

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departement Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Rizka Arfiana

Positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *Production House Religi

Tahun Skripsi : 2012 + 89 halaman+lampiran

Daftar Kepustakaan : 19 buku + 7 sumber dokumen

Perkembangan dunia pertelevisian mengakibatkan semakin berkembangnya bisnis di bidang *production house*. Oleh karena itu *production house* juga dituntut untuk memberikan tayangan yang berpendidikan. Alasan tersebut menjadikan PT Demi Gisela Citra Sinema ingin memberikan kontribusi terhadap Negara yang sedang prihatin terhadap tayangan televisi yang kurang mendidik dan tidak memberikan pencerahan. Dengan demikian PT Demi Gisela Citra Sinema melakukan *positioning* sejak awal berdirinya yaitu selalu mengutamakan nilai moral, estetika dan nilai religi yang terkandung dalam karya yang diproduksinya. Sehingga pemirsa yang menonton film atau sinetron yang diproduksinya menganggap bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema adalah *production house religi*.

Penelitian ini berusaha menganalisis tentang bagaimana *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house religi*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house religi*. Kerangka teori yang digunakan berkaitan dengan proses *positioning*. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pada proses *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema mempunyai segmentasi yang lebih besar terhadap masyarakat kalangan menengah ke bawah. Kompetitor dari mereka adalah semua *production house* terutama yang berada di Jakarta. Wujud dari *positioning* tersebut adalah hasil karya religinya yang ditayangkan kepada pemirsa di bioskop maupun stasiun televisi dengan selalu mengorientasikan terhadap dakwah dan ibadah.