

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA

1. Proses Perencanaan Positioning PT Demi Gisela Citra Sinema

Proses perencanaan sangat penting dalam mengkomunikasikan sebuah *positioning* perusahaan dalam hal ini PT Demi Gisela Citra Sinema. Munculnya *Production House* di Jakarta menandakan bahwa persaingan di industri film dan audio visual semakin ketat. Persaingan antar *Production House* di Jakarta sangat kompleks hal ini didukung dengan banyak bermunculannya *production house* terutama di Jakarta. Televisi merupakan media yang paling digemari oleh masyarakat luas. Oleh karena itu *Production House* berlomba-lomba menciptakan hasil karyanya untuk acara televisi.

Sementara itu, hanya ada beberapa rumah produksi dan sineas dalam negeri yang berhasil membuat film-film hebat. Diantaranya seperti Mira Lesmana, Joko Anwar, Nia Dinata dan Garin Nugroho merupakan beberapa nama yang layak dan berperan di industri film Indonesia. Adapula muncul Ari Sihasale dan Nia Zulkarnain yakni pasangan suami istri sekaligus pemilik Rumah Produksi Alenia Pictures. Bicara tentang konsistensinya Alenia Pictures adalah satu-satunya perusahaan film yang menegaskan diri sebagai penggarap film anak berkualitas. Di tengah persaingan film Indonesia pada tahun 2008, film perdana mereka yang berjudul "Denias, Senandung di Atas Awan" berhasil mewakili Indonesia dalam Film Terbaik Berbahasa Asing di ajang Piala Oscar. Walaupun

beberapa filmnya kurang terdengar, namun karya Alenia Pictures merupakan karya film yang berkkelas dan sangat khas dengan ke-Indonesiaan. Sejak tahun 2006 mereka dinilai produktif karena selalu menghasilkan karya setiap tahunnya kecuali tahun 2007. Alenia Pictures adalah Rumah Produksi film di Indonesia yang mampu menghasilkan film-film anak yang berkualitas dan tentu saja secara tidak disadari telah mempersiapkan generasi anak untuk berkarya dengan jujur melalui film (<http://hiburan.kompasiana.com/film/2011/06/14/alenia-pictures-masa-depan-film-nasional/> , diakses pada tanggal 25 Agustus 2011 pada pukul 14.52 WIB). Pada tahun 2000 Nia Dinata dan Constantin Papadimitriou mendirikan perusahaan produksi filmnya yaitu Kalyana Shira Films. Mereka berusaha selalu memproduksi film berkualitas karena menurutnya masyarakat Indonesia masih haus akan film-film berkualitas yang memberikan masukan bagi kehidupan dan tidak kurang dapat terhibur dengan menonton film mereka. (<http://www.kalyanashira.com/en/about-us> , diakses pada tanggal 25 Agustus pukul 13.03 WIB)

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa banyak tokoh terkenal di Indonesia dan diantaranya adalah selebritis Indonesia yang melirik dunia *production house*. Persaingan mereka masing-masing dengan mempertontonkan keunggulan hasil karyanya baik berupa film maupun sinetron yang berkualitas. Melihat persaingan tersebut PT Demi Gisela Citra Sinema yang didirikan dan dimiliki oleh Deddy Mizwar merasa tenang-tenang saja. Karena menurut mereka persaingan tersebut ditanggapi dengan hal yang positif yaitu melalui karya yang berkualitas. Sebelum munculnya persaingan tersebut pada awal tahun 1997 Deddy Mizwar mulai

memberanikan diri untuk mendirikan PT Demi Gisela Citra Sinema. Kemudian Deddy Mizwar memutuskan untuk terjun langsung memproduksi sinetron dan film bertemakan religius. Oleh karena itu Deddy Mizwar ingin mengorientasikan hidupnya hanya untuk beribadah dengan landasan Al-Qur'anyang diyakininya sesuai dengan Q.S. Az Zariat ayat 51. Hal ini ditegaskan Deddy Mizwar selaku Direktur Utama sekaligus pemilik perusahaan dalam kutipan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 23 Maret 2011:

“Saya ingin mengorientasikan hidup saya semata-mata hanya untuk beribadah kepada Allah SWT dengan landasannya pada ayat Al-Quran yaitu “Tidak Aku Ciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepadaKu” (Q.S. Az Zariat: 51).

Dengan adanya perencanaan positioning pada PT Demi Gisela Citra Sinema tentunya akan membuahkan hasil yang baik nantinya dalam membuat tayangan televisi baik film maupun sinetron yang dapat di respon positif oleh khalayak umum (pemirsa). Yang perlu diperhatikan dalam perencanaan positioning dimulai dari bagaimana PT Demi Gisela Citra Sinema menentukan positioningnya yang sesuai dengan tujuan perusahaan dan siapa target pemirsanya. Begitu pula pada PT Demi Gisela Citra Sinema yang memiliki tujuan perusahaan yaitu memproduksi karya yang berkualitas dan mengandung nilai agama, nasionalis dan realitas sosial. Target pemirsa dari PT Demi Gisela Citra Sinema adalah masyarakat umum kalangan menengah ke bawah dan semua umur.

Pada awal berdirinya PT Demi Gisela Citra Sinema masih sulit untuk memproduksi sesuatu karena pada saat itu masih kurangnya ide-ide yang bisa

untuk dibuat film atau sinetron. Selain itu juga PT Demi Gisela Citra Sinema hanya memiliki 7 orang karyawan tetap pada awal merintis dan kemudian baru bertambah menjadi 25 orang hingga sekarang. Prosesnya mengalir walaupun dengan minimnya karyawan PT Demi Gisela Citra Sinema merencanakan sebuah program untuk lebih bisa membantu mereka dalam membangun *corporate branding* agar orang lebih banyak yang mengenal dan mengingatnya sebagai *production house* yang memproduksi film dan sinetron religi (Islam). Hal tersebut berdasarkan penjelasan dari Hakim Ahmad selaku Koordinator Tim Kreatif PT Demi Gisela Citra Sinema pada tanggal 5 April 2011 yang menjelaskan bahwa:

“Awal berdirinya DGC masih susah memproduksi sesuatu karena masih kurangnya ide-ide yang menarik untuk diproduksi. Saat itu DGC cuma punya 7 karyawan tetap hingga sekarang bisa bertambah jadi 25 karyawan. Prosesnya mengalir saja karena *corporate branding* akan terbangun dengan sendirinya sesuai dengan tujuan perusahaan sehingga nantinya banyak orang yang lebih mengenal dan mengingat DGC sebagai *production house* yang memproduksi film dan sinetron religi (Islam).”

Proses terbentuknya PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house* yang memproduksi film dan sinetron religi (Islam) bermula dari latar belakang sebagai berikut:

- 1.) Keprihatinan terhadap film nasional yang banyak bermunculan film dan sinetron bertemakan horor, seks serta percintaan remaja. Menurut wawancara dengan Hakim Ahmad selaku koordinator tim kreatif PT Demi Gisela Citra Sinema menyatakan bahwa 97% tayangan televisi menayangkan acara hiburan dan acara pendidikan hanya sebesar 3%. Sementara 91% merupakan tayangan untuk orang dewasa. Hal itu dinilai

PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai tayangan yang tidak memberikan pencerahan dan pencerdasan kepada pemirsanya.

- 2.) Masih kurangnya tayangan yang bertema religi (Islam) yang dapat memberikan manfaat bagi pemirsanya. Banyak munculnya sinetron religi seperti Hidayah yang ceritanya melulu mengenai azab orang yang berbuat dosa. Tema religius dulu hanya laku saat bulan Ramadhan tiba, tetapi setelah Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) menayangkan ulang sinetron Rahasia Ilahi di luar bulan Ramadhan dan peringkat TPI meningkat dari posisi keempat menjadi pertama. Maka setelah itu stasiun televisi yang lain pun mengikutinya. (<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0504/10/hiburan/1674414.htm>)
- 3.) Karena tidak puas dengan popularitasnya sebagai aktor berprestasi. Deddy Mizwar kemudian mencoba ingin mengabdikan dirinya untuk perfilman nasional dengan cara mendirikan perusahaan yang dapat diposisikan sesuai dengan sosoknya yang religi (Islami).
- 4.) Menyampaikan dakwah Islam dengan tidak menggurui pemirsanya melalui film atau sinetron yang diproduksinya. Karena Deddy Mizwar merasa kurang bisa menyampaikan dakwahnya dengan cara ceramah atau khotbah seperti ulama-ulama yang lain.

Tujuan PT Demi Gisela Citra Sinema memposisikan diri sebagai *production house* yang religi (Islam) dimaksudkan untuk menjadi sebuah pedoman perusahaan agar tetap konsisten pada jalur perusahaan bahwa semua produksinya tetap dalam batasan tema-tema atau topik berkisar pada tema religi

(Islam). Sehingga film dan sinetronnya memiliki identitas tersendiri karena mudah diingat dibenak penonton dengan tema religinya. Cerita-cerita yang diangkat untuk diproduksinya pun merupakan realitas sosial yang sering ditemui pada masyarakat menengah ke bawah. Ide ceritanya dikemas dengan menarik mungkin, walaupun bertemakan religi diselingi juga dengan guyonan yang mengandung nilai-nilai sosial yang berlaku di masyarakat Indonesia. Hal itu dibuat karena mempermudah penonton untuk dapat menerima pesan yang disampaikan pada film atau sinetron produksi PT Demi Gisela Citra Sinema dan tidak terkesan menggurui penonton (Wawancara dengan Deddy Mizwar selaku pemilik sekaligus Direktur Utama PT Demi Gisela Citra Sinema pada tanggal 23 Maret 2011)

PT Demi Gisela Citra Sinema memiliki target yang sederhana saja yaitu membuat film dan sinetron yang berkualitas tentunya bisa dimengerti dan diterima oleh semua elemen masyarakat. Karena hal itu disesuaikan dengan konsistensi visi dan misi perusahaan yang telah dibuat. Dengan diterimanya hasil karya produksinya maka secara otomatis masyarakat luas akan mengenal PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house* yang selalu membuat tayangan religi (Islam) baik sinetron maupun film.

Dijelaskan oleh Hakim Ahmad selaku Koordinator Tim Kreatif dalam wawancara pada tanggal 5 April 2011 bahwa ada beberapa langkah PT Demi Gisela Citra Sinema sebelum mengkomunikasikan kegiatannya kepada publik diantaranya dengan mengenali keunggulan atau kelebihan PT Demi Gisela Citra Sinema yang dapat diperlihatkan untuk membedakannya dengan pesaing.

Kemudian yang kedua memilih keunggulan-keunggulan yang paling kuat atau menonjol. PT Demi Gisela Citra Sinema mempunyai keunggulan yakni:

- a) Dapat memproduksi tayangan televisi yang bermuatan religi (Islam) disuguhkan dengan komedi tentunya yang tidak melanggar aturan agama.
- b) PT Demi Gisela Citra sinema konsisten dengan visi misi perusahaannya yang berpedoman pada Al-Qur'an dan memproduksi karya sinema yang berorientasi pada pencerdasan dan pencerahan umat.
- c) Keunggulan lainnya PT Demi Gisela Citra Sinema dibandingkan dengan *production house* lainnya yakni beberapa film dan sinetronnya menunjukkan nilai religi dan mampu mendapatkan tempat di hati para pemirsanya seperti Film Kiamat Sudah Dekat, Sinetron Kiamat Sudah Dekat, Sinetron Demi Masa, Film Nagabonar Jadi 2, Para Pencari Tuhan dan lain sebagainya.
- d) Selain bermutu dan bermuatan religi (Islam), PT Demi Gisela Citra Sinema juga memproduksi film yang terkait dengan kritik sosial maupun nasionalisme.
- e) Banyaknya penghargaan dan prestasi yang diraih itupun menjadi sebuah keunggulan dan kelebihannya.
- f) PT Demi Gisela Citra Sinema merupakan salah satu pelopor *production house* yang dapat memproduksi tayangan televisi yang berbaur religi (Islam).

