



**MENTALITAS KEWIRAUSAHAAN DALAM FILM " THE
BILLIONAIRE "**
(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Broadcasting (Jurnalistik)

Disusun oleh :

MOHAMAD RIFKI RAMDHANI
44108010308

MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mohamad Rifki Ramdhani
Nim : 44108010308
Program Studi : Broadcasting

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya adalah murni karya sendiri apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Januari 2015



Mohamad Rifki Ramdhani
Nim : 44108010308



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **MENTALITAS KEWIRAUSAHAAN DALAM FILM
"THE BILLIONAIRE" (Analisis Semiotika Charles
Sanders Pierce)**
Nama : Mohamad Rifki Ramdhani
NIM : 44108010308
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, Januari 2015

Mengetahui,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Rahmadya Putra Nugraha, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **MENTALITAS KEWIRAUSAHAAN DALAM FILM "THE BILLIONAIRE" (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)**
Nama : Mohamad Rifki Ramdhani
NIM : 44108010308
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, Januari 2015

1. Ketua Sidang
Dicky Andika, M.Si (.....)
2. Penguji Ahli
Morissan, MA (.....)
3. Pembimbing
Rahmadya Putra Nugraha, M.Si (.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **MENTALITAS KEWIRAUSAHAAN DALAM FILM
"THE BILLIONAIRE" (Analisis Semiotika Charles
Sanders Pierce)**
Nama : Mohamad Rifki Ramdhani
NIM : 44108010308
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, Januari 2015

Disetujui dan diterima oleh,
Pembimbing

(Rahmadya Putra Nugraha, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Broadcasting

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Feni Fasta, S.E., M.Si)




**LEMBAR HASIL PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Q

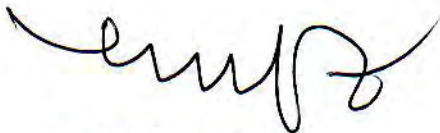
No. Dokumen	040.	Distribusi	All
Tgl. Efektif	1 Januari 2013		

Nama Mahasiswa : Mohamad Rifki Ramdhani
NIM : 44108010308
Bidang Studi : Broadcasting
Tahun Akademik : 2014/2015

NO	NAMA PENGUJI	USULAN PERBAIKAN	HASIL PERBAIKAN	BAB/ HALAMAN	TTD PERSETUJUAN PERBAIKAN
1.	Morissan, MA	<ul style="list-style-type: none">- Sumber kewirausahaan harus ditulis.- Penulisan analisa Peirce lebih diperjelas.- Referensi harus diperkuat.- Data primer adalah hal yang akan di analisa.- Setiap pemaknaan harus merujuk pada konsep.	Sudah diperbaiki	<ul style="list-style-type: none">- Bab I / Hal.6- Bab II / Hal. 46- Bab I / Hal. 7- Bab III / Hal. 53- Bab IV / Hal. 87	
2.	Dicky Andika, M.Si	<ul style="list-style-type: none">- Penjelasan kesimpulan pada abstraksi harus diperjelas.- Sumber kutipan harus ditulis.- Bab 1 pada Film lebih dipersingkat.- letak halaman kanan atas.- Fokus dihapus di bab 3.- Karakteristik Film dihapus.- Konsep pada hasil kewirausahaan harus diperkuat.	Sudah diperbaiki	<ul style="list-style-type: none">- Abstraksi / v- Bab II / Hal. 39- Bab I / Hal. 3- Bab III / Hal. 54- Bab II / Hal. 24- Bab V / Hal. 96	

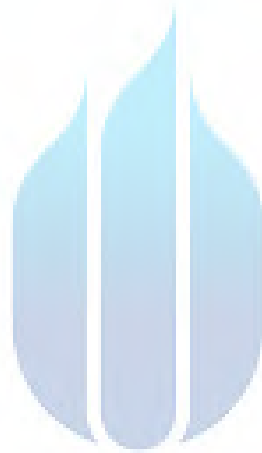
3.	Rahmadya Putra, M.Si	- Lebih dipahami tentang film yang akan dibahas.	Sudah diperbaiki		
----	----------------------	--	------------------	--	---

Diperiksa & disetujui



Feni Fasta, SE., M.Si.
Ketua Bidang Studi

Tanggal :



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

	SURAT PERJANJIAN REVISI SKRIPSI DAN PENYERAHAN ARTIKEL E-JURNAL FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI		Q
	No. Dokumen : 040. Tgl. Efektif : 7 MARET 2005	Distribusi :	

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mohamad Rifki Ramdhani
 NIM : 44108010308
 Bidang Studi : Broadcasting
 Alamat Rumah : Jl. H. Rausin rt. 005/008, kel. kelapa dua,
kec. kebon Jeruk, Jakarta barat, no. 38
 No. Telp : 081299254555

Berjanji akan menyelesaikan perbaikan skripsi dan menyerahkan artikel e-jurnal dalam bentuk soft copy selambat-lambatnya tanggal 5/2/15 Jika sampai dengan tanggal tersebut saya belum menyerahkan perbaikan skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing I, Pembimbing II, Penguji Ahli, dan ketua Sidang, maka saya bersedia dikenakan saksi* :

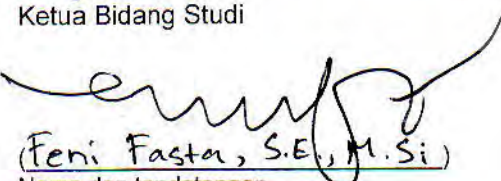
- Pembatalan kelulusan sidang dan bersedia untuk melakukan sidang ulang
 Drop out karena telah habis masa studi

Demikian surat perjanjian ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 - Januari - 2015

Mengetahui,
Ketua Bidang Studi


(Feni Fasta, S.E., M.Si)
 Nama dan tandatangan



(M. Rifki. Ramdhani)
 Nama dan tandatangan

Catatan :

*) beri tanda (√) sesuai kondisi mahasiswa yang bersangkutan



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Nama : Mohamad Rifki Ramdhani
Nim : 44108010308
**Judul : MENTALITAS KEWIRAUSAHAAN DALAM FILM
"THE BILLIONAIRE" (Analisis Semiotika Charles
Sanders Pierce)**

ABSTRAKSI

Film merupakan salah satu jenis media komunikasi elektronik yang disadari mampu menjadi media yang efektif dalam mempersuasi penonton. Penyampaian informasi/pesan melalui media film merupakan salah satu cara yang cukup efektif, film merupakan alat penyebar informasi yang paling mudah ditangkap oleh masyarakat. Film *The Billionaire* merupakan sebuah film yang menceritakan tentang perjuangan seorang pemuda bernama Top Ittipat dalam mencapai kesuksesannya sebagai seorang wirausahawan yang sarat akan penggambaran tentang mentalitas kewirausahaan. Film *The Billionaire* dapat memberikan pemahaman mengenai mentalitas kewirausahaan melalui tindakan-tindakan Top Ittipat dalam menggapai tujuannya untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses, bagaimana sosok seorang pemuda yang memiliki mentalitas kewirausahaan yang tinggi dapat menginspirasi dan patut dicontoh oleh para pemuda lainnya.

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini menggunakan teori-teori yang relevan seperti komunikasi massa, film, mentalitas, dan kewirausahaan, sebagai referensi agar memperkuat penelitian yang dilakukan.

Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah analisa semiotika Charles Sanders Peirce untuk memaknai mentalitas kewirausahaan yang ditunjukkan dalam film. Dengan metode ini, akan dimaknai gambar-gambar dari beberapa adegan yang merepresentasikan mentalitas kewirausahaan untuk dicocokkan dengan konsep yang telah ditentukan.

Pada hasil penelitian, dengan melalui proses semiosis, maka dihasilkan interpretasi yang sebagian besar menggambarkan mentalitas kewirausahaan yang sesuai dengan konsep yang digunakan untuk menganalisa, seperti adanya konsep kreativitas, orientasi ke depan dan tanggung jawab dalam tindakan-tindakan Top Ittipat.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan segala berkah, nikmat, serta kasih sayang-Nya yang tiada akhir untuk peneliti. Berkat bimbingan dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi “Mentalitas Kewirausahaan dalam Film “The Billionaire” (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce) dengan mengerahkan seluruh kemampuan yang peneliti miliki.

Meskipun jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki banyak kekurangan, peneliti tetap bangga pada skripsi ini karena di dalamnya terdapat kerja keras dan doa dari orang tua terkasih peneliti. Berkat restu beliau, peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan tekad dan semangat yang tinggi. Kesalahan dan kekurangan yang ada di dalam penelitian ini akan menjadi motivasi untuk membuat penelitian yang lebih baik.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan berupa bimbingan, petunjuk, dukungan, serta fasilitas. Sehubungan dengan itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Rahmadya Putra Nugraha, M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran dan kritik yang sangat membangun dalam penelitian ini.
2. Ibu Feny Fasta, SE, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Komunikasi Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dr. Agustina Zubair, M,Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Sekretariat dan TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Dosen - dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, terutama dosen- dosen jurusan Broadcasting, terima kasih banyak atas ilmu yang telah bapak/ibu berikan untuk penulis selama ini, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Abang dan adik tercinta Pak Boy, Pak Mimin, Amin, Indah dan Lala yang selalu membantu dan menyemangati sampai selesainya skripsi ini.
7. Teman-teman Fikom Photography Club (FPC) yang senantiasa membantu, berbagi pikiran, berbagi waktu yang akan selalu melekat di hati dan pikiran yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
8. Teman – teman dari UKM Swatala yang senantiasa berbagi pikiran dan tempat untuk mengerjakan skripsi ini yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
9. Teman-teman Karang Taruna RW dan Karang Taruna RT yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
10. Godel, Aray, Firman dan Bonar yang telah membantu memberikan dukungan dan moral serta berbagai referensi.

11. Rockass Family Brother's Pak Mimin, Heru, Gading's, Adit serta kawan kawan Mezzia (Undick, Dame, Abbay, Indra, Bule, Mirdha) dan Crucial War yang musik-musiknya selalu menginspirasi.
12. Untuk para sahabatku kawan-kawan Broadcasting 2008 di kampus yang selalu memberikan motivasi serta mendukungku : Huan Adriles, Fajar Ramdhani, Abdul Majid Ramdhani, Alvian Syah, Fajar Fahmi, Emel WF, Riska Rahmawati, Indriana Wigati, Dwi Anto Setiawan, Sony Sunandar, Septyan Arizona, Dwi Hari Nuksmo, Berry Hamid, Audia Mustafa, Ziky Zulkarnaen, Angga Saputra, Bens Rock n Roll, Rizal Makmur, Muhammad Rizal, Angger, Ucok dan Guruh, Serta Team Armstrong yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu.
13. Kawan – kawan dari Binus University Ali, Harry, Gavin dll yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
14. Kawan – kawan dari kamar motivasi mulai dari Bang I'am, Padang, Rukan, Iqmal, Ipan, Caw, Pak Dwi, Om Yudi, Jomon, Bule, Kucay, AA JJ, Om Pes dll yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Jakarta, 13 Januari 2015

(Mohamad Rifki Ramdhani)

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademik.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Massa.....	8
2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	8
2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	12
2.2 Media Massa	15
2.2.1 Pengertian Media Massa.....	15
2.2.2 Jenis-Jenis Media Massa.....	15
2.2.3 Karakteristik Media Massa	16
2.2.4 Fungsi Media Massa	16
2.3 Film.....	17
2.3.1 Pengertian Film.....	17
2.3.2 Karakteristik Film.....	19
2.3.3 Fungsi Film.....	21
2.4 Genre Film.....	21

2.4.1 Pengertian Genre Film.....	21
2.4.2 Genre Induk Primer.....	23
2.4.3 Genre Induk Sekunder.....	26
2.6 Mentalitas.....	30
2.6.1 Pengertian Mentalitas.....	30
2.6.2 Keterkaitan Mentalitas dengan Pembangunan.....	30
2.7 Kewirausahaan.....	33
2.7.1 Pengertian Kewirausahaan.....	33
2.7.2 Profil Wirausaha.....	36
2.7.3 Jenis - jenis Kewirausahaan.....	38
2.5 Semiotika.....	39
2.5.1 Charles Sanders Pierce.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	47
3.2 Metodologi Penelitian	48
3.3 Unit Analisis	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data	50
3.4.1 Data Primer	50
3.4.2 Data Sekunder	50
3.5 Definisi Konsep	51
3.6 Teknik Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum GTH	53
4.1.1 Sejarah Singkat GTH.....	53
4.2 Deskripsi Film <i>The Billionaire</i>	54
4.2.1 Sekilas Tentang Film <i>The Billionaire</i>	54
4.2.2 Identitas Film.....	55
4.2.3 Penghargaan Film <i>The Billionaire</i>	56
4.2.4 Sinopsis Film <i>The Billionaire</i>	56
4.2.5 Pemain dan Karakter <i>Film The Billionaire</i>	59
4.3 Hasil Penelitian.....	61

4.4 Pembahasan.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kreativitas	66
Tabel 4.2 Pengambilan Risiko yang Diperhitungkan	68
Tabel 4.3 Pencarian Informasi.....	70
Tabel 4.4 Energi Tingkat Tinggi.....	73
Tabel 4.5 Berani Mengambil Keputusan.....	75
Tabel 4.6 Orientasi Kedepan.....	78
Tabel 4.7 Membangun Sebuah Perusahaan dari Titik Nol.....	80
Tabel 4.8 Tanggung Jawab.....	82
Tabel 4.9 Keyakinan Untuk Meraih Keberhasilan.....	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	47
Gambar 2.2	49
Gambar 3.1	52
Gambar 4.1	56
Gambar 4.2	58





**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Nama : Mohamad Rifki Ramdhani
Nim : 44108010308
**Judul : MENTALITAS KEWIRAUSAHAAN DALAM FILM
"THE BILLIONAIRE" (Analisis Semiotika Charles
Sanders Pierce)**

ABSTRAKSI

Film merupakan salah satu jenis media komunikasi elektronik yang disadari mampu menjadi media yang efektif dalam mempersuasi penonton. Penyampaian informasi/pesan melalui media film merupakan salah satu cara yang cukup efektif, film merupakan alat penyebar informasi yang paling mudah ditangkap oleh masyarakat. Film *The Billionaire* merupakan sebuah film yang menceritakan tentang perjuangan seorang pemuda bernama Top Ittipat dalam mencapai kesuksesannya sebagai seorang wirausahawan yang sarat akan penggambaran tentang mentalitas kewirausahaan. Film *The Billionaire* dapat memberikan pemahaman mengenai mentalitas kewirausahaan melalui tindakan-tindakan Top Ittipat dalam menggapai tujuannya untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses, bagaimana sosok seorang pemuda yang memiliki mentalitas kewirausahaan yang tinggi dapat menginspirasi dan patut dicontoh oleh para pemuda lainnya.

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini menggunakan teori-teori yang relevan seperti komunikasi massa, film, mentalitas, dan kewirausahaan, sebagai referensi agar memperkuat penelitian yang dilakukan.

Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah analisa semiotika Charles Sanders Peirce untuk memaknai mentalitas kewirausahaan yang ditunjukkan dalam film. Dengan metode ini, akan dimaknai gambar-gambar dari beberapa adegan yang merepresentasikan mentalitas kewirausahaan untuk dicocokkan dengan konsep yang telah ditentukan.

Pada hasil penelitian, dengan melalui proses semiosis, maka dihasilkan interpretasi yang sebagian besar menggambarkan mentalitas kewirausahaan yang sesuai dengan konsep yang digunakan untuk menganalisa, seperti adanya konsep kreativitas, orientasi ke depan dan tanggung jawab dalam tindakan-tindakan Top Ittipat.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu media massa yang dapat diserap secara mendalam oleh khalayak adalah film. Film cenderung memberikan informasi terhadap kehidupan sosial masyarakat sehari-hari. Penonton dapat merasakan pengaruh pesan yang disampaikan melalui media massa film, sehingga memberikan efek positif bagi sebagian penonton, akan tetapi tidak sedikit juga penonton yang merasakan efek negative dari pesan yang disampaikan melalui media massa film, oleh sebab itu dapat disimpulkan film mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan social masyarakat.

Film merupakan bentuk dominan dari komunikasi massa dibelahan dunia ini. Lebih dari jutaan orang menonton film di bioskop, film televisi, dan film video laser setiap minggunya. Film lebih dulu menjadi media hiburan dibanding radio siaran dan televisi.¹

Seiring dengan perkembangan zaman, film merupakan salah satu media massa yang sering digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan. Film juga merupakan media dimana para insan film mencurahkan segenap kemampuannya baik dalam hal produksi ataupun berakting. Film sendiri dapat juga berarti sebuah industri, yang mengutamakan eksistensi dan ketertarikan cerita yang dapat

¹ Elvinaro Ardianto dan Lukiati K. Erdinaya. *Komunikasi massa : Suatu Pengantar*. PT.Remaja Rosdakarya. Bandung. 2009. Hal 143

mengajak banyak orang terlibat. Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang di harapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara, kata yang diucapkan ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar dan music film.²

Film merupakan tontonan yang menyampaikan cerita melalui serangkaian gambar yang bergerak. Ini seri visual, sarana visual mendapatkan kedudukan yang penting dalam media film. Informasi yang diberikan oleh apa yang nampak jauh lebih efektif. Tidak bisa disangkal, bahwa memang sebuah gambar berbicara lebih dari satu perkataan, meskipun elemen-elemen visual seperti : *set, property, objek, cahaya* dan *actor* dipakai juga dalam sandiwara. Ekspresi-ekspresi pelaku dapat ditonjolkan semaksimal mungkin yang tidak dapat di *ekspose* oleh media seni lainnya dengan sedemikian nyata dan efektif.³

Perkembangan film yang paling penting adalah bagaimana film bisa dijadikan alat atau media informasi. Film merupakan fenomena komunikasi yang syarat akan tanda, film dapat mempengaruhi dan membentuk muatan berdasarkan muatan pesan. Film juga salah satu alat untuk mengkritisi dan memotivasi.

Salah satu film yang dapat mengkritisi dan memotivasi adalah film *The Billionaire* yang judul aslinya adalah *Top Secret: Wai Roon Pun Lan* adalah film dari Negara Thailand yang diangkat dari kisah nyata seorang pengusaha muda bernama Aithipat “Top Ittipat” Kulapongvanich yang diperankan oleh Pachara Chirathivat. Film ini menceritakan bagaimana seorang pemuda dengan mentalitas

² Alex Sobur. *Semiotika komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2009. hal 128

³ Misbah Yusa Biran. *Membuat Naskah Skenario Suatu Pengantar*. LPKJ. Jakarta. 2012. hal 45

sebagai seorang wirausaha jatuh bangun dalam menggapai cita-citanya untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses, ia bahkan lebih memilih untuk *Drop Out* dari perkuliahannya demi menggapai cita-citanya menjadi seorang wirausahawan, ketimbang untuk melanjutkan studinya di bangku kuliah.

Film ini dapat dijadikan contoh pelajaran dan juga motivasi bagi bangsa Indonesia dimana angka pengangguran di Indonesia masih cukup tinggi meskipun pertumbuhan ekonomi Indonesia setiap tahunnya meningkat. Ternyata angka pertumbuhan ini tidak membawa dampak yang cukup tinggi pada pengentasan pengangguran. Bisa jadi ini disebabkan mental bangsa Indonesia yang hanya berorientasi sebagai seorang pegawai.

