produk atau promosi tertentu. Paparan ini sangat jelas dan bertujuan untuk menarik perhatian pembeli ketika mereka bergerak melalui kedai. Paparan hujung rak sering menampilkan diskaun istimewa untuk menggalakkan pembelian secara impulsif.



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

b. End caps Display

Contoh:





JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

c. Dump bins Display

Merujuk kepada bekas besar atau bin terbuka yang digunakan dalam persekitaran runcit untuk memaparkan dan menjual produk, biasanya pada harga diskaun. Paparan ini direka untuk mudah diakses, menggalakkan pelanggan menyemak barang, sering membawa kepada pembelian secara impulsif. Tong buang boleh menampung pelbagai produk, seperti snek, hadiah kecil, atau barang jualan murah, dan biasanya diletakkan di kawasan dengan lalu lintas tinggi di kedai.



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

c. Dump bins Display

Contoh:





JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

d. Shelf talkers Display

Merujuk kepada tanda promosi kecil yang dipasang pada rak di kedai runcit untuk menarik perhatian kepada produk tertentu. Paparan ini sering termasuk maklumat penting, harga, atau mesej promosi yang direka untuk menggalakkan pelanggan mempertimbangkan produk tersebut semasa membeli-belah. Pemanggil rak berkesan untuk menonjolkan tawaran istimewa, kedatangan baru, atau item yang diketengahkan secara langsung di titik jualan.



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

d. Shelf talkers Display

Contoh:





JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

e. Floor graphics Display

Merujuk kepada grafik pelekak yang diletakkan di lantai ruang runcit untuk menarik perhatian dan menyampaikan maklumat. Paparan ini boleh memandu pelanggan, mempromosikan produk, atau menonjolkan tawaran istimewa. Ia direka untuk menarik perhatian dan tahan lasak, menggalakkan penglibatan semasa pembeli bergerak melalui kedai.



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

e. Floor graphics Display

Contoh:





JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

f. Wobbler Display

Merujuk kepada sejenis tanda promosi yang dipasang pada rak atau paparan menggunakan mekanisme spring, membolehkan ia "bergetar" atau bergerak. Pergerakan ini menarik perhatian kepada produk yang dipromosikan, sering menonjolkan tawaran istimewa atau maklumat penting. Wobbler berkesan dalam menarik minat pembeli dan menggalakkan pembelian secara impulsif.



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

f. Wobbler Display

Contoh:





JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

g. Hanging Mobile

Merujuk kepada paparan dekoratif yang digantung dari siling dan terdiri daripada pelbagai elemen yang bergerak atau berputar. Mobile ini boleh termasuk bentuk, warna, atau elemen penjenamaan dan direka untuk menarik perhatian serta meningkatkan daya tarikan visual sesuatu ruang. Ia sering digunakan dalam persekitaran runcit untuk mencipta suasana yang dinamik dan menarik minat pelanggan.



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.1 Temporary Point of Purchase Display (POP Display)

g. Hanging Mobile

Contoh:





JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.2 Semi-Permanent Point of Purchase Display (POP Display)

- a. Freestanding Displays**
- b. Countertop Display**



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.2 Semi-Permanent Point of Purchase Display (POP Display)

a. Freestanding Displays

Merujuk kepada paparan promosi yang berdiri sendiri dan tidak dipasang pada mana-mana dinding atau rak. Paparan ini boleh diletakkan di mana-mana sahaja dalam ruang runcit dan direka untuk memaparkan produk, promosi, atau mesej jenama. Paparan berdiri bebas sering digunakan untuk acara khas, promosi musiman, atau untuk menonjolkan item tertentu, memberikan keterlihatan dan aksesibiliti kepada pelanggan.



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.2 Semi-Permanent Point of Purchase Display (POP Display)

a. Freestanding Displays

Contoh:





JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.2 Semi-Permanent Point of Purchase Display (POP Display)

b. Countertop Display

Merujuk kepada paparan promosi yang diletakkan di atas kaunter atau meja dalam persekitaran runcit. Paparan ini biasanya direka untuk memaparkan produk kecil, sampel, atau tawaran istimewa, menjadikannya mudah diakses oleh pelanggan. Paparan atas kaunter bertujuan untuk menarik perhatian dan menggalakkan pembelian secara impulsif dengan menggunakan ruang yang terhad secara efektif.