Menurut wawancara dengan Hakim Ahmad sebagai Koordinator Tim Kreatif PT Demi Gisela Citra Sinema, perencanaan yang dilakukan *pertama* kali

dalam proses positioning PT Demi Gisela Citra Sinema adalah memberikan nama perusahaan. Kemudian mengidentifikasi pesaing dari PT Demi Gisela Citra Sinema secara luas. Secara khusus pesaing mereka adalah semua *production house* yang ada di Jakarta. Baik *production house* tersebut sama-sama memproduksi tayangan film atau sinetron religi (Islam) maupun tidak. Beberapa *Production House* yang menjadi pesaingnya diantaranya Karnos Film, Mizan Production, MNC, Star Vision, Dharmawangsa StudioX, Alenia Pictures, Miles Production, Kalyana Shira Films. Cara PT Demi Gisela Citra Sinema dalam memantau produktivitas para pesaing yang dilihat dari seberapa seringnya karya pesaing ditayangkan di televisi ataupun bioskop dengan melihat pula tema-tema yang diangkat dalam setiap karyanya. Hal tersebut dapat memacu kinerja tim kreatif PT Demi Gisela Citra Sinema untuk memproduksi film maupun sinetron yang berbeda dan berinovasi.

Proses yang *kedua* yakni mengetahui persepsi pemirsa terhadap pesaing. Sejauh ini PT Demi Gisela Citra Sinema selalu melakukan survey pribadi kepada masyarakat untuk mengetahui tayangan seperti apa yang diinginkan mereka dan bagaimana tanggapan mereka tentang tayangan televisi terkhususkan film dan sinetron yang diproduksi *production house* yang lain. Pihak perusahaan melakukannya dengan komunikasi interpersonal dengan wawancara kepada kerabat dan penonton film dan sinetron yang diproduksinya. Hal itu merupakan riset sederhana yang dilakukan ketika PT Demi Gisela Citra Sinema akan memproduksi tayangan televisi untuk melakukan positioning Sementara saat itu

mulai bermunculan sinetron religi yang secara keseluruhan tidak memberikan nilai pendidikan pada pemirsa.

Selanjutnya yang *ketiga*, menganalisa preferensi pemirsa terhadap produk perusahaan. Produk PT Demi Gisela Citra Sinema adalah memproduksi film dan sinetron religi (Islam) yang ditayangkan baik di televisi maupun bioskop. Pihak perusahaan menganalisanya dengan cara selalu update berita-berita tentang isu perfilman yang ada di Indonesia sehingga dapat mencari celah untuk memproduksi tayangan televisi yang belum pernah dibuat oleh pesaing. Survey pun dilakukan melalui rating pemirsa yang diberikan SCTV kepada PT Demi Gisela Citra Sinema. Karena dari PT Demi Gisela Citra sendiri tidak melakukan survey secara khusus terhadap pemirsanya hanya melakukan survey secara personal melalui tanggapan dari kerabat atau masyarakat.

Di tengah perjalanannya berbagai kendala dihadapi PT Demi Gisela Citra Sinema dalam melakukan positioning sebagai *production house* yang religi (Islam) karena menurut survey yang dilakukan AC Nielsen, ada beberapa rumah produksi yang memproduksi sinetron religius Islam seperti Rahasia Illahi dan Takdir Ilahi dan berhasil menduduki peringkat pertama untuk 50 program unggulan seluruh stasiun televisi (<http://www.antara.co.id/seenws/?id=3478> diakses pada tanggal 21 Desember 2011 pukul 22:00). Sinetron religi yang menjadi program unggulan pemirsa tersebut memiliki persamaan bahwa pada bagian akhir tayangan dihadirkan seorang kiai, dai atau agamawan yang dianggap dapat memberi tafsir kontekstual. Meskipun terkesan literal dan menekankan kesalahan ritual, komentar para kiai dan dai ini agaknya menarik perhatian

penonton, setidaknya dapat menambah kepercayaan penonton bahwa tayangan tersebut benar-benar bertujuan dakwah, bukan semata-mata bisnis (<http://kompas.com/kompas-cetak/0510/01Bentara/2001369.htm> diakses pada tanggal 21 Desember 2011 pukul 22.00 WIB).

Pada awal berdirinya PT Demi Gisela Citra Sinema memproduksi sinetron serial Mat Angin 1 yang ditayangkan di TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) pada tahun 1997. Produksi pertama kalinya ini dinilai membuahkan hasil bagi PT Demi Gisela Citra Sinema karena telah memborong beberapa penghargaan diantaranya 11 penghargaan pada Festival Sinetron Indonesia (FSI) 1997, 5 penghargaan pada FSI 1998 dan 1 penghargaan pada Festival Film Bandung (FFB) 1998. Setelah berhasil menggarap serial Mat Angin pada tahun 1997 PT Demi Gisela Citra Sinema juga memproduksi FTV dengan judul Sajadah Keikhlasan. Namun setelah itu mereka mengalami kendala yaitu minimnya ide cerita mengenai film dan sinetron bertemakan religi (Islam) dan pastinya sesuai dengan *positioning* perusahaan. Pada saat itu PT Demi Gisela Citra Sinema harus bisa melihat selera pemirsanya karena masih kurangnya peminat film dan sinetron religi. Akhirnya di tahun 1998 PT Demi Gisela Citra Sinema hanya memproduksi Mat Angin 2. Sedangkan di tahun 1999 hasil produksi mereka adalah Lorong Waktu 1 dan Bukan Supermen.

Selain itu pada tahun 2011 beberapa kendala juga dihadapi saat Deddy Mizwar menggaet Aria Kusumadewa untuk memproduksi film layar lebar. Aria Kusumadewa merupakan sutradara film yang terkenal dengan karyanya yang idealis sebagai contoh film Beth, Novel Tanpa Huruf R, Bingkisan untuk Presiden

serta film Identitas. Deddy Mizwar berani mengajak Aria untuk memproduksi film layar lebar karena Ia paham sekali kemampuan Aria dalam membuat film. Deddy Mizwar berharap film tersebut dapat bermanfaat dan ditonton oleh semua lapisan masyarakat. Film Kentut merupakan film yang menggambarkan realitas dunia politik yang ada zaman sekarang ini. Film yang dibungkus dengan komedi dan kritik sosial ini diproduksi selama 15 hari. Kutipan wawancara di bawah ini adalah hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Deddy Mizwar selaku *executive producer* Film Kentut sekaligus Direktur Utama PT Demi Gisela Citra Sinema pada tanggal 23 Maret 2011 mengenai alasannya bersedia memproduksi Film Kentut padahal selama ini PT Demi Gisela Citra Sinema dikenal sebagai *production house* yang memproduksi film dan sinetron religi (Islam):

“Film ini kan film yang bermutu. Apa salahnya saya menggandeng Aria karena saya yakin film itu akan bermanfaat bagi banyak orang. Saya mau memproduseri film Kentut ini ya karena film ini bermutu dan berkualitas dan pastinya punya nilai religi (Islam)”

2. Pelaksanaan Proses Positioning PT Demi Gisela Citra Sinema

Sebelum mendirikan PT Demi Gisela Citra Sinema, saat itu pada tahun 1990 sinetron atau drama religi memang belum dikenal masyarakat. Deddy Mizwar lantas mencari penulis skenario, sutradara dan tim produksi. Kemudian baru pada tahun 1993 sinetron Abunawas yang merupakan adaptasi dari pemikiran Haji Opang dapat dinikmati pemirsa. Lahir kemudian sinetron Hikayat Pengembara, yang menurut Deddy Mizwar sambutan masyarakat sangat bagus ketika sinetron tersebut ditayangkan. Lorong Waktu yang dirancang khusus untuk mengisi acara di bulan Ramadhan menjadi produksi pertama serial islami. Hingga

kini rumah produksi Deddy Mizwar ini rutin memproduksi drama religi yang mewarnai layar kaca pada bulan Ramadhan bahkan tidak hanya di bulan Ramadhan saja tayangan mereka dapat ditonton masyarakat. Demi Masa, Kiamat Sudah Dekat, dan Para Pencari Tuhan menampilkan nuansa Islami yang unik di televisi. Kiamat Sudah Dekat bahkan diproduksi sebagai film layar lebar. Pada semua produksi film tersebut, Deddy Mizwar terlibat secara langsung perannya mulai dari menjadi aktor, sutradara, hingga menjadi produser.

Banyak production house yang membuat film atau sinetron yang bernuansa religi dengan warna yang berbeda-beda. Meski tidak mengedepankan dakwah, paling tidak misi dari film atau sinetron tersebut memberikan nilai tertentu bagi pemirsa.

Sinetron bernuansa religi (Islam) yang diminati jutaan pemirsa sehingga banyak pihak menanggapi bahwa film layar kaca sangat berpengaruh dalam menjalani kehidupan ber-islam. Nilai-nilai moral, nilai ibadah dan muamalah yang disampaikan oleh para pemain film seakan-akan dijadikan sebagai rujukan yang perlu diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house* religi, menyampaikan pesan agama yang terdapat pada setiap karyanya itu merupakan tanggung jawab yang besar. Jika pesan yang akan disampaikan tidak diterima oleh pemirsa itu adalah kegagalan bagi perusahaan. Oleh sebab itu film dan sinetron yang akan diciptakan harus diriset terlebih dahulu sehingga realistis

dan mudah diterima masyarakat kalangan menengah ke bawah sebagai pemirsanya. Dari situlah positioning perusahaan akan terlihat berhasil atau tidak.

Dari wawancara peneliti yang diperoleh dengan Hakim Ahmad pada tanggal 5 April 2011 didapatkan bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema melakukan komunikasi dari proses *positioning* antara lain:

1.) Perusahaan melakukan komunikasi melalui karya yang diproduksinya.

Meski menghasilkan karya televisi baik film maupun sinetron yang bermuatan religius (Islam), kekuatan karya Deddy Mizwar bersama PT Demi Gisela Citra Sinema adalah unsur komedi yang cukup kental. Jadi penonton tidak merasa sedang mendengar khotbah atau ceramah, hal itu merupakan bagian dari cara PT Demi Gisela Citra Sinema memperkenalkan produknya dengan membuat karya yang komunikatif kepada pemirsa sehingga mengenal mereka sebagai *production house* yang memproduksi tayangan televisi religi (Islam). PT Demi Gisela Citra Sinema dikenal dari sosok Deddy Mizwar. Sebagaimana diketahui bahwa citra Deddy Mizwar di mata masyarakat adalah sebagai sosok religius (Muslim) atau tokoh agama yang menyampaikan dakwahnya melalui film atau sinetron yang dibuat olehnya. Sehingga karya yang diproduksinya tidak semata-mata hanya untuk menghasilkan uang. Film dan sinetron yang diproduksinya pun melalui pemikiran-pemikiran yang selalu mengandalkan kreativitas dalam berkarya. Kreativitas yang dimaksud adalah film dan sinetron yang diproduksi PT Demi Gisela Citra Sinema dibuat dengan konsep bertemakan religi namun dengan inovasi yang

berbeda pada tiap karyanya. Dijelaskan dalam wawancara pada tanggal 5 April 2011 dengan bapak Hakim Ahmad dengan tim kreatif di PT Demi Gisela Citra Sinema.

“Tidak mudah menghasilkan tayangan televisi yang bisa memberikan manfaat bagi penonton. Jadi bagaimana sebuah *production house* bisa sekreatif mungkin dalam mengemas tayangan televisi sehingga penonton tidak cepat bosan”.

2.) Pemasaran perusahaan melalui sosok Deddy Mizwar. Karena pengaruh sosok Deddy Mizwar sang pemilik perusahaan PT Demi Gisela Citra Sinema semakin berkembang dengan *link-link* yang dimilikinya. Melakukan kerjasama dengan Tits Film Workshop dengan mengadakan screening dan diskusi film Identitas karya Aria Kusumadewa yang diselenggarakan di beberapa kampus di Jakarta, Bogor, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Malang pada tahun 2009 dengan menghadirkan Deddy Mizwar dan Aria Kusumadewa sebagai narasumbernya.