Tidak jarang ditemui anak-anak muda bahkan lulusan sarjana yang lebih mengincar bekerja di kantor besar dan ternama bahkan menjadi Pegawai Negeri Sipil ketimbang memilih untuk melakukan wirausaha. Memang pola pikir bangsa Indonesia masih menganggap pekerjaan yang baik adalah bila berada perkantoran dengan pakaian berjas dan berdasi. Bahkan para orang tua cenderung lebih memilih anak-anak mereka untuk bekerja menjadi pegawai ketimbang menjadi seorang wirausaha.

Realita inilah yang kemudian menjadikan dunia usaha Indonesia tidak berkembang. Jika dibandingkan dengan negara tetangga seperti Singapura atau Malaysia, ternyata warga Indonesia yang bekerja sebagai wirausaha (entrepreneur) pertumbuhannya sangat sedikit. Sekitar 1,56 persen kenaikannya dalam tiga tahun, per Januari 2012. Persentase wirausahawan Malaysia telah mencapai lima persen, dan di Singapore telah mencapai tujuh persen. Hal ini tentu

sangat disayangkan. Karena justru di saat krisis ekonomi melanda Indonesia, usaha kecil dan menengah yang justru bertahan di tengah badai krisis moneter.⁴

Angkatan kerja terdidik lepasan perguruan tinggi jumlahnya semakin meningkat dalam setiap tahun, sementara kesempatan kerja yang tersedia tidak mampu menampung mereka yang pada akhirnya menimbulkan residu angkatan kerja berupa pengangguran. Sekretariat Negara RI (2010), menggambarkan pengangguran berpendidikan tinggi, baik diploma maupun sarjana, selama periode 2004 - 2009 bertambah 529.662 jiwa, yaitu dari 585.358 jiwa pada tahun 2004 menjadi 1.115.020 jiwa pada tahun 2009. Jika diratakan, maka setiap tahun pengangguran berpendidikan tinggi bertambah hampir 106.000 jiwa. Pada tahun 2008 sebanyak 23,80 persen penganggur adalah mereka yang memiliki ijazah pendidikan tinggi (diploma/sarjana). Angka tersebut naik menjadi 26,74 persen pada tahun 2009.

Saat ini Indonesia dengan jumlah penduduk sebesar 220 juta jiwa membutuhkan sedikitnya 4,4 juta jiwa wirausaha, sementara menurut David McClelland bahwa sebuah negara baru bisa maju jika jumlah wirausaha terdapat sebesar 2% dari populasi penduduknya. Amerika Serikat misalnya, memiliki wirausaha 11,5% dari populasi penduduknya. Sedangkan negara tetangga Singapura terdapat sekitar 7,2% warganya bekerja sebagai wirausaha, sehingga

⁴ KEMENAKERTRANS RI. (22 Agustus 2013). Membangun Mental Wirausaha Pemuda. diakses pada tanggal 13-2-2014 pukul 14.30 WIB dari <http://tksnakertrans.com/?p=160>

negara kecil itu jauh lebih maju. Untuk menciptakan 4,4 juta jiwa wirausaha di Indonesia, paling tidak dibutuhkan waktu sedikitnya 25 tahun.⁵

Kewirausahaan sendiri menurut Dr. Suryana adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang.⁶

Selain itu ada beberapa faktor yang dapat membuat seseorang sukses untuk menjadi wirausahawan, yaitu dengan membangun mental berwirausaha contohnya. Inilah modal utama yang harus dibangun. Mental seorang wirausaha yang terpenting adalah tidak cepat menyerah. Selain itu mental lain yang harus dibangun adalah kreativitas. Tidak mudah memang namun juga tidak sulit untuk membangun mental seperti ini. Yang harus dilakukan adalah membangun mindset dengan memiliki alasan yang kuat. Alasan kuat ini akan sangat berguna jika suatu saat nanti usaha kita jatuh. Inilah nantinya yang akan memotivasi kita untuk kembali ke jalan yang benar. Langkah kedua adalah memiliki mimpi. Mimpi yang menjadikan sebesar apa usaha kita nantinya. Dan jangan lupakan langkah ketiga yaitu memiliki strategi. Alasan kuat dan mimpi harus ditunjang dengan strategi. Berikutnya adalah beraksi (*action*). Percuma semuanya kalau tidak ada aksi yang nyata.⁷

⁵ Rusli Mohammad Rukka. *Buku Ajar Kewirausahaan-I*. LKPP Universitas Hasanuddin. Makassar. 2011. Hal 1

⁶ Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. PT Salemba Emban Patria. Jakarta. 2003. Hal 1

⁷ Retno Dewanti. *Kewirausahaan*. Mitra Wacana Media. Jakarta. 2008. Hal 4

Istilah semiotika atau *semiotik*, yang dimunculkan pada akhir abad ke-19 oleh filsuf aliran pragmatik Amerika, Charles Sanders Peirce, merujuk kepada “doktrin formal tentang tanda”. Yang menjadi dasar dari semiotika adalah konsep tentang tanda. tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun, sejauh terkait dengan pikiran manusia-seluruhnya terdiri atas tanda-tanda karena, jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas. Bahasa itu sendiri merupakan sistem tanda yang paling fundamental bagi manusia, sedangkan tanda-tanda nonverbal seperti gerak-gerik, bentuk-bentuk pakaian, serta beraneka praktik sosial konvensional lainnya, dapat dipandang sebagai sejenis bahasa yang tersusun dari tanda-tanda bermakna yang dikomunikasikan berdasarkan relasi-relasi.⁸

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis Film *The Billionaire / Top Secret : Wai Roon Pun Lan* dengan kajian semiotik, karena dengan kajian ini penulis berharap mampu mendefinisikan tanda-tanda atau simbol-simbol yang digunakan oleh pembuat film demi mentransformasikan pesan yang hendak diberi kepada penontonnya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimanakah penggambaran Mentalitas Kewirausahaan dalam film “*The Billionaire / Top Secret : Wai Roon Pun Lan*” ?

⁸ Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2006. Hal 70

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis penggambaran mentalitas kewirausahaan yang di tunjukan dalam film “*The Billionaire / Top Secret : Wai Roon Pun Lan*”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis khususnya bagi ilmu komunikasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya tentang riset film khususnya yang bertemakan tentang kewirausahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi sineas muda di tanah air agar dapat membuat karya-karya yang lebih baik terutama film yang bercerita mengenai kewirausahaan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Menurut Bittner dalam Elvinaro Ardianto, komunikasi massa suatu pengantar, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi massa di sampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan yang luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.¹

Kemampuan perkembangan teknologi telah menjadikan media massa yang menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dunia, dimana dalam kesehariannya, masyarakat memperoleh informasi dari media massa. Manusia pun tidak dapat terlepas dari media televisi, koran, maupun radio. Ketiganya merupakan agen dari media massa, dimana komunikan dan komunikator tidak berada pada ruang dan waktu (bagi koran) yang sama.

¹ Elvinaro Ardianto. *Komunikasi massa suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung. 2004. hal 3

Komunikasi massa adalah proses membentuk penyampaian makna diantara media massa dan audiensnya. Schramm dan Osgood menyusun kembali teori mereka, yakni model komunikasi untuk menolong kita memvisualisasi aspek fakta-fakta dari proses komunikasi massa. Di dalam original model Osgood-Schramm memiliki banyak *interpreteur*-biasa, *encoding*, *decoding* pesan yang membangun perbedaan kepada khalayak yang paling signifikan untuk pengetahuan khalayak dari bagaimana komunikasi massa memberikan perbedaan dari bentuk lain komunikasi. Contohnya, dimana original model termasuk “pesan”. Di dalam edisi ini, model komunikasi media massa yang spesifik adalah “*feedback*” atau umpan balik, dimana komunikasi *face-to-face* (langsung), partisipan dapat dengan seketika dan jelas membaca umpan balik “*feedback*” (kebosanan khalayak terhadap profesor yang dapat dilihat dan didengar oleh mahasiswa). Unsur ini tidak berkaitan dengan tingkat kesederhanaan didalam komunikasi massa.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah proses pembentukan makna antara si media massa dan audiensnya. Osgood-Schramm menekankan pada perbedaan “*feedback*” yang terjadi pada komunikasi massa. *Feedback* yang didapat pada komunikasi *face to face*, tentu saja berbeda dengan komunikasi massa yang memiliki kerumitan tersendiri untuk memperoleh *feedback*. Ini, seperti dikemukakan oleh Wright berikut ini, Komunikasi massa itu sendiri dapat didefinisikan dalam tiga ciri, yaitu :

1. Komunikasi massa diarahkan diarahkan kepada audiens yang relatif lebih besar, heterogen, dan anonim.
2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

Ketiga ciri tersebut bisa dikatakan menjadikan penghambat proses *feedback* dari komunikan kepada si komunikator. Karena faktor khalayak yang majemuk dan terbatasnya waktu yang dimiliki oleh Komunikator untuk membagikan *feedback* yang mereka peroleh dari komunikan, tentu saja setelah si komunikan mengungkapkan persepsi mereka melalui telepon ataupun email terhadap media massa bersangkutan.

Namun, karena tiga ciri yang diungkapkan oleh Wright tersebut juga, menjadikan komunikasi massa tidak akan pernah bisa terlepas dari kehidupan manusia. Ini dikarenakan dampak yang dimiliki komunikasi massa begitu besar karena luasnya wilayah yang dijangkau oleh media massa (terlebih televisi).

Apapun bentuknya, komunikasi massa akan terus menerus berperan penting dalam kehidupan kita. Komunikasi massa menjadi mata dan telinga bagi masyarakat. Komunikasi massa memberi masyarakat sarana untuk mengambil keputusan dan membentuk opini kolektif yang bisa digunakan untuk bisa lebih

memahami diri mereka sendiri. Ia merupakan sumber utama untuk mengembangkan nilai-nilai dalam masyarakat.²

Konsep komunikasi massa pada satu sisi mengandung pengertian suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain merupakan proses dimana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh audience. Pusat dari studi mengenai komunikasi massa adalah media. Media merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan budaya pada masyarakat. Oleh karenanya, sebagaimana dengan politik atau ekonomi, media merupakan suatu sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas.³

Seperti yang disebutkan oleh Werner dan Severin di atas, komunikasi massa bukan hanya menjadi sarana untuk memperoleh informasi lebih dari itu, komunikasi massa telah menjadi budaya bagi masyarakat dunia hingga detik ini. Jadi kehadirannya yang begitu banyak menghasilkan dampak bagi kehidupan manusia di dunia tentu saja telah merubah kebiasaan masyarakat dalam menyerap, menelaah dan memilah informasi yang mereka dapat untuk mereka jadikan sebagai bahan masukan bagi keputusan-keputusan yang akan mereka ambil dalam hidup mereka.

² Ibid. Hal 4

³ H. Syaiful Rohim, M.Si. *Teori Komunikasi Perspektif: Ragam & Aplikasi*. Hal 160

2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa secara umum menurut effendi sebagai berikut:⁴

1. Fungsi Informasi

Fungsi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

2. Fungsi pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

3. Fungsi mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk atau editorial, *features*, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat dipengaruhi oleh iklan-iklan yang ditayangkan televise ataupun surat kabar.

⁴ Elvinaro Ardianto. *Komunikasi massa suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung. 2004. Hal 18-19

Menurut Dominick fungsi komunikasi massa yakni sebagai berikut :⁵

1) *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama: (a) *warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan); (b) *instrumental surveillance* (pengawasan instrumental).

(a) Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Peringatan ini dengan serta merta dapat menjadi ancaman.

(b) Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep masakan dan sebagainya, adalah contoh-contoh pengawasan instrumental.

2) *Interpretation* (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.

⁵Ibid. Hal. 14-17

3) *Linkage (Pertalian)*

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4) *Transmission of Values (Penyebaran Nilai-Nilai)*

Fungsi penyebaran tidak kentara, fungsi ini juga disebut *sosialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

5) *Entertainment (Hiburan)*

Sulit dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi setiap hari merupakan tayangan hiburan.

2.2 Media Massa

2.2.1 Pengertian Media Massa

Dalam bahasa Indonesia digunakan istilah media massa yang berasal dari bahasa Inggris *mass media*. *Mass media* adalah singkatan dari *mass media of communication* atau *media of mass communication*.⁶

Media massa juga dapat dikatakan sebagai alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.⁷

2.2.2 Jenis-jenis Media Massa

Media massa sebenarnya dibagi menjadi dua yaitu, media massa cetak dan media massa elektronik. Media cetak yang memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio, televisi, film, dan media *on-line* (internet).⁸

⁶ Sunarjo dan Djoenaesih S. Sunarjo. *Himpunan Istilah Komunikasi*. Penerbit Liberty. Yogyakarta. 1983. Hal 68

⁷ Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi : Edisi Revisi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2007. Hal 126

⁸ Elvinaro Ardianto & Lukiati Komala. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung. 2007. cet.ke-3. Hal 80

2.2.3 Karakteristik Media Massa

Bila dilihat dari sisi bentuk media yang digunakan, media jurnalistik atau media massa memiliki ciri-ciri sebagai berikut :⁹

1. Publisitas, yakni bahwa media massa diperuntukan bagi masyarakat umum. Tidak ada batasan siapa yang boleh atau harus membaca, menonton atau mendengarkan. Dan siapa yang tidak boleh membaca, menonton atau mendengarkannya. Media massa tersebar secara luas untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya.
2. Universalitas, yakni bahwa media massa harus memuat atau menyiarkan aneka berita mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi diseluruh pelosok dunia tentang segala aspek serta kehidupan umat manusia. Media massa bersifat umum dan menyampaikan suatu materi pada khalayaknya.
3. Aktualitas, yakni bahwa media massa harus mampu menyampaikan berita secara cepat kepada khalayak.

2.2.4 Fungsi Media Massa

McQuail mengemukakan fungsi-fungsi media massa sebagai berikut:¹⁰

1. Pemberi Informasi
 - a. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.

⁹ Asep Saeful Muhtadi. *Jurnalistik Pendekatan dan Teori Praktik*. Logos wacana Ilmu. Bandung. 1999. Hal 80

¹⁰ Denis McQuail. *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Erlangga. Jakarta. 1994. Hal 70

- b. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
 - c. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
 - d. Belajar, pendidikan diri sendiri.
 - e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.
2. Identitas Pribadi
- a. Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku.
 - b. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.
3. Integritas dan interaksi social
- a. Memperoleh teman selain manusia
 - b. Membantu menjalankan peran sosial.
 - c. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
4. Hiburan
- a. Mengisi waktu, Bersantai dan penyalur emosi

2.3 Film

2.3.1 Pengertian Film

Salah satu media massa yang dianggap efektif adalah film karena mampu menciptakan makna yang kuat dan merupakan fenomena sosial, psikologi, dan *estetika* yang kompleks melalui serangkaian cerita dan gambar yang diiringi kata-kata dan musik. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memproyeksikannya ke atas layar lebar. Film

lebih dulu menjadi media hiburan dibanding radio dan siaran dan televisi sehingga menjadikan industri film sebagai industri bisnis yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh estetika. Tujuan khalayak menonton film terutama untuk hiburan, akan tetapi dalam film terkandung fungsi informatif, edukatif, maupun persuasif.¹¹

Menurut Permalink (2006), faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film adalah layar lebar, pengambil gambar, konsentrasi penuh dan identifikasi psikologis. Film dapat dikelompokkan pada jenis film cerita, film berita, film dokumenter dan film kartun.¹²

Munculnya film sebagai media komunikasi massa yang ke dua, setelah surat kabar di dunja pada awal era 1990-an telah menarik perhatian publik. Kelebihan film memang terletak pada gambar yang hidup dan bergerak seperti nyata, serta tidak terikat pada ruang dan waktu, atau dengan kata lain film dapat diputar dan dinikmati di mana dan kapan saja sesuai keinginan. Hal itulah yang membuat film menjadi media yang populer.¹³

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, terbitan Balai Pustaka, film adalah selaput tipis yang dibuat dan seluloid untuk tempat gambar negatif yang kemudian akan menjadi sebuah potret atau untuk gambar positif yang akan dimainkan di bioskop, dan sebuah lakon atau cerita gambar hidup.¹⁴

¹¹ Nawiroh Vera. *Pengantar Komunikasi Massa*. Renata Pratama Media. Tangerang. 2008. Hal 69

¹² Ibid. Hal 70

¹³ Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2006. Hal 70

¹⁴ Anton Mabruri. *Manajemen Produksi Program Acara TV*. Mind 8 Publishing House. Depok. 2010. Hal 2

Pengertian lebih mendalam tercantum jelas dalam pasal 1 ayat 1 UU Nomor 8 Tahun 1992 tentang Perfilman di mana disebutkan bahwa yang dimaksud dengan film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronika atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem mekanik, elektronik, dan/atau lainnya. Sedangkan film maksudnya adalah film yang secara keseluruhan diproduksi oleh lembaga pemerintah atau swasta atau pengusaha film di Indonesia atau yang merupakan hasil kerjasama dengan pengusaha film asing.¹⁵

Sedangkan menurut pasal 1 ayat 1 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 tentang perfilman, Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata social dan media komunikasi massa yang berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.¹⁶

2.3.2 Karakteristik Film

Film merupakan salah satu media massa yang kehadirannya juga tidak dapat disepelekan. Film tidak hanya hadir sebagai hiburan semata, lebih dari itu. Saat seseorang menonton film, umumnya ia akan digiring kepada imajinasi sang sutradara, disinilah film akan merasuk kejiwa si penonton, karena seperti yang

¹⁵ Ibid. Hal 3

¹⁶ Ibid. Hal 3

dijelaskan James Monaco dibawah ini, faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film.¹⁷

a. Layar yang Luas atau Lebar

Film dan televisi sama-sama menggunakan layar, namun kelebihan media film adalah layarnya yang berukuran luas. Layar film yang luas memberikan keleluasan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film . Seiring dengan adanya kemajuan teknologi, layar film saat ini menjadi tiga dimensi (3D) sehingga khalayak seolah-olah melihat kejadian nyata dan tidak berjarak.

b. Pengambilan Gambar

Sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau shot dalam film dengan menggunakan *extreme long shot* atau *panaromic shot*, yaitu pengambilan gambar menyeluruh. *Shot* tersebut dipakai untuk memberi kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya sehingga film menjadi menarik.

c. Konsentrasi Penuh

Saat menonton film di bioskop, kita akan terbebas dari gangguan apapun karena semua mata khalayak hanya tertuju pada layar. Dalam keadaan demikian maka emosi khalayak akan terbawa suasana sehingga khalayak dapat

¹⁷ James Monaco. Cara Menghayati Sebuah Film. Yayasan Citra. 1977. Hal 145

berkonsentrasi penuh untuk menyaksikan setiap adegan yang ditampilkan dalam film tersebut.

2.3.3 Fungsi Film

Film sebagai media komunikasi memiliki lima fungsi yaitu :¹⁸

1. Hiburan
2. Pendidikan
3. Penerangan
4. Mempengaruhi
5. Sosialisasi

Dibandingkan dengan media massa elektronik lainnya sifat film memiliki nilai seni sehingga lebih mudah menyajikan hiburan.