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.2 Semi-Permanent Point of Purchase Display (POP Display)

b. Countertop Display

Contoh:





JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.3 Permanent Point of Purchase Display (POP Display)

- a. Display Case**
- b. Display Table**



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.3 Permanent Point of Purchase Display (POP Display)

a. Display Case

Merupakan enclosur kaca atau transparan yang digunakan untuk memaparkan produk, koleksi, atau barangan dalam persekitaran runcit atau pameran. Kes ini melindungi item sambil membenarkan pelanggan melihatnya dengan jelas. Kes paparan boleh berbeza dalam saiz dan reka bentuk, sering dilengkapi dengan pencahayaan dan rak untuk meningkatkan keterlihatan dan penyampaian. Ia biasanya digunakan di kedai, muzium, dan galeri untuk menonjolkan item yang bernilai atau rapuh.



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.3 Permanent Point of Purchase Display (POP Display)

a. Display Case

Contoh:





JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.3 Permanent Point of Purchase Display (POP Display)

b. Display Table

Merujuk kepada permukaan rata yang digunakan untuk memaparkan produk, barangan, atau item promosi dalam persekitaran runcit atau pameran. Meja ini boleh direka dalam pelbagai gaya dan saiz, sering kali menampilkan elemen dekoratif atau penjenamaan untuk menarik perhatian. Meja paparan biasanya digunakan untuk acara khas, promosi musiman, atau untuk menonjolkan produk tertentu, menjadikannya mudah diakses oleh pelanggan.

4o mini



JENIS-JENIS POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

1.4.3 Permanent Point of Purchase Display (POP Display)

b. Display Table

Contoh:





TOPIK 1.5

**MEMAHAMI KELEBIHAN
PAPAN TANDA RUNCIT
(RETAIL SIGNAGE) DAN
POINT OF PURCHASE
DISPLAY (POP DISPLAY)**

KELEBIHAN PAPAN TANDA RUNCIT (RETAIL SIGNAGE)

- 1. Keterlihatan yang Ditingkatkan:** Menarik perhatian pelanggan berpotensi.
- 2. Pengenalan Jenama yang Ditingkatkan:** Mengukuhkan identiti dan kesedaran jenama.
- 3. Navigasi Pelanggan yang Lebih Baik:** Membantu pembeli bergerak melalui kedai dengan berkesan.
- 4. Promosi Tawaran Istimewa:** Menonjolkan diskaun dan promosi.
- 5. Komunikasi Maklumat Penting:** Memberikan butiran tentang produk dan perkhidmatan.
- 6. Galakan Pembelian Secara Impulsif:** Menarik pelanggan untuk membuat pembelian spontan.
- 7. Pengalaman Membeli yang Koheren:** Mencipta imej dan suasana jenama yang seragam.

KELEBIHAN POINT OF PURCHASE DISPLAY (POP DISPLAY)

- 1. Peningkatan Jualan: Menggalakkan pembelian secara impulsif dengan memaparkan produk di kaunter pembayaran.**
- 2. Keterlihatan Produk yang Ditingkatkan: Menonjolkan item tertentu, menjadikannya lebih mudah dilihat.**
- 3. Promosi yang Berkesan: Membolehkan pemasaran terarah untuk tawaran musiman atau khas.**
- 4. Peningkatan Penglibatan Pelanggan: Menarik perhatian dan mencipta minat terhadap produk yang dipaparkan.**
- 5. Pengoptimuman Ruang: Menggunakan ruang runcit yang terhad dengan berkesan untuk memaparkan lebih banyak item.**
- 6. Pengukuhan Jenama: Menguatkan kehadiran jenama melalui penempatan strategik.**
- 7. Menggalakkan Pembelian Percubaan: Memperkenalkan pelanggan kepada produk baru atau yang tidak biasa.**

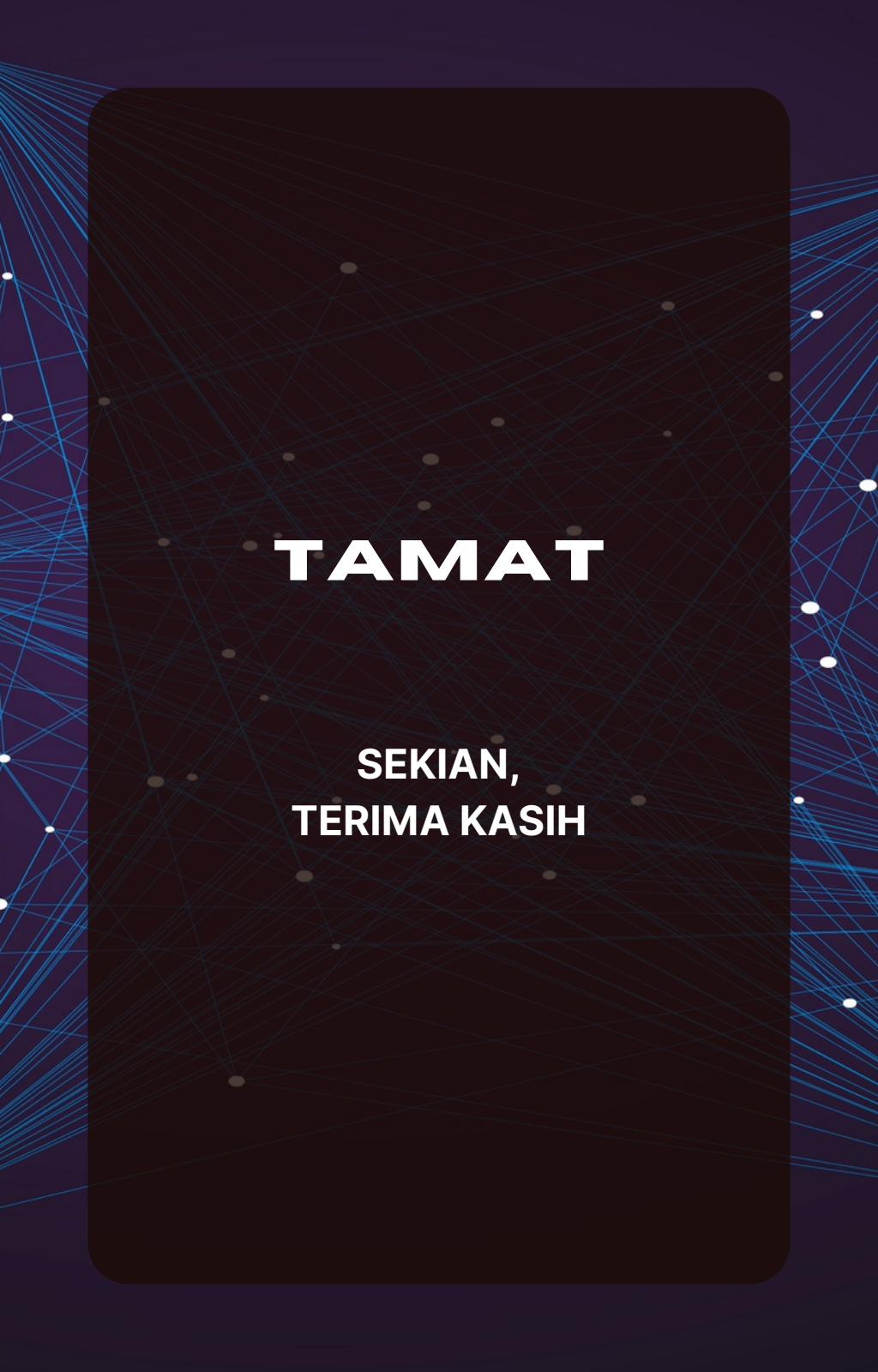
LATIHAN KENDIRI

Sila Klik Butang Di Bawah



RUJUKAN

- **Shaoqiang, W. (2022). *Display art: Visual Merchandising and Window Display*. Hoaki**
- **Belli, S. (2020). *Visual Merchandising and Display: Best Practices for Window Displays and Store Designs*. Hoaki**
- **Pegler, M. M., & Kong, A. (2018). *Visual Merchandising and Display: Studio Instant Access*. Bloomsbury Academic.**



TAMAT

**SEKIAN,
TERIMA KASIH**