PT Demi Gisela Citra Sinema lahir untuk mengisi kehampaan batin seorang Deddy Mizwar. Jadi setelah meraih beberapa prestasi dan popularitasnya sebagai seorang aktor, menurutnya hal itu hanya dapat memenuhi kepuasan duniawi saja. Popularitas dan prestasi tidak dapat menentramkan batinnya karena dengan realitas yang ada pada saat itu Deddy Mizwar prihatin melihat keadaan tayangan televisi yang tidak memberikan pencerahan dan pendidikan terhadap batin pemirsanya. Maka dari itu walaupun dirinya mengaku tidak mempunyai keahlian menjadi ulama atau ustadz, ia tetap ingin bisa berdakwah melalui film atau sinetron yang diproduksinya bersama PT Demi Gisela Citra Sinema.

Sebagai *production house* pada akhirnya PT Demi Gisela Citra Sinema mengakui bahwa karya yang diproduksinya banyak yang kurang laku secara komersial. Karena karya mereka mempunyai idealis tersendiri dari pemiliknya yaitu Deddy Mizwar. Idealis tersebut maksudnya pemikiran Deddy Mizwar dalam membua konsep karyanya memadukan antara nilai agama, sosial dan budaya. Akan tetapi menurut mereka karya laris tidak menjadikan sebuah ukuran bahwa karya itu bagus. Deddy Mizwar menjelaskan menghasilkan karya yang terpenting adalah bermutu dan tentunya bermanfaat bagi masyarakat dan pastinya mempunyai nilai ibadah.

Di tengah persaingan bisnis di industri film yang semakin kompetitif, PT Demi Gisela Citra Sinema merasa tenang-tenang saja menghadapi *production house* yang lain namun mereka melakukan komunikasi untuk membangun perusahaannya. Dengan melakukan *positioning* terhadap pemirsanya bahwa mereka adalah *production house* religi yang pemiliknya adalah Deddy Mizwar. Pemirsa bisa mengetahui pemiliknya Deddy Mizwar yaitu pada film atau sinetron yang diproduksi PT Demi Gisela Citra Sinema posisi Deddy Mizwar adalah sebagai executive produser, produser, sutradara dan bahkan sebagai pemeran utama. Perusahaan selalu mencoba mendekati diri untuk berinteraksi terhadap pemirsanya dengan karya yang sudah diproduksinya. Mereka yakin bahwa klien yang akan mencari mereka bukan mereka yang mencari klien. Hal itu terbukti dari kerjasamanya dengan beberapa stasiun televisi salah satunya SCTV yang mengakui bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema selalu memproduksi tayangan

televisi yang bermanfaat bagi pemirsa dan memiliki pesan moral dan agama.

(Hasil Wawancara dengan Hakim Ahmad pada tanggal 5 April 2011)

3. Hasil Yang Diperoleh dan Evaluasi PT Demi Gisela Citra Sinema

Berbagai program TV terutama sinetron dan film layar lebar sudah diproduksi hingga tahun 2011 ini ada 67 judul film dan sinetron yang sudah diproduksi dan ditayangkan. Setiap tahun mereka pasti memproduksi film maupun sinetron, walaupun kadang hanya menghasilkan 1 atau 2 buah karya namun mereka terbilang production house yang produktif. PT Demi Gisela Citra Sinema senantiasa mengutamakan produktif secara kualitas, hal tersebut ditandai dengan berbagai penghargaan yang diraih di beberapa festival. Karena tidak punya keahlian lain selain membuat film, Deddy Mizwar dan PT Demi Gisela Citra Sinema selalu ingin memberikan karya terbaik bagi masyarakat Indonesia. Sinetron dan film produksi Citra Sinema dikenal konsisten mengandung muatan religi dan komedi, meski beberapa judul bergenre drama, misalnya serial TV Adillah (RCTI), Rinduku CintaMu (SCTV) dan Gerbang Penantian (Lativi).

Hasil produksi film dan sinetron PT Demi Gisela Citra Sinema selalu diterima masyarakat terutama kalangan menengah ke bawah. Terbukti dari salah satu pendapat pemirsa yang peneliti wawancara pada tanggal 21 Desember 2011 mengatakan bahwa gaya bahasa dakwahnya dalam setiap film yang diproduksi PT Demi Gisela Citra Sinema sangat ringan dan dapat mudah dimengerti bagi orang awam. Selain itu juga dilihat dari cerita-ceritanya yang mengangkat realita keseharian masyarakat Indonesia kalangan menengah ke bawah yang dikemas dengan menarik dan apa adanya.

Kekritisannya PT Demi Gisela Citra Sinema juga dikemas dalam produksi film yang nyleneh. Seperti film Alangkah Lucunya Negeri Ini yang disutradarai Deddy Mizwar, film yang berkisah mengenai hal-hal unik perpolitikan, hukum dan sosial di Indonesia. Film ini digarap sangat serius, karena butuh waktu sembilan tahun untuk menggarap skenario, meriset dan mempelajari referensi. Tidak sembarangan berkarya sehingga film tersebut menjadi layak ditonton masyarakat. Bahkan mendapat penghargaan Film Terbaik pada Jakarta International Film Festival (JIFFEST) 2010 serta penghargaan Skenario Terbaik, Penata Musik Terbaik dan Penata Suara Terbaik dalam Festival Film Indonesia (FFI) 2010. Di bawah ini beberapa penghargaan yang diraih PT Demi Gisela Citra Sinema:

1) SINETRON MAT ANGIN

Festival Sinetron Indonesia (FSI) 1997 :

1. Sinetron Utama Terbaik	DGCS
2. Sinetron Komedi Serial Terbaik	DGCS
3. Sutradara Terbaik	Deddy Mizwar
4. Aktor Utama Terbaik	Deddy Mizwar
5. Aktor Pembantu Terbaik	Eddy Oglek
6. Cerita Asli Terbaik	Fachrul Rozy
7. Skenario Terbaik	Wahyu HS
8. Kamera Terbaik	Arly AR
9. Artistik Terbaik	Adenan Taufik
10. Editing Terbaik	Tim DGCS
11. Vidya Tata Suara	Tino

Festival Sinetron Indonesia (FSI) 1998 :

1. Sinetron Komedi Serial Terbaik	DGCS
2. Sutradara Terbaik	Deddy Mizwar
3. Skenario Terbaik	Wahyu HS
4. Aktor Pembantu Terbaik	Yadi Timo
5. Kamera Terbaik	Arly AR

Festival Film Bandung (FFB) 1998

1. Komedi Serial Terpuji	DGCS
--------------------------	------

2) SINETRON LORONG WAKTU

Festival Film Bandung (FFB) 2000 :

1. Komedi Serial Terpuji	DGCS
--------------------------	------

Penghargaan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) 2000

3) SINETRON BINGKISAN UNTUK PRESIDEN

Festival Film Bandung (FFB) 2003 :

1. Sutradara Drama Terpuji	Aria Kusumadewa
----------------------------	-----------------

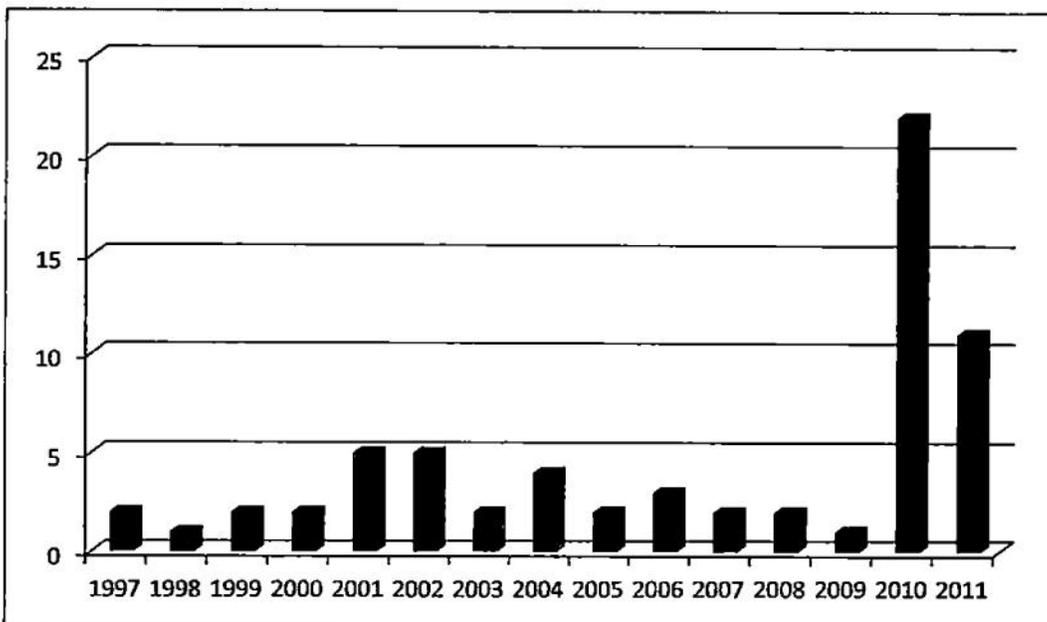
- 4) **SINETRON ADILLAH**
Festival Film Bandung (FFB) 2003 :
1. Skenario Terpuji Musfar Yasin
- 5) **FILM KIAMAT SUDAH DEKAT**
Festival Film Bandung (FFB) 2003 :
1. Aktor Pembantu Terpuji M. Dwiki Reza
2. Skenario Terpuji Musfar Yasin
- 6) **SINETRON APA KABAR BANGSAMU ?**
Festival Film Bandung (FFB) 2003 :
1. Drama Serial Terpuji DGCS
2. Sutradara Terpuji Dedi Setiadi
3. Aktor Utama Terpuji Derry Drajat
4. Musik Terpuji Anes Bali
Festival Film Bandung (FFB) 2004 :
1. Aktor Utama Terpuji Deddy Mizwar
2. Skenario Terpuji Musfar Yasin
- 7) **FILM KETIKA**
Festival Film Indonesia (FFI) 2005 :
1. Special Jury Award dengan Tema Terbaik DGCS
2. Citra Skenario Musfar Yasin
- 8) **SINETRON KIAMAT SUDAH DEKAT**
Penghargaan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) 2005
Penghargaan dari PRESIDEN RI Susilo Bambang Yudhoyono 2005
Penghargaan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) TASIKMALAYA 2005
Festival Sinetron Indonesia (FSI) 2005 :
1. Vidya Drama Serial DGCS
2. Vidya Sutradara Deddy Mizwar
3. Vidya Skenario Musfar Yasin
4. Vidya Tata Suara Cang Mamat
Festival Film Bandung (FFB) 2006 :
1. Drama Serial Terpuji DGCS
2. Sutradara Terpuji Deddy Mizwar
3. Skenario Terpuji Musfar Yasin
4. Editing Terpuji Tito Kurnianto
5. Aktor Cilik Terpuji Sakurta Ginting
- 9) **SINETRON DEMI MASA**
Festival Sinetron Indonesia (FSI) 2005 :
1. Vidya Aktor Utama Deddy Mizwar
2. Vidya Aktris Pembantu Vitta Mariana
Festival Film Bandung (FFB) 2006 :
1. Aktor Utama Terpuji Teddy Syah
Bali International Film Festival 2007 :
1. People Choice Award DGCS
2. Best Actor Deddy Mizwar
- 10) **FILM NAGABONAR JADI 2**
Festival Film Bandung (FFB) 2007 :
1. Film Terpuji DGCS
2. Sutradara Terpuji Deddy Mizwar
3. Skenario Terpuji Musfar Yasin
4. Editing Terpuji Tito Kurnianto
5. Aktor Utama Pria Terpuji Tora Sudiro
6. Aktor Pembantu Utama Pria Terpuji Lukman Sardi
MTV Indonesia Movie Award (MIMA) 2007 :
1. Best Movie DGCS
2. Most Favorite Actor Tora Sudiro
3. Most Favorite Supporting Actress Wulan Guritno
4. Lifetime Achievement Deddy Mizwar
Tribute to Deddy Mizwar dari Jogja Netpac Asian Film Festival (JAFF) 2007
Penghargaan dari Menteri Olahraga dan Pemuda Republik Indonesia 2007
Penghargaan dari Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) 2007
JAK-TV Festival Film Jakarta 2007 :