2.4 Genre Film

2.4.1 Pengertian Genre Film

Istilah genre berasal dari bahasa Perancis yang bermakna “bentuk” atau “tipe”. Kata genre sendiri mengacu pada istilah Biologi yakni, *genius*, sebuah klasifikasi *flora* dan *fauna* yang ditingkatannya berada di atas *spesies* dan dibawah *family*. *Genius* mengelompokkan beberapa *spesies* yang memiliki kesamaan ciri-ciri fisik tertentu. Dalam film genre dapat di klasifikasikan dari sekelompok film yang memiliki karakter atau pola sama (khas) seperti *setting*, isi dan subjek cerita, tema, struktur cerita, aksi atau peristiwa, periode, gaya, situasi,

¹⁸ Alexander Rumondor & Henny. *Manajemen Media Massa*. Pusat Penerbitan Universitas Terbuka. Jakarta. 2004. Cet. ke-4. Hal 327

ikon, mood, serta karakter. Klasifikasi tersebut menghasilkan genre-genre populer seperti aksi, petualangan, drama, komedi horor, *western, thriller, film noir, roman*, dan sebagainya.

Fungsi utama genre adalah untuk memudahkan identifikasi sebuah film. Genre juga membantu kita memilah film-film tersebut sesuai dengan spesifikasinya. Dalam industri film sendiri sering menggunakannya sebagai strategi marketing. Selain untuk klasifikasi, genre juga dapat berfungsi sebagai antisipasi penonton terhadap film yang akan ditonton.¹⁹

Sebenarnya tidak ada patokan baku tentang penggolongan dan kriteria-kriteria genre film. Kalaupun ada, penggolongan ini tidaklah bersifat kaku atau statis, tetapi selalu berubah. Bahkan dapat dikatakan bahwa genre film dalam beberapa hal tergantung pada penonton. Karena penonton selalu berubah maka kriteria genre pun berubah. Asumsi tersebut berdasarkan pada kenyataan bahwa tidak ada satu kesepakatan pun tentang definisi genre sehingga kita sering menggunakan secara longgar, dan tidak ada kesepakatan di antara para kritikus tentang batasan-batasan dari masing-masing genre film.

Sebuah genre film sering terdiri lebih dari satu genre karena banyak film yang menggabungkan elemen-elemen yang biasa terdapat dalam beberapa genre, atau film tersebut merupakan gabungan dari beberapa genre sehingga tidak memiliki genre tersendiri. Oleh karena itu, satu genre dapat saja tumpang tindih dengan genre yang lain, apalagi bila cerita dalam sebuah film memadukan bermacam format yang berbeda.

¹⁹ Himawan Pratista. *Memahami Film*. Homerian Pustaka. Yogyakarta 2008. Cet. ke- 1. Hal 10

Jumlah genre film secara keseluruhan lebih dari tiga ratus genre. Bahkan Daniel Lopez dalam bukunya *Film by Genre* (1993) yang dikutip oleh Ida Rochani Adi mencatat sebanyak 775 kategori atau genre.²⁰

Masing-masing genre tersebut memiliki karakteristik serta pola dasar yang berbeda-beda.²¹

2.4.2 Genre Induk Primer

Genre induk primer merupakan genre-genre pokok yang telah ada dan populer sejak awal perkembangan sinema era 1900-an hingga 1930-an.

1. Aksi

Film-film aksi berhubungan dengan adegan-adegan aksi fisik seru, menegangkan, berbahaya, nonstop dengan cerita yang cepat. Film aksi umumnya berisi adegan aksi kejar-mengejar, perkelahian, tembakan, berpacu dengan waktu, ledakan dan aksi-aksi fisik lainnya.

2. Drama

Film drama pada umumnya berhubungan dengan tema, cerita, *setting*, karakter, serta suasana yang memotret kehidupan yang nyata. Konflik bisa dipicu oleh lingkungan, diri sendiri maupun alam. Kisahnya seringkali menggugah emosi, dramatik, dan mampu menguras air mata penontonnya.

²⁰ Ida Rochani Adi. *Mitos di Balik Film Laga Amerika*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta. 2008 Cet. ke-1. Hal 62

²¹ Himawan Pratista. *Memahami Film*. Homerian Pustaka. Yogyakarta. 2008. Cet. ke-1. Hal 12

3. Epik sejarah

Genre ini umumnya mengambil tema periode masa silam (sejarah) dengan latar sebuah kerajaan, peristiwa atau tokoh besar yang menjadi mitos, legenda atau kisah biblikal.

4. Fantasi

Film fantasi berhubungan dengan tempat, peristiwa, serta karakter yang tidak nyata. Film fantasi berhubungan dengan unsur magis, mitos, negeri dongeng, imajinasi, halusinasi, serta alam mimpi. Film fantasi juga terkadang berhubungan dengan aspek religi.

5. Fiksi ilmiah

Film fiksi ilmiah berhubungan dengan masa depan, perjalanan angkasa luar, percobaan ilmiah, penjelajah waktu, invasi, atau kehancuran bumi. Fiksi ilmiah sering kali berhubungan dengan teknologi dan kekuatan yang berada diluar jangkauan teknologi masa kini serta berhubungan dengan karakter non-manusia atau artifisial.

6. Horor

Film horor memiliki tujuan utama memberikan efek rasa takut, kejutan, serta teror yang mendalam bagi penontonnya. Plot film horor umumnya sederhana, yakni bagaimana usaha manusia untuk melawan kekuatan jahat dan biasanya berhubungan dengan dimensi supranatural atau sisi gelap manusia.

7. Komedi

Film komedi adalah jenis film yang tujuan utamanya memancing tawa

penontonnya. Film komedi biasanya berupa drama ringan yang lebih-lebihkan aksi, situasi, bahasa, hingga karakternya. Film komedi juga biasanya berakhir dengan penyelesaian cerita yang memuaskan (*happy ending*).

8. Kriminal dan Gangster

Film kriminal dan *gangster* berhubungan dengan aksi-aksi kriminal seperti, perampokan bank, pencurian, pemerasan, perjudian, pembunuhan, persaingan antar kelompok, serta aksi kelompok bawah tanah yang bekerja di luar sistem hukum. Seringkali genre ini mengambil kisah kehidupan tokoh kriminal besar yang diinspirasi dari kisah nyata.

9. Musikal

Genre musikal adalah film yang mengkombinasi unsur musik, lagu, tari (dansa), serta gerak (koreografi). Lagu-lagu dan tarian biasanya mendominasi sepanjang film-film dan biasanya menyatu dengan cerita.

10. Petualangan

Film petualangan berkisah tentang perjalanan, eksplorasi, atau ekspedisi ke satu wilayah asing yang belum pernah tersentuh. Plot film umumnya seputar pencarian *sesuatu* yang bernilai seperti harta karun, artefak, kota yang hilang, mineral (emas dan berlian) dan sebagainya.

11. Perang

Genre perang mengangkat tema kengerian serta teror yang ditimbulkan oleh aksi perang. Tidak seperti epik sejarah, perang umumnya

menampilkan adegan pertempuran dengan kostum, peralatan, perlengkapan, *serta* strategi yang relatif modern.

12. *Western*

Western adalah sebuah genre film orisinal milik Amerika. Genre ini memiliki beberapa ciri karakter tema serta fisik yang sangat spesifik. *Setting* seringkali menampilkan kota kecil, bar, padang gersang, sungai, rel kereta api, pohon kaktus, pertanian serta perkampungan suku Indian. *Western* memiliki karakter yang khas seperti koboi, Indian, kavaleri, *sheriff* dan lain-lain.

2.4.3 Genre Induk Sekunder

Genre induk sekunder adalah genre-genre besar dan populer yang merupakan pengembang atau turunan dan genre induk primer.

1. Bencana

Film-film bencana (*disaster*) berhubungan dengan *tragedy* atau musibah baik skala besar maupun kecil yang mengancam jiwa banyak manusia. Film bencana di bagi menjadi dua jenis, bencana alam dan bencana buatan manusia. Bencana alam adalah aksi bencana yang melibatkan kekuatan alam yang merusak dalam skala besar seperti angin topan, tornado, gunung berapi, banjir, gempa bumi, meteor, efek pemanasan global, serta serangan hewan atau binatang seperti virus, lebah, ular, hurung, kelelawar, ikan hiu dan sebagainya. Sedangkan bencana buatan manusia umumnya berhubungan dengan tindakan kriminal atau faktor ketidaksengajaan

manusia seperti aksi terorisme, kecelakaan pesawat terbang, kebocoran reaktor nuklir dan sebagainya.

2. Biografi

Biografi (sering dikisahkan *biopic:biography picture*) secara umum merupakan perkembangan dari genre drama dan epik sejarah. Film biografi menceritakan penggalan kisah nyata atau kisah hidup seseorang tokoh berpengaruh di masa lalu maupun kini. Umumnya menggambarkan kisah berupa suka duka perjalanan hidup sang tokoh atau keterlibatan sang tokoh dalam sebuah peristiwa besar.

3. Detektif

Genre detektif merupakan pengembangan dari genre kriminal dan gangster. Inti ceritanya umumnya berpusat pada sebuah kasus kriminal pelik yang belum pernah terselesaikan. Sang tokoh biasanya seorang detektif atau polisi. Alur ceritanya sulit diduga serta penuh dengan misterius.

4. *Film Noir*

Film noir [:*noa*] yang bermakna gelap merupakan turunan dan genre kriminal dan gangster. *Film noir* merupakan genre dengan pendekatan sinematik yang paling unik ketimbang genre-genre yang lainnya. Tema selalu berhubungan dengan tindak kriminal seperti pembunuhan, pencurian, serta pemerasan. Alur ceritanya penuh misteri, sulit ditebak, serta kadang membingungkan. *Film noir* juga sering menggunakan penuturan kilas-balik serta narrator.

5. Melodrama

Melodrama merupakan pengembangan dari genre drama yang sering diistilahkan opera sabun atau film “cengeng” (menguras air mata). Melodrama menggunakan cerita yang mampu menggugah emosi penontonnya serta mendalam dengan dukungan unsur “melodi” (ilustrasi musik).

6. Olahraga

Film olahraga mengambil kisah seputar *aktifitas* olahraga, baik atlet, pelatih, agen maupun ajang kompetisinya sendiri. Film olahraga biasanya diadaptasi dari kisah nyata baik biografi maupun sebuah peristiwa olahraga besar.

7. Perjalanan

Genre perjalanan atau sering diistilahkan *road films* merupakan genre khas milik Amerika yang sangat populer di era klasik. Film perjalanan sering bersinggungan dengan genre aksi, drama, serta petualangan. Biasanya mengisahkan perjalanan darat (umumnya menggunakan mobil).

8. Roman

Roman seperti halnya melodrama merupakan pengembangan dari genre drama. Film roman lebih memusatkan cerita pada masalah cinta, baik kisah percintaannya sendiri maupun pencarian cinta sebagai tujuan utamanya.

9. *Superhero*

Superhero adalah sebuah genre fenomenal yang merupakan perpaduan

antara genre fiksi ilmiah, aksi, serta fantasi. Film *superhero* adalah kisah kiasik perseteruan antara sisi baik dan sisi jahat, yakni kisah kepahlawanan sang tokoh super dalam membasmi kekuatan jahat. Karakter *superhero* memiliki kekuatan serta kemampuan fisik maupun mental jauh di atas manusia rata-rata.

10. Supernatural

Film-film supernatural berhubungan dengan makhluk-makhluk gaib seperti hantu, roh halus, keajaiban, serta kekuatan mental seperti membaca pikiran, masa depan, masa lalu, telekinetis, dan lainnya.

11. Spionase

Spionase atau agen rahasia adalah genre populer kombinasi antara genre aksi, petualangan, *thriller*, serta politik, dengan karakter utama seorang mata-mata atau agen rahasia.

12. *Thriller*

Film *thriller* memiliki tujuan utama memberi rasa ketegangan, penasaran, ketidakpastian, serta ketakutan pada penontonnya. Alur ceritanya seringkali berbentuk aksi nonstop, penuh misteri, kejutan, serta mampu mempertahankan intensitas ketegangan hingga klimaks filmnya.

2.5 Mentalitas

2.5.1 Pengertian Mentalitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi Pusat Bahasa, mental adalah bersangkutan dengan batin dan watak manusia, yang bukan bersifat badan atau tenaga : bukan hanya pembangunan fisik yang diperhatikan, melainkan juga pembangunan. Sedangkan mentalitas adalah keadaan dan aktifitas jiwa (batin), cara berpikir dan berperasaan.²²

J.P Chaplin menuturkan mentalitas di dalam Kamus lengkap psikologi sebagai berikut :²³

1. Akal budi yang menjadi karakteristik seseorang atau suatu spesies atau jenis, seperti mentalitas anak-anak.
2. Kemampuan atau kekuatan akal budi, pikiran dan ingatan.

2.5.2 Keterkaitan Mentalitas dengan Pembangunan

Penjelasan tentang keterkaitan antara mentalitas dan pembangunan dapat dilihat dari pemikiran ahli-ahli teori modernisasi antara lain Mc Clelland, Alek Inkeles dan Max Weber. Mc Clelland dikenal dengan teorinya *need for Achievement* (kebutuhan berprestasi) yang disingkat *n-Ach*. Menurut teori ini orang-orang di negara-negara miskin tidak memiliki *n-Ach* yang tinggi. Orang-orang yang mremiliki *n-Ach* rendah umumnya tidak mau bekerja keras, mudah menyerah kalau menghadapi kesulitan, dan hal-hal negatif lain yang tidak

²² Depdiknas. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Versi Keempat*. PT Gramedia Pustaka Utama. 2008. Jakarta. Hal 901

²³ J.P Chaplin. *Kamus Lengkap Psikologi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2008. Hal 299

menunjang untuk membangun. Motivasi berprestasi yang rendah tersebut karena cerite-cerita yang berkembang di negara-negara miskin bersifat fatalistis. Untuk meningkatkan *n-Ach* maka cerita rakyat harus diubah menjadi cerita yang optimisme dan keinginan untuk berhasil. Hal itu dapat dilakukan melalui pengasuhan anak, pendidikan dan pemberian kesempatan.²⁴

Penjelasan lain adalah dari Everett Hagen. Ia mengemukakan bahwa pada umumnya orang-orang di negara-negara berkembang kurang kreatif, kurang berkemauan untuk mengambil inisiatif. Penyebabnya adalah pendidikan anak-anak yang kurang memberikan kesempatan melakukan aktualisasi diri. Anak-anak dianggap tidak tahu apa-apa dan pendapatnya sering diremehkan. Anak-anak yang ikut berpendapat sering dikatakan tidak sopan oleh orang tua mereka. Hal itu menjadikan anak rendah diri, takut berinisiatif, dan kurang kreatif pada banyak orang di negara berkembang (Boediman, 1989:44-48).²⁵

Penjelasan yang menggunakan pendekatan psikologi terhadap modernisasi dikemukakan pula oleh Alex Inkeles. Ia menjelaskan tentang ciri manusia modern. Menurut Inkeles manusia modern memiliki beberapa karakteristik pokok berikut :²⁶

- 1) Terbuka terhadap pengalaman baru. Manusia modern selalu berkeinginan untuk mencari sesuatu yang baru,

²⁴ Moh. Solehatul Mustofa. *Seminar Nasional tentang Peranan IPS Dalam Membangun Karakter Bangsa Pada Era Globalisasi*. Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2007. Hal 3

²⁵ Ibid. Hal 4

²⁶ Ibid. Hal 4

- 2) Manusia modern akan memiliki sikap untuk semakin independen terhadap berbagai bentuk otoritas tradisional, seperti orang tua, kepala suku dan raja.
- 3) Manusia modern percaya terhadap ilmu pengetahuan.
- 4) Manusia modern memiliki orientasi mobilitas dan ambisi hidup yang tinggi.
- 5) Manusia modern memiliki rencana jangka panjang. Mereka selalu merencanakan sesuatu jauh di depan dan mengetahui apa yang akan mereka capai dalam suatu tahapan-tahapan yang direncanakan.
- 6) Manusia modern aktif terlibat dalam percaturan politik

Inkeles juga menjelaskan bahwa pendidikan merupakan faktor terpenting yang menyebabkan manusia di negara-negara Dunia Ketiga mampu menyerap nilai dan pranata sosial modern. Bagi Inkeles kurikulum informal seperti kecenderungan pengajar pada nilai-nilai Barat, pemakaian buku-buku Barat, dan melihat film-film Barat akan membantu penyerapan nilai-nilai Barat. Bagi seseorang yang tidak mengalami pendidikan formal ia dapat berkembang menjadi manusia modern jika ia bekerja pada pabrik berskala besar (Soewarsono, dkk,1991:31-33).

2.6 Kewirausahaan

2.6.1 Pengertian Kewirausahaan

Berikut ini adalah berbagai macam pandangan tentang konsep entrepreneur dan entrepreneurship :²⁷

Istilah *entrepreneur* sudah dikenal orang dalam sejarah ilmu ekonomi sebagai ilmu pengetahuan sejak tahun 1755. Seorang Perancis yang bernama Richard Cantillon, ahli ekonomi Perancis keturunan Irlandia dianggap sebagai orang pertama yang menggunakan istilah *entrepreneur* dan *entrepreneurship*. Dalam karya akbarnya yang berjudul : *Essai Sur La Nature Du Commerce En General*, Cantillon memberikan peranan utama pada konsep “entrepreneurship” dalam ilmu ekonomi. Dalam karya tersebut, Cantillon menyatakan seorang entrepreneur sebagai seorang yang membayar harga tertentu untuk produk tertentu, untuk kemudian dijualnya dengan harga yang tidak pasti (*an Uncertain Price*), sambil membuat keputusan – keputusan tentang upaya mencapai dan memanfaatkan sumber-sumber daya, dan menerima resiko berusaha (*The Risk of Enterprise*). (Holt, 1993 : 660).

Pada tahun 1776, Adam Smith, Bapak ilmu ekonomi, dalam karya akbarnya yang berjudul : *An Inquiry into The Nature and The Wealth of Nation*, menggambarkan seorang entrepreneur sebagai seorang individu yang menciptakan sebuah organisasi untuk tujuan-tujuan komersial. Ia mengaitkan peranan sang *entrepreneur* dengan peranan seorang industrialis. Tetapi, ia juga memandang seorang *entrepreneur* sebagai seorang yang memiliki pandangan kedepan, hingga

²⁷ J. Winardi. *Entrepreneur & Entrepreneurship*. Kencana. Bogor. 2003. Hal 1-5

ia berkemampuan untuk mendeteksi permintaan potensial akan barang dan jasa tertentu. Dalam persepsi Adam Smith, para *entrepreneur* bereaksi terhadap perubahan-perubahan ekonomi, hingga mereka menjadi pelaku ekonomi (*economic agents*) yang mentransformasi permintaan menjadi penawaran.

Seorang ahli ekonomi Perancis yang bernama Jean Baptise Say, pada tahun 1803, menulis sebuah karya yang berjudul : *Traite D'economie Politique* (dalam Bahasa Inggris : *A Treatise on Political Economy*). Dalam karya ini, Say, melukiskan seorang *entrepreneur* sebagai seorang yang memiliki seni serta keterampilan untuk menciptakan perusahaan-perusahaan baru, dan yang memiliki pemahaman tentang kebutuhan masyarakat. Say mengkombinasi konsep Cantillon *Economic Risk Taker* dengan konsep Adam Smith : *Industrial Manager*, hingga dicapainya seorang individu yang “unik” yang mempengaruhi masyarakat, melalui penciptaan perusahaan-perusahaan baru dan pada saat yang bersamaan dipengaruhi oleh masyarakat untuk memenuhi tuntutan-tuntutan akan produk-produk inovatif, melalui manajemen ketat sumber-sumber daya yang tersedia.

