

Representasi nilai *entrepreneurship* dalam film Terbang Menembus Langit

Tituk Utari

Sekolah Tinggi Multi Media, Yogyakarta, Indonesia

ABSTRAK

Indonesia mempunyai misi untuk menjadi negara maju pada tahun 2025. Meningkatkan jumlah *entrepreneur* di Indonesia adalah salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mewujudkan misi tersebut. Pendidikan *entrepreneurship* di Indonesia masih kurang dan jauh tertinggal dari negara-negara lain, sehingga diperlukan pengenalan tentang pendidikan kewirausahaan dengan cara yang menyenangkan agar tercipta pola pikir generasi muda di Indonesia untuk berwirausaha. Film terutama yang diambil dari kisah nyata seperti film Terbang Menembus Langit dapat menumbuhkan sikap kewirausahaan yang positif dan memberikan inspirasi dan motivasi bagi generasi muda untuk berwirausaha. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, bagaimana representasi pesan inspiratif pada film Terbang Menembus Langit dalam menumbuhkan nilai *entrepreneurship*. Tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui representasi pesan inspiratif film Terbang Menembus Langit dalam menumbuhkan nilai *entrepreneurship*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes yang dengan cara memilih tanda, adegan dan dialog pada film yang sesuai dengan kategori yang sudah ditentukan. Hasil analisis pada penelitian diperoleh bahwa representasi pesan inspiratif bagi generasi muda di Indonesia dari makna denotatif dalam film Terbang Menembus Langit adalah nilai *entrepreneurship* berupa nilai (1) percaya diri, (2) kreatif dan inovatif, (3) ketahanan fisik dan mental, (4) berani mengambil resiko, (5) kepemimpinan, (6) orisinalitas dan (7) orientasi tugas dan hasil.

Kata-kata Kunci: Representasi; film; nilai *entrepreneurship*; semiotika; Roland Barthes

Representation of Entrepreneurship Values in Film *Terbang Menembus Langit*

ABSTRACT

Indonesia has a mission to become a developed country by 2025. Increasing the number of entrepreneurs in Indonesia is one way to achieve this mission. Entrepreneurship education in Indonesia is still lacking and far behind other countries, so it is necessary to introduce entrepreneurship education in a fun way in order to create a mindset for the younger generation in Indonesia to become an entrepreneur. Films, especially those based on true stories such as the film Terbang Menembus Langit, can foster a positive entrepreneurial attitude and provide inspiration and motivation for the younger generation to become entrepreneurs. The formulation of the problem in this study is, how to represent the inspirational message in the film Terbang Menembus Langit in growing the value of entrepreneurship. The purpose of the research to be achieved is to find out the representation of the inspirational message of the film Terbang Menembus Langit in growing the value of entrepreneurship. This study uses a qualitative approach with the semiotic analysis method of Roland Barthes by selecting signs, scenes and dialogues in the film according to the predetermined categories. The results of the analysis in the study showed that the representation of inspirational messages for the younger generation in Indonesia from the denotative meaning in the film Terbang Menembus Langit is the value of entrepreneurship in the form of (1) self-confidence, (2) creative and innovative, (3) physical and mental resilience, (4) dare to take risks, (5) leadership, (6) originality and (7) task and result orientation.

Keywords: Representation; film; entrepreneurial value; semiotics; Roland Barthes

Korespondensi: Tituk Utari SE.,M.Ak. Sekolah Tinggi Multi Media. Jl Magelang KM. 6 Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55284. Email: tituk.utari@gmail.com

Submitted: December 2020, Accepted: March 2022, Published: April 2022

ISSN: 2548-687X (printed), ISSN: 2549-0087 (online). Website: <http://jurnal.unpad.ac.id/protvf>

PENDAHULUAN

Masalah ketenaga kerjaan, pengangguran, dan kemiskinan merupakan masalah pokok bagi bangsa Indonesia. Masalah ini membutuhkan penanganan dari pemerintah dan pihak-pihak yang terkait. Kebijakan pemerintah dalam membuka lapangan kerja baru belum banyak membantu mengurangi jumlah penganguran di Indonesia.

Pada tahun 2025, Indonesia memiliki misi untuk menjadi negara maju. Meningkatkan jumlah *entrepreneur* di Indonesia adalah langkah yang harus ditempuh untuk mewujudkan misi tersebut. Pertumbuhan *entrepreneurship* di Indonesia menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2017 masih sangat kecil, Indonesia hanya memiliki 3,1 persen pengusaha dari kurang lebih 252 juta jiwa penduduk. Bila dibandingkan dengan negara tetangga kita misalnya Malaysia tercatat lima persen, Thailand empat persen, dan Singapura tujuh persen, Sedangkan syarat untuk menjadi negara maju menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah jumlah pelaku *entrepreneur* harus lebih dari 14% dari jumlah penduduk. Keterbatasan kemampuan pemerintah menyediakan lapangan pekerjaan menjadikan para pengusaha muda turut berperan penting dalam kemajuan bangsa (Indrayani, 2020), karena *entrepreneurship* diyakini mampu memberikan dampak yang

baik bagi perkembangan ekonomi suatu negara (Nagel, 2016).

Pendidikan mengenai nilai-nilai *entrepreneurship* perlu ditanamkan pada generasi muda agar lebih kompetitif sehingga dapat memimpin revolusi ekonomi untuk meningkatkan standar hidup yang lebih layak (Subroto, 2015). Perilaku aktif dalam berwirausaha akan terdorong dengan adanya motivasi berwirausaha yang memadai melalui pendidikan *entrepreneurship* (Aidha, 2016). Pengenalan pendidikan kewirausahaan di Indonedia dengan cara yang menyenangkan perlu dilakukan karena pendidikan *entrepreneurship* di Indonesia masih kurang dan jauh tertinggal dari negara-negara lain (Margahana & Triyanto, 2019).

Pengenalan pendidikan *entrepreneurship* dapat menggunakan media komunikasi yang menarik seperti media film. Film sebagai media komunikasi yang menggabungkan antara audio dan visual mempunyai beberapa peran meliputi sarana hiburan, dan sebagai media penyampaian pesan, dan juga menjadi sarana pembelajaran bagi masyarakat, serta sebagai media kampanye sosial (McQuail, 1987). Film termasuk salah satu media komunikasi yang dianggap efektif sebagai sarana kampanye termasuk kampanye sosial (Hafied, 2011). Format media massa seperti film dapat mempengaruhi sikap dan perilaku di tingkat sosial, baik individu

maupun kelompok. Film dapat menumbuhkan sikap kewirausahaan yang positif dan memberikan inspirasi dan motivasi untuk berwirausaha. Film bertema *entrepreneurship* dapat menjadi motivator untuk terjun ke dunia wirausaha (Kasmir, 2013). Film juga mengajarkan bagaimana seorang *entrepreneur* tetap bersemangat dalam menghadapi berbagai kendala dalam mengelola bisnis (Suhardi, 2011).