1. Film Terpilih	DGCS
2. Pemeran Utama Pria Terpilih	Deddy Mizwar
3. Pemeran Pembantu Pria Terpilih	Lukman Sardi
4. Penulis Skenario Terpilih	Musfar Yasin
5. Film Terlaris Oktober 2006 - September 2007	DGCS
Festival Film Indonesia (FFI) 2007 :	
1. Pemeran Utama Pria Terbaik	Deddy Mizwar
2. Pemeran Pendukung Pria Terbaik	Lukman Sardi
3. TataSuara Terbaik	Aditya Susanto/
4. Penulis Skenario Terbaik	Adimolana M.
5. Sutradara Terbaik Pilihan Dewan Juri	Musfar Yasin
6. Film Terbaik	Deddy Mizwar
	DGCS
Jakarta International Film Festival (JIFFEST) 2007 :	
1. Best Director	Deddy Mizwar
Indonesian Movie Awards (IMA) 2008 :	
1. Pemeran Utama Pria Terbaik	Deddy Mizwar
2. Film Terfavorit	DGCS
3. Peran Yang Mencuri Perhatian (Special Awards)	Julian Kunto
Festival Film Bandung (FFB) 2008 :	
1. Sutradara Terpuji	Deddy Mizwar
	Kiky ZKR
2. Sinetron Terpuji	DGCS
3. Skenario Terpuji	Wahyu HS
4. Editing Terpuji	Tim DGCS
SPECIAL AWARD FOR FOREIGN DRAMA - INTERNATIONAL DRAMA FESTIVAL IN TOKYO 2008 - SINETRON PARA PENCARI TUHAN	
11) SINETRON RINDUKU CINTA-MU	
Festival Film Bandung (FFB) 2008 :	
1. Sutradara Terpuji	Dedi Setiadi
2. Sinetron Terpuji	DGCS
3. Pemeran Utama Pria Terpuji	Lukman Sardi
4. Pemeran Pembantu Wanita Terpuji	Happy Salma
5. Penata Artistik Terpuji	H. Ramidi
12) FILM IDENTITAS	
Festival Film Indonesia (FFI) 2009 :	
1. Film Terbaik	DGCS + TITS
2. Sutradara Terbaik	Aria Kusumadewa
2. Pemeran Utama Pria Terbaik	Tio Pakusadewo
3. Artistik Terbaik	Kekev Marlov
13) FILM ALANGKAH LUCUNYA NEGERI INI	
Jakarta International Film Festival (JIFFEST) 2010 :	
1. Film Terbaik	DGCS
Festival Film Indonesia (FFI) 2010 :	
1. Skenario Terbaik	Musfar Yasin
2. Penata Musik Terbaik	Ian Antono
	Thoersi Argeswara
3. Penata Suara Terbaik	Adityawan Susanto
	Novi Dwi R. N.

Karya Deddy menjadi begitu lekat dan dekat dengan publik meski sangat kritis memandang Indonesia. Tidak heran jika Ia berlama-lama dalam proses menulis naskah agar betul-betul pas sesuai dengan kenyataan. Betapa berat menurut beliau untuk menunjukkan kecintaannya pada negeri. Namun

sesungguhnya Deddy Mizwar adalah seseorang yang optimis melihat Indonesia di masa ke depan. Dan hanya dengan pedang kreatifitas seorang Deddy Mizwar mampu menghadirkan cara berpikir yang berbeda melalui film demi Indonesia yang lebih baik (Tim TVOne, 2010:146).

Dari tahun ke tahun PT Demi Gisela Citra Sinema mengalami peningkatan jumlah film dan sinetron yang diproduksinya. Berikut ini grafik peningkatan hasil film dan sinetron yang diproduksi PT Demi Gisela Citra Sinema.



Gambar 2.3 Gambar Grafik Peningkatan Jumlah Film dan Sinetron. Sumber: Dokumen PT Demi Gisela Citra Sinema

Semua produksi yang dibuat oleh PT Demi Gisela Citra Sinema senantiasa berlandaskan pada visi perusahaan yaitu dunia dengan segala kehidupannya adalah sarana beribadah kepada Allah SWT. Maka segala usaha dan kerja dalam

hidup Deddy Mizwar pemilik PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai seorang yang religi (muslim), termasuk perusahaan yang didirikannya, dijalankan dengan mengarah pada tujuan tersebut.

Dalam produksi sinetron misalnya, tema-tema yang ditampilkan lebih banyak mengacu pada tema-tema religi (Islam) yang dikemas dengan nuansa entertainment sehingga bisa dinikmati penonton pada umumnya. Sinetron dan film produksi PT Demi Gisela Citra Sinema menghindari penyajian yang menggurui, vulgar, verbal dan melanggar SARA serta etika. Teknik dalam penyajian film dan sinetron yang ditayangkan lebih merupakan teknik analogi yang tidak secara langsung tapi lebih efektif dan membekas dalam benak pemirsanya. PT Demi Gisela Citra Sinema memiliki tujuan turut mencerdaskan dan mencerahkan ummat dalam hal ini adalah pemirsa. Berkreasi dalam koridor yang seperti ini maka peran produser sangat penting sekali dalam pemilihan tema-tema dan topik pada setiap sinetron dan film yang akan diproduksi.

Film dan sinetron yang diproduksi harus berkisar pada tema-tema religius (Islam) yang juga mengandung nilai-nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat Indonesia pada khususnya. PT Demi Gisela Citra Sinema menyadari bahwa di sekelilingnya ada kompetitor mereka. Namun, mereka tidak merasa khawatir karena PT Demi Gisela Citra Sinema memiliki tujuan yang berbeda dengan *Production House* lain.

Mereka tidak takut film dan sinetronnya tidak laku secara komersial karena memiliki keyakinan yang kuat dengan visi dan misi perusahaan sehingga

tidak keluar dari jalur yang ada. PT Demi Gisela Citra Sinema dan Deddy Mizwar dikenal masyarakat dengan produksinya yang religi. Hal itu semata-mata karena PT Demi Gisela Citra Sinema berusaha untuk lebih bertanggung jawab terhadap pemirsa, khususnya bertanggung jawab kepada Tuhan. Di samping mengandung nilai religius (Islam) kadang disisipkan elemen-elemen humor dalam film dan sinetron yang diproduksinya. Jenis humornya pun harus diseleksi agar tidak melanggar aturan agama.

Karena dikenal masyarakat selalu memproduksi tayangan televisi yang religius (Islam), secara tidak langsung pemirsa selalu mengingat bahwa tayangan yang diproduksi PT Demi Gisela Citra Sinema tidak jauh dari sosok Deddy Mizwar dan selalu bernilai religi (Islam). Hal ini merupakan *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house* religi yang sudah dikonsep dari awal perusahaan tersebut didirikan.

Konsisten dengan tujuan perusahaan dari awal berdiri mereka memproduksi tayangan religi (Islam) secara berturut-turut dan sebagai pelopor sinetron religi pada masa itu. Sehingga imbasnya sampai sekarang citra tersebut menempel di PT Demi Gisela Citra Sinema. Semuanya itu juga berkat sosok Deddy Mizwar yang dinilai inspiratif untuk masyarakat Indonesia sehingga publik mudah mengingatnya. Sosok Deddy Mizwar sudah tidak asing lagi bagi khalayak khususnya orang Indonesia, karena sosok orang yang satu ini merupakan salah satu *conductor* perfilman Indonesia.

Selain sang maestro Deddy Mizwar tentunya ada sekian orang lagi di balik layar yang berada di balik produksi film-film produksi citra sinema baik di layar televisi maupun layar lebar. Tapi memang tidak bisa dipungkiri bahwa Deddy Mizwar lah motor utama dari karya-karya PT Demi Gisela Citra Sinema. Menurut salah satu pemirsa mengungkapkan dari film dan sinetron yang pernah ditontonnya sudah bisa ditangkap kalau PT Demi Gisela Citra Sinema adalah rumah produksi yang religi. Hal itu tercermin dari Deddy Mizwar sebagai produser maupun sutradara yang menjunjung tinggi nilai agama Islam. Dominasi karyanya seperti *Lorong Waktu*, *Kiamat Sudah Dekat*, *Para Pencari Tuhan*, *Alangkah Lucunya Negeri Ini* mengusung tema-tema yang religi. Berbeda dengan rumah produksi lain PT Demi Gisela Citra Sinema selalu menggunakan gaya bahasa pada dialog film atau sinetronnya dengan ringan dan mudah dicerna pemirsanya baik yang awam maupun tidak.

“Film dan sinetron yang dibuat Citra Sinema itu selalu religi sudah bisa ditangkap bahwa Citra Sinema adalah rumah produksi yang religi. Itu tercermin dari sosok Deddy Mizwar sebagai produser atau sutradara menjunjung nilai-nilai agama Islam. Dominasi film dan sinetronnya mengusung tema religi contohnya yang sudah saya tonton itu *Lorong Waktu*, *Kiamat Sudah Dekat*, *Para Pencari Tuhan*, *Alangkah Lucunya Negeri Ini*. Terlihat bedanya dengan rumah produksi lainnya, Citra Sinema selalu menggunakan cara penuturan dengan gaya bahasa yang ringan dan mudah dicerna pemirsa awam pada setiap dialog di filmnya.” (Wawancara dengan Andi salah satu pemirsa dari beberapa film dan sinetron yang diproduksi PT Demi Gisela Citra Sinema)

Positioning PT Demi Gisela Citra Sinema selalu melekat di banyak orang karena pesona Deddy Mizwar sebagai sosok yang berpengaruh bagi masyarakat Indonesia. Deddy Mizwar juga merupakan salah satu elemen dari cara mengkomunikasikan PT Demi Gisela Citra Sinema terhadap khalayak.

“Saya berpengaruh? Kadang-kadang saya merasa seperti itu tapi di sisi lain juga sama seperti yang lain. Contohnya ketika saya mengkritisi suatu hal, ternyata ada yang mengomentari. Dari situ saya baru sadar, ucapan saya punya pengaruh.” (wawancara dengan Deddy Mizwar tanggal 23 Maret 2011)

Namun, menjadi tokoh yang berpengaruh di industri film tidak membuat Deddy Mizwar lupa batasan. Hal itu menjadikannya semakin hati-hati dalam bersikap karena dampaknya tidak hanya untuk dirinya saja namun bagi perusahaannya. Demikian yang membuat Deddy Mizwar dan PT Demi Gisela Citra Sinema konsisten melalui tayangan televisi yang religius (Islam).

Menurut wawancara dengan Hakim Ahmad pada tanggal 20 Mei 2011 untuk urusan klien, pihak manajemen menyerahkan sepenuhnya kepada Deddy Mizwar. Promosi yang dilakukan PT Demi Gisela Citra Sinema tidak menggunakan media seperti brosur, leaflet ataupun iklan di televisi. Karena lebih melakukan promosi melalui komunikasi yang efektif dengan klien atau link yang dimilikinya. Contohnya yang pernah dilakukan adalah bekerjasama dengan Tits Film Workshop menyelenggarakan pemutaran film dan diskusi film keliling kampus, kerjasama dengan SCTV melalui Sinema Wajah Indonesia.

Dukungan dari beberapa sponsor juga dapat mempengaruhi film dan sinetron yang akan diproduksi. Beberapa sponsor yang terikat kerjasama pada sinetron atau filmnya disisipkan pada adegan di film atau sinetron tersebut. Hal itu dimaksudkan bahwa sponsor dapat *feedback* dari apa yang mereka berikan untuk PT Demi Gisela Citra Sinema selain berterimakasih kepada sponsor itu juga sebagai media mereka dalam mengkomunikasikan perusahaan terhadap klien.

“Mereka adalah kerabat kami jadi apa yang mereka inginkan harus bisa direalisasikan dan selalu memberikan yang terbaik bagi sponsor. Karena mereka juga kami bisa memproduksi karya” (Wawancara dengan Deddy Mizwar selaku Direktur Utama PT Demi Gisela Citra Sinema pada tanggal 23 Maret 2011).

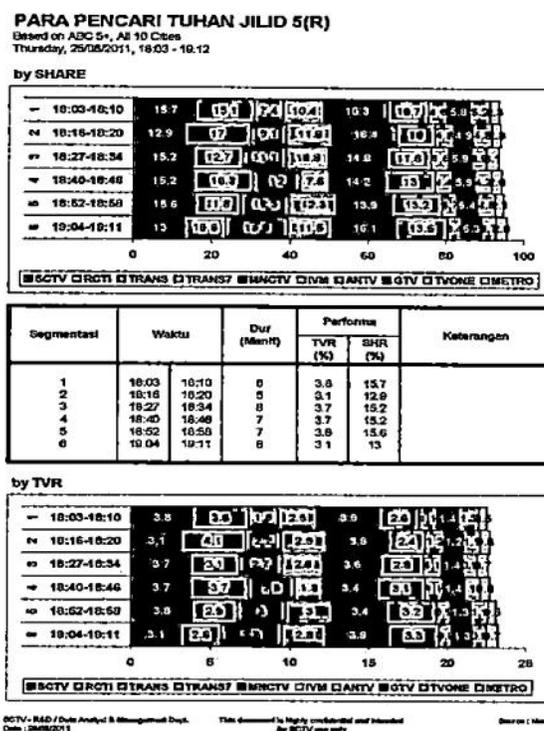
Menurut Deddy Mizwar, tidak semua film menghasilkan untung. Produsen dihadapkan pada dua pilihan yaitu membuat film baik dan idealis dengan konsekuensi tidak dilirik penonton atau memproduksi film esek-esek yang justru mendulang ratusan ribu penonton.

Memang ada film yang banyak ditonton orang ada yang tidak, tapi pada kenyataannya masih perlu ditingkatkan lagi apresiasi masyarakat Indonesia terhadap film. Berikut ini kutipan wawancara dengan Deddy Mizwar pada tanggal 23 Maret 2011:

“Daripada bertaruh membuat film seks yang untungnya belum tentu didapat tapi dosanya sudah pasti lebih baik membuat film yang baik, meskipun belum tentu banyak ditonton orang tapi sudah barang tentu dapat pahalanya”.

Positioning yang dilakukan PT Demi Gisela Citra Sinema dinilai cukup efektif bagi perusahaan. Hal ini didukung juga dengan salah satu pendapat pemirsanya bahwa rumah produksi yang dimiliki Deddy Mizwar itu merupakan rumah produksi yang religi dalam artian beberapa karyanya didominasi dengan film dan sinetron religi. Dalam pikirannya, PT Demi Gisela Citra Sinema adalah rumah produksi yang religi karena pemiliknya Deddy Mizwar. Selain itu terlihat juga dari adanya Deddy Mizwar yang ikut berperan menjadi karakter ustadz atau tokoh agama dalam setiap karya PT Demi Gisela Citra Sinema.

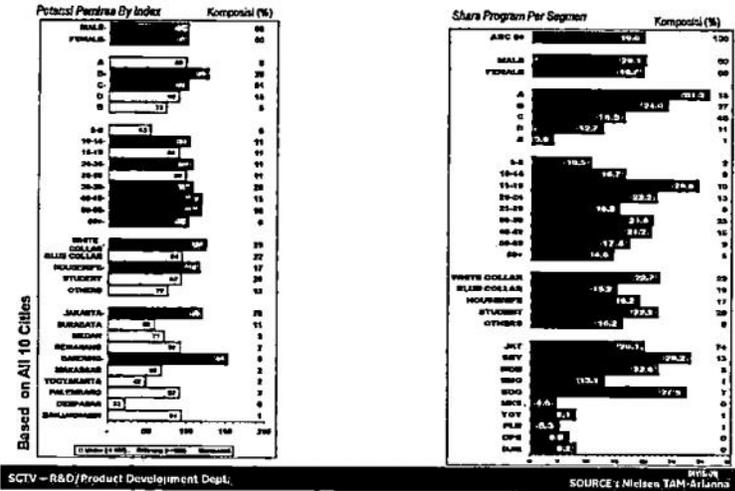
Hasil yang diperoleh dari proses *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema adalah *branding* perusahaan sebagai production house religi di mata pemirsanya. Karena tujuan utama dari perusahaan adalah ingin selalu memproduksi film dan sinetron yang bertemakan religi dengan mengandung kritik dan realitas sosial. Sehingga pada akhirnya PT Demi Gisela Citra Sinema masih dipercayakan menayangkan hasil produksinya melalui kerjasamanya dengan stasiun televisi. Hal itu dilihat dari rating pemirsa SCTV melalui salah satu filmnya yaitu Para Pencari Tuhan.



Gambar 2.4 Rating Para Pencari Tuhan Jilid 5 (Sumber: Dokumen PT Demi Gisela Citra Sinema).



Profil PARA PENCARI TUHAN JILID 5
Kamis 25 Agustus 2011



Gambar 2.5 Potensi Pemirsa By Index dan Share Program Per Segmen pada Sinetron Para Pencari Tuhan Jilid 5.

B. ANALISIS DATA

1. Analisis Proses Perencanaan Positioning PT Demi Gisela Citra Sinema

Melihat kenyataan yang ada pada sekarang ini, banyak sekali muncul *production house* baru yang menawarkan jasanya baik produksi film, sinetron maupun iklan. Hal ini dipengaruhi perkembangan teknologi dan multimedia yang menjadikan masyarakat Indonesia semakin membutuhkan media. Baik untuk sarana informasi, pendidikan, ataupun hiburan. Semakin maraknya dunia pertelevisian di Indonesia semakin bertambah stasiun televisi yang ada di Indonesia. Oleh sebab itu *production house* berlomba-lomba menghasilkan karya yang terbaik. Persaingan antar *production house* di Jakarta menandakan bahwa industri film dan audio visual serta pertelevisian sedang banyak yang melirik. Televisi merupakan media yang diminati berbagai lapisan masyarakat, dari situlah *production house* seharusnya semakin mengetahui bagaimana selera pemirsanya.

Bahkan dalam era industri kreatif yang tumbuh pesat saat ini, industri perfilman merupakan salah satu unsur industri kreatif yang diprediksi akan menjadi industri peringkat ke-4 dalam perkembangan ekonomi global setelah era ekonomi pertanian, ekonomi industri dan ekonomi informasi. Dengan nilai strategis dan posisi penting tersebut maka pengembangan industri perfilman nasional harus digarap secara lebih serius, dengan konsep yang jelas dan langkah yang sistematis. Di tengah kemajuan industri perfilman nasional masih terdapat

sejumlah isu atau tantangan strategis yang perlu ditanggapi dan diupayakan. Isu atau permasalahan tersebut antara lain:

1. Tuntutan produksi film yang bermutu dalam hal ini tema, cerita, tayangan yang memiliki estetika cerdas, mendidik dan mampu mengangkat nilai-nilai luhur budaya bangsa.
2. Penumbuhan dan peningkatan apresiasi atau penghargaan masyarakat akan perfilman nasional.
3. Perluasan pasar film nasional dalam mendukung peningkatan nilai ekonomi produksi film nasional.
4. Peningkatan kapasitas dan kualitas perfilman nasional sebagai industri kreatif.
5. Kemajuan sekaligus persaingan industri dalam konteks global.

(<http://www.budpar.go.id/page.php?ic=512&id=3754> , diakses pada tanggal 21 Desember 2011 pukul 19.30 WIB)

Dengan adanya tantangan isu atau permasalahan yang terjadi pada industri perfilman nasional maka PT Demi Gisela Citra Sinema berusaha memberikan jawaban terhadap isu atau permasalahan yang ada melalui film dan sinetronnya yang selalu dibungkus dengan tayangan religi.

Dari hasil wawancara dengan pihak PT Demi Gisela Citra Sinema, mereka mengakui bahwa *positioning* perusahaan dilakukan dari awal perusahaan didirikan. Sebagaimana diketahui bahwa menurut Kotler *positioning* adalah cara mengarahkan pelanggan dengan kepercayaan (*leading customer credibly*)

positioning adalah "*being strategy*" bagi sebuah perusahaan karena merupakan strategi untuk menempatkan keberadaan kita dibenak pelanggan (Kotler, 2004:50). Itu artinya *positioning* menjadi penentu eksistensi merek, produk dan perusahaan di benak pelanggan.

Positioning yang dilakukan PT Demi Gisela Citra Sinema berdasarkan orientasi Deddy Mizwar terhadap landasan agamanya sejak pertama kali perusahaan didirikan. Hal ini dibuktikan dengan data yang diperoleh peneliti dari PT Demi Gisela Citra Sinema bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema didirikan dan dimiliki oleh Deddy Mizwar sebagai seorang religius (muslim) dan beliau ingin mengorientasikan hidupnya pada ibadah kepada Allah dengan landasan Surat Az Zariat ayat 51.

Landasan agama yang dipegang kuat oleh PT Demi Gisela Citra Sinema akan menjadi sebuah boomerang tersendiri bagi perusahaan jika kenyataannya hasil produksinya tidak sesuai dengan landasan agama Islam. Sudut pandang mengenai religi itu banyak sekali sehingga PT Demi Gisela Citra Sinema harus memiliki cara tersendiri untuk bisa menyampaikan pesan terhadap pemirsanya bahwa mereka adalah *production house* yang religi (Islam).

Dalam proses perencanaan *positioning* dimulai dari bagaimana PT Demi Gisela Citra Sinema menentukan *positioningnya* yang sesuai dengan tujuan perusahaan dan siapa target pemirsanya. Menurut pandangan peneliti dari data dan hasil wawancara yang diperoleh, apapun yang dilakukan Deddy Mizwar termasuk perusahaan yang didirikannya akan dijalankan dengan berpedoman pada ibadah atau religi (Islam). Sehingga semua karya yang diproduksi PT Demi Gisela Citra

Sinema hendaknya bertemakan religius hal itu merupakan bagian dari *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema sejak awal berdirinya. Sedangkan tujuan utama dari PT Demi Gisela Citra Sinema adalah memproduksi film ataupun sinetron religi (Islam). Namun dari beberapa data yang diperoleh, peneliti memandang bahwa ada tujuan lain dari PT Demi Gisela Citra Sinema yaitu mengemas karya produksinya dengan memasukkan nilai budaya, kritik sosial yang sesuai realitas dalam masyarakat dengan ciri khas produksi-produksinya selalu diselingi elemen-elemen humor yang tidak melanggar aturan agama. Target pemirsanya merupakan masyarakat umum kalangan menengah ke bawah.

Berdasarkan data wawancara di atas peneliti memandang bahwa *corporate branding* pada PT Demi Gisela Citra Sinema tidak direncanakan namun dengan kata lain mengikuti alur *positioning* perusahaan yang dilakukan dari pertama kali perusahaan didirikan. Dalam hal ini *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema berdasarkan pada tujuan perusahaan yakni selalu memproduksi karya yang bertemakan religi (Islam) yang ditargetkan untuk pemirsanya yaitu masyarakat umum kalangan menengah ke bawah.

Menurut peneliti hal tersebut dimaksudkan sebagai pedoman perusahaan agar konsisten dengan memproduksi film atau sinetron dalam batasan tema religi dan memiliki identitas sendiri agar mudah diingat dibenak pemirsa dengan tema religinya. Walaupun pada realitasnya PT Demi Gisela Citra Sinema tidak hanya memproduksi film yang murni religi (Islam) seperti film Naga Bonar Jadi Dua, Kentut dan Film Televisi dalam program Sinema Wajah Indonesia. Unsur religi di

dalam film tersebut hanya menjadi pelengkap film agar terlihat oleh pemirsa yang menonton bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema adalah *production house* religi.

Pada sajian data telah disebutkan ada 4 latar belakang proses terbentuknya PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house* yang memproduksi film dan sinetron religi (Islam). Salah satu latar belakangnya adalah keprihatinan terhadap film nasional yang banyak bermunculan film dan sinetron bertemakan horor, seks serta percintaan remaja. Dari latar belakang tersebut peneliti berpendapat bahwa *positioning* dilakukan PT Demi Gisela Citra Sinema dengan adanya keprihatinan terhadap film nasional yang kurang bermutu sehingga Deddy Mizwar sebagai pemilik perusahaan melihat peluang akan tema religi. Walaupun tujuan utama PT Demi Gisela Citra Sinema adalah memproduksi film dan sinetron religi (Islam) namun isu yang diangkat merupakan realitas sosial yang sering ditemui pada masyarakat.

Rhenald Kasali (1992:164) mengemukakan bahwa *positioning* memerlukan strategi yang tepat untuk dapat menonjolkan karakteristik produk, mutu, penggunaan, *positioning* menurut pemakaiannya, kelas produk dan *positioning* langsung terhadap pesaing. Dalam hal ini PT Demi Gisela Citra Sinema hanya menerapkan 2 variabel dari 6 variabel pada teori yang dikemukakan Rhenald Kasali :

1.) Memberikan nama perusahaan dan mengidentifikasi pesaing secara luas.

Secara khusus PT Demi Gisela Citra Sinema sendiri tidak menentukan pesaingnya karena alasannya bahwa pesaing mereka adalah semua *production house* yang ada di Jakarta. Baik *production house* tersebut

sama-sama memproduksi tayangan film atau sinetron religi (Islam) maupun tidak.

2.) Menganalisa preferensi pemirsa terhadap produk perusahaan. Produk PT Demi Gisela Citra Sinema adalah memproduksi film dan sinetron religi (Islam) yang ditayangkan baik di televisi maupun bioskop. Pihak perusahaan menganalisisnya dengan cara selalu update berita-berita tentang isu perfilman yang ada di Indonesia sehingga dapat mencari celah untuk memproduksi tayangan televisi yang belum pernah dibuat oleh pesaing. Survey pun dilakukan melalui rating pemirsa yang diberikan SCTV kepada PT Demi Gisela Citra Sinema. Karena dari PT Demi Gisela Citra sendiri tidak melakukan survey secara khusus terhadap pemirsanya hanya melakukan survey secara personal melalui tanggapan dari kerabat atau masyarakat.

Teori dari Rhenald Kasali tersebut tidak dilakukan dengan efektif karena dari 6 variabel yang ada pada teori hanya 2 variabel yang sudah dilakukan PT Demi Gisela Citra Sinema. Peneliti melihat bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema masih kurang detail dalam mengidentifikasi pesaingnya sedangkan banyak sekali *production house* di Jakarta yang lebih berkualitas. Padahal menurut peneliti hal ini sangat penting bagi PT Demi Gisela Citra Sinema untuk lebih luas melihat peluang dalam industri film. Apalagi dengan mengikuti perkembangan zaman pada saat ini semakin banyaknya *production house* yang bermunculan tidak hanya di Jakarta saja namun di daerah lokal yang cukup bersaing. Di samping itu jika PT Demi Gisela Citra Sinema dapat menentukan siapa pesaing

utamanya maka akan membantu mereka mengukur *positioning* yang sudah dilakukan.

Tidak cukup untuk PT Demi Gisela Citra Sinema hanya melakukan survey pribadi saja setidaknya mereka melakukan survey yang valid terhadap pemirsa kepada pesaingnya sehingga apa yang diinginkan pemirsanya akan lebih jelas. Karena jika hanya dilakukan personal saja hasil survey dianggap tidak obyektif terhadap PT Demi Gisela Citra Sinema. Rating pemirsa yang didapat dari SCTV juga tidak cukup karena hal tersebut hanya sebagai tolak ukur sementara beberapa karya yang diproduksi. Tidak sebagai tolak ukur pemirsa terhadap *positioning* yang dilakukan PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house* religi. Sejauh ini mereka mengetahui hasil *positioningnya* sebagai *production house* religi hanya dari survey personalnya saja. Maka dari itu peneliti mencoba melakukan survey terhadap pemirsa terutama masyarakat menengah ke bawah mengenai *positioning* yang dilakukan PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house* religi (Islam).

Perencanaan *positioning* yang dilakukan PT Demi Gisela Citra Sinema dinilai kurang matang meskipun sampai saat ini tujuan perusahaan sudah tercapai. Yaitu apapun yang dilakukan perusahaan harus untuk beribadah dan bermanfaat bagi orang banyak. Walaupun dalam perencanaannya PT Demi Gisela Citra Sinema tidak mengidentifikasikan secara khusus siapa pesaingnya. Menurut peneliti perencanaan *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema dinilai kurang matang karena tidak melakukan tahap yang sesuai dengan teori. Sehingga PT Demi Gisela Citra Sinema masih belum dapat membuktikan dengan data bahwa

tujuan mereka sudah tersampaikan pada pemirsanya. Menurut wawancara peneliti dengan pemirsa ada beberapa film dan sinetron yang tidak bertemakan religi. Namun film dan sinetron tersebut agar lebih menarik pemirsanya dilengkapi unsur religi (Islam) yang dipadukan dengan nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat Indonesia pada khususnya yang diselingi dengan komedi. Peneliti memandang bahwa unsur komedi juga harus dipertimbangkan karena harus sesuai dengan target pemirsa dari PT Demi Gisela Citra Sinema yaitu masyarakat menengah ke bawah. Dengan demikian komedi yang dihadirkan dalam setiap film ataupun sinetronnya harus diperhatikan agar mudah dicerna pemirsanya.

2. Analisis Pelaksanaan Proses Positioning PT Demi Gisela Citra Sinema

PT Demi Gisela Citra Sinema menyadari bahwa penonton tidak hanya membutuhkan hal-hal yang bernilai luhur, tapi juga membutuhkan kesenangan selama menonton. Sehingga pemirsa dalam hal ini adalah konsumen PT Demi Gisela Citra Sinema menerima pesan bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema merupakan *production house* religi (Islam). Hal tersebut terbukti dari wawancara peneliti kepada beberapa pemirsa film dan sinetron yang diproduksi oleh PT Demi Gisela Citra Sinema.

Menurut peneliti dengan posisi PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house* yang memproduksi film dan sinetron religi (Islam), maka sebelum diproduksi karyanya harus diriset terlebih dahulu agar realistis dan mudah diterima masyarakat kalangan menengah ke bawah sebagai pemirsanya. Secara tidak langsung dimaksudkan bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema mempunyai segmentasi yang lebih besar terhadap masyarakat kelas menengah ke

bawah. Dari hal itu *positioning* perusahaan bisa dikatakan sudah dilaksanakan namun masih kurang efektif.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa *positioning* tak lain adalah upaya untuk membangun dan mendapatkan kepercayaan pelanggan. PT Demi Gisela Citra Sinema mendapatkan kepercayaannya dari klien. Contohnya ketika bekerjasama dengan SCTV melalui program Sinema Wajah Indonesia. Pertama kalinya PT Demi Gisela Citra Sinema membantu memproduksi FTV untuk program tersebut pada tahun 2010. Karena meraih kesuksesan dan prestasi di ajang FTV Award 2011 maka SCTV kembali bekerjasama dengan PT Demi Gisela Citra Sinema dalam penggarapan FTV untuk program Sinema Wajah Indonesia untuk tahun 2011. SCTV percaya bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema dapat memproduksi tayangan televisi yang bermanfaat bagi pemirsanya. Karena karya-karyanya selalu bermuatan dakwah dan pesan moral. Hal itu dilihat dari keberhasilan PT Demi Gisela Citra Sinema saat memproduksi sinetron religi yang ditayangkan di SCTV seperti Lorong Waktu 1 sampai 6, Kiamat Sudah Dekat 1 sampai 3 dan Para Pencari Tuhan Jilid 1 sampai 5.

Nilai plus bagi perusahaan ketika klien percaya dengan apa yang mereka tawarkan. Namun jika PT Demi Gisela Citra Sinema tidak melihat pesaing di sekitarnya maka bisa jadi SCTV yang pernah mengajak kerjasama tersebut memberikan kewenangan kepada *production house* lain.

PT Demi Gisela Citra Sinema juga harus bisa mempertahankan apa yang menjadi keunikan dari FTV yang dibuatnya dan pastinya lebih mengedepankan inovasi terhadap ide ceritanya agar tidak melulu pada satu tema. Berhasil atau

tidaknya karya itu sebenarnya ditentukan oleh pemirsanya. Seharusnya PT Demi Gisela Citra Sinema melakukan survey terhadap tanggapan pemirsa terhadap perusahaannya yang memproduksi tayangan film dan sinetron religi. Karena hal tersebut dapat dijadikan sebagai evaluasi perusahaan terhadap karya yang sudah mereka buat.

Konsep positioning berhubungan erat dengan bagaimana konsumen memproses informasi. Dalam hal ini PT Demi Gisela Citra Sinema perlu mengetahui bagaimana *positioning* perusahaan sampai di benak pemirsanya melalui film dan sinetron yang diproduksinya. Seperti yang dikatakan Al Ries dan Trout menyatakan bahwa positioning bukan hanya menyangkut apa yang dilakukan terhadap produk (barang atau jasa) tetapi apa yang kita lakukan terhadap pikiran atau benak konsumen (Lupiyoadi, 2001:48).

Misalnya akibat kualitas Para Pencari Tuhan yang bagus, tak kurang Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengemukakan pujiannya terhadap sinetron religi tersebut. Deddy Mizwar dan kru serta pemain Para Pencari Tuhan kemudian diundang presiden SBY ke Istana untuk berbuka puasa bersama. Menurut Presiden SBY, tontonan yang penuh dengan pendidikan mengenai aktualisasi Islam dan praktik pemahamannya di kalangan masyarakat dinilai harus terus dilakukan mengingat hingga saat ini banyak warga masyarakat Indonesia yang buta tentang pelaksanaan Rukun Islam dan Rukun Iman (<http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=234278>, diakses pada tanggal 19 November 2011 pukul 22.00 WIB).

Karena rating sinetron religi tersebut selalu bagus dan diterima masyarakat maka SCTV terus ingin bekerjasama dengan PT Demi Gisela Citra Sinema. Dapat dilihat kelemahan dari PT Demi Gisela Citra Sinema yakni mereka hanya mengandalkan popularitas Deddy Mizwar sebagai seorang tokoh yang religius (Islam). Pada nantinya akan terus tergantung dengan citra Deddy Mizwar itu sendiri. Sampai saat ini masyarakat masih menganggap bahwa Deddy Mizwar memberikan citra positif terhadap perusahaan. Tetapi suatu nanti bisa jadi beliau memberikan citra negatif terhadap perusahaan seiring dengan popularitasnya. Berbahaya ketika isu negatif beredar di publik tentang Deddy Mizwar karena akan mempengaruhi posisi perusahaan sebagai *production house* religi.

Di sini peneliti melihat bahwa semakin kredibel di mata klien berarti semakin kokoh pula positioning yang dibangun tersebut. Oleh sebab itu peneliti mempertimbangkan dari melihat beberapa teori bahwa tujuan *positioning* adalah untuk membedakan persepsi perusahaan dengan produk atau jasa dari pesaing. Positioning ada kaitannya dengan keberhasilan suatu perusahaan layaknya PT Demi Gisela Citra Sinema dalam mengkomunikasikan produknya yang berupa jasa kepada kliennya. Peneliti melihat dari proses dari awal berdirinya bahwa hingga saat ini PT Demi Gisela Citra Sinema dikonstruksikan oleh masyarakat khususnya pemirsa tayangan yang diproduksinya dan para kliennya sebagai *production house* yang memproduksi sinetron dan film yang bermuatan religi (Islam).

Persepsi masyarakat terhadap PT Demi Gisela Citra Sinema dari awal berdirinya yaitu melulu membuat sinetron dan tayangan televisi yang bernilai

religi (Islam). Oleh sebab itu *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *production house* religi dibangun karena persepsi masyarakat dan klien PT Demi Gisela Citra Sinema. Padahal peneliti melihat bahwa persepsi masyarakat terhadap perusahaan dinilai subyektif. Karena orang yang dimintai tanggapannya oleh PT Demi Gisela Citra Sinema baru orang-orang terdekat perusahaan bukan masyarakat awam yang tidak banyak berpihak pada perusahaan. Memang seharusnya dilakukan survey tersendiri dari PT Demi Gisela Citra Sinema terhadap pemirsanya yang bersifat netral tidak hanya mengandalkan rating untuk sebuah tolak ukur. Sehingga dalam penilaiannya menghasilkan data yang valid dan obyektif. Hal itu berhubungan dengan bagaimana perusahaan memainkan komunikasi agar dalam benak konsumen terus tertanam citra perusahaan yang positif. Ditambah lagi dengan adanya pengaruh sosok yang dipandang religius (Islam) dan tokoh inspiratif bagi masyarakat Indonesia yaitu Deddy Mizwar.

PT Demi Gisela Citra Sinema banyak mendapat dukungan sponsor tetapi menurut peneliti hal ini terkadang menjadi sebuah kerugian karena film dan sinetronnya malah menjadi sebuah ajang iklan. Contohnya Promag, Oli Top 1, Motor Yamaha dalam film Para Pencari Tuhan Jilid 5 dan Pada Film Kentut juga terlihat jelas kepentingan sponsor seperti Sozzis dan Real Good yang dominan masuk ke dalam frame di sela-sela adegan. Hal tersebut menjadi berlebihan dan tidak penting sering kali mengganggu penonton untuk melihatnya. Kepentingan sponsor seharusnya dibatasi oleh PT Demi Gisela Citra Sinema agar tidak terlihat sebagai ajang iklan yang berlebihan sehingga mengurangi kualitas film dan

sinetron yang diproduksinya. Itu dapat mengakibatkan kepentingan perusahaan akan bergeser.

Pada kenyataannya saat ini PT Demi Gisela Citra Sinema tidak hanya memproduksi tayangan yang bernuansa religi saja. Buktinya mereka bekerjasama dengan SCTV memproduksi FTV pada program Sinema Wajah Indonesia sedangkan disitu yang diangkat adalah cerita tentang budaya lokal di Indonesia yang tidak hanya mengutamakan nilai religi saja namun nilai sosial, budaya, dan lain sebagainya. Selain itu juga SCTV bekerjasama dengan PT Demi Gisela Citra Sinema akan memproduksi serial teevisi pada tahun 2012 yaitu Anak Kaki Gunung. Terlihat dari situlah PT Demi Gisela Citra Sinema tidak pantas juga diposisikan sebagai *production house* religi karena makna religi tidak sepenuhnya melekat kepada perusahaan. Menurut peneliti tujuan utama perusahaan adalah memproduksi film dan sinetron yang bertemakan religi (Islam) akan tetapi perusahaan juga memiliki tujuan lain yaitu memproduksi film dan sinetron yang sesuai dengan realitas serta kritik sosial. Hal tersebut dengan memasukkan unsur lain selain religi (Islam) yaitu nilai sosial, budaya dan nilai lain yang tidak melanggar aturan agama.

3. Analisis Hasil yang Diperoleh dan Evaluasi PT Demi Gisela Citra Sinema

Sutisna menjelaskan bahwa positioning sebagai cara pemasar menanamkan citra, persepsi dan persepsi imajinasi atas produk yang ditawarkan kepada konsumen melalui proses komunikasi (Sutisna, 2002:258). Maksud Sutisna yaitu *Positioning* bukan menempatkan produk untuk segmen tertentu

tetapi berusaha menanamkan citra produk, jasa atau perusahaannya kepada segmen yang dipilih. Begitu juga dengan PT Demi Gisela Citra Sinema, klien sudah terlebih dahulu tahu citra mereka yang konsisten dengan memproduksi tayangan televisi yang bermutu dan bermuatan dakwah. Ada 7 kriteria sebuah keunggulan yang layak untuk ditampilkan menurut Rambat Lupiyoadi (2001: 48-49), namun hanya 5 kriteria yang dimiliki PT Demi Gisela Citra Sinema yaitu :

- a) Penting, hal ini sebuah keunggulan dimana harus memiliki kemampuan yang dianggap sangat penting oleh cukup banyak klien. Menurut peneliti PT Demi Gisela Citra Sinema dinilai penting karena mereka mempunyai keunggulan dapat memproduksi tayangan televisi yang bermuatan religi (Islam) disuguhkan dengan komedi tentunya yang tidak melanggar aturan agama.
- b) Berbeda, maksudnya berbeda di sini adalah belum ada pesaing yang memposisikan atau menawarkan keunggulan itu atau misalnya mereka sudah ada yang menawarkannya namun masih dengan cara yang umum dipakai. Peneliti menilai PT Demi Gisela Citra Sinema berbeda dengan *production house* yang lain terutama yang ada di Jakarta. Karena pengaruh sosok Deddy Mizwar sebagai pemilik perusahaannya mereka tidak perlu banyak melakukan *positioning* tanpa itu pun branding perusahaan sudah tertanam pada khalayak dengan melihat hasil karyanya yang religi (Islam). PT Demi Gisela Citra sinema berusaha konsisten dengan visi misi perusahaannya yang berpedoman pada Al-Qur'an dan memproduksi karya sinema yang berorientasi pada pencerdasan dan pencerahan umat.

c) Unggul (superior), keunggulan itu lebih baik dibanding yang dimiliki produk atau jasa lainnya yang dimiliki oleh kompetitor. PT Demi Gisela Citra Sinema dikatakan cukup berani keluar dari jalur yang ada di tengah kemajemukan tema dan *branding* yang ada pada *production house*. Alenia Pictures misalnya, adalah satu-satunya perusahaan film yang menegaskan diri sebagai penggarap film anak berkualitas. *Production house* milik pasangan Ari Sihasale dan Nia Zulkarnain yang sukses menggarap film perdana mereka berjudul Denias, Senandung di Atas Awan. Walaupun beberapa filmnya kurang terdengar, namun karya Alenia Pictures merupakan karya film yang berkelas dan sangat khas ke-Indonesiaan. Di sisi lain Nia Dinata mendirikan *production housenya* yaitu Kalyana Shira Film. Mereka berusaha selalu memproduksi film berkualitas karena menurutnya masyarakat Indonesia masih haus akan film-film berkualitas yang memberikan masukan bagi kehidupan dan tidak kurang dapat menghibur penontonnya. Walaupun sama-sama menghasilkan karya yang berkualitas, keunggulan PT Demi Gisela Citra Sinema dibandingkan dengan *production house* lainnya yakni beberapa film dan sinetronnya menunjukkan nilai religi dan mampu mendapatkan tempat di hati para pemirsanya seperti Film Kiamat Sudah Dekat, Sinetron Kiamat Sudah Dekat, Sinetron Demi Masa, Film Nagabonar Jadi 2, Para Pencari Tuhan dan lain sebagainya. Selain bermutu dan bermuatan religi (Islam), PT Demi Gisela Citra Sinema juga memproduksi film yang terkait dengan kritik sosial maupun nasionalisme. Dari banyaknya penghargaan dan

prestasi yang diraih itupun menjadi sebuah keunggulan PT Demi Gisela Citra Sinema.

- d) Dapat dikomunikasikan, ini penting karena keunggulan itu harus dapat dikomunikasikan kepada pembeli atau calon pembeli sehingga menjadi perhatian mereka. Keunggulan yang dimiliki PT Demi Gisela Citra Sinema dikomunikasikan melalui hasil karya yang telah diproduksinya baik berupa film maupun sinetron. Peneliti mengungkapkan, karena pengaruh citra positif dari Deddy Mizwar PT Demi Gisela Citra Sinema dapat mengkomunikasikan keunggulan perusahaan kepada klien maupun calon kliennya.
- e) Pelopor, dalam hal tersebut pesaing susah meniru keunggulan yang dimiliki. Pada tahun 1990 sinetron atau drama religi memang belum banyak dikenal masyarakat pada umumnya. Sebelum mendirikan PT Demi Gisela Citra Sinema, Deddy Mizwar terlebih dahulu memproduksi film *Abunawas* yang kemudian dilanjutkan memproduksi sinetron *Hikayat Pengembara*. Kedua film tersebut mendapat sambutan baik oleh masyarakat karena dinilai sebagai tayangan religi yang mendidik. Kemudian Deddy Mizwar mendirikan perusahaannya di tahun 1997. Produksi pertama serial islami adalah *Lorong Waktu* yang diproduksi pada tahun 1999 dan dirancang khusus untuk mengisi acara di bulan Ramadhan. Sebagai pelopor yang terus mengembangkan tayangan televisi bermuatan religi (Islami) hingga kini *production house* milik Deddy Mizwar ini rutin memproduksi sinetron maupun film religi yang mewarnai layar kaca pada

bulan Ramadhan. Demi Masa, Kiamat Sudah Dekat, dan Para Pencari Tuhan menampilkan nuansa Islami yang unik di televisi. Kiamat Sudah Dekat bahkan diproduksi sebagai film layar lebar. Setelah PT Demi Gisela Citra Sinema sering memproduksi film dan sinetron bermuatan religi (Islam) bahkan banyak *production house* lain yang muncul memproduksi film dan sinetron yang bernuansa religi.

Dari keunggulan-keunggulan yang dimiliki PT Demi Gisela Citra Sinema di atas akan dapat menjadi kelemahan apabila mereka tidak mempertahankan keunggulan tersebut. Karena akan semakin banyak pesaing yang mulai melirik industri film. Sehingga keunggulan PT Demi Gisela Citra Sinema dapat mudah terbaca oleh pesaingnya.

Pada sajian data dijelaskan bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema merupakan *production house* yang produktif. Setiap tahunnya mereka memproduksi film ataupun sinetron yang senantiasa mengutamakan kualitas. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya penghargaan yang sudah diraih PT Demi Gisela Citra Sinema dari awal berdirinya. Sinetron dan film produksi PT Demi Gisela Citra Sinema dikenal konsisten mengandung muatan religi dan komedi, meski beberapa judul bergenre drama. Dari hal tersebut peneliti memandang bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema fokus terhadap tema religi yang diselipkan realitas sosial maupun nilai lain dengan dikemas komedi yang tetap pada alur religi (Islam). Namun produktif atau tidaknya menurut peneliti masih belum jelas dilihat dari sudut pandang seperti apa karena masih banyak *production house* lainnya yang setiap tahunnya juga memproduksi karyanya.

Setelah melakukan penelitian, peneliti mengamati agar *positioning* dapat dibangun dalam upaya menghadapi persaingan yaitu dengan cara perusahaan tersebut harus dapat menggali ciri khas yang melekat padanya sehingga produknya dapat dibedakan dengan produk pesaing. Tetapi pada akhirnya apa yang dikonstruksikan publik terhadap PT Demi Gisela Citra Sinema ternyata dinilai penting bagi perusahaan untuk menanamkan keunggulan produk yang mereka tawarkan.

Sebagaimana dijelaskan pada sajian data bahwa hasil produksi film dan sinetron PT Demi Gisela Citra Sinema selalu diterima masyarakat terutama kalangan menengah ke bawah. Hal itu dibuktikan dalam wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pemirsa yang menyebutkan bahwa gaya bahasa dan dakwah dari film-film PT Demi Gisela Citra Sinema sangat ringan dan mudah diterima bagi masyarakat awam yang menonton. Selain itu dilihat juga dari cerita-ceritanya yang selalu mengangkat dari realitas yang ada pada masyarakat Indonesia kalangan menengah ke bawah dengan memberikan sentuhan komedi.