Pada tahun 1848, seorang ahli ekonomi Inggris yang bernama John Stuart Mill, membahas pandangan perlunya *entrepreneurship* pada perusahaan-perusahaan swasta, maka istilah *entrepreneur* menjadi istilah yang lazim digunakan untuk mendeskripsi pendiri-pendiri perusahaan bisnis (*Business Founders*) dan ia menjadi factor keempat (factor produksi keempat) upaya-upaya ekonomi. Dalam literature ekonomi, istilah tersebut mendapatkan tempat khusus sebagai hal yang mencakup kepemilikan ultimat perusahaan komersial.

Sedangkan menurut Professor Sukandarrumidi kewirausahaan adalah keinginan untuk menciptakan perubahan, keberanian untuk melakukan perubahan dengan perhitungan yang cerdas, melihat perubahan sebagai sebagai suatu norma yang sehat, bukan tantangan dan dianggap sebagai seni hidup.²⁸

Berbeda pula dengan ahli ekonomi Drs. Amin widjaja yang menyimpulkan kewirausahaan sebagai berikut :²⁹

1. Kewirausahaan adalah suatu tindakan yang manusiawi dan kreatif, yaitu membangun suatu nilai dari sesuatu yang praktis tidak ada.
2. Kewirausahaan adalah pencarian peluang tanpa sumber daya atau dengan sumber daya terbatas sekalipun.
3. Kewirausahaan memerlukan visi, pengorbanan dan komitmen untuk memimpin pihak yang lain dalam mencapai visi tersebut.
4. Kewirausahaan memerlukan pengambilan risiko yang diperhitungkan (*Calculated Risk*). Konsep risiko merupakan unsur utama dalam kewirausahaan. Namun, persepsi public mengenai risiko yang diambil wirausaha mengalami distorsi. Wirausaha bukanlah “berjudi (*Gambling*)”. Faktanya adalah wirausaha biasanya bekerja pada suatu risiko yang moderat dan diperhitungkan.

²⁸ Sukandarrumidi. *Berkembang Sebagai Entrepreneur*. Yayasan Pustaka Nusantra. Yogyakarta. 2009. hal 58

²⁹ Amin Widjaja. *Manajemen Kewirausahaan*. Harvarindo. 2002. Hal 18

2.6.2 Profil Wirausaha

Berikut ini adalah elemen dari profil *entrepreneurial* menurut Professor Winardi :³⁰

1. Tanggung jawab

Para entrepreneur memiliki tanggung jawab mendalam terhadap hasil usaha yang dibentuk mereka. Mereka sangat berkeinginan untuk mampu mengendalikan sumber-sumber daya mereka sendiri, dan memanfaatkannya untuk mencapai tujuan-tujuan yang ditetapkan oleh mereka.

2. Preferensi untuk menghadapi resiko moderat

Perlu diingatkan bahwa entrepreneur bukanlah pihak yang menerima resiko apapun juga, tetapi mereka justru merupakan penerima resiko yang telah diperhitungkan dengan matang (*calculated risk taker*). Mereka bukanlah penjudi. Tujuan-tujuan yang ingin diraih mereka mungkin menurut persepsi orang lain, tinggi sekali (bahkan mungkin tidak dapat dicapai) tetapi para entrepreneur melihat situasi yang mereka hadapi dari perspektif yang berbeda, dan mereka yakin bahwa tujuan-tujuan mereka bersifat realistis, dan dapat dicapai.

3. Keyakinan dalam kemampuan mereka untuk meraih keberhasilan

Para entrepreneur secara tipikal memiliki keyakinan besar terhadap kemampuan mereka untuk mencapai keberhasilan. Mereka cenderung bersifat optimistik, sehubungan dengan kemungkinan-kemungkinan

³⁰ J. Winardi. *Entrepreneur & Entrepreneurship*, Kencana. Bogor. 2003. Hal 17

mereka mencapai sukses, dan biasanya optimisme mereka berlandaskan realita.

4. Keinginan untuk mencapai umpan balik (feedback) segera

Para entrepreneur menikmati tanyangan-tantangan sehubungan dengan upaya mengelola sebuah bisnis, dan mereka ingin mengetahui bagaimana hasil-hasil yang dicapai oleh mereka, dan secara konstan mereka mencari (informasi) umpan balik.

5. Energi tingkat tinggi

Para entrepreneur lebih enerjetik, dibandingkan dengan orang rata-rata. Energi tersebut mungkin merupakan factor kritikal. Jam kerja lama, dan upaya kerja keras sudah merupakan peraturan bagi para entrepreneur.

6. Orientasi kedepan

Para entrepreneur memiliki naluri kuat untuk mencari serta menemukan peluang-peluang. Mereka melihat kedepan, dan mereka kurang begitu memperhatikan apa saja yang telah dilakukan kemarin, dibandingkan apa yang akan dilakukan besok. Para entrepreneur melihat adanya potensi-potensi, dimana orang lain hanya melihat adanya masalah-masalah atau tidak melihat apa-apa. Para manajer tradisional sangat mementingkan upaya memanaje sumber-sumber daya yang tersedia, sedangkan para entrepreneur lebih mementingkan upaya menemukan dan memanfaatkan peluang-peluang. Adakalanya peluang-peluang dan ide-ide muncul pada saat orang tidak menduganya sama sekali.

7. Membangun sebuah perusahaan dari titik nol

Seakan-akan menyusun sebuah gambar penuh liku-liku dan teka-teki. Para entrepreneur mengetahui cara-cara menarik dan menempatkan orang-orang yang tepat guna melaksanakan suatu tugas. Melalui upaya secara efektif mengkombinasi orang-orang dan pekerjaan, hal tersebut memungkinkan para entrepreneur untuk mentransformasi visi mereka menjadi realita.

8. Lebih dipentingkannya peraih prestasi dibandingkan dengan upaya mendapatkan uang

Salah satu konsepsi keliru tentang para entrepreneur adalah bahwa mereka hanya didorong oleh hasrat mendapatkan uang. Justru sebaliknya, Pencapaian prestasi merupakan faktor primer yang memotivasi di lingkungan para entrepreneur, uang hanya sekedar imbalan untuk prestasi yang diraih.

2.6.3 Jenis – Jenis Kewirausahaan

Seorang yang bernama Clarence Danhof, dalam buku *Economic Development*, dengan editor H.F Williamson dan J.A Buttrick menyajikan klasifikasi berikut tentang *entrepreneurship* :³¹

a. *Innovating Entrepreneurship*

Entrepreneurship demikian dicirikan oleh pengumpulan informasi secara agresif serta analisis tentang hasil-hasil yang dicapai kombinasi-kombinasi baru (novel) faktor-faktor produksi. Orang-orang (para entrepreneur) dalam kelompok ini umumnya bereksperimentasi secara agresif, dan

³¹ Ibid. Hal 20

mereka terampil mempraktekan transformasi-transformasi kemungkinan-kemungkinan atraktif.

b. *Imitative Entrepreneurship*

Entrepreneurship demikian dicirikan oleh kesediaan untuk menerapkan (intinya:meniru) inovasi-inovasi yang berhasil diterapkan oleh kelompok para innovating entrepreneur.

c. *Fabian Entrepreneurship*

Entrepreneurship demikian, dicirikan oleh sikap yang teramat berhati-hati dan sikap skeptikal (yang mungkin sekedar sikap inersia) tetapi yang segera melaksanakan peniruan-peniruan menjadi jelas sekali, bahwa apabila mereka tidak melakukan hal tersebut, mereka akan kehilangan posisi relatif mereka di dalam industry yang bersangkutan.

d. *Drone Entrepreneurship*

Entrepreneurship demikian (ingat Drone berarti : malas) dicirikan oleh penolakan untuk memanfaatkan peluang-peluang untuk melaksanakan perubahan-perubahan dalam rumus produksi, sekalipun hal tersebut mengakibatkan mereka merugi dibandingkan dengan para produsen lainnya.

2.7 Semiotika

Secara etimologis, semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Sedangkan secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang

mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.³²

Semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda. Studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungan dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakannya.³³

Semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda. Studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengan sebuah istilah umum yang meliputi pendekatan-pendekatan khusus terhadap pengkajian kebudayaan sebagai bahasa. Ia berakar yang dalam sekali pada teori-teori *linguistik* Ferdinand Saussure, dan ia mempergunakan bahasa sebagai sebuah model untuk berbagai fenomena. Pada dasarnya, studi media massa mencakup pencarian pesan dan makna-makna dalam materinya, karena sesungguhnya semiotika komunikasi, seperti halnya studi basis komunikasi, adalah proses komunikasi dan intinya adalah makna. Dengan kata lain mempelajari media adalah mempelajari makna, dari mana asalnya, seperti apa, seberapa jauh tujuannya, bagaimanakah ia memasuki materi media, dan bagaimana ia berkaitan dengan pemikiran kita sendiri. Maka itu penelitian dalam komunikasi semestinya mampu mengungkapkan makna yang terkandung dalam materi pesan komunikasi.³⁴

Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*) memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dicampur adukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai

³² Indiwani Seto. *Semiotika Komunikasi*. Mitra Wacana media. 2011. hal 5

³³ Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Pradana Media Group. Jakarta. 2006. Hal 265

³⁴ Alex Sobur. *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosda Karya. Bandung. 2006. hal 110

berarti bahwa objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonsitusi sistem struktur dari tanda.³⁵

Tokoh semiotika yang terkenal ada dua tokoh yakni, Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sander Peirce (1839-1914). Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan tidak mengenal satu sama lain. Saussure di Eropa dan Peirce di Amerika Serikat. Latar belakang keilmuan adalah linguistik, sedangkan Peirce filsafat. Saussure menyebut ilmu yang dikembangkan semiologi, sedangkan Peirce menyebutnya semiotika.³⁶

Secara terminologis, menurut Eco, semiotika dapat di definisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Van Zoest mengartikan semiotika sebagai ilmu tanda dan segala yang berhubungan dengannya; cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.³⁷

Dalam kaitannya dengan semiotika, Preminger memberi batasan yang jelas, semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial atau masyarakat dan kebudayaan ini merupakan tanda-tanda. Semiotika itu mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti.³⁸

³⁵ Ibid. hal 15

³⁶ Sumbo tinarbuko. *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra. 2008. Hal 11

³⁷ Alex Sobur. *Analisis teks media; suatu pengantar untuk analisis wacana, Analisis semiotika dan analisis framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2001. Hal 95

³⁸ Ibid. hal 96

Penelitian ini menggunakan teori Peirce, menurut Peirce sebuah analisis tentang esensi tanda mengarah pada pembuktian bahwa setiap tanda ditentukan oleh objeknya. *Pertama*, dengan mengikuti sifat objeknya, ketika kita menyambut tanda sebuah ikon. *Kedua*, menjadi kenyataan dan keberadaannya berkaitan dengan objek individual, ketika kita menyebut tanda sebuah indeks. *Ketiga*, kurang lebih perkiraan yang pasti bahwa hal itu di representasikan sebagai objek denotif sebagai akibat dari suatu kebiasaan ketika kita menyebut tanda sebuah simbol.³⁹

Semiotika sebagai sebuah cabang keilmuan memperlihatkan pengaruh yang semakin kuat dan luas, signifikansi semiotika tidak saja sebagai metode kajian (*decoding*), akan tetapi juga sebagai metode penciptaan (*encoding*). Sebagai metode kajian, semiotika memperlihatkan kekuatannya didalam berbagai bidang seperti *antropologi, sosiologi, politik, kajian keagamaan, media studies, dan cultural studies*. Sebagai metode penciptaan semiotika mempunyai pengaruh pula pada bidang-bidang desain produksi, arsitektur, desain komunikasi visual, seni tari, seni rupa dan juga seni film.⁴⁰

2.7.1 Charles Sanders Peirce

Peirce adalah tokoh semiotika yang berlatar belakang pendidikan filsafat dan menyebut ilmu yang dibangunnya (*semiotics*). Bagi peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya, manusia

³⁹ Alex sobur. *semiotika komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2009. hal 15

⁴⁰ Ibid. 2009. Hal 35

hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika, dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda.⁴¹

Bagi Peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya, manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika, dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda.⁴²

Teori dari Peirce seringkali disebut sebagai ''*grand theory*'' dalam semiotika, ini karena gagasan Pierce bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan. Sebuah tanda atau *representamen* menurut Charles Sanders Pierce adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu oleh Peirce disebut *interpretant*.⁴³

Menurut Peirce tanda dibentuk oleh hubungan segitiga yaitu *Representament* yang oleh Peirce disebut juga tanda (*Sign*) berhubungan dengan objek yang dirujuknya. Hubungan tersebut membuahkan *Interpretant*. Tanda atau *Representament* adalah bagian tanda yang merujuk pada sesuatu menurut cara atau berdasarkan kapasitas tertentu. Peirce mengistilahkan *Representament* sebagai benda atau objek yang berfungsi sebagai tanda. Objek adalah sesuatu yang dirujuk oleh tanda. Biasanya objek merupakan sesuatu yang lain dari tanda itu sendiri atau objek dan tanda bisa jadi merupakan entitas yang sama.⁴⁴

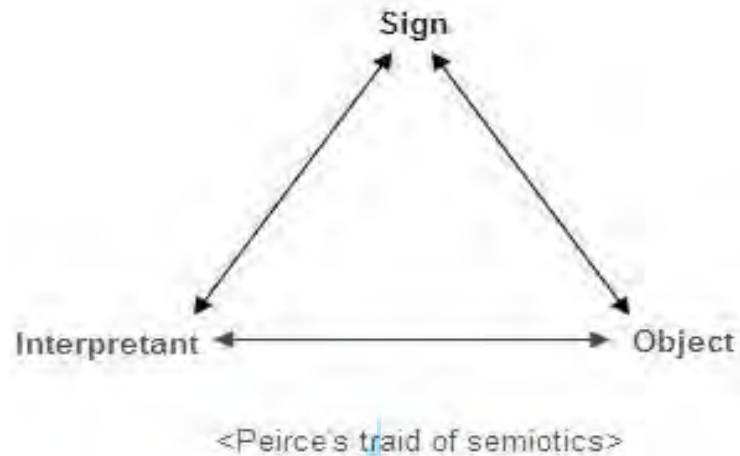
⁴¹ Arthur Asa Berger. *Tanda-tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*. Terjem. Dwi Mariantio dan Sunarto. Yogyakarta: PT.Tiara Wacana. 2000. Hal 11-22

⁴² Ibid

⁴³ Indiwani Seto. *Semiotika Komunikasi*. Mitra Wacana Media. 2011. Hal 15

⁴⁴ Ibid. Hal 142

Hubungan Tanda, Objek, dan Interpretant (*Triangle Meaning*)



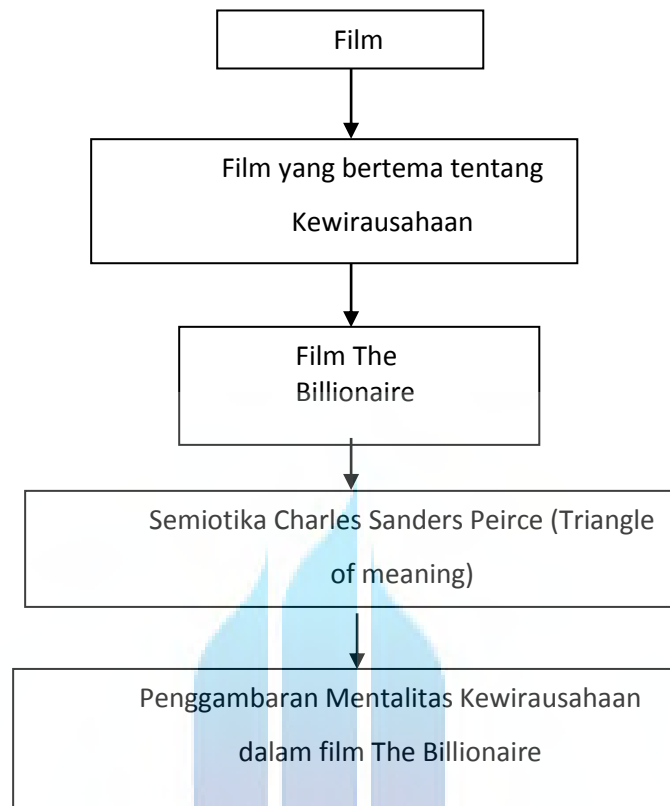
Dalam pemahaman semiotika menurut Peirce bahwa tanda terdiri dari: *The Representament* bentuk yang diambil oleh tanda atau sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda akan selalu mengacu ke sesuatu yang lain yang disebut *Object* atau *Denotatum* (benda yang mengacu kepada tanda tersebut). Mengacu berarti mewakili atau menggantikan. Tanda baru dapat berfungsi bila di interpretasikan dalam bentuk penerima tanda melalui *Interpretant*. Jadi *interpretant* ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda, singkatnya makna dari tanda itu. Artinya, tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda apabila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat *ground*, yaitu pengetahuan tentang sistem tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukakan Peirce terkenal dengan nama segitiga semiotika.⁴⁵

⁴⁵ Umberto Eco. *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press. 1979. Hal 59

Selanjutnya dikatakan, tanda dalam hubungan dengan acuannya, dikenal tipologi tanda versi Charles S Peirce.⁴⁶

- a. Ikon adalah tanda mengandung kemiripan “rupa” sehingga tanda itu mudah di kenali oleh para pemakainya. Di dalam ikon hubungan antara representamen dan objeknya terwujud sebagai kesamaan dalam beberapa kualitas. Contohnya sebagian besar rambu lalu lintas merupakan tanda yang ikonik karena “menggambarkan” bentuk yang memiliki kesamaan dengan objek yang sebenarnya.
- b. Indeks adalah tanda yang memiliki keterkaitan fenomenal atau eksistensial di antara representamen dan objeknya. Di dalam indeks, hubungan antara tanda dengan objeknya bersifat kongkret, actual dan biasanya melalui suatu cara yang sekuensial atau kausal. Pintu merupakan indeks dari kehadiran seorang “tamu” di rumah kita.
- c. Symbol merupakan jenis tanda yang bersifat arbiter dan konvensional sesuai kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Tanda-tanda kebahasaan pada umumnya adalah simbol-simbol. Tak sedikit dari rambu lalu lintas yang bersifat simbolik.

⁴⁶ Indiwana Seto. *Semiotika Komunikasi*. mitra wacana media. 2011. Hal 14

Gambar 1

Dilihat dari kerangka pemikiran diatas, maka penulis menjelaskan bagaimana mentalitas kewirausahaan digambarkan dalam film *The Billionaire*. Penulis menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce karena ia mengatakan bahwa sign adalah tanda, sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda, sedangkan interpretant merupakan tanda yang ada dalam benak seseorang. Analisis semiotika Charles Sanders Peirce memaknai tanda-tanda tersebut untuk membantu penulis dalam mencari tanda-tanda yang menunjukkan adanya mentalitas kewirausahaan dalam film *The Billionaire*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang diamati dari orang-orang yang di teliti.¹

Penelitian deskriptif ditujukan untuk : (1) Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan dan evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.²

Pendekatan kualitatif merupakan konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah, dan menganalisis dokumen untuk memahami peristiwa atau makna.³

Penelitian ini di gunakan karena penelitian ini juga berhubungan dengan proses interpretasi yang dilakukan untuk memahami tanda-tanda. Dalam

¹ Bagong Suyanto dan Sutinah. *Metode Penelitian Sosial*. Prenanda Media Group. Jakarta. 2007. Hal 166

² Jalaludin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya. 2007. Hal 24

³ Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kualitatif : aktualisasi metodologis kearah ragam varian kontemporer*. Jakarta: PT. Rajawali Grafindo Persada, 2004. Hal 147

penafsiran tanda-tanda, kode ataupun simbol-simbol yang terdapat pada film, selain itu penelitian ini bersifat subyektif.