Media audio visual seperti film masih menarik perhatian semua kalangan termasuk generasi muda sehingga dapat dijadikan sebagai media pembelajaran alternatif (Firmansyah & Wrastari, 2014). Film “Terbang Menembus Langit” yang dikaji dalam penelitian ini merupakan sebuah film yang disutradarai oleh Fajar Nugros dengan *genre* drama *biopic* Indonesia. Film ini diproduksi oleh rumah produksi Demi Istri Production dan dibintangi oleh beberapa aktor dan aktris tersohor tanah air diantaranya Dion Wiyoko, Laura Basuki, Baim Wong, serta Dinda Hauw. Film ini tayang di bioskop pada bulan April 2018.

Film ini diangkat dari kisah nyata seorang motivator dan pengusaha Onggy Hianata yang menunjukkan arti pengorbanan dan perjuangan dalam hidup. Kisah tentang Onggy diperankan oleh Dion Wiyoko yang terlahir dari keluarga sederhana di Tarakan. Onggy tidak berhenti meraih mimpiya untuk melihat dunia dan



Sumber: <https://www.cgv.id/>, 2020

Gambar 1 Cover Film Terbang Menembus Langit

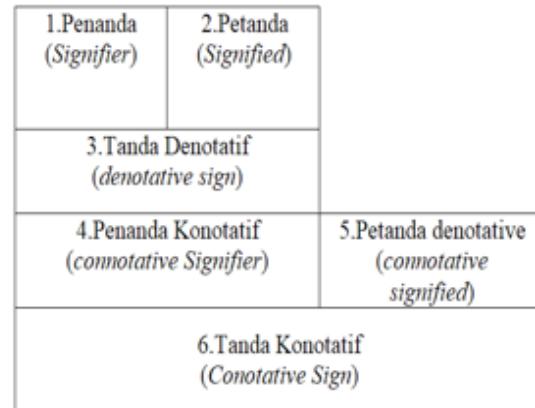
keluar dari Kalimantan seperti banyak orang yang telah meninggalkan tanah Borneo. Onggy melanjutkan studi dan memperoleh gelar sarjana di Surabaya, namun tentu saja kesuksesan tidak bisa diraih dengan cara *instant*, Onggy rela memulai usaha dengan berjualan apel, jagung bakar sampai kerupuk. Meski tidak berjalan mulus, ia tetap teringat dan menjalankan ajaran tentang nilai-nilai kehidupan dari ayahnya. Diceritakan dalam film ini bahwa hidup bukan hanya perkara sukses tetapi lebih pada berapa kali “jatuh” yang diterima, sampai akhirnya kita dapat meraih impian.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah penelitian sekarang ini yakni, “Bagaimana representasi pesan inspiratif pada film Terbang Menembus Langit dalam menumbuhkan nilai *entrepreneurship*”. Maka, tujuan penelitian ini adalah adalah untuk mengetahui representasi pesan inspiratif film Terbang Menembus Langit

dalam menumbuhkan nilai *entrepreneurship*.

Semiotika secara bahasa berasal dari kata dalam bahasa Yunani yaitu *semeion* yang berarti “tanda”. Teew, seorang ahli dibidang sastra, menjelaskan bahwa semiotika adalah tanda sebagai tindak komunikasi, yang selanjutnya itu disempurnakan menjadi model sastra yang mempertanggungjawabkan semua faktor dan aspek hakiki untuk pemahaman gejala sastra sebagai alat komunikasi yang khas di dalam masyarakat manapun. Secara umum, kajian semiotika membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi (Sobur, 2013). Dikatakan bahwa semiotika komunikasi lebih menekankan pada bagaimana produksi tanda seperti yang ada dalam proses komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (*system tanda*) pesan, saluran komunikasi dan acuan (hal yang dibicarakan) serta memberikan tekanan pada teori tanda dan pemaknaannya dalam konteks-konteks tertentu. Sementara itu semiotika signifikasi tidak mempersoalkan adanya tujuan komunikasi, namun lebih kepada segi pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih ditekankan dari pada proses komunikasinya. Selanjutnya semiotika juga suatu merupakan alat teoritis dan analitis yang berbasis pada linguistik (Yekini et al., 2021).

Teori semiotika yang diperkenalkan

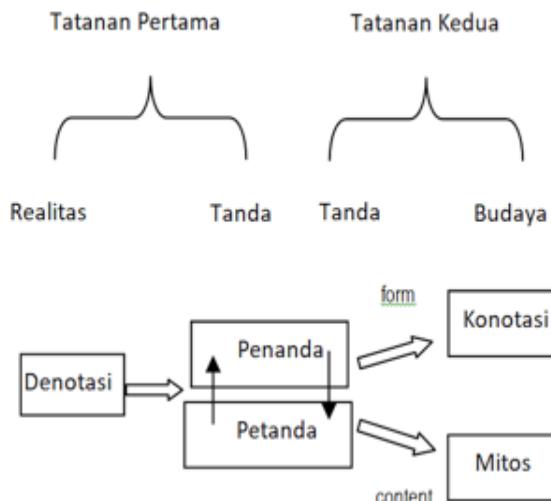


Sumber: Cobley & Jansz, 1999, Sobur, 2013

Gambar 2 Peta Tanda Roland Barthes

Roland Barthes merupakan pengembangan dari semiotika yang diperkenalkan oleh Saussure dengan menghubungkan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) pada sebuah tanda (*sign*) (Sobur, 2013). Analisis semiotika Roland Barthes memberikan konsep tentang konotasi dan denotasi (Saiman, 2014). Signifikasi tahap pertama merupakan kaitan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) dalam sebuah tanda terhadap makna denotasi atau realitas eksternal. Signifikasi tahap kedua yang berkaitan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (*myth*) atau dikenal dengan istilah konotasi (McQuail, 1987) .

Peta tanda Roland Barthes di atas menjelaskan bahwa tanda denotatif (3) Terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Bersamaan dengan hal tersebut secara bersamaan, tanda denotatif juga merupakan penanda konotatif (4) (Cobley & Jansz, 1999).



Sumber: John Fiske, *Introduction to Communication Studies*, 1990 (Sobur, 2013)

Gambar 3 Signifikasi Dua Tahap Barthes

Konsep Barthes juga memaparkan bahwa tanda konotatif bukan sekadar memiliki makna tambahan, melainkan juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang menjadi landasan keberadaannya. Teori Barthes menjadi sangat berarti untuk penyempurnaan *semiology* Saussure, yang berhenti pada penandaan pada tataran denotatif (Sobur, 2013)

Selain pendalaman teori Saussure seperti diagram diatas, Roland Barthes juga melihat pemahaman lain dari penandaan yaitu "mitos" yang hidup di tengah masyarakat. Barthes melihat "mitos" berada pada tingkat ke dua penandaan. Sehingga dengan demikian, setelah *system sign-signifier-signified*, tanda tersebut akan berubah menjadi penanda baru yang akan memiliki petanda kedua dan akhirnya akan membentuk tanda baru. Oleh sebab itu ketika

suatu tanda yang mempunyai makna konotasi yang kemudian berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi itu akan berubah menjadi mitos.

Dalam proses analisis film *Terbang Menembus Langit* menggunakan analisis Raland Barthes untuk menelaah teks tertulis yang merupakan percakapan para tokoh dan aspek visual pada film *Terbang Menembus Langit*. Selain itu peneliti akan menggunakan teori Hall dengan teori representasi untuk menjelaskan aspek visual.

Entrepreneurship merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya (Suryana, 2014). *Entrepreneurship* merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan dan mencari peluang dari masalah yang dihadapi oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari (Suryana, 2014).

Entrepreneurship juga didefinisikan sebagai kapabilitas dalam membuat sesuatu yang baru dan berbeda. *Entrepreneur* adalah seseorang yang mempunyai kapabilitas untuk membuat hal yang belum ada atau mengembangkan sesuatu yang sudah ada sehingga memiliki nilai berbeda (Kasmir, 2013). Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pada hakekatnya

entrepreneurship adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui proses berfikir kreatif dengan tindakan yang inovatif.

Tabel 1 Katagori Nilai-Nilai Entrepreneurship yang Akan Dianalisa

No	Nilai	Indikator
1	Percaya Diri	Tidak bergantung pada orang lain, memiliki tanggungjawab, obyektif dan kritis.
2	Kreatif dan Inovatif	Kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda dan memiliki kemampuan untuk mengaplikasikan sesuatu yang baru dan berbeda.
3	Ketahanan Fisik dan Mental	Memiliki semangat bekerja keras dan mampu bersaing.
4	Berani Mengambil Resiko	Kemampuan menyukai pekerjaan yang menantang, dan memiliki risiko.
5	Kepemimpinan	Sikap dan perilaku yang selalu terbuka terhadap saran dan kritik. Mudah bergaul dan bekerjasama. Mampu memberikan arahan kepada orang lain.
6	Orisinalitas	Mampu menghasilkan produk yang memiliki keistimewaan dari produk yang lain.
7	Berorientasi pada Tugas dan Hasil	Memiliki usaha optimal dan menghasilkan nilai maksimal.

Sumber: Data diolah, 2020

Nilai *entrepreneurship* penting dimiliki oleh para *entrepreneur* dalam mengelola usahanya, karena memiliki pengaruh positif

dan signifikan terhadap kemandirian usaha serta berpengaruh kuat terhadap perilaku *entrepreneurship* (Sukirman, 2017). Indikator nilai-nilai dasar *entrepreneurship* yang akan dianalisa, dijelaskan pada Tabel 1.

Film merupakan salah satu produk industri kreatif yaitu industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan pemanfaatan dan penciptaan daya kreasi dan daya cipta individu yang bersangkutan. Film sebagai karya seni budaya memiliki peran strategis dalam pencerdasan kehidupan bangsa dan pemajuan kesejahteraan masyarakat. Dalam Undang-Undang Film No 33 Tahun 2009 telah dijelaskan bahwa film sebagai karya seni budaya memiliki peran strategis dalam peningkatan ketahanan budaya bangsa dan kesejahteraan masyarakat lahir batin untuk memperkuat ketahanan nasional serta sebagai media komunikasi massa merupakan sarana pencerdasan kehidupan bangsa, pengembangan potensi diri, pembinaan akhlak mulia, pemajuan kesejahteraan masyarakat, serta wahana promosi Indonesia di dunia internasional (Undang-Undang No.33 Tahun 2009 Tentang Perfilman., 2009).

Film merupakan salah satu dari media massa yang mempunyai peran sebagai sarana komunikasi yang digunakan sebagai penyebaran hiburan, menyajikan cerita, musik, drama

dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat (McQuail, 2000).

Beberapa penelitian mengenai kajian media yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu menjadi bahan referensi bagi penulis. Kharis Maulana Akbar, dkk tahun 2017 mengambil judul "Semangat Nasionalisme dalam Film". Penelitian ini menggunakan analisis ini dengan pendekatan kuantitatif tipe deskriptif. Objek penelitian adalah film Merah Putih (Akbar et al., 2018).

Hawik Ervina Indoworo tahun 2016 dengan judul penelitian "Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media". Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah melakukan kajian atau studi literatur berkaitan dengan topik penelitian sejenis (Indoworo, 2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam agar lebih mudah dipahami dan lebih menekankan pada makna (Hennink et al., 2020). Metode analisis semiotika Roland Barthes digunakan pada penelitian ini dengan cara memilih tanda-tanda, adegan dan dialog pada film yang sesuai dengan kategori yang sudah ditentukan, kemudian dikelompokkan ke dalam tanda denotasi, konotasi dan mitos (Snelson, 2016).

Pada kelompok tersebut, mitos tidak selalu ada, karena tidak semua tanda-tanda dalam film Terbang Menembus Langit mengandung mitos seperti yang telah dijelaskan dalam teori semiotika Barthes.

Film Terbang Menembus Langit digunakan peneliti sebagai *sampling* pada penelitian ini, dengan alasan terdapat muatan pesan inspiratif diambil dari kisah nyata berhubungan dengan nilai-nilai *entrepreneurship* baik yang nampak maupun yang tidak nampak yang dapat menginspirasi generasi muda di Indonesia.

Metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data yaitu (1) Data Primer, data yang dikumpulkan secara langsung dari objek yang diteliti berupa soft file film Terbang Menembus Langit. (2) Data Sekunder, data berupa teori yang diambil dari perpustakaan berupa referensi buku, dokumen-dokumen, jurnal, literatur serta bahan yang relevan lainnya untuk dijadikan sebagai dasar argumentasi peneliti untuk memperkuat data primer yang peneliti dapatkan (Bungin, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Film Terbang menembus Langit adalah film biopik yang merupakan kisah nyata karya sutradara Fajar Nugros. Inspirasi pembuatan film ini berawal ketika produser Susanti Dewi dan sutradara Fajar Nugros melakukan perjalanan ke Kalimantan. Mereka bertemu

dengan seorang tokoh *entrepreneur* inspiratif dan kemudian mereka adaptasikan dalam bentuk karya film dengan judul *Terbang Menembus Langit*. Syuting film ini mengambil lokasi di Tarakan, Kalimantan Utara, Surabaya dan Jakarta. Film ini rilis di bioskop pada tanggal 19 April 2018.

Film ini berhasil masuk dalam enam nominasi penghargaan dan memenangkan satu penghargaan. Tahun 2018 mendapat nominasi festival film Bandung kategori Pemeran Utama Terpuji Film Bioskop (Dion Wiyoko), nominasi festival film Bandung kategori Pemeran Pembantu Wanita Terpuji Film Bioskop (Laura Basuki), Nominasi festival film Bandung kategori Penata Artistik Film Bioskop (Oscart Firdaus). Tahun 2019 mendapat nominasi Indonesia *Movie Actors* (IMA) kategori Pemeran Utama Pria Terbaik (Dion Wiyoko). Pada tahun 2019 berhasil mendapat Piala Maya kategori Aktris Pendukung Terpilih (Laura Basuki).

Kisah nyata yang menceritakan tentang kisah hidup seorang motivator dan pengusaha bernama Onggy Hianata yang terlahir dari keluarga Tionghoa yang sederhana di Kampung Bugis, Tarakan Barat, Kalimantan Utara. Unsur kebhinekaan sangat dikedepankan dalam film ini, terlihat dari beberapa cerita yang mengisahkan semangat beberapa sahabat Onggy yang berjuang bersama meskipun berbeda suku, Bahasa dan agama.

Dalam film menceritakan sosok Onggy yang memiliki kegigihan dan semangat pantang menyerah dalam menggapai mimpiya menjadi sukses meskipun bekali-kali selalu ditimpak kegagalan dan hampir kehilangan orang-orang yang dicintainya.

Onggy memiliki keinginan merantau ke Surabaya untuk dapat menemukan jalan hidupnya. Kondisi ekonomi keluarga yang sangat kekurangan dan ditambah perlakuan diskriminasi masyarakat di era orde baru tidak pernah menurunkan semangat Onggy untuk mengapai cita-citanya. Setelah lulus dari sekolah menengah atas, Onggy meminta ijin pada orang tua dan kakak-kakaknya untuk dapat melanjutkan kuliah di Surabaya. Awalnya ibu dan kakak-kakak Onggy keberatan karena masalah biaya, tapi akhirnya mereka menyetujui keinginan Onggy.

Onggy memulai usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya selama di Surabaya berbekal nilai-nilai kehidupan yang diberikan oleh Ayahnya (Chew Kin Wah) seperti berjualan apel, jagung bakar, hingga kerupuk. Usaha yang dirintis oleh Onggy tidak berjalan mulus, selalu mengalami kegagalan seperti mengalami kerugian dan ditipu oleh rekan bisnis. Tantangan yang menghadang selalu dihadapi karena hidup harus selalu berjalan.

Setelah menyelesaikan kuliahnya Onggy menjadi seorang karyawan pada perusahaan

benang, kehidupannya sudah mulai beranjak mapan. Suatu hari Onggy bertemu dengan seorang wanita bernama Candra (Laura Basuki). Beberapa waktu kemudian Onggy melamar dan menikahi Candra. Pernikahan ternyata bukan akhir dari tantangan hidup yang dijalannya. Setelah menikah Onggy memutuskan untuk berhenti menjadi seorang karyawan dan memulai merintis usahanya sendiri. Onggy didampingi istrinya menjalani hari demi hari dengan segala cobaan dan tantangan.

Onggy bisa keluar dari tekanan finansial yang membelit dirinya dan keluarganya setelah pada tahun 1992 usahanya mulai berkembang ke berbagai negara. Pada tahun 2003 Onggy mendirikan Edunet Global dengan pelatihan unggulannya yang bertajuk “Value Your Life, A Life Changing Bootcamp”. Onggy memulai pengabdiannya di bidang pendidikan karakter, kepemimpinan, dan spiritual yang menginspirasi masyarakat untuk mampu membangun kehidupan hingga dapat “terbang” menembus langit kehidupan.

Onggy juga membangun komunitas *Freedom Global*. Komunitas tersebut berpusat di Indonesia dan sekarang anggotanya tersebar di 70 negara di lima benua. Bahkan komunitas yang bergerak di bidang pendidikan mental dan gerakan sosial ini berhasil untuk memecahkan lima rekor dunia (*Guiness World Record*).

Jatuh bangun dalam mengelola usaha

dialami oleh Onggy dan keluarganya, sampai akhirnya mereka berpendapat bahwa hidup itu bukan hanya perkara sukses tetapi bagaimana menghadapi berapa kali “jatuh” yang diterima sampai akhirnya dapat bangkit lagi sebelum kita akhirnya meraih impian.

Penelitian film *Terbang Menembus Langit* yang dianalisis dengan teori semiotika Roland Barthes akan memperlihatkan adegan atau *scene* yang mengandung nilai-nilai *entrepreneurship*. Peneliti akan menggunakan model penelitian signifikasi dua tahap Roland Barthes dengan mengamati makna tanda yang digunakan dalam film *Terbang Menembus Langit* yaitu meliputi elemen visual dan audio pada tabel 2.

Pada *scene* dialog membicarakan bisnis yang akan mereka bangun menggambarkan seorang suami yang sedang menyakinkan istrinya bahwa ia akan mampu memulai bisnis barunya sebelum mereka memiliki anak. Pada level denotasi dapat dilihat dari pernyataan yang diutarakan oleh Onggy bahwa ia memiliki rasa percaya diri yang kuat untuk memulai bisnis baru dengan meninggalkan pekerjaannya yang sudah lama ia tekuni. Dari level konotasi *scene* di atas menjelaskan bahwa sikap Onggy untuk memulai bisnis baru sudah bulat, dibuktikan dengan ia akan keluar dari pekerjaannya yang lama meskipun dipekerjaan ini Onggy sudah mulai meraih kemapanan dalam segi ekonomi.

Tabel 2 Representasi Nilai Percaya Diri

Tanda Visual	Tanda Audio
	Suasana di meja makan ketika Onggy menceritakan kepada istrinya bahwa akan memulai bisnis barunya. Onggy: Makanya mumpung kamu belum punya anak, maka kita mulai lebih dari awal, memiliki bisnis sendiri, biar masa depan anak kita lebih baik. Candra: Kalo Koko yakin... ya aku dukung,
<i>Scene</i> : Dialog membicarakan bisnis yang akan mereka bangun <i>Time</i> : 01.04.35	Terlihat dari dialog Onggy mengatakan pada istrinya Candra bahwa ia akan memulai bisnisnya lebih awal sebelum memiliki anak, agar masa depan anaknya menjadi lebih baik.
Makna Denotasi	Terlihat dalam dialog bahwa Onggy memiliki rasa percaya diri akan bisa memberikan masa depan yang lebih baik kepada istri dan calon anaknya kelak dengan memulai bisnis yang baru.
Makna Konotasi	Terlihat dalam dialog bahwa Onggy memiliki rasa percaya diri akan bisa memberikan masa depan yang lebih baik kepada istri dan calon anaknya kelak dengan memulai bisnis yang baru.
Mitos	Mitos dari dialog antara Onggy dan Candra: "Makanya mumpung kamu belum punya anak, maka kita mulai lebih dari awal, memiliki bisnis sendiri, biar masa depan anak kita lebih baik." Mitos yang berkembang di masyarakat Tionghoa bahwa memulai bisnis ketika belum mempunyai anak maka dapat meraih kesuksesan.

Sumber: Data diolah, 2020

Onggy merasa sangat yakin akan mampu menegelola bisnisnya dan membahagiakan istri dan anak-anaknya kelak. Pada *scene* di atas sangat lekat dengan mitos yang diperlihatkan bahwa Onggy bertekad harus segera memulai bisnisnya sendiri sebelum mereka memiliki anak. Ia berkeyakinan bila memulai bisnis tersebut setelah memiliki anak, maka Onggy bisnisnya tidak akan meraih kesuksesan.

Pada *Scene* awal menjadi seorang motivator menggambarkan nilai kreatif dan inovatif yang dimiliki oleh Onggy dengan memulai bisnisnya dengan menjadi seorang motivator. Menjadi seorang motivator di masa akhir tahun 1990 an adalah merupakan sebuah bisnis baru yang belum banyak diketahui oleh masyarakat.

Pada level denotasi, *scene* di atas menggambarkan sebuah bisnis baru yang diperkenalkan oleh Onggy di tengah situasi krisis ekonomi yang melanda negara Indonesia. meskipun belum banyak masyarakat yang mengetahui bisnis tersebut. Pada level konotasi *scene* tersebut memperlihatkan bahwa Onggy telah menjadi seorang motivator yang memberikan motivasi kepada masyarakat. Motivasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang mengalami banyak masalah pada saat krisis ekonomi di masa ini.

Mitos yang digambarkan pada *scene* ini adalah bahwa menjadi seorang yang kreatif dan

Tabel 3 Representasi Nilai Kreatif dan Inovatif

Tanda Visual	Tanda Audio
	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Backsound</i> musik lambat, terdengar Onggy sedang memberikan motivasi untuk yang pertama kali kepada <i>audience</i> dengan memberikan beberapa pesan melalui gaya pidato yang bersemangat. - Padahal sebelumnya Onggy merasa kesulitan untuk pertama kalinya berpidato sebagai motivator di depan audience yang belum ia kenal. - <i>Audience</i> sangat antusias mendengarkan motivasi dari Onggy.
<i>Scene</i> : Awal menjadi seorang motivator <i>Time</i> : 01.06.57	
Makna Denotasi	Terlihat pada gambar bahwa Onggy memulai bisnisnya yang baru dengan menjadi seorang motivator. Menjadi seorang motivator di masa itu adalah sebuah bisnis baru yang belum banyak diketahui oleh masyarakat di Indonesia
Makna Konotasi	Terlihat pada gambar bahwa Onggy tampak memiliki sikap kreatif dan inovatif dengan mewujudkan sebuah bisnis baru yang belum pernah dijumpai di Indonesia.
Mitos	Mitos yang berkembang pada masyarakat Indonesia dialog ini adalah bahwa menjadi seorang yang pandai itu mudah, tetapi untuk menjadi seorang yang kreatif dan inovatif adalah suatu hal yang sulit.

inovatif lebih sulit ketimbang menjadi orang yang pintar. Terlihat bahwa belum banyak orang yang menekuni suatu bisnis yang belum banyak dikenal oleh masyarakat.

Tabel 4 Representasi Nilai Ketahanan Fisik dan Mental

Tanda Visual	Tanda Audio
	<p>Percakapan antara Onggy dan teman-teman satu kamar kostnya. Solihin: Kenceng banget kau. (sambil menatap Onggy yang sedang belajar) Monthe: Kau lapar tapi kok tetap stabil. Solihin: Bukannya tadi kau dapat transferan? Onggy: Hanya surat bukan uang. (sambil tersenyum)</p>
<i>Scene</i> : Percakapan di kamar kost <i>Time</i> : 00.28.16	
Makna Denotasi	Dalam gambar dan dialog terlihat bahwa suasana kamar kost yang sangat sempit dihuni oleh 4 orang. Onggy tetap belajar dengan giat meskipun dengan perut lapar karena belum menerima kiriman uang dari keluarga dan suasana kamar yang ramai serta sempit..
Makna Konotasi	Dalam gambar dan dialog terlihat bahwa Onggy memiliki sikap ketahanan mental dan fisik yang baik dengan tetap bersemangat belajar meskipun dengan kondisi yang serba berkekurangan karena belum menerima uang dari keluarga. Kondisi Onggy yang menahan lapar dan menempati satu kamar kost kecil berukuran 3 x 2,75 m ² yang dihuni oleh empat orang dianggap mewakili ketahanan fisik dan mental.

Sumber: Data diolah, 2020

Mitos	Mitos yang berkembang pada masyarakat Indonesia dari dialog terlihat bahwa di masa itu apabila seorang mahasiswa diperantauan menerima amplop surat dari keluarganya maka mitosnya adalah dianggap menerima kiriman berupa uang. Apabila seorang mahasiswa belum menerima kiriman dana dari keluarga maka ia akan terlihat lesu dan kurang bersemangat.
-------	---

Sumber: Data diolah, 2020

Pada *scene* percakapan di kamar kost memperlihatkan ketahanan fisik dan mental yang harus dimiliki oleh seseorang yang ingin meraih cita-cita. Seorang mahasiswa yang sedang merantau bila ingin maju harus dapat bertahan dan melewati segala rintangan walau dalam keterbatasan seperti tidak mendapat kiriman uang dari orang tua.

Pada level denotasi diperlihatkan kondisi yang sangat memprihatinkan yang dialami oleh Onggy dan kawan-kawannya. Mereka harus memiliki ketahanan fisik dan mental yang kuat untuk dapat bertahan hidup di perantauan, karena tidak semua orang mampu bertahan dalam kondisi yang serba terbatas. Pada level konotasi diperlihatkan Onggy tetap semangat untuk belajar dan masih mencari cara agar dapat melalui hambatan yang dialami oleh mereka. Onggy tetap mencari peluang usaha agar mereka terbebas dari masalah ekonomi selama berada di perantauan. Mitos yang terjadi pada *scene*

Tabel 5 Representasi Nilai Berani Mengambil Resiko

Tanda Visual	Tanda Audio
	Onggy menceritakan kepada istrinya bahwa ia telah keluar dari pekerjaannya sebagai karyawan pabrik benang dan ingin memulai usahanya sendiri. Onggy : Yang... Candra : Iya... Onggy : Aku sudah menemukan jawabannya. Candra : Kamu nih kayak lagi ulangan... jawaban apa? Onggy : Kunci jawabannya adalah "Kebebasan". Iya Yang? Candra : Iya....
Makna Denotasi	Dari gambar dan dialog terlihat Onggy menjelaskan kepada istrinya bahwa Onggy ingin berhenti dari pekerjaannya untuk memulai usahanya sendiri.
Makna Konotasi	Berhenti dari pekerjaan yang sudah ditekuni dan menghasilkan gaji yang cukup untuk memulai usaha baru dari awal berbekal keyakinan dianggap mewakili nilai berani mengambil resiko.
Mitos	Mitos yang berkembang pada masyarakat Indonesia dari dialog "Kunci jawabannya adalah "Kebebasan", maka kebebasan adalah memulai hidup yang baru.

Sumber: Data diolah, 2020

ini adalah seorang mahasiswa diperantauan akan sangat bergantung pada uang kiriman dari orangtuanya. Mereka tidak akan bisa bertahan hidup tanpa ada uang kiriman tersebut.

Pada *scene* percakapan Onggy dan istrinya

di ruang tamu memperlihatkan sikap Onggy yang berani mengambil resiko dengan berhenti dari pekerjaan lamanya walau pekerjaan itu sudah banyak membantu perekonomiannya. Onggy telah memiliki sebuah jabatan dan kepercayaan di sebuah pabrik benang, tetapi akan ditinggalkannya demi memulai usaha baru yang belum memiliki kepastian tentang masa depan dari usahanya tersebut.

Pada level denotasi digambarkan bahwa Onggy meyakinkan istrinya bahwa ia akan memulai kebebasannya dengan menjalankan bisnisnya yang baru dengan berhenti dari pekerjaannya yang lama. Pada level konotasi Onggy sudah bertekad akan segera menjalankan bisnis barunya walaupun belum mengetahui bagaimana perkembangan bisnisnya di masa yang akan datang. Mitos yang terlihat pada *scene* ini adalah kebebasan diartikan apabila seseorang telah memiliki bisnis sendiri, sehingga bebas dalam bekerja tanpa ada campur tangan dari orang lain.

Pada *scene* kesuksesan Onggy setelah menerima banyak kegagalan memperlihatkan kepemimpinan yang dimiliki oleh Onggy. Jiwa kepemimpinan yang dimiliki oleh seseorang setelah melewati banyak masa-masa suram di dalam merintis usaha dan kemudian dapat membawa timnya untuk meraih kesuksesan.

Pada level denotasi digambarkan bahwa Onggy telah membawa bisnisnya menjadi

Tabel 6 Representasi Nilai Kepemimpinan

Tanda Visual	Tanda Audio
 <p><i>Scene:</i> Kesuksesan Onggy setelah menerima banyak kegagalan. <i>Time:</i> 01.47.45</p> <p>Makna Denotasi</p>	<p><i>Backsound</i> musik lambat, terlihat pada gambar kesuksesan yang diraih oleh Onggy setelah menerima banyak kegagalan. Onggy bersama timnya merancang traing berkelas dunia yang kemudian dikenal dengan nama “<i>A Life Changing Bootcamp Value Your Life</i>”.</p> <p>Pada gambar terlihat Onggy menjadi sosok pemimpin yang baik dan berhasil memimpin timnya hingga dapat mencapai kesuksesan di tingkat internasional.</p>
<p>Makna Konotasi</p>	<p>Menjadi seorang pemimpin pada sebuah tim yang besar dan dapat konsisten berada pada puncak kesuksesan hingga dikenal pada tingkat internasional dianggap mewakili nilai kepemimpinan.</p>
<p>Mitos</p>	<p>Mitos yang berkembang dalam masyarakat Indonesia apabila seseorang dapat memimpin sebuah tim yang besar dan dapat dikenal di tingkat internasional maka ia adalah seorang pemimpin yang hebat.</p>

Sumber: Data diolah, 2020

maju dan berkembang. Pada level konotasi Onggy beserta para pegawainya telah berhasil mengembangkan bisnisnya di tingkat internasional. Sangat sulit menjadi pemimpin yang hebat dengan jumlah tim yang besar di masa ini, masa di akhir tahun 1990 an dimana banyak sekali perusahaan yang tidak dapat mempertahankan usahanya karena Indonesia

Tabel 7 Representasi Nilai Orisinalitas

Tanda Visual	Tanda Audio
 <p>Scene: Suasana Onggy sedang memberikan motivasinya kepada audience. Time: 01.39.58</p>	<p><i>Backsound</i> musik lambat pada gambar terlihat Onggy sedang memberikan motivasi dan inspirasi kepada <i>audience</i>. Motivasi dari Onggy banyak diminati oleh <i>audience</i>, terlihat dari banyaknya <i>audience</i> yang hadir.</p>
Makna Denotasi	<ul style="list-style-type: none"> - Pada gambar terlihat Onggy sedang menjalankan usahanya dengan memberikan motivasi dan inspirasi kepada <i>audience</i>. - Jenis bidang usaha yang dikelola oleh Onggy di awal tahun 2000an adalah usaha yang belum pernah ada di Indonesia. - Usaha Onggy memiliki orisinalitas dengan memiliki keistimewaan yaitu di bidang pendidikan mental, karakter, <i>leadership</i> dan spiritual yang menginspirasi masyarakat untuk mampu membangun kehidupan hingga dapat “terbang” menembus langit kehidupan
Makna Konotasi	<p>Bidang usaha yang dikelola oleh Onggy yaitu membentuk sebuah tim di bidang pendidikan mental, karakter, <i>leadership</i> dan spiritual adalah sebuah bidang usaha yang belum banyak diketahui masyarakat Indonesia di awal tahun 2000 an. Hal ini dianggap mewakili nilai orisinalitas.</p>
Mitos	<ul style="list-style-type: none"> - Pada gambar terlihat Onggy berada di dalam ruangan yang bagus, bersih dan megah di eranya. Onggy bekerja dengan berpidato memberikan motivasi dan inspirasi kepada <i>audience</i>, - Mitos yang berkembang di masyarakat Tionghoa, seseorang dikatakan bekerja biasanya dengan menjual barang misalnya di sebuah toko atau di pasar. Bekerja sebagai motivator di masa itu berarti dianggap memiliki orisinalitas, karena belum banyak masyarakat yang menekuni bidang tersebut.

Sumber: Data diolah, 2020

sedang dilanda krisis ekonomi. Mitos yang terjadi pada *scene* ini adalah seseorang dapat dikatakan sebagai pemimpin yang hebat apabila telah memiliki bisnis besar dan sampai berkembang hingga ke luar negeri.

Scene suasana Onggy sedang memberikan motivasinya kepada *audience* menggambarkan ketika Onggy sedang memberikan motivasi kepada *audience*nya di sebuah ruangan yang didekorasi dengan bagus dan anggun. Di masa akhir tahun 1990an banyak sekali masyarakat

yang membutuhkan motivasi agar mereka bisa bangkit dari keterpurukan.

Pada level denotasi digambarkan Onggy sedang melakukan sebuah pekerjaan yang tidak biasa atau belum banyak dikenal oleh masyarakat di Indonesia maupun Tionghoa, pekerjaan yang ditekuni oleh Onggy merupakan jenis pekerjaan baru yang memiliki nilai orisinalitas. Pada level konotasi Onggy telah membentuk sebuah tim di bidang pendidikan mental, karakter, *leadership* dan spiritual adalah sebuah bidang usaha yang

Tanda Visual	Tanda Audio
	<p><i>Backsound</i> musik lambat pada gambar terlihat Onggy dan keluarga telah mampu membangun kehidupan hingga dapat “terbang” menembus langit kehidupan.</p>
<p><i>Scene</i>: Suasana Onggy berada di luar negeri melakukan aktifitas bisnis dan berlibur bersama keluarga. <i>Time</i>: 01.47.41</p>	
Denotasi	<ul style="list-style-type: none"> - Pada gambar terlihat bahwa hidupnya telah lebih kaya dari sekedar materi dengan dapat berbagi dengan masyarakat yang membutuhkan motivasi dan inspirasi dari Onggy beserta timnya. - Pada tahun 2003 Onggy mendirikan Edunet Global dengan <i>training</i> andalannya <i>Value Your Life, A Life Changing Bootcamp</i>. Onggy mulai mengabdikan dirinya di bidang Pendidikan mental, karakter, <i>leadership</i>, dan spiritual yang menginspirasi masyarakat untuk mampu membangun kehidupan hingga dapat “terbang” menembus langit kehidupan. - Onggy juga mendirikan <i>komunitas Freedom Global</i>, di mana komunitas ini berporos di Indonesia dan sekarang anggotanya berada lebih dari 70 negara di lima benua. Komunitas yang menitik beratkan Pendidikan mental dan Gerakan social ini bahkan memecahkan lima rekor dunia (Guiness World Record). - Terlihat bahwa usaha yang ditekuni oleh Onggy memiliki usaha optimal dan menghasilkan nilai maksimal.
Konotasi	<ul style="list-style-type: none"> - Onggy mengalami kegagalan berulang kali dalam usahanya hingga Onggy memiliki pendapat bahwa hidup itu bukan hanya perkara sukses tetapi bagaimana menghadapi berapa kali “jatuh” yang diterima sampai akhirnya dapat bangkit lagi sebelum kita akhirnya meraih impian. - Gambar tentang kesuksesan yang akhirnya diraih oleh Onggy dianggap mewakili nilai Orientasi Tugas dan Hasil.
Mitos	<p>Mitos yang berkembang pada masyarakat Indonesia bahwa apabila seseorang telah berada di luar negeri dengan pakaian yang mewah, dan banyak kegiatan bisnis yang dilakukan di luar negeri, maka ia dianggap telah mencapai hasil yang dicita-citakan.</p>

Sumber: Data diolah, 2020

belum banyak diketahui masyarakat Indonesia di akhir tahun 1990an. Mitos yang berkembang pada masyarakat Thionghoa bahwa bekerja adalah berdagang barang di pasar atau toko.

Bila seseorang bekerja selain berdagang maka mereka belum menganggap hal ini adalah merupakan sebuah pekerjaan yang layak.

Pada *scene* suasana Onggy berada di luar

negeri melakukan aktifitas bisnis dan berlibur bersama keluarga menggambarkan bahwa seseorang yang memiliki tujuan maka suatu saat akan menikmati hasil dari segala usaha yang telah dilakukan. Pada level denotasi terlihat bahwa Onggy telah berhasil melewati masa sulit dalam hidupnya. Ia akhirnya dapat menemukan jalan pada bidang usaha yang ditekuninya. Pada level konotasi Onggy akhirnya dapat menyelesaikan tugas yang diembannya dan berhasil mencapai tujuan dalam hidupnya. Usaha yang dirintis dari nol akhirnya membawa hasil walau sudah banyak kegagalan yang menimpanya. Mitos yang terlihat adalah apabila seseorang sudah berada di luar negeri maka dianggap orang itu telah mencapai kesuksesan.

Hasil analisis semiotika Roland Barthes pada film Terbang Menembus Langit, maka dapat diperoleh bahwa film ini mempunyai pesan nilai-nilai *entrepreneurship* yang dapat dilihat dari tujuh indikator. Nilai percaya diri terdapat dalam *scene* ketika dialog antara Onggy dengan Candra di meja makan, membicarakan bisnis awal yang akan mereka bangun.

Nilai Kreatif dan Inovatif terdapat dalam *scene* ketika Onggy memulai bisnisnya yang baru dengan menjadi seorang motivator. Menjadi seorang motivator di masa itu adalah sebuah bisnis baru yang belum banyak diketahui oleh masyarakat di Indonesia.

Nilai ketahanan fisik dan mental terdapat

dalam *scene* ketika terjadi percakapan antara Onggy dan teman-teman satu kamar kostnya. Suasana di kamar kost yang sangat sempit dihuni oleh empat orang, Onggy tetap belajar dengan giat meskipun dengan perut lapar karena belum menerima kiriman uang dari keluarga dan suasana kamar yang ramai serta sempit.

Nilai berani mengambil risiko terdapat dalam *scene* ketika Onggy menceritakan kepada istrinya bahwa ia telah keluar dari pekerjaannya sebagai karyawan pabrik benang dan ingin memulai usahanya sendiri. Berhenti dari pekerjaan yang sudah ditekuni dan menghasilkan gaji yang cukup untuk memulai usaha baru dari awal berbekal keyakinan dianggap mewakili nilai berani mengambil resiko.

Nilai Kepemimpinan terdapat dalam *scene* ketika Onggy menjadi sosok pemimpin yang baik dan berhasil memimpin timnya hingga dapat mencapai kesuksesan di tingkat internasional, meskipun pernah berulang kali menerima banyak kegagalan. Nilai Orisinalitas terdapat dalam *scene* ketika Onggy sedang menjalankan usahanya dengan memberikan motivasi dan inspirasi kepada audience. Jenis bidang usaha yang dikelola oleh Onggy di awal tahun 2000an adalah usaha yang belum pernah ada di Indonesia. Usaha Onggy memiliki orisinalitas dengan memiliki keistimewaan yaitu di bidang pendidikan mental, karakter, leadership dan

spiritual yang menginspirasi masyarakat untuk mampu membangun kehidupan hingga dapat “terbang” menembus langit kehidupan

Nilai Orientasi Tugas dan Hasil terdapat dalam *scene* ketika kehidupan Onggy telah lebih kaya dari sekedar materi dengan dapat berbagi dengan masyarakat yang membutuhkan motivasi dan inspirasi dari Onggy beserta timnya. Onggy juga mendirikan komunitas Freedom Global, dimana komunitas ini berporos di Indonesia dan sekarang anggotanya berada lebih dari 70 negara di lima benua. Komunitas yang menitik beratkan Pendidikan mental dan Gerakan social ini bahkan memecahkan lima rekor dunia (*Guiness World Record*).

Analisis semiotika Roland Barthes pada film Terbang Menembus Langit, mendapatkan hasil bahwa dalam film ini terdapat pesan nilai-nilai *entrepreneurship* yang dapat menumbuhkan sikap kewirausahaan yang positif dan memberikan inspirasi dan motivasi bagi generasi muda.

Nilai-nilai *entrepreneurship* yang terdapat dalam film ini adalah (1) percaya diri, (2) kreatif dan inovatif, (3) ketahanan fisik dan mental, (4) berani mengambil risiko, (5) kepemimpinan, (6) orisinalitas dan (7) orientasi tugas dan hasil. Nilai-nilai *entrepreneurship* yang terdapat di dalam film ini harus dimiliki oleh seorang *entrepreneurship* agar dapat berhasil dalam menghadapi tantangan berwirausaha dan

strategi memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin akan dihadapi.

Pesan yang dapat diambil dari kajian film Terbang Menembus Langit antara lain adalah bahwa kesuksesan tidak dengan mudah dapat diraih, banyak halangan dan rintangan yang harus dilalui. Hidup itu bukan hanya perkara sukses tetapi bagaimana menghadapi berapa kali “jatuh” yang diterima sampai akhirnya dapat bangkit lagi sebelum kita akhirnya meraih impian. Kisah nyata inspiratif seorang Onggy dalam meraih cita-citanya patut dicontoh oleh generasi muda karena dapat menumbuhkan nilai *entrepreneurship* dan semangat untuk menjadi seorang wirausahawan. Generasi muda dapat belajar bagaimana menjadi pejuang ketika mereka “jatuh” berkali-kali dan kemudian bangkit dari keterpurukan sampai akhirnya dapat meraih kesuksesan. Daya saing bangsa akan terbentuk dengan adanya budaya wirausaha yang kuat pada generasi muda (Prianto, 2015).

SIMPULAN

Kehadiran film sebagai media hiburan, pendidikan dan informasi, biasanya mengandung pesan moral yang ingin disampaikan. Film Terbang Menembus Langit karya sutradara Fajar Nugros yang diproduksi oleh Demi Istri Production menyuguhkan hiburan dan sebagai media kampanye untuk menumbuhkan

nilai-nilai *entrepreneurship* pada masyarakat khususnya generasi muda. Fajar Nugros mencoba memberikan gambaran lewat tokoh Onggy yang diperankan oleh Dion Wiyoko, bahwa Indonesia adalah tanah harapan. Setiap orang bisa memiliki cita-cita pada bisnis yang dikelola dan dapat meraih kesuksesan walau berbeda latar belakang agama, suku, budaya dan kepercayaan, Hal ini bisa dicapai bila seseorang memiliki nilai (1) percaya diri, (2) kreatif dan inovatif, (3) Ketahanan Fisik dan Mental, (4) Berani Mengambil Resiko, (5) Kepemimpinan, (6) Orisinalitas dan (7) Orientasi Tugas dan Hasil.

Hasil analisis pada penelitian diperoleh bahwa representasi pesan inspiratif bagi generasi muda di Indonesia dari makna denotatif dalam film Terbang Menembus Langit adalah nilai *entrepreneurship* berupa nilai (1) percaya diri, (2) kreatif dan inovatif, (3) ketahanan fisik dan mental, (4) berani mengambil resiko, (5) kepemimpinan, (6) orisinalitas dan (7) orientasi tugas dan hasil.

Film Terbang Menembus Langit telah menyuguhkan hiburan dan sekaligus juga memberikan motivasi kepada penonton tentang perjuangan hidup seseorang dalam berwirausaha sampai akhirnya dapat meraih kesuksesan yang diimpikan.

Saran untuk pengembangan film yang memiliki nilai *entrepreneurship* yaitu

agar para pembuat film perlu lebih banyak lagi menciptakan karya film serupa yang berkualitas, sederhana tetapi sarat akan makna kehidupan untuk kalangan generasi muda agar memiliki nilai dan jiwa *entrepreneurship*. Para penikmat film agar dapat memilih film yang dapat memberikan pesan positif yang sarat akan makna agar generasi muda Indonesia dapat maju dan bersaing dengan negara lain. Harapan agar pemerintah dapat lebih mendorong dan memotivasi pembuatan film-film yang berkualitas, sederhana dan sarat akan makna kehidupan khususnya film yang bertema entrepreneurship, agar menjadi bangsa yang maju dan sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidha, Z. (2016). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *JUMANTIK: Jurnal Ilmiah Penelitian Kesehatan*, 1(1), 42–59. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30829/jumantik.v1i1.1015>
- Akbar, K. M., Hanief, L., & Alif, M. (2018). Semangat Nasionalisme Dalam Film (Analisis Isi Kuantitatif Dalam Film Merah Putih). *ProTVF*, 1(2), 125. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v1i2.19872>
- Bungin, B. (2012). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Cobley, P., & Jansz, L. (1999). *Introducing Semiotics*. Icon Books.
- Firmansyah, R. A., & Wrastari, A. T. (2014).

- Pengaruh Penggunaan Film sebagai Media Belajar terhadap Pencapaian Higher Order Thinking Skill pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UNAIR. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, 03(1), 40–47.
- Hafied, C. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Hennink, M. M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods*. Sage Publication.
- Indoworo, H. E. (2016). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media. *Jurnal Informatika Upgris*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.26877/jiu.v2i1.1067>
- Indrayani, L. (2020). Tantangan Dalam Mengembangkan Jiwa Entrepreneur Di Kalangan Generasi Muda Wirausaha Buleleng Bali. *Manajemen & Bisnis Jurnal*, 6(1), 31–39. <https://doi.org/10.37303/embr.2019.108>
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. Raja Grafindo Persada.
- Margahana, H., & Triyanto, E. (2019). Membangun Tradisi Entrepreneurship Pada Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(2), 50–57.
- McQuail, D. (1987). *Mass communication theory: An introduction*. Sage Publications, Inc.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's mass communication theory* (4th ed.). London: Sage.
- Nagel, P. J. F. N. (2016). Pengembangan Jiwa Dan Kecerdasan Wirausaha Untuk Kemandirian Bangsa. *Seminar Nasional IENACO*, 2337–4349, 576–582.
- Prianto, A. (2015). Urgensi Penguatan Budaya Wirausaha Untuk Meningkatkan Daya Saing Indonesia Di Era Mea. *Jurnal Economia*, 11(1), 89. <https://doi.org/10.21831/economia.v11i1.7760>
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Salemba Empat.
- Snelson, C. L. (2016). Qualitative and mixed methods social media research: A review of the literature. *International Journal of Qualitative Methods*, 15(1), 1–15. <https://doi.org/10.1177/1609406915624574>
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Subroto, W. T. (2015). Menanamkan Nilai-Nilai Entrepreneurship Melalui Pendidikan Ekonomi Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Economia*, 11(1), 16. <https://doi.org/10.21831/economia.v11i1.7751>
- Suhardi, D. (2011). *Nilai Karakter: Refleksi untuk Pendidikan Karakter*. LaksBang Pressindo.
- Sukirman, S. (2017). Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 117. <https://doi.org/10.24914/jeb.v20i1.318>
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Undang-Undang No.33 Tahun 2009 Tentang Perfilman., (2009).
- Yekini, K. C., Omoteso, K., & Adegbite, E. (2021). CSR Communication Research: A Theoretical-cum-Methodological Perspective From Semiotics. *Business and Society*, 60(4), 876–908. <https://doi.org/10.1177/0007650319843623>