Oleh karena komitmen PT Demi Gisela Citra Sinema terhadap visi dan misi perusahaannya maka mereka tidak takut kepada pesaing-pesaingnya yang mungkin lebih baik dari mereka. Semua kalangan, siapapun dan di manapun bisa menjadi klien mereka asal bisa berjalan sesuai komitmen yang dijalankan PT Demi Gisela Citra Sinema. Tapi bukan berarti juga mereka seandainya bekerjasama dengan kliennya. Dalam hal klien pihak manajemen menyerahkannya pada Deddy Mizwar. Artinya itu urusan pribadi antara Deddy Mizwar dan pihak klien jadi karyawan lain tidak berhak ikut campur karena itu menjadi kewenangan dan

kebijakan seorang Direktur Utama untuk menentukan siapa yang menjadi klien mereka. Menurut peneliti mereka harus tetap melihat tujuan utama perusahaan sehingga dapat jelas dalam menentukan siapa kliennya agar *positioning* perusahaan dapat tercapai sesuai dengan yang diinginkan. Peneliti berpendapat bahwa menentukan klien juga merupakan unsur dalam keberhasilan *positioning*. Dalam hal ini PT Demi Gisela Citra Sinema tidak menentukan siapa kliennya dari awal berdirinya perusahaannya. Sehingga masih belum bisa dikatakan bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema berhasil melakukan *positioning*.

Peneliti memiliki pandangan bahwa *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema sudah dikonsept dari awal perusahaan berdiri yakni memproduksi tayangan religi. PT Demi Gisela Citra Sinema sebenarnya tidak melulu memproduksi karya yang bernuansa religi saja karena beberapa karyanya pun banyak yang mengandung kritik sosial dan nasionalisme. Namun, karena pada awalnya mereka dikenal dominan memproduksi tayangan televisi yang religi (Islam) maka di benak klien dan masyarakat tertanam bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema merupakan perusahaan milik Deddy Mizwar seorang tokoh terkenal religius yang karya-karyanya selalu bernuansa religi (Islam) sehingga tercipta di benak masyarakat sebagai *production house* religi. Padahal makna religi itu tidak bisa diukur dengan apapun karena mempunyai banyak makna. Pada akhirnya hal itulah yang menjadikan PT Demi Gisela Citra Sinema memiliki kekuatan *branding* sehingga mampu konsisten dengan tujuan mereka.

Tujuan dilakukannya *positioning* adalah untuk membedakan persepsi perusahaan berikut produk dan jasanya dari pesaing. Disini *positioning* berperan

dalam membantu branding PT Demi Gisela Citra Sinema sebagai *Production House* religi. Karena *positioning* berkaitan sekali dengan keberhasilan dari sebuah perusahaan layaknya PT Demi Gisela Citra Sinema dalam mengkomunikasikan produknya yang berupa jasa kepada konsumen. Tujuan PT Demi Gisela Citra Sinema memosisikan diri sebagai *production house* yang religi (Islam) dimaksudkan untuk menjadi sebuah pedoman perusahaan agar tetap konsisten pada jalur perusahaan bahwa semua produksinya tetap dalam batasan tema-tema atau topik berkisar pada tema religi (Islam). Sehingga film dan sinetronnya memiliki identitas tersendiri karena mudah diingat dibenak penonton dengan tema religinya. (Wawancara dengan Deddy Mizwar selaku pemilik sekaligus Direktur Utama PT Demi Gisela Citra Sinema pada tanggal 23 Maret 2011)

Oleh karena itu *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema berhubungan dengan bagaimana memainkan komunikasi agar dalam benak konsumen tertanam citra perusahaan yaitu sebagai *Production House Religi*. *Positioning* itu sudah dikatakan berhasil menurut PT Demi Gisela Citra Sinema karena dibuktikan dari wawancara kepada pemirsanya yang mengatakan bahwa PT Demi Gisela Citra Sinema merupakan *production house* religi dengan menonton beberapa film dan sinetron yang diproduksi. PT Demi Gisela Citra Sinema juga berusaha konsisten dengan tujuan dan visi misi perusahaan dengan selalu memproduksi film dan sinetron yang bermuatan religi. Walaupun menurut peneliti pada kenyataannya selalu dikolaborasi dengan nilai-nilai sosial, politik, budaya dan komedi. Hal ini peran produser dalam memilih cerita yang sesuai dengan

positioning perusahaan yaitu sebagai *production house* religi dinilai sangat penting agar dalam berkreasi tidak keluar dari jalur religi.

Seperti yang didefinisikan oleh Sutisna menjelaskan bahwa positioning sebagai: “cara pemasar menanamkan citra, persepsi dan persepsi imajinasi atas produk yang ditawarkan kepada konsumen melalui proses komunikasi” (Sutisna, 2002:258). Jadi *positioning* bukan menempatkan produk untuk segmen tertentu tetapi berusaha menanamkan citra produk atau jasa kepada segmen yang dipilih. Dalam penciptaan merek (branding), strategi seperti *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* menjadi acuan dasar dalam branding ketika produk diciptakan. Meskipun positioning merupakan strategi komunikasi, namun positioning tetap menjadi pertimbangan penting dalam membangun sebuah merek.

Wujud dari *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema adalah memproduksi karyanya yang bertemakan religi. Dengan memiliki keunikan bahwa di setiap film dan sinetronnya selalu mencantumkan bumper in dan bumper out agar pemirsa mengetahui bahwa film atau sinetron tersebut adalah karya PT Demi Gisela Citra Sinema. *Target audience* dari PT Demi Gisela Citra Sinema adalah meningkatkan jumlah penonton film atau sinetron religi yang nantinya bisa dilihat melalui rating pemirsa yang diperoleh dari stasiun televisi. Pesaing dari PT Demi Gisela Citra Sinema itu sendiri adalah semua *production house* terutama yang berada di Jakarta dan sekitarnya.

Dikatakan di awal bahwa Deddy Mizwar membuat PT Demi Gisela Citra Sinema dengan konsep produksinya yang religi dan segmentasi pemirsanya adalah masyarakat umum kalangan menengah ke bawah. Seperti yang dikatakan

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam buku Manajemen Pemasaran mendefinisikan corporate branding adalah memberikan kekuatan merek kepada produk dan jasa (2009:260). Merek yang berhasil adalah yang memiliki komitmen jangka panjang serta pemasarannya secara kreatif.

Selama 14 tahun sudah PT Demi Gisela Citra Sinema konsisten dengan hasil karyanya yang selalu mengkat tema-tema religius (Islam) yang digabungkan dengan nilai-nilai sosial yang ada. Dari beberapa pendapat masyarakat mengatakan bahwa film dan sinetron karya Deddy Mizwar dan perusahaannya mencoba membuat suatu hal yang lebih logis dari film-film lainnya.

PT Demi Gisela Citra Sinema harus memperhatikan apa yang diinginkan masyarakat untuk mendapatkan tayangan televisi yang mendidik. Agar masyarakat lebih memilih menonton karya mereka. Tapi apabila PT Demi Gisela Citra Sinema tidak memberikan inovasi dan ide-ide baru dalam filmnya dengan kata lain selalu *update* dengan isu yang ada di masyarakat maka masyarakat sebagai pemirsanya akan mengalami kebosanan dengan film dan sinetron yang diproduksi. PT Demi Gisela Citra Sinema juga harus bisa melakukan pendekatan dengan membangun hubungan baik kepada lingkungannya. Masyarakat berpengaruh besar terhadap kemajuan PT Demi Gisela Citra Sinema untuk mengetahui isu-isu yang berkembang.

Diferensiasi juga diperlukan dalam corporate branding agar produk yang ditawarkan memiliki perbedaan maupun keunikan tersendiri dibandingkan dengan perusahaan lain. Keunikan PT Demi Gisela Citra Sinema adalah memproduksi karya yang bertemakan religi bedanya dengan *production house* yang lain mereka

mengimbangnya dengan humor-humor cerdas yang penuh dengan kritik sosial. Namun berbahaya juga jika unsur humornya tidak lucu atau tidak sesuai dengan perkembangan zaman dan pemirsanya.

Dengan menghasilkan karya yang terbaik dan berkualitas tentunya serta bermanfaat bagi orang banyak menurut peneliti PT Demi Gisela Citra Sinema harus mempertahankan reputasi perusahaannya. Meskipun pengaruh citra Deddy Mizwar sangat besar tidak dapat dipungkiri bahwa ada kemungkinan citra perusahaan akan menurun karena sikap atau ulah Deddy Mizwar sendiri. Maka dari itu Deddy Mizwar harus bisa berhati-hati dalam bersikap di depan publik sehingga tidak mempengaruhi citra dari perusahaannya. Salah sedikit saja Deddy Mizwar dalam bersikap akan menjadi sebuah berita besar yang dampaknya kurang bagus untuk perusahaannya. Kekuatan perusahaan sebenarnya ada pada pemilik perusahaannya itu sendiri. Istilah lainnya perusahaan mencerminkan siapa yang menjadi pemilik perusahaan tersebut.

PT Demi Gisela Citra Sinema itu sendiri mendapatkan citra positifnya karena penilaian dari masyarakat yang menonton karyanya serta klien yang menjalin kerjasama dengannya. Citra tersebut muncul dengan sendirinya seiring dengan konsistensinya sebagai *production house* yang memproduksi film dan sinetron bertemakan religi (Islam). Melekatnya citra positif Deddy Mizwar membantu dalam membangun citra PT Demi Gisela Citra Sinema. Karena hal tersebut berhubungan dengan mempertahankan kepercayaan klien terhadap perusahaannya. Namun jika PT Demi Gisela Citra Sinema hanya mengandalkan apa yang dimiliki Deddy Mizwar, mereka tidak akan berkembang dengan

jaringannya. Sehingga kerjasamanya hanya dengan link yang dimiliki Deddy Mizwar saja.

Menurut survey yang peneliti lakukan kepada 4 pemirsa yang sudah menonton film maupun sinetron produksi PT Demi Gisela Citra Sinema disimpulkan bahwa perusahaan rumah produksi milik Deddy Mizwar tersebut merupakan *production house* yang religi. Dalam artian film atau pun sinetron yang dibuatnya selalu bertemakan religi (Islam) dan cara penyampaiannya mudah diterima pemirsanya. Hal-hal yang dibahas di dalam film atau sinetronnya sangat ringan dan menghibur walaupun temanya religi.

Penting bagi *production house* memiliki citra positif dari *positioning* yang sudah dilakukan karena dapat mempengaruhi penilaian seseorang terhadap perusahaan tersebut terutama klien dan pemirsanya sehingga tidak hanya dilihat dari fisik saja melainkan merasakan citra perusahaan dari hasil karya-karyanya yang telah diproduksi. Hal itu berpengaruh dengan *positioning* yang dilakukan perusahaan.

PT Demi Gisela Citra Sinema kurang kuat atas *positioningnya* sebagai *production house* religi. Karena mereka hanya menyimpulkan dari beberapa tanggapan pemirsanya saja. Peneliti menilai bahwa sebagai *production house religi* tersebut diberikan pemirsa terhadap PT Demi Gisela Citra Sinema semata-mata hanya karena melihat dari sosok Deddy Mizwar yang religius (Muslim). Peneliti berpendapat bahwa perlu kekuatan yang lebih bagi PT Demi Gisela Citra Sinema untuk membangun kembali perusahaannya sebagai *production house* religi dengan melihat tujuan dan visi misi perusahaan serta menekankan dengan

tegas religi yang seperti apa yang sebenarnya diinginkan perusahaan. PT Demi Gisela Citra Sinema dapat melakukan survey secara serius terhadap pemirsanya. Sehingga hal itu akan dapat membuktikan secara jelas bahwa *positioning* yang dilakukan dapat berhasil sesuai tujuan perusahaan. Karena keberhasilan dari *positioning* PT Demi Gisela Citra Sinema ditentukan sekali oleh pemirsanya.