

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penjelasan-penjelasan yang telah dipaparkan diatas dapat diambil kesimpulan sebagaimana telah dianalisis dalam baab V sebagai berikut:

1. Dalam pelaksanaan iklan di PT. Barokah Jaya Sejahtera menggunakan empat strategi periklanan. Yang pertama strategi tentang tujuan periklanan, tujuan dari iklan PT. Barokah Jaya Sejahtera untuk memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Tujuan yang kedua dalah membujuk calon konsumen untuk lebih tertarik dengan produk ditawarkan oleh perusahaan. membujuk dilakukan oleh perusahaan dengan berbagai cara antara lain dengan memilih kata yang menarik, melakukan pendekatan emosional. Strategi yang kedua menentukan anggaran periklanan dengan menggunakan metode presentase penjualan. Yang ketiga menciptakan pesan iklan, dalam hal ini PT. Barokah Jaya Sejahtera melakukan upaya agar masyarakat dapat menerima pesan yang terdapat dalam iklan. Upaya yang dilakukan adalah dengan memberikan pengertian kepada calon konsumen, menggunakan kalimat-kalimat hiperbolis, bahsa yang jelas dan singkat sehingga akan mudah untuk diterima oleh masyarakat. Strategi periklanan yang terakhir adalah pemilihan media. PT. Barokah Jaya Sejahtera memilih menggunakan media cetak yang berupa brosur,

dan banner. Sedangkan media internet menggunakan media sosial *facebook* dan jual beli OLX.

2. Terdapat dua iklan yang ditetapkan oleh pihak perusahaan yang mana iklan yang pertama hanya memberikan informasi tentang keunggulan jika membeli perumahan tersebut. Dalam iklan tertera waktu yang dibutuhkan ke perumahan dari berbagai pusat sarana umum hanya 1 menit. Iklan tersebut kurang akurat karena belum memberikan penjelasan mengenai kekurangan dari perumahan sehingga iklan tersebut juga telah melanggar etika komunikasi dan bisnis Islam. Dalam etika komunikasi dan bisnis Islam telah dijelaskan bahwa seorang pengiklan haruslah bersikap jujur dengan mengatakan segala sesuatu berdasarkan data dan nyata.

B. Saran

1. Diharapkan bahwa PT. Barokah Jaya Sejahtera dalam membuat iklan lebih memperhatikan kembali iklan yang akan dibuat. Dengan memilih kata yang tidak menimbulkan ketidakjelasan pembaca.
2. Hendaknya dalam beriklan lebih mengutamakan kepentingan kedua belah pihak, supaya perusahaan mendapat keuntungan bisa mengakomodir kepentingan konsumen.
3. Untuk menghindari iklan-iklan yang kurang sesuai dengan etika bisnis Islam, maka periklanan di Indonesia perlu diatur dalam aturan yang kuat dan mengikat, supaya pembohongan kepada masyarakat dapat

diatasi dan periklanan dapat berjalan sebagaimana fungsi iklan yang sesuai dengan etika periklanan.

4. Hendaknya pelaku bisnis menerapkan kode etik periklanan yang sesuai dengan norma agama, sehingga iklan dapat berjalan sebagaimana fungsinya, supaya dunia periklanan tidak semakin terperosok ke dalam pendustaan kepada konsumen, dan usaha bisnis akan dapat terus berjalan sesuai dengan prinsip Islam.