

## ABSTRAK

*Positioning* dalam komunikasi pemasaran penting agar produk berada di posisi puncak dalam benak konsumen. *Positioning* juga merupakan salah satu cara untuk dapat membentuk citra (*image*) yang positif di mata khalayak. Ayam Geprek dan Susu "Preksu" merupakan salah satu perusahaan di bidang kuliner di Yogyakarta yang memiliki *positioning* yang unik yaitu perusahaan kuliner yang membentuk citra sebagai perusahaan yang religius dan berlandaskan syariat Islam. Tujuan penelitian untuk melihat citra religi dalam strategi *positioning* yang dilakukan oleh "Preksu" dalam mengembangkan bisnis kuliner. Penelitian merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus, serta teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, "Preksu" menjalankan strategi *positioning*nya dengan berlandaskan pada tujuan dari organisasi yaitu tercantum dalam visi yang menjadi dasar dalam penentuan program, target sasaran, dan media komunikasi yang digunakan oleh "Preksu". Dalam melakukan *positioning*nya, "Preksu" menyematkan identitas religi dalam *positioning* yang terlihat dari kesan, etos (pandangan hidup) serta simbol-simbol yang digunakan dalam aktivitas perniagaannya. Untuk mengomunikasikan *positioning* yang dilakukan tersebut, "Preksu" menerapkan beberapa cara antara lain yaitu menggunakan media sosial; ikut serta dalam event dan sponsorship yang diadakan oleh komunitas muslim; peliputan media; serta menjalin hubungan dengan komunitas-komunitas muslim di Yogyakarta. Citra yang ditampilkan tersebut tidak hanya memberikan manfaat secara fungsional saja akan tetapi dapat memberikan manfaat secara emosional, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan.

Kata kunci: Bisnis Kuliner, Citra Religi, Strategi *Positioning*

## ABSTRACT

Positioning in marketing communication is important so that the product can be in the top position in the minds of consumers. This is also the way to create a positive image in public's mind. Ayam Geprek & Susu "*Preksu*" is one of the culinary companies in Yogyakarta which has a unique positioning. The uniqueness can be seen in the effort of "Preksu" to create their image as a religious company and based on Islamic sharia. The aim of this research is to analyze the religion image of "Preksu" in developing its culinary business. This is a qualitative research by using case study method, in-depth interview, observation and documentation. The result shows that "Preksu" carries out its positioning strategy based on the goals of the organization, which are listed in the vision that forms the basis for determining programs, targets, and communication media used by "Preksu". In its positioning process, "Preksu" embeds religious identity in a position that can be seen from the impression, ethos (life perspective) and the symbols used in its commercial activities. To strengthen the positioning, "Preksu" implements several methods by using social media; participate in events and sponsorships held by the Muslim community; media coverage; and establish relationships with Muslim communities in Yogyakarta. The image displayed does not only provide functional benefits but can provide emotional benefits, so that it can increase consumer's trust in the company.

Key words: Culinary Business, Religious Image, Positioning Strategy