

Pengamal Pengiklanan dan Penerimaan Terhadap Kerangka Etika Islam Al-Ghazali

Aida Mokhtar*

International Islamic University Malaysia

*Corresponding email: aidam@iium.edu.my

Abstrak

Penerimaan etika Islam oleh pengamal pengiklanan adalah penting bagi merumus mesej pengiklanan Islam. Pengiklanan beretika merangkumi beberapa dimensi dan fokus makalah ini adalah terhadap penerimaannya dalam kalangan pengamal pengiklanan. Pengamal pengiklanan Islam mempunyai peranan dalam membentuk objektif pengiklanan yang akan berjaya dalam mencapai kesan pengiklanan di dunia dan kebaikan abadi di Akhirat selaras dengan etika Islam. Artikel ini menggunakan empat tema dari suatu kerangka yang dihasilkan dari Al-Ihya', karya Al-Ghazali untuk pengamal pengiklanan Islam Muslim. Tema-tema ini memberi perhatian kepada keperluan para pengamal untuk memahami nilai murni seorang mukmin semasa menjalankan aktiviti perniagaan dengan mengamalkan konsep-konsep utama kekhalifahan, tawhid, ihsan, Islam, iman dan wasatiyyah dalam menangkis miopia moral yang menggariskan kesukaran para pengamal dalam mengenal pasti isu-isu etika. Pengamal pengiklanan Islam yang mengiktiraf dan menerima tujuan hidup Islam akan menggunakan Islam sebagai panduan holistik dalam kehidupan termasuk ketika membuat keputusan untuk menghasilkan iklan.

Kata Kunci: Pengiklanan, Etika, Islam, Al-Ghazali, Al-Ihya'