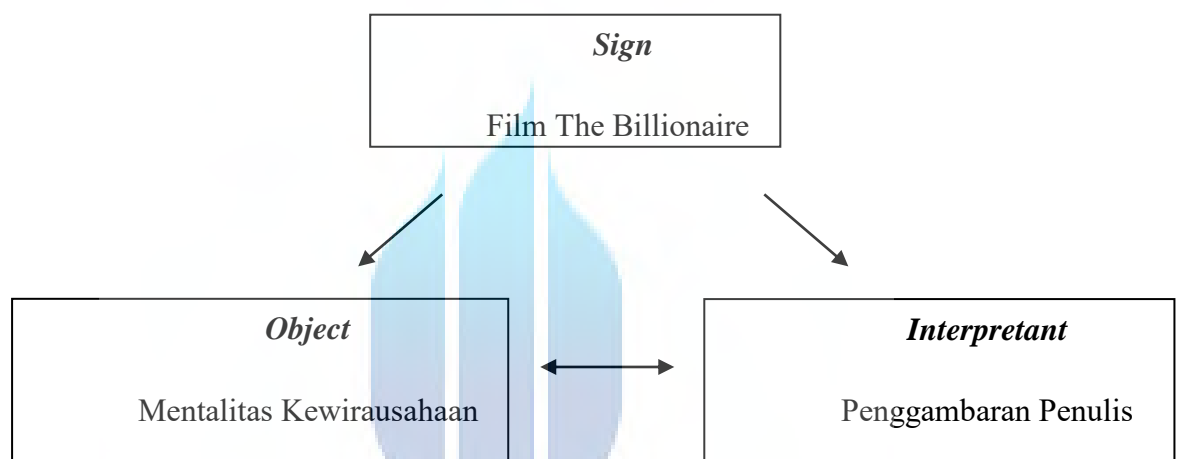
3.2 Metodologi Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah semiotika. Semiotika adalah suatu ilmu yang atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda - tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.

Metode semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika dari pandangan Charles Sanders Peirce. Peirce mengatakan, seperti yang dipaparkan oleh Arthur Asa Berger, bahwa tanda-tanda berkaitan dengan objek-objek yang menyerupai keberadaannya memiliki hubungan kausal dengan tanda-tanda atau karena ikatan konvensional dengan tanda-tanda tersebut. Peirce menggunakan istilah ikon untuk kesamaannya, indeks untuk hubungan kausalnya, dan simbol untuk asosiasi konvensionalnya.⁴

⁴ Arthur Asa Berger. *Pengantar Semiotika & Tanda – Tanda dalam Budaya Kontemporer*. Tiara Wacana. Yogyakarta. 2010. Hal 16

Istilah ikon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan pertandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan. Indeks adalah tanda-tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat. Simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dan pertandanya.⁵



Gambar 3.1

3.3 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah *time code*. dalam film *The Billionaire* yang berdurasi 02:04:00, beberapa *time code* yang akan dianalisa, dideskripsikan atau dijelaskan dengan pernyataan-pernyataan deskriptif, dan unit analisis merupakan sumber yang berkompeten untuk dapat diteliti dengan tujuan memperoleh informasi sehubungan dengan penelitian. Yang meliputi unit analisis dalam penelitian ini adalah meneliti pada mentalitas kewirausahaan yang ditunjukkan pada film ini yang terdapat dalam cetak layar pada *time code* tertentu

⁵ Alex Sobur. Op.Cit. Hal 41-42

dalam film *The Billionaire*, dengan melihat pada unsur-unsur verbal dan non verbal, unsur verbal yang terdapat pada film tersebut seperti percakapan dalam film, unsur non verbal dalam film tersebut seperti gambar, gerakan tubuh, latar tempat, ekspresi, serta unsur-unsur pendukung lainnya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :

3.4.1 Data Primer

Data primer di dalam penelitian ini ialah gambar-gambar yang diambil dari hasil *screenshot* di dalam film *The Billionaire*, dengan menggunakan bantuan komputer yang menggambarkan mentalitas kewirausahaan, yang akan dianalisa dan dideskripsikan dengan menggunakan pernyataan-pernyataan deskriptif dengan menggunakan teori segitiga makna milik Charles Sanders Peirce.

3.4.2 Data Sekunder

Guna menunjang pengumpulan data dalam penelitian ini maka dibutuhkan data lainnya, yaitu : Studi kepustakaan yaitu membaca buku-buku, Koran, majalah, internet serta data dan bahan referensi dari berbagai sumber yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti guna melengkapi data-data yang sudah ada.

3.5 Definisi Konsep

Untuk pelaksanaan penelitian ini berbagai konsep dan istilah perlu diperjelas, Definisi konsepnya adalah :

1. Mentalitas adalah akal budi yang menjadi karakteristik seseorang atau suatu spesies atau jenis.
2. Kewirausahaan adalah keinginan untuk menciptakan perubahan, keberanian untuk melakukan perubahan dengan perhitungan yang cerdas, melihat perubahan sebagai sebagai suatu norma yang sehat, bukan tantangan dan dianggap sebagai seni hidup
3. Semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu- yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya-dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.
4. Film mengkomunikasikan informasi dan ide-ide, dan film menunjukkan tempat dan hidup seseorang/orang lain yang tidak kita ketahui sebelumnya. Film juga menawarkan kepada kita untuk melihat dan merasakan apa yang kita temukan dalam layar. Film memberikan kita pengalaman nyata tentu saja dengan emosi yang berhasil ia sentuh kepada penontonnya. Pengalaman yang disajikan berasal dari arahan sang sutradara dalam cerita, dengan karakter yang membuat kita peduli akan si tokoh tersebut, tapi sebuah film

juga dapat membangun sebuah ide atau mengembangkan kualitas visual atau tekstur suara.

3.6 Teknik Analisis Data

Data berupa tanda-tanda yang ada dalam penelitian ini diolah secara kualitatif untuk kemudian di maknai. Untuk menemukan makna dalam penelitian ini digunakan metode analisis sistem segitiga makna (*triangle meaning*) milik Charles Sanders Peirce.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum GTH

4.1.1 Sejarah Singkat GTH

GMM Tai Hub Co., Ltd. (GTH) adalah studio film Thailand yang terintegrasi dan berkomitmen untuk memproduksi, memasarkan dan mendistribusi film-film sukses secara komersial yang terlibat dan menghibur penonton Thailand dengan pemikiran, cerita yang relevan secara lokal dan diproduksi dengan standar internasional tertinggi.



Gambar 4.1 Logo GTH Company

Diluncurkan pada Mei 2004. GTH adalah perusahaan patungan yang sepenuhnya independen dari tiga perusahaan media di Thailand yang paling terkenal dan inovatif yaitu : GMM Granny, Tai Entertainment dan Hub Ho Hin, Bangkok. Antara mereka, mereka membawa bersama-sama kombinasi yang belum pernah terjadi sebelumnya yaitu jangkauan media, keahlian pemasaran dan keunggulan produksi yang telah mencetak rekor baru di box office baik di Thailand dan di Asia yang lebih besar. Kolaborasi pertama mereka sebagai

independen adalah film *My Girl* yang merupakan film Thailand terlaris pada tahun 2003, membuka jalan untuk merger yang sudah berbuah usaha studio debutnya, *Shutter* adalah film yang terlaris atas Thailand tahun 2004 dan telah menarik penonton dan pujian dari seluruh wilayah.

Apa yang membuat GTH berbeda adalah visi yang sekaligus sederhana dan tentunya unik : studio didedikasikan untuk menceritakan cerita yang sangat manusiawi dan pada saat itu juga cerita yang tidak lazim dari rakyat Thailand dalam film-film yang menghibur penonton tanpa kehilangan rasa hormat terhadap subyek mereka.

Untuk tujuan ini, GTH telah mengumpulkan beberapa produser yang paling berbakat di Thailand, sutradara dan operator di bawah satu naungan dengan menyediakan lingkungan yang terbuka dan kolaboratif untuk mendukung pembuatan film asli, GTH telah menciptakan ruang di mana individu yang kreatif dapat mengambil risiko yang melekat dalam semua cerita besar. Dari konsepsi sampai selesai, hasil berbicara sendiri.

4.2 Deskripsi Film *The Billionaire*

4.2.1 Sekilas Tentang Film *The Billionaire*

The Billionaire adalah sebuah film tentang seorang remaja yang mempunyai mentalitas sebagai seorang wirausaha. Film ini disutradarai oleh Songyos Sugmakanan dan dibintangi oleh Pachara Chirathivat, Walanlak Kumsuwan dan Somboonsuk Niyomsiri. Di negara asalnya yaitu di Thailand film

ini berjudul *Wai Roon Pun Lan*, sedangkan di Negara lain berjudul *The Billionaire / Top Secret*.

Cerita dan scenario dalam film ini terinspirasi dan dikembangkan dari kisah nyata dengan menggunakan *Indepth Interview* (wawancara mendalam) oleh Jira Maligapool dan Boycitychan (Pewawancara).

4.2.2 Identitas Film



Gambar 4.2 Poster Film The Billionaire

Judul Film	The Billionaire / Top Secret
Genre Film	Drama / Biografi
Durasi Film	124 Menit
Asal Film	Thailand
Produser	Nawapol Tumrongtattanarit

Sutradara	Songyos Sugmakanan
Penulis	Jira Maligapool, Boycitychan (Pewawancara)
Penerjemah	Vanridee Pongsittisak
Skenario	Nawapol tumrong rattanarit
Distributor	GMM Tai Hub Co., Ltd. (GTH)
Tanggal Rilis	20 Oktober 2011 (Thailand)
Penyunting	Sasikan Suvansuthi
Pemeran	Pachara Chirathivat (Top Ittipat), Somboonsuk Niyomsiri (Paman Top), Walanlak Kumsuwan (Lin/Kekasih Top), Thanom Assawarungrueng (Ayah Top), Karnsiree Kulkaweewut (Ibu Top)

4.2.3 Penghargaan Film *The Billionaire*

The Billionaire mendapatkan beberapa nominasi yaitu Grand Prix sutradara Songyos Sugmakanan di Osaka Asian Film Festival 2012, Sutradara Terbaik Songyos Sugmakanan, Aktor Pembantu Terbaik Somboonsuk Niyomsiri dan Editing Terbaik Sasikan Suvansuthi

4.2.4 Sinopsis Film *The Billionaire*

Film ini diangkat dari kisah nyata seorang pengusaha muda bernama Top Ittipat. Saat film ini beredar, Ittipat berusia 26 tahun. Cerita diawali dari seorang

pemuda 19 tahun bernama Itthipat “Top” Kulapongvanich (Pachara Chirathivat) mengunjungi sebuah bank untuk melakukan pinjaman sebesar 10 juta Baht. Awalnya si petugas bank tidak memperdulikannya, tapi kemudian ia memberikan kesempatan kepada Top untuk menceritakan alasannya meminjam uang tersebut. Lalu cerita beralih ke 3 tahun lalu saat Top masih berusia 16 tahun.

Top saat berusia 16 tahun adalah anak orang kaya pecandu game online. Karena memiliki bakat bisnis, ia mampu meraup banyak keuntungan dari game online tersebut, bahkan mampu membeli mobil mewah sebesar 700 ribu Baht. Seperti kebanyakan anak-anak remaja, bila sudah mencicipi uang, ia akan menjadi malas untuk bersekolah dan lebih memilih berbisnis, lebih tepatnya berbisnis game online. Kecanduan game online menyebabkan nilainya di sekolah menjadi sangat buruk dan orang tua Top pun sangat marah. Ia tidak lulus tes masuk universitas negeri. Keadaan keuangan ayahnya juga membuat sang ayah enggan membiayai kuliahnya, karena itu, Top berusaha mencari uang sendiri agar bisa diterima di universitas swasta, memenuhi keinginan orang tua.

Langkah pertama Top dalam mendapatkan uang adalah dengan menjual 50 DVD player, tanpa tahu bahwa DVD player tersebut adalah barang bajakan dengan kualitas buruk. Ia ditipu oleh si penjual. Karena membutuhkan uang untuk kuliah, Top terpaksa menggadaikan jimat milik ayahnya sebesar 100 ribu Baht. Ia berhasil masuk ke universitas swasta tersebut, tapi pikirannya tetap tertuju ke bisnis untuk membantu keuangan orang tuanya dan pada akhirnya mengacaukan kuliahnya. Top berbisnis kacang Chestnut dan dibantu oleh pembantunya yang baik hati dan setia yang ia panggil paman (Somboonsuk Niyomsiri) tapi tidak

berjalan mulus. Sementara itu, orang tua Top bangkrut dan harus menanggung hutang sebesar 40 juta Baht (sekitar 1,2 milyar rupiah). Rumahnya pun dalam proses penyitaan bank. Karena tidak mampu menanggung hutang sebesar itu, orang tuanya mengajak Top pergi ke Cina, tempat kakak-kakak Top bekerja. Top menolak ikut demi mengejar cita-citanya menjadi pengusaha muda.

Suatu hari, kekasih Top yang bernama Lin (Walanlak Kumsuwan) membawakannya beberapa lembar rumput laut kering sebagai oleh-oleh. Rumput laut tersebut memberikan ide bisnis baru untuk Top. Ia menjual semua komputernya sebagai modal untuk membeli rumput laut mentah. Namun memasak rumput laut tidak semudah yang dia kira. Banyak kesalahan yang dia lakukan, diantaranya rumput laut menjadi basi karena tidak dimasukkan di plastik yang rapat, dan rasa rumput laut menjadi pahit karena tidak dicuci lebih dulu.

Setelah melewati berbagai rintangan dan kesalahan, akhirnya ia berhasil membuat rumput laut yang gurih dan enak. Rumput lautnya laris terjual. Tapi masalah masih belum bisa terselesaikan karena 40 juta Baht tidak bisa dilunasi hanya dengan menjual rumput laut secara eceran. Ia kemudian mencoba untuk memasukkan produknya ke waralaba 7-Eleven dan hal itu tidaklah mudah karena banyak sekali peraturan-peraturan yang harus dipenuhi. Awalnya, Top ingin menyerah dan menyusul orang tuanya ke Cina. Namun dengan keberuntungan, sifat keras kepala dan kerja keras serta dibantu oleh pembantunya yang setia, Top akhirnya berhasil memasukkan produknya. Dalam waktu dua tahun, ia berhasil melunasi hutang orang tuanya dan membawa mereka kembali ke Thailand.

Sekarang, Top adalah seorang milyader (Baht) di Thailand berusia 26 tahun (2012) dengan pendapatan 1.500 juta Baht per tahun. Ia memiliki 2500 karyawan dan mengirim produknya ke 6000 cabang 7-Eleven di 27 negara di dunia. Ia juga memiliki perkebunan rumput laut di Korea Selatan. Produknya sangat sering kita jumpai di Indonesia. Merk dari produk tersebut bernama Tao Kae Noi, yang artinya dalam bahasa Thailand adalah “Pengusaha Muda”.

4.2.5 Pemain dan Karakter *Film The Billionaire*

1. Pachara Chirathivat sebagai Top Ittipat

Top Ittipat adalah seorang remaja yang mempunyai cita-cita, kemauan, dan mentalitas sebagai seorang wirausaha hingga akhirnya menjadi seorang milyader (Baht) di Thailand saat berusia 26 tahun (2012) dengan pendapatan 1.500 juta Baht per tahun. Tidak mudah perjalanan yang dilalui Top dalam mencapai kesuksesannya, jatuh bangun dalam berwirausaha telah ia rasakan, mulai dari di tipu oleh penjual DVD bajakan, di usir oleh manajemen pengelola gedung, bahkan produk cemilannya juga di tolak mentah – mentah karena berbagai alasan. Kepribadian Top yang menjadi sentral dibentuk kuat dan mapan dengan sifat berani, pantang menyerah, keras kepala, dan pekerja keras.

2. Somboonsuk Niyomsiri sebagai Paman Top

Paman Top digambarkan sebagai seorang yang selalu membantu dan juga selalu setia mendampingi Top. Hadir sebagai sosok paman “tua” yang

bijaksana dan pendukung setia Top dalam berbisnis. Di film ini, dia selalu menjadi partner Top dalam memulai usaha.

3. **Walanlak Kumsuwan** sebagai **Lin (Kekasih Top)**

Lin adalah kekasih Top yang merupakan teman semasa SMA-nya. Karakternya tidak begitu menonjol, Lin termasuk tipe perempuan yang sangat struktural, bertolak belakang dengan Top dan sedikit egois. Bagi Lin, pendidikan itu nomor satu, pekerjaan itu nanti akan datang jika pendidikan kita tinggi, sehingga Lin bersikap ngotot seperti orang tua Top, memaksa Top menuruti kemauannya untuk lebih fokus ke kuliah dari pada bisnis Top sendiri.

4. **Thanom Assawarungrueng** sebagai **Ayah Top**

Tampil dalam sosok ayah yang dingin dan kaku. Selalu menganggap bahwa Top, anak bungsunya tak bisa berbuat banyak dalam hal bisnis dan terkesan meremehkannya. Baginya, Top harus mengenyam pendidikan kuliah (sebisa mungkin di universitas negeri).

5. **Karnsiree Kulkawewut** sebagai **Ibu Top**

Tampil dalam sosok ibu yang hangat dan penyayang. Prinsip hidupnya hampir sama dengan sang ayah (agar top dapat meneruskan kuliah), namun tidak sekaku sang ayah. Dia masih bisa menerima keadaan dan keinginan Top walau tak sesuai dengannya.

4.3 Hasil Penelitian

Pada hasil penelitian akan dibahas mengenai mentalitas kewirausahaan yang terkandung di dalam Film *The Billionaire* menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce. Metode ini menggunakan teori segitiga makna (triangle meaning) Peirce yang terdiri atas sign (tanda), Object (acuan tanda), dan interpretant (pengguna tanda). Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Objek atau acuan tanda adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda. Interpretant atau pengguna tanda adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Hal yang terpenting dalam proses semiosis adalah bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang saat berkomunikasi.

Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda atas icon (ikon), index (indeks), dan symbol (simbol). Ikon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dengan objek atau acuan yang bersifat kemiripan, misalnya potret dan peta. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kasual atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Contoh yang paling jelas ialah asap sebagai tanda adanya api. Tanda dapat pula mengacu ke denotatum melalui konvensi. Tanda yang seperti itu adalah tanda yang

menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Hubungan di antaranya bersifat arbiter atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat.⁵⁵

Gambar dari adegan-adegan yang merepresentasikan mentalitas kewirausahaan dipilih dan dianalisa untuk mengartikan makna dari mentalitas kewirausahaan yang terkandung di dalamnya. Setelah itu gambar yang menunjukkan mentalitas kewirausahaan yang didapat akan dicocokkan dengan konsep mentalitas kewirausahaan yang sudah ditentukan. Konsep mentalitas kewirausahaan yang digunakan adalah kreativitas, pengambilan risiko yang diperhitungkan, pencarian informasi, energi tingkat tinggi, berani mengambil keputusan, orientasi kedepan, membangun sebuah perusahaan dari titik nol dan tanggung jawab.

