Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan penulis terkait strategi komunikasi pemasaran dari PT Henan Putihrai dalam upaya meningkatkan *brand image*, maka penulis dapat menarik kesimpulan antara lain PT Henan Putihrai melaksanakan program Zakat Saham dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran dalam upaya meningkatkan *brand image* dari masyarakat. Dari rangkaian langkah-langkah strategi komunikasi pemasaran yang digunakan diantaranya adalah analisis SWOT, identifikasi audiens, menentukan tujuan komunikasi, menentukan pesan dan juga media. Ada pula langkah-langkah strategi komunikasi pemasaran yang tidak digunakan dalam program Zakat Saham, maupun tidak dijelaskan kepada penulis diantaranya adalah menentukan total anggaran dan cara mengukur hasil promosi dari program Zakat Saham. Dalam pemilihan pesan untuk program Zakad Saham yang disampaikan kepada masyarakat, PT Henan putihrai lebih berfokus dalam pengenalan produk berzakad dan menekankan kesadaran masyarakat akan pentingnya berzakad. Media yang dipilih untuk progam Zakad Saham juga difokuskan untuk dapat mencapai sasaran dan target audiens, yakni publik yang sudah pernah bersaham, kemudian publik yang sudah pernah berzakad dan publik yang belum peka dengan zakat. Selanjutnya hal yang dia anggap menjadi kekurangan dari program Zakat Saham adalah tingkat publisitas yang pada akhirnya sedikit

Strategi Komunikasi Pemasaran..., Rilia Prisilia Kindangen, FIKOM UMN, 2018

membelokan pandangan publik dari ekspektasi awal yang diharapkan oleh PT Henan Putihrai. Target awal dari dilaksanakan program PT Henan Putihrai adalah mengedukasi masyarakat tentang saham dan menjadikan Zakat Saham untuk menjadi wadah masyarakat dalam berzakat, namun karna tingkat publisitas dan pesan media yang berlebihan akhirnya masyarat lebih mengenal bahwa PT Henan Putihrai adalah saham yang bergerak dalam bentuk syariah. Padahal PT Henan Putihrai bukan hanya menyediakan jalur saham syariah namun juga konvensional.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan, peneliti memiliki saran untuk akademis dan praktis, antara lain:

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dapat mengukur dan mengevaluasi hasil dari program Zakat Saham oleh PT Henan Putihrai. Hal ini dikarenakan penelitian ini sebatas strategi komunikasinya saja. Saran peneliti bagi penelitian selanjutnya ialah dapat memperdalam kajian dalam pembentukan strategi komunikasi pemasaran dalam membangun *brand image.* Karena kemajuan dan perkembangan teori semakin variatif akan memperkaya dari penelitian yang berkaitan.Kemudian diharapkan penelitian mengenai PT Henan Putihrai juga bisa dijadikan objek penelitian-penelitian selanjutnya.

Strategi Komunikasi Pemasaran..., Rilia Prisilia Kindangen, FIKOM UMN, 2018

5.2.2 Saran Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti melihat bahwa program Zakat Saham ini telah mencapai *brand image* yang baik, tetapi publisitas yang didapatkan terlalu berlebihan. Hal ini dikatakan langsung oleh eksekutor dan dilihat dari media beserta publik yang akhirnya menganggap PT Henan Putihrai adalah perusahaan sektor investasi berbasis syariah. Meluapnya publisitas yang tinggi terhadap program Zakat Saham membuat program investasi konvensional milik PT Henan Putihrai yang lain jadi tidak terlalu terlihat. Maka dari itu PT Henan Putihrai perlu mengontrol media dengan mengedukasi wartawan dan juga memberikan penekanan terhadap bahan publisitas. Kemudian PT Henan Putihrai bisa lebih juga meningkatkan pesan-pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat dan juga pemilihan media yang sesuai dengan sektor PT Henan Putihrai.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA