

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Bentuk strategi *advertising* yang diterapkan oleh usaha dagang Cahaya sunnah melalui media WhatsApp pertama, bermacam-macam bentuk strategi *advertising* kedua, tidak monoton dan berlebihan dalam beriklan. Aspek yang sangat diperhatikan dalam setiap strategi periklanan adalah isi pesan dan gambar visual. Strategi yang sering digunakan usaha dagang Cahaya Sunnah adapun menggunakan grup WhatsApp adalah iklan produk dan untuk status WhatsApp adalah video produk, bukti transaksi dan *behind the scenes*.

Analisis *advertising* usaha dagang Cahaya Sunnah berdasarkan teori A-T-R (*awareness-trial-reinforcement*). Mengugah kesadaran (*awareness*) dengan menjelaskan 'situasi dan manfaat', tunjukkan keunggulan produk, jangan lakukan konten *advertising* yang monoton dan bangun kepercayaan konsumen agar konsumen mencoba (*trial*) produk, dan pengukuhan (*reinforcement*) sikap positif terhadap produk dengan tidak menipu konsumen, menjaga lingkungan usaha dagang, memberikan bacaan yang kredibilitas, edukasi ketika harapan konsumen tak sesuai ekspektasi mereka dan bertanggung jawab.

B. Saran

Setelah melakukan proses penelitian dan sampai pada penarikan kesimpulan, adapun saran yang diharapkan berguna untuk masa yang akan datang, sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu wadah dan media informasi yang menyediakan kebutuhan kaum muslimin diharapkan Cahaya Sunnah dapat melebarkan sayapnya, megembangkan media periklanannya dan tetap mempertahankan gaya periklannya.
2. Bagi program studi Komunikasi Penyiaran Islam yang akan mengkaji mengenai *advertising* diharapkan berkomunikasi dengan orang yang sudah pernah berkecimpung didalam dunia *advertising* untuk dapat melihat perbandingan antara teori dan praktik.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti berkenaan dengan *advertising* semoga penelitian ini dapat dilanjutkan dengan objek penelitian yang berbeda dan menabah perbendaharaan keilmuan berkenaan dengan sebuah strategi *advertising*.
4. Diharapkan penelitian ini memberikan tambahan referensi kepada kahalayak ramai tentang strategi sebuah periklanan dalam sebuah unit usaha dagang dan masih banyak konten strategi yang lain yang dapat Anda temukan di luar sana yang jauh lebih menarik dan efektif.
5. Diharapkan penelitian ini berguna bagi sebuah unit usaha dagang yang baru memulai sebuah bisnisnya ataupun yang sudah lama untuk dapat memanfaatkan media-media di sekitar sebagai media periklanan dengan efektif dan efisien.