Sedangkan gambar yang akan diambil adalah gambar-gambar yang merepresentasikan mentalitas kewirausahaan dimana gambar tersebut berasal dari beberapa adegan krusial dalam Film *The Billionaire*. Objek utama yang akan mewakili analisa ini adalah Top Ittipat yang merupakan sang tokoh utama. Mentalitas Kewirausahaan akan tersirat melalui tindakan-tindakan Top Ittipat, berikut ini adalah tabel analisis Film *The Billionaire* :

⁵⁵ Alex Sobur. Op.Cit. Hal 41-42

Tabel 4.1 : Kreativitas

Visual (<i>Sign</i>)	
 <p style="text-align: center;">00.03.04</p>	
Object	Interpretant
<p>Pada gambar Animasi ini menggunakan teknik <i>Over Shoulder</i> dengan <i>High angle</i>, yang menunjukkan kegiatan yang sedang dilakukan.</p> <p>Dalam gambar tersebut terlihat dua orang karakter di dalam game yang sedang bernegosiasi, dan juga terlihat beberapa barang-barang <i>inventory</i> yang ada di dalam game.</p> <p>Teks “Hey, 500 SGD saja oke?” terlihat</p>	<p>Pada gambar ini terlihat sedang berlangsungnya negosiasi akan kesepakatan harga yang akan dibuat, ini terlihat dari adanya teks dari karakter ber “armor” putih yaitu (Top Ittipat) dengan mengatakan I want 50 million, dan karakter ber “armor” biru (pembeli) mengatakan 500 SGD, ok.</p> <p>Pada dasarnya item yang ada di dalam game dibeli dengan mata uang yang ada</p>

di atas kepala karakter ber “armor” biru tersebut	di dalam game, akan tetapi karakter ber “armor” biru tersebut malah menawarkan mata uang asli yaitu dollar Singapura yang terlihat dari singkatan SGD yang merupakan mata uang Negara Singapura.
---	--

Analisa :

Adegan ini menceritakan Top Ittipat yang sedang belajar mata pelajaran komputer di dalam kelas, bukannya mengikuti perintah dari gurunya ia malah bermain game online dan berjualan senjata di dalam game itu. Tiba-tiba saja ia dihampiri oleh pemain game lainnya yang ingin membeli salah satu senjata yang dimiliki Top, dengan piawainya ia bernegosiasi dengan pemain itu dan menjual salah satu senjata di dalam game itu dengan mata uang asli, dan bukan dengan mata uang yang ada di dalam game. Di sini terlihat bahwa Top telah melakukan suatu bentuk Kewirausahaan yaitu kreatif yang membangun nilai dari sesuatu yang nilainya praktis tidak ada. Tanda yang dimaknai dalam gambar ini termasuk jenis *Symbol*, yaitu singkatan dari mata uang singapura (*Singapore dollar*) yang ditulis dengan SGD, SGD biasanya dapat dilihat di Bank apabila kita ingin menukarkan mata uang misalnya USD (*United State Dollar*), JPY (*Japan Yen*), atau IDR (*Indonesia Rupiah*).

Tabel 4.2 : Pengambilan Risiko yang Diperhitungkan




Visual (Sign)	
 <p style="text-align: center;">00.26.34</p>	
Object	Interpretant
<p>Gambar ini menjelaskan kegiatan orang-orang disekitarnya dengan menggunakan teknik <i>Full Shot</i>. Pada gambar ini terlihat seorang pemuda ber kemeja putih dengan celana hitam, yang sedang memegang sebuah mesin, yang sedang dipandangi oleh seorang wanita dan seorang pria, sementara pria tua yang dibelakang sedang melihat-lihat sebuah mesin.</p> <p>Teks “Saya ingin berbisnis kacang”</p>	<p>Seorang pemuda dengan kemeja putih ini adalah Top Ittipat yang terlihat sedang memegang mesin pemanggang kacang, di depannya terlihat seorang wanita yang merupakan ibu Top, dan seorang Pria yang merupakan ayah Top, mereka sedang berdebat tentang mesin tersebut, hal ini terlihat dengan raut wajah yang serius dari ayah dan ibu Top.</p> <p>Teks “Saya ingin berbisnis kacang”</p>

<p>merupakan ucapan pemuda ber kemeja putih itu.</p>	<p>adalah ucapan yang dilontarkan oleh Top Ittipat kepada kedua orang tuanya, ia dengan tatapan serius lalu mengucapkan kata-kata itu karena telah yakin dengan resiko yang akan dia ambil dengan berbisnis berjualan kacang.</p>
--	---

Analisa :

Dalam adegan ini Top pulang dengan membawa mesin pemanggang kacang yang ia sewa di salah satu perusahaan saat ia mengikuti *Food Expo*. Sesampainya di rumah ia dihampiri oleh kedua orang tuanya dan menanyakan mesin yang ia bawa, dengan penuh keyakinan ia menjawab bahwa ia ingin berbisnis kacang, dan menjelaskan spesifikasi dari mesin yang ia bawa. Sebenarnya Top tahu bahwa berbisnis kacang sangat beresiko karena sebelumnya ia tidak mengetahui sama sekali tentang seluk beluk berjualan kacang, akan tetapi dengan mesin yang canggih ini yang semuanya serba otomatis resiko tersebut telah diperhitungkan dan dapat dikurangi. Tanda dari adegan ini adalah jenis *Symbol* karena pada saat Top menjelaskan tentang mesin tersebut dengan pandangan lurus kedepan lawan bicara dan dengan raut wajah penuh penuh keyakinan Top menjelaskan spesifikasi mesin tersebut kepada kedua orang tuanya. Hal ini merupakan *Symbol* dari Kepercayaan Diri yang dibutuhkan oleh Wirausahawan.

Tabel 4.3 : Pencarian Informasi

Visual (Sign)	
 <p style="text-align: center;">00.28.34</p>	 <p style="text-align: center;">00.29.05</p>
 <p style="text-align: center;">00.29.38</p>	 <p style="text-align: center;">00.30.20</p>
Object	Interpretant
<p>Pada gambar di atas dengan menggunakan teknik <i>Long Shot</i>, <i>Over Shoulder</i>, <i>Medium Close Up</i> dan <i>Close up</i> gambar ini memperlihatkan dan memperjelas apa saja yang sedang dilakukan oleh orang di dalamnya dan lingkungan di sekitarnya.</p> <p>Pada gambar di sebelah kiri atas terlihat seorang pria separuh baya yang sedang memasukan sesuatu ke dalam ember</p>	<p>Pada gambar di sebelah kiri atas terlihat seorang pria separuh baya yang sedang memasukan sesuatu ke dalam embarnya ini adalah seorang penjual kacang, hal ini terlihat dengan adanya kacang yang berjumlah banyak di dalam keranjang putih miliknya, selain itu ada pula penggorengan yang terdapat di samping pria separuh baya tersebut.</p> <p>Seorang pemuda yang berkemeja putih</p>

<p>hitam miliknya, di belakangnya terlihat seorang pemuda yang sedang memperhatikan apa yang dilakukang oleh pria separuh baya tersebut.</p> <p>Sedangkan pada gambar yang ada di sebelah kanan atas memperlihatkan seorang pria berkemeja putih yang sedang mencatat.</p> <p>Pada gambar di sebelah kiri bawah memperlihatkan seorang pemuda yang mengenakan kemeja sedang menunjuk sesuatu.</p> <p>Sedangkan pada gambar di kanan bawah terlihat sebuah tangan yang sedang memegang semprotan.</p>	<p>polos dengan celana bahan berwarna hitam itu adalah Top, ia sedang memperhatikan gerak gerak pria separuh baya tersebut. Top yang ingin berjualan kacang melakukan pencarian informasi dengan memperhatikan bagaimana cara pria separuh baya tersebut memilih kacang yang berkualitas. Dengan wajah serius Top memperhatikan setiap detil yang dilakukan oleh pria separuh baya tersebut. Lingkungan di sekitarnya menjelaskan bahwa mereka berdua sedang berada di pinggir jalan, ini terlihat dengan adanya mobil yang berlalu lalang di jalanan.</p> <p>Sedangkan pada gambar di sebelah kanan atas memperlihatkan seorang pemuda berkemeja putih yaitu Top yang sedang serius mencatat apa yang telah dikatakan oleh penjual kacang tersebut.</p> <p>Pada gambar di sebelah kiri bawah</p>
--	---


	<p>terlihat Top sedang menunjuk sesuatu kearah spatula. Pada gambar ini Top terlihat sedang bertanya kepada penjual kacang tersebut.</p> <p>Sedangkan pada gambar di kanan bawah terlihat Top sedang memegang sesuatu yang ada di ujung semprotan. Top merasa penasaran dengan bahan apa yang ada di semprotan sampai-sampai ia harus memegangnya untuk mengetahuinya.</p>
--	--

Analisa :

Top Ittipat yang sedang berjalan di pinggir jalan, tiba-tiba menemukan seorang pria separuh baya yang sedang menuangkan kacang ke dalam ember hitam miliknya, Top penasaran dengan apa yang dilakukan oleh Pria separuh baya tersebut lalu menghampirinya dan memperhatikan dengan seksama bagaimana pria separuh baya tersebut menuangkan kacang, tanpa pikir panjang Top lalu menanyakan apa yang sedang pria separuh baya itu lakukan, dan dengan segera ia mencatat detil-detilnya. Pada adegan kali ini Top langsung terjun ke lapangan dengan melihat langsung bagaimana sebuah proses pemilihan kacang yang baik dan benar dengan melihat langsung penjual kacang yang lebih senior darinya, ia juga tidak enggan untuk bertanya tentang hal-hal apa saja yang perlu dilakukan

agar dapat menghasilkan produk yang baik. Apa yang dilakukan oleh Top ini merupakan hal-hal yang termasuk ke dalam sebuah pencarian informasi, dan pencarian informasi merupakan salah satu hal yang penting di dalam konsep Kewirausahaan. Gambar pada adegan ini termasuk ke dalam *Symbol*, dapat dilihat dari gambar bagaimana Top memperhatikan, bertanya, dan menulis hasil-hasil penelitiannya yang dilakukan di jalanan bahwasanya apa yang dilakukan oleh Top ini adalah sebuah *Symbol* dari pencarian informasi.

Tabel 4.4 : Energi Tingkat Tinggi

Visual (Sign)	
 <p style="text-align: center;">00.33.31</p>	
Object	Interpretant
Gambar yang menggunakan teknik <i>medium close up</i> ini mempertegas kegiatan yang sedang dilakukan oleh	Pria yang sedang memikul karung besar itu adalah Top Ittipat. Top sedang memikul karung yang berisi kacang,

<p>orang yang ada didalamnya.</p> <p>Pada gambar tersebut terdapat seorang pemuda berkemeja putih yang sedang mengangkat sebuah barang yang ada di dalam sebuah karung besar berwarna putih dan memikulnya dengan menggunakan punggungnya. Teks “ Saya tidak boleh gampang menyerah” adalah kata yang diucapkan pria tersebut saat memikul karung.</p>	<p>yang mana kacang tersebut adalah bahan baku dari produk yang akan dijualnya. Ekspresi wajah Top yang terlihat kelelahan itu menandakan bahwa karung yang dibawanya itu sangatlah berat. Selain itu top juga berkata “ Saya tidak boleh gampang menyerah” saat memikul karung yang berat. Hal ini merupakan suatu bentuk kegigihan dan juga kerja keras Top dalam menjalankan bisnisnya, ia tidak peduli dengan pakaian yang ia kenakan, padahal saat itu ia masih memakai kemeja berwarna putih, dan juga masih mengenakan jam tangan.</p>
--	---

Analisa :

Adegan ini menceritakan Top saat ingin membuka bisnis kacangnya di sebuah pusat perbelanjaan, saat itu Top memikul karung yang berisi kacang ke dalam sebuah pusat perbelanjaan dimana pamannya telah menunggu di dalam dengan mesin pemanggan kacang. Ekspresi wajah Top yang kelelahan dan juga berkeringat saat memikul karung tersebut dengan tidak memperhatikan lagi bahwa ia masih mengenakan kemeja putih menandakan bahwa Top memiliki salah satu

mentalitas sebagai seorang wirausahawan, hal ini sesuai dengan konsep salah satu elemen dari profil wirausaha yaitu energi tingkat tinggi yaitu Para entrepreneur lebih enerjetik, dibandingkan dengan orang rata-rata. Energi tersebut mungkin merupakan factor kritikal, Jam kerja lama, dan upaya kerja keras sudah merupakan peraturan bagi para entrepreneur. Tanda pada gambar tersebut merupakan jenis *Symbol*. Hal ini adalah jenis *Symvol* dari kerja keras yang dapat dilihat dari ekspresi wajah Top yang kelelahan dengan memikul sebuah karung yang besar, selain itu Top juga mengatakan bahwa ia tidak boleh gampang menyerah.

Tabel 4.5 : Berani Mengambil Keputusan

Visual (Sign)	
 <p style="text-align: center;">00.40.09</p>	
Object	Interpretant
Aktivitas suatu objek dan lingkungan di sekitarnya diperlihatkan gambar ini melalui teknik <i>Full shot</i> .	Pria yang mengenakan kemeja abu-abu yang sedang berbicara dengan Top yang mengenakan kemeja putih adalah

<p>Dalam gambar ini terlihat seorang pria dengan kemeja abu-abu dengan logo sebuah perusahaan serta menggunakan <i>name tag</i> sambil memegang papan jalan. Ia terlihat sedang berdiskusi dengan orang di depannya yang mengenakan kemeja putih, dan seorang pria tua yang sedang memperhatikannya.</p> <p>Teks “Aku ingin pindah tempat ke sini” diucapkan oleh pria berkemeja putih.</p>	<p>salah satu staff dari pusat perbelanjaan tempat dimana Top menjalankan bisnisnya, hal ini dapat dilihat dengan <i>name tag</i> yang pria itu kenakan, serta logo perusahaan yang ada di kemejanya, sambil memegang <i>Clipboard</i>. Lingkungan yang ada di sekitarnya menjelaskan bahwa mereka sedang berada di sebuah pusat perbelanjaan, ini terlihat dengan adanya gerai-gerai maupun toko yang berada di belakang, serta banyaknya orang yang sedang berbincang-bincang. Ekspresi wajah yang serius saat berbicara dengan lawan bicaranya menunjukkan bahwa hal ini merupakan hal yang penting yang sedang di bicarakan. Top beserta pamannya pun terlihat serius saat berbincang dengan staff pusat perbelanjaan tersebut.</p> <p>Teks “Aku ingin pindah tempat kesini” merupakan kata-kata dari Top yang menginginkan lokasi berjualan yang</p>
---	---

	lebih baik dan lebih ramai pengunjung dengan pindah ke lokasi tersebut.
--	---

Analisa :

Dalam adegan ini menceritakan Top yang tiba-tiba saja masuk ke dalam pusat perbelanjaan dan meminta untuk pindah Lokasi berjualan kepada salah satu staff dari pusat perbelanjaan tersebut. Padahal kontrak yang dibuat oleh Top dengan manajemen perusahaan masih panjang dan hal ini bisa berakibat Top kehilangan Uang muka yang telah ia bayarkan kepada manajemen perusahaan. Hal ini bukannya tanpa alasan karena dagangan Top di tempat sebelumnya tidak begitu laku, sehingga mengakibatkan Top kehabisan kesabaran untuk berjualan di lokasi tersebut. Oleh karena itu Top menginginkan tempat dimana para pengunjungnya lebih ramai dengan harapan dagangan yang dijual oleh Top lebih laku. Hal ini sesuai dengan konsep mentalitas kewirausahaan dimana salah satu sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan adalah dengan berani mengambil keputusan-keputusan penting tentang upaya mencapai dan memanfaatkan sumber-sumber daya. Ekspresi wajah seorang staff perusahaan yang memperhatikan lawan bicara di depannya dengan seksama menunjukkan *Symbol* dari orang yang sedang serius.

Tabel 4.6 : Orientasi Kedepan

Visual (<i>Sign</i>)	
 <p>00.57.36</p>	
Object	Interpretant
<p>Gambar yang menggunakan teknik <i>Over Shoulder</i> dengan <i>Selective Focus</i> ini memperjelas apa yang sedang dilihat oleh objek yang ada di dalam gambar ini.</p> <p>Pada gambar ini terlihat seorang pemuda yang sedang memandangi cemilan rumput laut yang ada di depannya. Kaca Spion merefleksikan wajah seorang pemuda yang sedang memandang ke depan. Background</p>	<p>Pemuda yang sedang memandangi rumput laut ini adalah Top Ittipat yang sedang berada di dalam mobil. Hal ini terlihat dari refleksi wajah dari Top yang terlihat melalui kaca spion.</p> <p>Efek dramatisasi dengan penggunaan teknik kamera <i>Selective Focus</i> dan <i>Over Exposure</i> terhadap cemilan rumput laut yang dipandangi oleh Top memperlihatkan kepada kita bahwa Top sedang mendapatkan inspirasi-inspirasi</p>

yang ada di belakang camilan rumput laut dibuat lebih dramatis dengan <i>Over Exposure</i> (Kelebihan Cahaya).	baru.
--	-------

Analisa :

Adegan ini menceritakan Top yang sedang pulang bersama kekasihnya di dalam mobil, Lin (kekasih Top) baru saja pulang berliburan dari Provinsi Rayong, di dalam mobil Lin mengeluarkan oleh-oleh camilan rumput laut yang di belinya di sana. Setelah mencicipi camilan rumput laut tersebut Top tidak menyangka bahwa rasanya sangat enak ia sampai mencicipi beberapa kali camilan rumput laut itu, sampai-sampai ia memandangnya dengan tatapan penuh teka-teki. Camilan rumput laut inilah yang nantinya menjadi cikal bakal sebuah perusahaan yang akan didirikan oleh Top sehingga Top bisa menjadi Milyarder. Hal ini sesuai dengan konsep Mentalitas Kewirausahaan dimana Orientasi ke depan merupakan salah satu sifat yang dimiliki oleh wirausahawan. Para wirausahawan memiliki naluri kuat untuk mencari serta menemukan peluang-peluang. Para wirausahawan melihat adanya potensi-potensi, dimana orang lain hanya melihat adanya masalah-masalah atau tidak melihat apa-apa. Adakalanya peluang-peluang dan ide-ide muncul pada saat orang tidak menduganya sama sekali. Tanda dalam gambar ini adalah *Symbol* dari seseorang yang sedang mendapat inspirasi, saat Top memandangi camilan rumput laut yang ada di depannya ekspresi wajah Top terlihat cerah, dengan di dukung efek dramatisasi pada latar belang camilan rumput laut yang sedang di pegang oleh Top.

