

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti maka positioning PT Demi Gisela Citra Sinema dalam membangun corporate branding sebagai *production house* religi adalah menghasilkan karya yang berorientasikan sebagai dakwah dan ibadah kepada Allah SWT. PT Demi Gisela Citra Sinema mengedepankan inovasi dan kreatifitas dalam mengangkat isu yang sesuai dengan realitas sosial dalam masyarakat. Hasil karya yang diproduksi PT Demi Gisela Citra sinema terkesan tidak menggurui penontonya.

Peneliti melihat *positioning* yang dilakukan PT Demi Gisela Citra Sinema pada dasarnya memiliki tujuan utama yaitu memproduksi film dan sinetron religi (Islam) dan segmentasi pemirsanya yaitu masyarakat umum kalangan menengah ke bawah. Dengan pesaingnya merupakan semua *production house* yang berada di Jakarta. Dikatakan positioning karena menurut peneliti PT Demi Gisela Citra Sinema memiliki keunggulan dan keunikan sehingga dapat diingat pemirsa bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house religi*. Sebagai *production house religi*, PT Demi Gisela Citra Sinema hanya mengandalkan popularitas Deddy Mizwar sebagai seorang tokoh yang religius (Islam).

Tujuan *positioning* untuk PT Demi Gisela Citra Sinema yaitu membedakan persepsi pemirsa terhadap hasil karya perusahaan dengan pesaing. Fungsi *positioning* untuk PT Demi Gisela Citra Sinema adalah menguatkan posisi tawar pada saat perhadapan dengan klien atau stasiun televisi. Sehingga positioning yang dilakukan