A. Tulis NIM dan Nama saudara pada lembar jawaban
B. Jawablah pertanyaan di bawah ini secara singkat dan benar

Soal Pembahasan

Persaingan antar produk di pasaran mendorong produsen gencar untuk berpromosi melalui berbagai media promosi salah satunya desain *Visual Merchandesing* yang dapat menarik perhatian konsumen. Promosi melalui desain *Visual Merchandesing* sangatlah efisian karena mempunyai daya bujuk (*persuasif*) yang kuat. Melalui pendekatan DAGMAR, setiap sasaran periklanan merupakan suatu tugas komunikasi spesifik, yang harus tercapai pada khalayak dan waktu tertentu. Untuk mengambil keputusan suatu promosi (periklanan) perlu diperhatikan 6 M:

1) *Merchandise* - keunggulan/kelemahan produk yang dijual
2) *Markets* - pasar penyebaran produk yang potensial
3) *Motives* - alasan orang membeli produk.
4) *Message* - pesan yang dapat mempengaruhi konsumen membeli
5) *Media* - media lain yang sesuai untuk mendukung dalam promosi produk
6) *Measurement* - pengukuran produk untuk kemajuan masa mendatang melalui penjualan di kios/*counter.*

Tugas Ujian

Coba saudara bahas 6M tersebut dengan menghubungkan desain *Visual Merchandesing* [illegible] produk yang saudara sudah kerjakan.