Tabel 4.7 : Membangun Sebuah Perusahaan dari Titik Nol

Visual (<i>Sign</i>)	
 <p style="text-align: center;">01.40.58</p>	
Object	Interpretant
<p>Gambar yang menggunakan teknik <i>Two shot</i> dengan <i>medium shot</i> ini menjelaskan kegiatan orang yang terlihat di dalamnya.</p> <p>Dalam gambar tersebut terlihat seorang pemuda yang mengenakan kaos sambil melihat-lihat ruangan disekitarnya, sedangkan orang yang ada di belakangnya terlihat seorang pria tua yang juga sedang melihat-lihat ruangan tersebut.</p>	<p>Pria yang mengenakan kaos dan sedang melihat-lihat ruangan di sekitarnya tersebut adalah Top, sedangkan pria tua yang mengenakan kemeja ialah Pamannya. Ruangan tempat mereka sedang melihat-lihat di sekitarnya merupakan gudang yang sudah terbengkalai, ini terlihat dari adanya sarang laba-laba, cat tembok yang sudah kusam, serta besi-besi tua yang terdapat di dalam ruangan tersebut.</p>

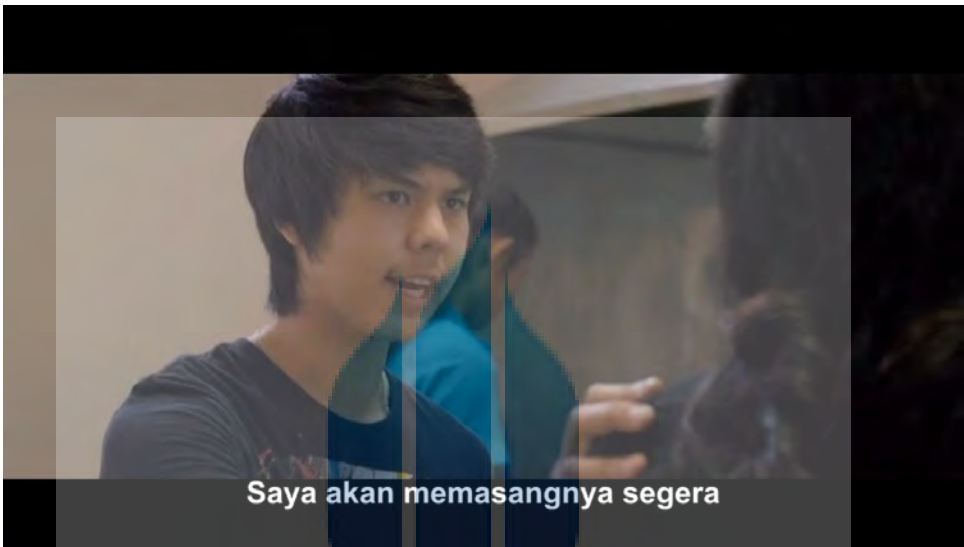
<p>Teks”Kita akan sulap ruangan ini menjadi pabrik” diucapkan oleh pemuda yang mengenakan kaos tersebut.</p>	<p>Teks “Kita akan sulap ruangan ini menjadi pabrik” merupakan kata-kata yang diucapkan Top untuk membangun sebuah perusahaan dimulai dari titik nol, dimana ruangan tersebut nantinya akan digunakan oleh Top menjadi pabrik tempat membuat camilan rumput laut.</p>
--	---

Analisa :

Dalam adegan ini menceritakan Top bersama pamannya yang sedang melihat-lihat gudang yang sudah terbengkalai, yang nantinya akan dijadikan pabrik produksi camilan rumput laut miliknya. Pada saat ingin membuat pabrik produksi camilannya Top tidak punya banyak modal, akhirnya ia memutuskan untuk membuka kembali sebuah gudang yang dulunya dimiliki oleh ayahnya yang sudah terbengkalai, dan juga dalam proses penyitaan oleh bank untuk dijadikan pabrik produksi camilan rumput laut. Adegan ini menggambarkan mentalitas kewirausahaan yang dimiliki oleh Top dalam membangun sebuah perusahaan dari titik nol. Ia mempunyai kemauan untuk membangun sebuah gudang yang terbengkalai yang nanti akan disulapnya menjadi pabrik produksi pembuatan camilan rumput laut miliknya. Tanda yang dimaknai dalam gambar ini termasuk ke dalam jenis *Symbol* karena Ruangan dengan tembok yang lusuh serta

banyaknya besi-besi tua menggambarkan *Symbol* dari sebuah gudang yang sudah tidak terurus.

Tabel 4.8 : Tanggung Jawab

Visual (Sign)	
	
Object	Interpretant
<p>Gambar yang menggunakan teknik medium close up ini mempertegas apa yang sedang dilakukang oleh orang yang ada di dalam gambar.</p> <p>Pada gambar ini terlihat seorang pemuda yang mengenakan kaos sedang memegang punggung dari seseorang.</p> <p>Teks "Saya akan memasangnya segera" adalah kata-kata yang diucapkan oleh</p>	<p>Pemuda yang ada pada gambar ini adalah Top ittipat yang sedang memegang pundak seseorang. Ekspresi wajahnya terlihat sangat serius dengan pandangan lurus ke depan lawan bicaranya. Hal ini berkesan bahwa pembicaran yang dilakukan oleh kedua orang tersebut sangatlah serius.</p> <p>Teks "Saya akan memasangnya segera"</p>

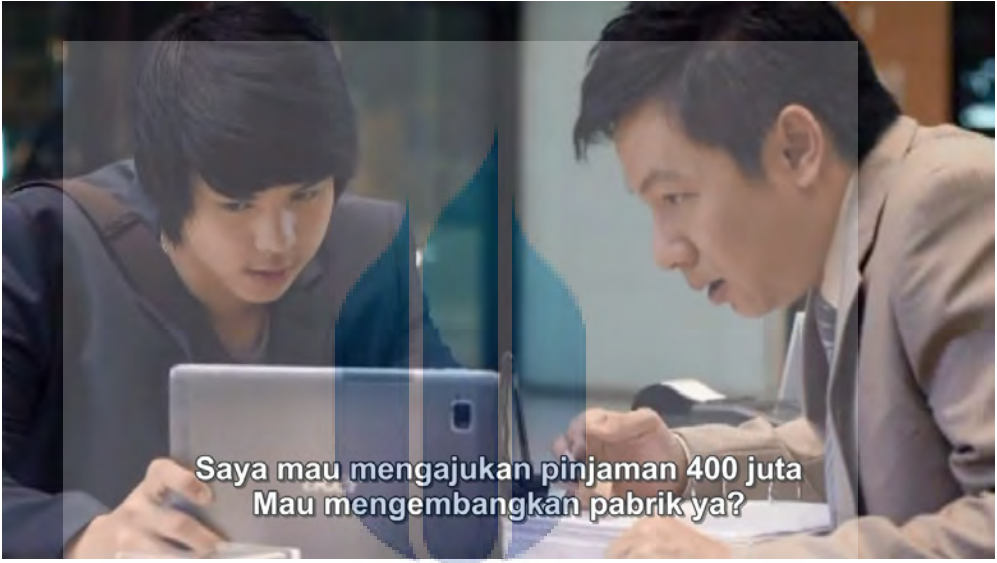
pemuda itu.	adalah kata-kata yang diucapkan oleh Top kepada Nona Pu yang sedang melakukan inspeksi di pabrik Top. Kata “segera” disini mengartikan bahwa Top bertanggung jawab penuh terhadap pabriknya dan hasil yang didapat maksimal.
-------------	--

Analisa :

Dalam adegan ini pihak 7-eleven mengadakan inspeksi ke pabrik yang dimiliki oleh Top yang diwakili oleh Nona Pu, saat melakukan inspeksi Nona Pu banyak menemukan hal-hal yang masih kurang dan tidak memenuhi standarisasi di pabrik milik Top. Pada adegan diatas menggambarkan bagaimana Top berupaya untuk mempersusasi Nona Pu dengan mengatakan bahwa ia akan segera memasang hal-hal yang dinilai kurang. Hal ini merupakan salah satu konsep mentalitas kewirausahaan yaitu tanggung jawab dimana para wirausahawan memiliki tanggung jawab mendalam terhadap hasil usaha yang dibentuk mereka. Mereka sangat berkeinginan untuk mampu mengendalikan sumber-sumber daya mereka sendiri, dan memanfaatkannya untuk mencapai tujuan-tujuan yang ditetapkan oleh mereka. Tanda yang dimaknai dalam gambar ini termasuk ke dalam jenis *Symbol* dari seseorang yang akan bertanggung jawab. Hal ini tergambar melalui tatapan muka yang serius, yang mengarah lurus kepada lawan bicaranya, serta diperkuat dengan ucapan Top dengan mengatakan “akan

memasangnya segera”. Arti dari kata segera disini adalah Top sebagai seseorang yang bertanggung jawab akan secepatnya melakukan hal yang dibutuhkan.

Tabel 4.9 : Keyakinan Dalam Kemampuan Mereka Untuk Meraih Keberhasilan

Visual (Sign)	
 <p style="text-align: center;">01.58.17 UNIVERSITAS MERCU BUANA</p>	
Object	Interpretant
<p>Gambar ini mempertegas kegiatan orang yang terlihat di dalamnya dengan menggunakan teknik <i>Two Shot</i> secara <i>Medium Shot</i>.</p> <p>Dalam gambar tersebut terlihat seorang pemuda mengenakan jas berwarna biru gelap sambil menatap Tablet Pc yang sedang di pegangnya, sedangkan di</p>	<p>Pemuda yang mengenakan jas berwarna biru gelap tersebut adalah Top ittipat yang di adegan ini digambarkan sedang memperlihatkan suatu gambar yang ada di dalam Pc Tablet yang sedang di pegangnya. Disebelahnya adalah Seorang pegawai bank yang digambarkan berpakaian resmi dengan</p>

<p>sebelahnya terlihat seorang pria dewasa yang berpakaian resmi dengan mengenakan jas berwarna abu-abu dan dasi.</p> <p>Teks “Saya mau mengajukan pinjaman 400 juta” , “ Mau mengembangkan pabrik ya?” adalah percakapan yang sedang dilakukan kedua orang tersebut.</p>	<p>menggunakan jas dan berdas. Mereka berdua dengan serius memandang Pc tablet yang dipegang oleh Top menandakan gambar yang diperlihatkan oleh Top di dalam Pc Tablet sangatlah penting.</p> <p>Teks “Saya mau mengajukan pinjaman 400 juta”, “ Mau mengembangkan pabrik ya?” Menandakan bahwa Top ingin meminjam uang kepada bank dengan jumlah 400 juta untuk mengembangkan pabrik miliknya.</p>
---	---

Analisa :

Dalam adegan ini digambarkan Top Ittipat sedang berbincang dengan pegawai bank yang ada di sampingnya untuk melakukan peminjaman uang. Uang yang akan dipinjam oleh Top kepada bank tidaklah sedikit yaitu 400 juta, dengan rasa yakin dan penuh percaya diri Top menjelaskan alasannya yaitu untuk mengembangkan sebuah pabrik yang dimilikinya. Keyakinan dalam kemampuan mereka untuk meraih keberhasilan merupakan salah satu dari konsep mentalitas kewirausahaan, Para wirausahawan secara tipikal memiliki keyakinan besar terhadap kemampuan mereka untuk mencapai keberhasilan. Mereka cenderung bersifat optimistik, sehubungan dengan kemungkinan-kemungkinan mereka

mencapai sukses, dan biasanya optimisme mereka berlandaskan realita. Tanda dalam gambar ini termasuk ke dalam jenis *Icon*. Hal ini tergambar dari seseorang yang memakai jas akan tetapi mengenakan kaos, berambut panjang sambil membawa gadget merupakan *Icon* dari seorang wirausahawan yang sukses, karena seorang wirausahawan tidak dituntut oleh perusahaan agar berpenampilan rapi layaknya seorang pekerja kantoran.

4.4 Pembahasan

Dalam mencapai kesuksesannya, jalan berliku dan banyaknya rintangan telah dilalui oleh Top Ittipat dengan mentalitas kewirausahaan yang dimilikinya. Siapa yang menyangka bahwa Ittipat adalah seorang pecandu game online saat dia berusia 16 tahun. Akan tetapi disinilah mentalitas kewirausahaan Top mulai terlihat, dengan kreatif ia dapat membuat game online yang ia mainkan dapat menghasilkan uang untuk dirinya. Saat ia berusia 17 tahun, ia berhenti sekolah dan menjadi penjaja kacang, dibantu oleh pamannya yang sudah separuh baya. Usahanya tidak begitu lancar, ada saja masalah yang menghampiri usaha anak muda tersebut. Saat ia berusia 18 tahun, keluarganya bangkrut dan meninggalkan hutang sebesar 40 juta baht. Papa dan mamanya memutuskan untuk meninggalkan Thailand, tetapi Ittipat meminta untuk tetap tinggal. Dari sinilah ia mulai bangkit dengan menciptakan camilan rumput laut goreng “Tao Kae Noi” (Pengusaha Muda) yang saat ini dijual di 3.000 cabang 7-Eleven (mini market) di Thailand. Tapi tidak semudah itu ia mencapai kesuksesan. Ia menghabiskan beratus-ratus ribu baht untuk menciptakan cemilan ini. Kunjungan demi kunjungan ia ditolak

karena kemasan, harga, dan lain sebagainya. Di saat ia merasa ingin putus asa, tiba-tiba ia di hubungi oleh pihak 7-Eleven karena produknya diterima. Tetapi, ia harus mempunyai sebuah pabrik. Selama ini ia menggoreng rumput lautnya hanya di sebuah dapur kecil bersama Pamannya. Lalu ia teringat keluarganya masih mempunyai sebuah gudang kecil. Maka ia merenovasi gudang tersebut menjadi sebuah pabrik agar ia bisa lolos kualifikasi. Pada akhirnya, kerja keras dan semangatnya berbuah hasil. Setelah 2 tahun, ia berhasil membayar hutang keluarganya dan berhasil mengambil kembali rumah yang selama ini mereka tinggali bersama kedua orangtuanya. Di usia 26 tahun Top Ittipat menjadi produsen cemilan rumput laut terlaris di Thailand, dengan penghasilan 800 juta Baht per tahun & mempekerjakan 2.000 orang karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dianalisis sesuai dengan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce, penelitian mentalitas kewirausahaan dalam film *The Billionaire* mendapatkan beberapa macam hasil keterkaitan mentalitas kewirausahaan yang dibahas sebagai berikut :

Tabel 4.1 : Kreativitas yang dimiliki oleh Top langsung ditunjukkan dalam adegan ini. Pada adegan ini Top yang sedang berada di ruangan kelas yang sedang mengikuti mata pelajaran komputer, malah asyik bermain game online dengan seorang temannya. Tiba-tiba saja pemain lain menghampirinya dan menyanyakan pada Top untuk menjual senjata kepadanya, tak lama kemudian negosiasi pun dilakukan dan akhirnya Top menjual senjata yang ada di dalam game online tersebut dengan menggunakan mata uang asli yaitu Dollar Singapura (SGD).

Mencari uang jaman sekarang tidak harus dengan cara konvensional dengan kita harus bekerja dulu baru diupah, ini dibuktikan oleh Top bahwa dengan menjalankan hobi kita apabila kita kreatif maka dapat menghasilkan uang walaupun itu sambil bermain-main. Kreativitas memang salah satu nilai yang dimiliki oleh seorang wirausahawan, dengan kreativitas kita dapat mengubah nilai barang dari yang sesuatu praktisnya tidak ada, menjadi barang yang lebih bernilai harganya.

Tabel 4.2 : Sepulangnnya dari Food Expo, tiba-tiba Top membawa pulang sebuah mesin berukuran besar dengan banyak tombol di dalamnya. Ternyata mesin tersebut adalah sebuah mesin pemanggang kacang otomatis yang disewanya dari sebuah perusahaan yang ditemuinya di Food Expo, dengan mesin tersebut Top ingin berbisnis berjualan kacang. Padahal sebelumnya Top tidak tahu sama sekali tentang seluk beluk berjualan kacang. Bukan tanpa alasan Top tiba-tiba ingin berjualan kacang, Risiko ini telah diperhitungkan sebelumnya oleh Top dengan menyewa mesin pemanggang kacang otomatis, mesin pemanggang kacang otomatis ini dapat melakukan pekerjaan-pekerjaan secara mudah sehingga walaupun Top tidak tahu seluk beluk berbisnis kacang, setidaknya dengan mesin ini ia telah meminimalisir risiko yang telah ia ambil.

Pengambilan risiko sudah menjadi salah satu sikap yang harus diambil oleh seorang wirausahawan, ketika seorang wirausahawan yang ingin melakukan perubahan terhadap hasil dari usahanya terobosan-terobosan pun perlu dilakukan walaupun hal ini berisiko terhadap hasil dari usahanya, akan tetapi dengan perhitungan-perhitungan yang matang risiko terbesut dapat dikurangi bahkan

dihilangkan. Kewirausahaan memerlukan pengambilan risiko yang diperhitungkan (*Calculated Risk*). Konsep risiko merupakan unsur utama dalam kewirausahaan. Namun, persepsi public mengenai risiko yang diambil wirausaha mengalami distorsi. Wirausaha bukanlah “berjudi (*Gambling*)”. Faktanya adalah wirausaha biasanya bekerja pada suatu risiko yang moderat dan diperhitungkan.

Tabel 4.3 : Dalam adegan ini, Top Ittipat yang sedang berjalan di pinggir jalan, tiba-tiba menemukan seorang pria separuh baya yang sedang menuangkan kacang ke dalam ember hitam miliknya, Top penasaran dengan apa yang dilakukan oleh Pria separuh baya tersebut lalu menghampirinya dan memperhatikan dengan seksama bagaimana pria separuh baya tersebut menuangkan kacang, tanpa pikir panjang Top lalu menanyakan apa yang sedang pria separuh baya itu lakukan, dan dengan segera ia mencatat detail-detilnya. Pada adegan kali ini Top langsung terjun ke lapangan dengan melihat langsung bagaimana sebuah proses pemilihan kacang yang baik dan benar dengan melihat langsung penjual kacang yang lebih senior darinya, ia juga tidak enggan untuk bertanya tentang hal-hal apa saja yang perlu dilakukan agar dapat menghasilkan produk yang baik.

Pencarian informasi dalam dunia wirausaha sudah menjadi hal yang tidak asing lagi, pencarian informasi yang baik dan benar tentang usaha yang sedang dijalankan dapat menghindarkan dari berbagai risiko kegagalan. Apa yang dilakukan oleh Top ini merupakan hal-hal yang termasuk ke dalam sebuah pencarian informasi, dan pencarian informasi merupakan salah satu hal yang penting di dalam konsep kewirausahaan.

Tabel 4.4 : Adegan ini menceritakan Top saat ingin membuka bisnis kacangnya di sebuah pusat perbelanjaan, saat itu Top memikul karung yang berisi kacang ke dalam sebuah pusat perbelanjaan dimana pamannya telah menunggu di dalam dengan mesin pemanggan kacang. Ekspresi wajah Top yang kelelahan dan juga berkeringat saat memikul karung tersebut dengan tidak memperhatikan lagi bahwa ia masih mengenakan kemeja putih. Saat itu ia melihat seorang remaja seusianya berjalan dengan menggunakan headset sambil memandang aneh ke arah Top akan tetapi Top tidak memperdulikannya dan terus berjalan memikul karung . Hal ini menandakan bahwa Top memiliki salah satu mentalitas sebagai seorang wirausahawan yaitu bekerja keras untuk mencapai tujuan-tujuan yang ingin di capainya.

Kerja keras di dalam dunia wirausaha dapat menjadi faktor penentu keberhasilan seorang wirausahawan dalam mencapai tujuannya, menjalankan usahanya dengan penuh semangat tanpa putus asa, meskipun rintangan yang dihadapi penuh pengorbanan demi mencapai tujuan yang diharapkan yaitu mendapatkan keuntungan. Sesuai dengan konsep salah satu elemen dari profil wirausaha yaitu energi tingkat tinggi dimana Para entrepreneur lebih enerjetik, dibandingkan dengan orang rata-rata. Energi tersebut mungkin merupakan factor kritikal, Jam kerja lama, dan upaya kerja keras sudah merupakan peraturan bagi para entrepreneur.

Tabel 4.5 : Dalam adegan ini menceritakan Top yang tiba-tiba saja masuk ke dalam pusat perbelanjaan dan meminta untuk pindah Lokasi berjualan kepada salah satu staff dari pusat perbelanjaan tersebut. Padahal kontrak yang dibuat oleh

Top dengan manajemen perusahaan masih panjang dan hal ini bisa berakibat Top kehilangan Uang muka yang telah ia bayarkan kepada manajemen perusahaan. Hal ini bukannya tanpa alasan karena dagangan Top di tempat sebelumnya tidak begitu laku, sehingga mengakibatkan Top kehabisan kesabaran untuk berjualan di lokasi tersebut. Oleh karena itu Top menginginkan tempat dimana para pengunjunnya lebih ramai dengan harapan dagangan yang dijual oleh Top lebih laku. Ternyata setelah beberapa lama dia berjualan di lokasi yang baru Top meraih untung besar karena dagangan yang dijual oleh Top menjadi lebih laku. Keputusan berani yang di ambil oleh Top ini tidak semata karena dia ingin berjudi dengan keputusan yang dibuatnya, hal ini dilandasi oleh pencarian informasi yang sebelumnya Top dapatkan secara tidak sengaja ketika ia dan kekasihnya sedang berbelanja di pasar tradisional, ketika itu ia melihat pemilihan lokasi yang tepat dapat membuat perubahan signifikan dalam hal pendapatan. Hal ini sesuai dengan konsep mentalitas kewirausahaan dimana salah satu sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan adalah dengan berani mengambil keputusan-keputusan penting tentang upaya mencapai dan memanfaatkan sumber-sumber daya.

Kemampuan membuat keputusan yang tepat dan keberanian mengambil resiko adalah salah satu unsur pokok kewirausahaan. Artinya seorang wirausahawan harus mampu membuat keputusan yang baik, harus mampu membuat keputusan penting dan harus terbukti dengan tepat dalam arti membuahkan hasil yang baik. Pada dasarnya keputusan yang penting dan strategis yang perlu di buat sebagai seorang wirausaha adalah keputusan untuk berusaha

untuk mencari penghasilan dan kemampuan dengan mendirikan, mengelola dan mengembangkan perusahaan.

Tabel 4.6 : Adegan ini menceritakan Top yang sedang pulang bersama kekasihnya di dalam mobil, Lin (kekasih Top) baru saja pulang berliburan dari Provinsi Rayong, di dalam mobil Lin mengeluarkan oleh-oleh camilan rumput laut yang di belinya di sana. Setelah mencicipi camilan rumput laut tersebut Top tidak menyangka bahwa rasanya sangat enak bahkan ia sampai mencicipi beberapa kali camilan rumput laut itu, sampai-sampai ia memandangnya dengan tatapan penuh teka-teki. Di mata Top yang memiliki mentalitas kewirausahaan apapun yang ia lihat memang dapat menjadi sesuatu yang berharga dan bernilai, ia melihat peluang di dalam camilan rumput laut itu memiliki potensi yang besar, selain rasanya yang enak camilan rumput laut ini hanya pada Provinsi Rayong di Thailand saja pada saat itu yang menjual camilan rumput laut. Camilan rumput laut inilah yang nantinya menjadi cikal bakal sebuah perusahaan yang akan didirikan oleh Top sehingga Top bisa menjadi Milyarder.

Wirausahawan kurang peduli dengan apa yang telah mereka lakukan kemarin dibandingkan dengan apa yang akan mereka lakukan besok. Mentalitas kewirausahaan ini ditunjukkan oleh Top yang pada usaha sebelumnya mengalami kegagalan dalam bisnis berjualan kacang, akan tetapi seseorang yang mempunyai mentalitas kewirausahaan seperti Top langsung bangkit dan mendapatkan sebuah inspirasi yang tidak terduga datangnya dari mana. Hal ini sesuai dengan konsep Mentalitas Kewirausahaan dimana Orientasi ke depan merupakan salah satu sifat yang dimiliki oleh wirausahawan. Para wirausahawan memiliki naluri kuat untuk

mencari serta menemukan peluang-peluang. Para wirausahawan melihat adanya potensi-potensi, dimana orang lain hanya melihat adanya masalah-masalah atau tidak melihat apa-apa. Adakalanya peluang-peluang dan ide-ide muncul pada saat orang tidak menduganya sama sekali.

Tabel 4.7 : Top yang kaget mendengar kenyataan dari ayahnya bahwa keluarganya mempunyai utang sebesar 40 juta Baht, bertekad untuk meraih sukses agar dapat membawa keluarganya pulang kembali ke Thailand. Top yang pada saat itu produknya diterima oleh pihak 7-Eleven harus mempunyai pabrik dan harus bisa memenuhi standar minimum produksi. Pada saat itu ia dan pamannya membuka kembali gudang tua bekas peninggalan ayahnya yang sudah terbengkalai dan disegel oleh bank karena masih dalam proses penyitaan. Top yang dibantu oleh pamannya bertekad untuk membuat sebuah pabrik dari gudang terbengkalai tersebut. Tanpa punya modal sama sekali Top mencari berbagai cara agar bisa merenovasi gudang tersebut, mulai dari menjual mobil kesayangannya, serta bernegosiasi dengan pihak yang menyediakan material untuk renovasi. Apa yang dilakukan oleh Top ini sesuai dengan mentalitas kewirausahaan diman Top mempunyai kemauan, cara-cara, dan tekad yang kuat untuk membangun perusahaannya dari titik nol.

Seseorang dengan mentalitas kewirausahaan tidak akan ragu memulai perusahaannya dari nol karena mereka memiliki orientasi ke depan dengan pertimbangan dan juga resiko yang telah diperhitungkan. Seakan-akan menyusun sebuah gambar penuh liku-liku dan teka-teki. Para entrepreneur mengetahui cara-cara menarik dan menempatkan orang-orang yang tepat guna melaksanakan suatu

tugas. Melalui upaya secara efektif mengkombinasi orang-orang dan pekerjaan, hal tersebut memungkinkan para entrepreneur untuk mentransformasi visi mereka menjadi realita.

Tabel 4.8 : Top yang telah menyelesaikan pabrik yang telah di buatnya akan dikunjungi oleh pihak 7-Eleven untuk mengadakan inspeksi ke pabrik yang dimiliki oleh Top yang diwakili oleh Nona Pu dan Tuan Fafa. Saat melakukan inspeksi Nona Pu banyak menemukan hal-hal yang masih kurang dan tidak memenuhi standarisasi di pabrik milik Top, mulai dari lampu neon yang tidak memakai penutup, wastafel yang masih dioperasikan menggunakan tangan, hingga saluran air yang masih belum benar. Pada adegan ini menggambarkan bagaimana Top berupaya untuk mempersusasi Nona Pu dengan mengatakan bahwa ia akan segera memasang hal-hal yang dinilai kurang. Tidak lama setelah inspeksi yang dilakukan oleh pihak 7-Eleven Top segera membenahi hal-hal yang dinilai kurang tersebut.

Tanggung jawab disini diartikan dengan bagaimana seorang wirausahawan mempunyai tanggung jawab terhadap hasil akhir yang akan dicapainya. Pabrik yang didirikan oleh Top ternyata masih banyak terdapat kekurangan, dengan tanggung jawab yang dimiliki oleh Top ia langsung membenahi hal-hal yang dinilai kurang tersebut, dan ini terbukti dari hasil akhir yang ia dapatkan. Hal ini merupakan salah satu konsep mentalitas kewirausahaan yaitu tanggung jawab dimana para wirausahawan memiliki tanggung jawab mendalam terhadap hasil usaha yang dibentuk mereka. Mereka sangat berkeinginan untuk mampu

mengendalikan sumber-sumber daya mereka sendiri, dan memanfaatkannya untuk mencapai tujuan-tujuan yang ditetapkan oleh mereka.

Tabel 4.9 : 2 tahun setelah Top mencapai kesepakatan dengan pihak 7-Eleven dan berhasil memenuhi target minimum produksi Top bisa melunasi hutang ayahnya sebesar 40 juta baht dan bisa kembali menempati rumah bersama dengan kedua orang tuanya. Dalam adegan ini digambarkan Top Ittipat sedang berjalan di dalam sebuah bank dan menemui salah satu pegawainya. Ternyata Top ingin meminjam uang kepada bank sebesar 400 juta baht untuk mengembangkan pabrik yang dimilikinya. Dengan rasa penuh percaya diri sambil memperlihatkan Tablet Pc di dalamnya terdapat gambar rencana Top untuk mengembangkan sebuah pabrik yang dimilikinya, ia pun menjelaskan secara rinci dengan penuh percaya diri kepada pegawai bank tersebut.

Keyakinan itu ibarat fondasi bagi kesuksesan kita. Tanpa keyakinan kesuksesan apapun akan sulit untuk diraih. Orang – orang yang sukses adalah orang – orang yang yakin dan penuh optimisme dalam menjalani hidup. Karena orang yang optimis selalu melihat kesempatan dan peluang di setiap kesulitan. Keyakinan dalam kemampuan mereka untuk meraih keberhasilan merupakan salah satu dari konsep mentalitas kewirausahaan, Para wirausahawan secara tipikal memiliki keyakinan besar terhadap kemampuan mereka untuk mencapai keberhasilan. Mereka cenderung bersifat optimistik, sehubungan dengan kemungkinan-kemungkinan mereka mencapai sukses.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap film *The Billionaire* didapatkan kesimpulan-kesimpulan yang mengacu pada penelitian yang bertujuan untuk mengetahui penggunaan tanda-tanda yang digunakan dan kandungan makna yang terbentuk serta mengetahui penggambaran mentalitas kewirausahaan yang ditunjukkan dalam film *The Billionaire* melalui analisis semiotika Peirce :

Kesimpulan-kesimpulan yang di dapat berdasarkan dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Film *The Billionaire* merupakan sebuah film yang menceritakan tentang perjuangan seorang pemuda bernama Top Ittipat dalam mencapai kesuksesannya sebagai seorang wirausahawan yang sarat akan penggambaran tentang mentalitas kewirausahaan. Film *The Billionaire* yang menginspirasi setiap penontonnya ini dapat memberikan pemahaman mengenai mentalitas kewirausahaan melalui tindakan-tindakan Top Ittipat dalam menggapai tujuannya untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses.
2. Penelitian ini menghasilkan gambaran-gambaran mengenai konsep mentalitas kewirausahaan yang sesuai dengan film. Film dengan tema kewirausahaan tersebut telah melalui proses penelitian dengan

menggunakan analisa semiotik Charles Sanders Peirce. Melalui proses Semiosis, maka dihasilkan interpretasi yang sebagian besar menggambarkan mentalitas kewirausahaan yang sesuai dengan konsep yang digunakan untuk menganalisa, seperti adanya konsep kreativitas, orientasi ke depan dan tanggung jawab dalam tindakan-tindakan Top Ittipat.

3. Dari beberapa interpretasi, makna-makna yang ditimbulkan dalam film *The Billionaire* mengacu pada penggambaran mentalitas kewirausahaan. Dimana itu terekam dalam simbol-simbol yang terbentuk dari film ini baik dari segi alur cerita, penokohan, pengambilan gambar, latar belakang tempat, dan penyuntingan.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dengan menganalisis film *The Billionaire* peneliti berharap penelitian ini cukup memberikan masukan dan kontribusi, secara praktis dan akademis.

1. Penelitian mentalitas kewirausahaan dalam film *The Billionaire* yang menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce ini memiliki banyak manfaat dan asas pendidikan sehingga penulis menyarankan penelitian mengenai kewirausahaan banyak lagi dibuat dan dikaji oleh skripsi. Ini dikarenakan melalui skripsi ini disampaikan bagaimana sosok seorang pemuda yang memiliki mentalitas kewirausahaan yang tinggi dapat menginspirasi dan patut dicontoh oleh para pemuda lainnya.

2. Untuk dunia penyiaran baik TV, Radio maupun Film, penulis menyarankan agar lebih banyak memberikan sajian biografi yang patut untuk dicontoh yang mengandung unsur kewirausahaan. Karena media massa elektronik membawa pengaruh yang besar terhadap pandangan dan pola pikir penontonnya. Sehingga masyarakat Indonesia bisa terinspirasi dan bertindak cerdas dalam menyikapi dunia kewirausahaan dan dapat belajar dari para wirausahawan sukses lainnya.
3. Semoga penelitian ini dapat menambah referensi bagi yang membutuhkannya. Pihak dari Universitas Mercu Buana sendiri semoga semakin banyak buku tentang semiotika agar memudahkan menjadi penunjang penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

Adi, Ida Rochani (2008). *Mitos di Balik Film Laga Amerika*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press

Ardianto, Elvinaro (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rakatama Media

Ardianto Elvinaro, dan Lukiati K. Erdinaya (2004). *Komunikasi massa : Suatu Pengantar*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya

Berger, Arthur Asa (2010). *Tanda-tanda dalam kebudayaan kontemporer*. Yogyakarta: PT.Tiara Wacana

_____ (2010). *Pengantar Semiotika & Tanda – Tanda dalam Budaya Kontemporer*. Yogyakarta : Tiara Wacana

Biran, Misbah Yusa (2012). *Membuat Naskah Skenario Suatu Pengantar*. Jakarta : LPKJ

Bungin, Burhan (2004). *Metode Penelitian Kualitatif, Aktualisasi Metodologis Kearif Ragam Variankontemporer*. Jakarta: PT. Rajawali Grafindo Persada

Cangara Hafied (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Chaplin, J.P (2008). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada

Depdiknas (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Versi Keempat*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Dewanti, Retno. *Kewirausahaan*. Jakarta : Mitra Wacana Media

Eco, Umberto (1979). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press

Eriyanto (2001) *Analisis Wacana Pengantar Teks Media*. Yogyakarta : Lukis pelangi Aksara

Kriyantono, Rachmat (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Pradana Media Group. Jakarta

Mabruri, Anton (2010). *Manajemen Produksi Program Acara TV* : Depok. Mind 8 Publishing House

McQuail, Denis (1994). *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Jakarta : Erlangga

Monaco, James (1977). *Cara Menghayati Sebuah Film*. Yayasan Citra

Muhtadi, Asep Saeful (1999). *Jurnalistik Pendekatan dan Teori Praktik*. Bandung: Logos wacana Ilmu

Pratista, Himawan (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta : Homerian Pustaka

Rakhmat, Jalaludin (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya

Rohim H. Syaiful. M.Si, *Teori Komunikasi Perspektif Ragam, & Aplikasi*

Rumondor, Alexander dan Henny (2004). *Manajemen Media Massa*. Jakarta : Pusat Penerbitan Universitas Terbuka

Seto, Indiwana (2011). *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media

Sobur, Alex (2001). *Analisis Teks Media ; Suatu Pengantar Untuk Analisis wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

_____ (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Sukandarrumidi (2009). *Berkembang Sebagai Entrepreneur*. Yogyakarta : Yayasan Pustaka Nusantara

Sunarjo dan Djoenaesih. *Himpunan Istilah Komunikasi*. Yogyakarta : Penerbit Liberty

Suryana (2003). *Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta : PT Salemba Emban Patria

Suyanto, Bagong dan Sutinah (2007). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta : Prenanda Media Group

Tinarbuko, Sumbo (2008). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jakarta: Jalasutra

Vera, Nawiroh (2008). *Pengantar Komunikasi Massa*. Tangerang : Renata Pratama Media

Widjaja, Amin (2002). *Manajemen Kewirausahaan*. Harvarindo

Winardi, J (2003). *Entrepreneur & Entrepreneurship*. Bogor : Kencana

Sumber Lain :

Mustofa, Mohamad Solehatul (2007). *Seminar Nasional tentang Peranan IPS Dalam Membangun Karakter Bangsa Pada Era Globalisasi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang

Rusli Mohammad Rukka. *Buku Ajar Kewirausahaan-1*. LKPP Universitas Hasanuddin. Makassar. 2011.
Hal 1

TKSnakertrans. *Membangun Mental Wirausaha Pemuda*. Diakses pada tanggal 13 Februari 2014 dari <http://tksnakertrans.com/?p=160>



LAMPIRAN

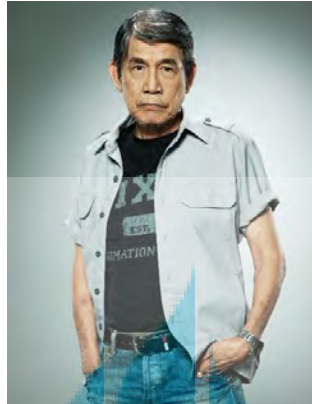
Pemain Film The Billionaire :



Pachara Chirathivat

Sebagai

Top Ittipat



Somboonsuk Niyomsiri

Sebagai

Paman Top



Walanlak Kusumwan

Sebagai

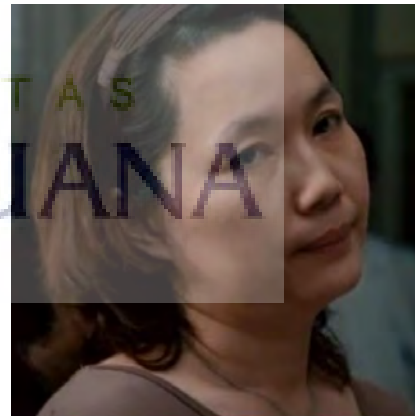
Lin



Thanom Assawarungrueng

Sebagai

Ayah Top

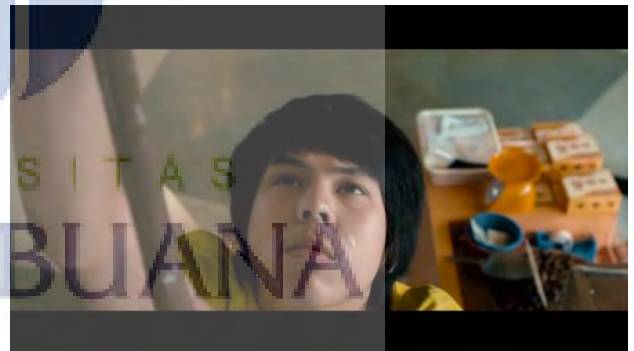


Karnsiree Kulkaweewut

Sebagai

Ibu Top

Screenshot Film The Billionaire :



Curriculum Vitae

Personal Details	Name	Mohamad Rifki Ramdhani
	Place/ Date of Brith	Jakarta, 10 April 1991
	Sex	Male
	Marital Status	Single
	Nation	Indonesian
	Religion	Islam
	Address	Jl.H. Rausin No.38, Kelapa dua – Jakarta Barat
	Email / Phone	mendskin91@gmail.com / 081299254555

Hobbies
Sports, Photography, Traveling, Reading, and Video Gaming.

Personal Interest
Photographer, Entrepreneur, and Jurnalist on Duty.

Personality Traits
<ul style="list-style-type: none">• A self - motivated, Active, Creative, Sociable and Hard working.• Atractive and Inovative• Good problem solving and analytical skills.

Formal Education Background		
School	Place	Year
University	Mercu Buana University, Faculty Communication Major Broadcating	2015
Senior High School	SMUN 57 Senior High School, Jakarta Barat	2008
Junior High School	SMPN 189 Junior High School, Jakarta Barat	2005
Elementary School	SDN 05 Kelapa Dua Elementary School, Jakarta Barat	2002

Organizational Experience

2008 - 2013	: Member of Fikom Photography Club
2010 - 2011	: Member of HMJ Broadcasting
2013 – Until Now	: Member of Karang Taruna

Working Experience

July 2008 – October 2008	: AJB Bumiputera as Claim Mutation Freelancer
October 2012 – April 2013	: Ponty Komersil as Photographer
June 2013 – December 2013	: UNC Studio's as Camera Person
June 2014 – August 2014	: Astrida Wedding Organizer
September 2014 – November 2014	: New Party Wave Project as Event Organizer

