

Identifikasi Nilai-Nilai Kewirausahaan dalam Film The Founder dengan Analisis Semiotika

Marvin Hotanto¹, Gregorius Genep Sukendro^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: marvinhotanto@gmail.com

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: geneps@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 09-12-2022, revisi tanggal : 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 05-02-2023

Abstract

The development of the times always moves dynamically and quickly which affects all aspects starting from a person's behavior habits, mindset, actions, and including in communication and information. One form of communication and information is film. Film is a mass media that can be absorbed by many audiences, because films are able to show a picture of everyday social life. Movies can provide messages, information, images, emotions and also have a positive impact on the audience. On the other hand, it can also have a negative effect on the delivered message through the film. Movies can have a big and massive impact on people's lives. The Founder film is a film that tells the story of Ray Kroc's struggle to achieve success through the McDonald's restaurant business. This research aims to examine and analyze the elements of communication of entrepreneurial values found in The Founder film. This research uses Ferdinand de Saussure's theory of semiotics which refers to the signifier and the signified, the author conducts an experiment to analyze elements of the communication of entrepreneurial values in the figure of Ray Kroc in his journey of success which is shown in the film The Founder. The author conducted research using a qualitative method approach and the subject of the research focused on the main character Ray Kroc in the film The Founder and the object used was a form of communication of the entrepreneurial values of Ray Kroc. The author uses a triangulation technique to ensure the validity of the data. The results of this study are that researchers can conclude that there is an element of communication of entrepreneurial values on the figure of Ray Kroc which has been analyzed using Ferdinand de Saussure's semiotic analysis which focuses on entrepreneurial values.

Keywords: film, semiotics, Ferdinand de Saussure, qualitative, The Founder

Abstrak

Perkembangan zaman selalu bergerak secara dinamis dan cepat yang mempengaruhi segala aspek mulai dari kebiasaan perilaku seseorang, pola pikir, tindakan, dan termasuk dalam komunikasi dan informasi. Salah satu bentuk dari komunikasi dan informasi adalah Film. Film merupakan media massa yang dapat diserap oleh banyak khalayak, karena film mampu untuk menunjukkan gambaran terhadap kehidupan sosial sehari-hari. film dapat memberikan pesan, informasi, gambaran, emosi dan juga memberikan dampak positif bagi penonton. Disisi lain, juga dapat memberikan efek negatif dari pesan yang disampaikan melalui film. Film dapat memberikan dampak yang besar dan masif kepada kehidupan masyarakat. Film *The Founder* merupakan film yang menceritakan perjuangan Ray Kroc untuk meraih kesuksesan melalui bisnis restoran McDonald. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisa unsur komunikasi nilai-nilai kewirausahaan yang terdapat pada film *The Founder*. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure yang mengutara kepada penanda (signifier) dan petanda (*signified*), penulis melakukan percobaan analisis unsur komunikasi

nilai-nilai kewirausahaan pada sosok Ray Kroc dalam perjalanan kesuksesannya yang ditampilkan pada film *The Founder*. Penulis melakukan penelitian dengan pendekatan metode kualitatif serta subjek dari penelitian memfokuskan pada tokoh Ray Kroc dalam film *The Founder* dan objek yang digunakan adalah bentuk komunikasi nilai-nilai kewirausahaan tokoh Ray Kroc. Penulis menggunakan Teknik triangulasi untuk memastikan keabsahan data. Hasil dari penelitian ini adalah peneliti dapat menyimpulkan terdapat unsur komunikasi nilai-nilai kewirausahaan pada sosok Ray Kroc yang telah dianalisa menggunakan Analisis semiotika Ferdinand de Saussure yang berfokus kepada nilai-nilai kewirausahaan.

Kata kunci: film, semiotika, Ferdinand de Saussure, kualitatif, *The Founder*

1. Pendahuluan

Perkembangan zaman selalu bergerak secara dinamis dan cepat yang mempengaruhi segala aspek mulai dari kebiasaan perilaku seseorang, pola pikir, tindakan, dan termasuk dalam komunikasi dan informasi. Salah satu bentuk dari komunikasi dan informasi adalah Film. Film merupakan media massa yang dapat diserap oleh banyak khalayak, karena film mampu untuk menunjukkan gambaran terhadap kehidupan sosial sehari-hari. film dapat memberikan pesan, informasi, gambaran, emosi dan juga memberikan dampak positif bagi penonton. Disisi lain, juga dapat memberikan efek negatif dari pesan yang disampaikan melalui film. Film dapat memberikan dampak yang besar dan masif kepada kehidupan masyarakat.

Film adalah sebagai bentuk dominasi dari komunikasi dan informasi dibelahan bumi ini. Lebih dari jutaan orang menyediakan waktunya untuk menonton film di bioskop, film televisi disetiap minggunya. Film terlebih dahulu menjadi media hiburan dibanding radio siaran dan televisi. Perkembangan film yang menjadi prioritas adalah bagaimana film bisa dijadikan alat atau media informasi. Film merupakan fenomena komunikasi yang syarat akan tanda, dan dapat membuat persepsi pandangan yang berbeda dari setiap penontonnya, sehingga film dapat mempengaruhi dan membentuk muatan berdasarkan muatan pesan. Film juga salah satu alat untuk menginspirasi dan memotivasi.

Salah satu film yang dapat menginspirasi dan memotivasi adalah film *The Founder*. *The Founder* adalah film dari negara Amerika dengan genre drama/sejarah. Film *The Founder* ini diangkat dari kisah nyata seorang pengusaha Ray Kroc yang telah mendirikan restoran yang sangat fenomenal sampai detik ini yaitu McDonald's. Film ini disutradarai oleh John Lee Hancock dan diproduksi oleh Don Handfield, Jeremy Renner, Aaron Ryder. Film ini juga diperankan oleh pemeran yang ternama di Amerika, seperti Michael Keaton, Nick Offerman, John Carroll Lynch, Linda Cardellini, B.J Novak.

Film ini menceritakan kisah seorang Ray Kroc yang telah jatuh bangun untuk menjadi wirausaha yang sukses, berawal dari menjual *mixer* merk *Prince Castle* sebagai *salesman* keliling yang menawarkan kepada restoran – restoran secara pintu ke pintu untuk membuat susu kocok atau dikenal *milkshake* yang selalu ditolak secara mentah-mentah oleh calon pelanggan yang akan dibeli. Dalam kesehariannya, Ray Kroc banyak bepergian kepada kota – kota yang kecil dan melewati banyak restoran. Ray mengamati banyak restoran *drive-in* tidak efisien dan menghabiskan banyak waktu tunggu yang lama untuk pesanan. Pada akhirnya Ray menemukan sebuah restoran kaki lima yang sangat populer di kota San Bernardino, yaitu bernama McDonald. Awalnya restoran itu dimiliki Mac McDonald dan Dick McDonald. Restoran itu menyajikan hamburger yang lezat, kentang goreng dengan potongan

french fries, yang menjadi poin uniknya adalah kemasan sekali pakai dan ramah keluarga. Disisi lain, McDonald menciptakan inovasi yang berbeda dari restoran lainnya, yaitu “Sistem Layanan Speedee” yang bertujuan untuk semua proses pembuatannya di dapur restoran menjadi efisien dengan target 30 detik untuk penyajian makanan. Ray Kroc dalam perjalanan menuju suksesnya, sering sekali dianggap remeh oleh setiap teman dilingkungannya ketika membuka suatu usaha. Hingga pada akhirnya berhasil membuat restoran cepat saji yang sangat fenomenal yang bisa penulis dan pembaca nikmati sampai detik ini.

Film ini dapat dijadikan contoh pelajaran, motivasi dan inspirasi bagi penulis, pembaca, dan seluruh masyarakat bangsa Indonesia untuk dapat menjadi kontribusi meningkatkan persentase angka kewirausahaan di Indonesia yang saat ini terdapat 3.4%. Yang pada umumnya, jika ingin membawa negara maju, persentase angka kewirausahaannya minimal 14% (*Ekonomi.bisnis.com,2022*). Melalui film ini, dapat membantu menumbuhkan dan mengingatkan bahwa untuk mencapai sebuah kesuksesan diperlukan sebuah proses yang tidak terjadi dalam satu hari, satu bulan, maupun satu tahun. Tetapi sebuah proses yang harus diperjuangkan seumur hidup. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Semiotika Komunikasi Nilai-Nilai Kewirausahaan Dalam Film *The Founder*”





2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan kualitatif yang menjurus kepada deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif adalah pendekatan yang berusaha menuturkan yang menjadi rumusan dari masalah berdasarkan data berupa kata, gambar, dan bukan angka (Moleong, 2017). Dalam penelitian ini, penulis ingin menjelaskan dan menjabarkan secara rinci unsur komunikasi nilai–nilai kewirausahaan yang didapati pada film *The Founder* pada sosok Ray Kroc yang mampu menciptakan usaha bisnis fenomenal hingga detik ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika Ferdinand de Saussure yang berfokus untuk menguraikan pemaknaan penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari analisis semiotika Ray Kroc dengan menganalisis melalui makna penanda, petanda. Penulis akan melakukan analisa unsur komunikasi nilai–nilai kewirausahaan pada sosok Ray Kroc pada film *The Founder*.

Data sekunder merupakan data pendukung penelitian yang diperoleh bukan dari narasumber utama atau informan. Dalam mengumpulkan data sekunder penelitian ini, penulis menggunakan 2 teknis yaitu dokumentasi cuplikan *The Founder*, menurut Sugiono dalam Nilamsari dokumen adalah catatan peristiwa yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang (Nilamsari,2017). Selanjutnya penulis akan mendokumentasikan cuplikan dalam film *The Founder* untuk dijadikan data pendukung penelitian ini.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Tabel 1. Cuplikan Film *The Founder*

Penanda (Signifier)	Petanda (Signified)	Nilai-nilai Kewirausahaan
	<p>Ray Kroc sebagai seorang wirausaha penjual <i>blender milkshake</i> memiliki sebuah buku agenda untuk mengatur waktu aktivitas pekerjaannya.</p>	<p>Sebagai wirausaha, sangat diperlukan memiliki kemampuan pengolaan waktu atau <i>skill time management</i>. Karena pada dasarnya sebagai wirausaha, yang menentukan waktunya adalah diri sendiri.</p>
	<p>Pada malam hari setelah beraktivitas sebagai penjual <i>blender milkshake</i>, Ray Kroc melewati beberapa penolakan yang membuat dirinya secara mental tidak baik, Oleh karena itu Ray rutin untuk mendengar pesan positif untuk memotivasi diri.</p>	<p>Seorang wirausaha, perlu mempunyai karakter pantang menyerah dan dapat memotivasi diri. Orang yang berprofesi sebagai Wirausaha tidak memiliki bos atau atasan, sangat diperlukan untuk membangkitkan diri sendiri.</p>
	<p>McDonald merupakan sebuah restoran yang terdapat sistem yang dapat diduplikasi oleh para waralabanya. Hal ini lebih ditujukan pada sistem yang terdapat pada dapurnya, yang bernama <i>System Speedee</i> yang berarti cepat. McDonald mampu menyiapkan makanan dalam waktu kurang dari 30 detik.</p>	<p>Dalam berwirausaha, sangat diperlukan memiliki sebuah sistem. Sistem menurut Sutabri (2012:3) bahwa Sistem adalah suatu kumpulan atau himpunan dari suatu unsur, komponen, atau <i>System variable</i> yang terorganisasi, saling berinteraksi, saling tergantung satu sama lain dan terpadu. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mencapai sesuatu, sangat diperlukan namanya sistem agar dapat terus berjalan secara terintergrasi.</p>
		

	<p>Ray Kroc mengajak Mac dan Dick McDonald untuk makan malam bersama.</p>	<p>Sebagai wirausaha, sangat penting memiliki relasi, membangun hubungan dengan orang lain yang sudah sukses dibidangnya bertujuan agar dapat belajar dari orang sukses.</p>
	<p>Momen ini diceritakan sebuah perjalanan restoran McDonald yang sangat ramai bisa mencapai kesuksesan, juga sebelumnya mengalami proses sulit, sepi pelanggan.</p>	<p>Dalam berwirausaha, terutama membuka bisnis yang menjual langsung atau <i>direct</i> kepada pelanggan (B2C), pasti perlu melewati perjalanan proses kesuksesan. Yang awalnya dari gagal kemudian sukses. Tidak ada sebuah proses yang instan.</p>
	<p>Ray Kroc sebagai <i>salesman</i> keliling, mengalami penolakan dalam proses penjualan <i>blender milkshake</i>.</p>	<p>Dalam proses membangun bisnis kewirausahaan, penolakan sering terjadi dilapangan dan dunia kerja. Hal ini yang dapat membentuk karakter seseorang agar menjadi tidak pantang menyerah.</p>
	<p>Ray Kroc, Mac dan Dick McDonald menanda tangani sebuah kontrak kemitraan untuk bisnis waralaba McDonald.</p>	<p>Dalam dunia wirausaha, melakukan penanda tangan kontrak merupakan hal yang wajib dilakukan. Karena hal ini bersifat mengikat satu sama lain agar tidak melanggar hal – hal yang tidak diinginkan, sesuai dengan satu sama lain, juga memberikan kepastian.</p>



Ray Kroc meyakinkan tentang McDonald kepada calon penerima waralaba atau *franchisee*, agar dapat membuka waralaba McDonald.

Meyakinkan merupakan sebuah *skill* atau keahlian yang dapat dilakukan oleh seorang wirausaha, hal ini bertujuan agar lawan bicara dapat menerima pesan dengan baik dan merasakan secara emosional bahwa hal yang dibicarakan adalah bagus, baik, mendapatkan manfaat.

Ray Kroc melakukan survey dan terjun ke lapangan dalam pekerjaan, pada proses pembangunan cabang restoran McDonald.

Seorang wirausaha, mempunyai karakter melakukan pekerjaannya secara rapih, terstruktur, efisien secara waktu, dan sempurna. Hal ini memastikan agar tidak salah mengambil keputusan.

Ray Kroc mengawasi karyawannya, memberikan contoh yang benar, dan juga membersihkan restorannya ketika sudah tutup pada malam hari.

Seorang wirausaha, terutama yang memiliki sebuah restoran tidak dibatasi oleh jabatan. Seorang wirausaha dapat melakukan pekerjaan apapun. Seorang wirausaha perlu memiliki karakter agar dapat memberikan contoh yang baik dan benar kepada karyawannya.



Ray Kroc menceritakan peluang bisnis waralaba McDonald dalam pertemuan dengan teman-temannya, dan juga menceritakan kepada meja orang lain.

Sebagai Wirausaha juga sangat diperlukan memiliki kemampuan untuk dapat menjual, menceritakan sebuah produk atau kesempatan peluang bisnis kepada orang lain. Hal ini merupakan fondasi utama. Karena penjualan merupakan ujung tombak bagi suatu usaha. Jika tidak ada penjualan, maka tidak ada keuntungan yang didapatkan.



Ray Kroc melakukan pengerahan karyawan atau *recruitment*. Dengan cara berpidato untuk ajang mencari karyawan untuk membentuk sebuah tim.

Seorang wirausaha perlu memiliki kemampuan percaya diri, hal ini dapat ditunjukkan ketika seorang wirausaha melakukan presentasi, pidato, berbicara didepan umum untuk menjelaskan sebuah peluang bisnis yang diyakininya. Percaya diri merupakan sebuah modal utama untuk mencapai kesuksesan.



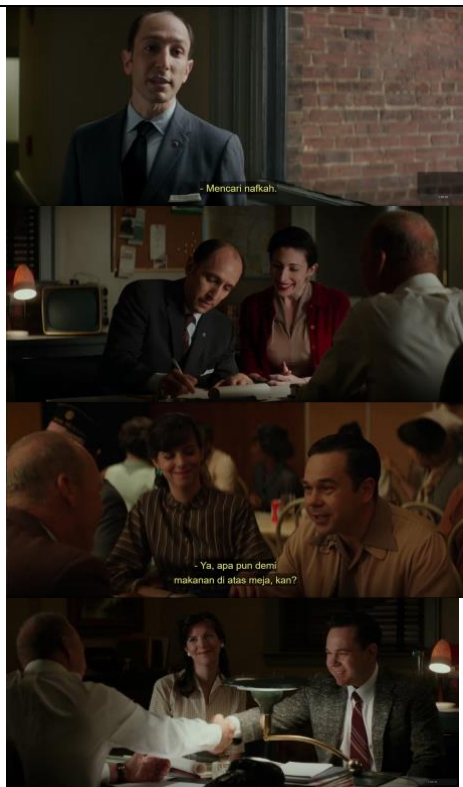
Ray Kroc melakukan presentasi didepan para calon penerima waralaba atau *franchisee*

Presentasi adalah proses berbicara didepan satu orang bahkan lebih, bisa berupa kelompok. Presentasi juga diperlukan kemampuan berbicara didepan umum agar mampu menyampaikan informasi dan diterima baik oleh pendengar.



Ray Kroc melakukan negosiasi ulang terhadap kontrak dengan Mac dan Dick McDonald

Negosiasi merupakan salah satu kemampuan yang dapat dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan antara dua pihak ataupun lebih. Hal ini dilakukan agar dapat memberikan solusi menang-menang atau *win - win solution*. Negosiasi juga diperlukan kemampuan agar tidak memicu terjadinya pertengkaran karena tidak mampu mencapai kesamaan tujuan.



Ray Kroc melakukan pengerahan karyawan atau *recruitment* secara tatap muka untuk membentuk sebuah tim perusahaannya.

Sebagai seorang wirausaha, untuk menjadi perusahaan yang besar, diperlukan orang lain untuk dapat dibentuk tim untuk mencapai sebuah tujuan. Hal ini pada dasarnya manusia juga merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan orang lain.

Sumber: Film *The Founder*

4. Simpulan

Setelah melakukan penelitian dengan menggunakan analisa semiotika Ferdinand de Saussure untuk meneliti nilai-nilai unsur komunikasi kewirausahaan sosok Ray Kroc pada film *The Founder*, maka dapat disimpulkan bahwa Dengan menggunakan analisa semiotika Ferdinand de Saussure yang berfokus pada petanda dan penanda penulis menyimpulkan, terdapat unsur komunikasi nilai-nilai kewirausahaan pada sosok Ray Kroc pada film *The Founder* yang dapat dilihat dari perjalanan gagal hingga sukses, proses pengambilan resiko, meyakinkan orang lain, memotivasi diri kita melewati sebuah kegagalan, menghadapi penolakan, tetap

percaya diri walaupun orang lain tidak memercayainya, membangun sebuah sistem, memberi contoh bagi karyawannya, melewati proses negosiasi dengan mitra dan Hingga pada akhirnya Ray Kroc dapat meraih kesuksesannya untuk memiliki restoran McDonald.

Dengan adanya perkembangan teknologi salah satunya yaitu film dapat memberikan dampak yang positif dalam proses komunikasi untuk menyampaikan sebuah pesan. Penyampaian pesan melalui film merupakan sebuah salah satu inovasi agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat dikemas dengan baik dan menarik. Melalui film *The Founder*, masyarakat diberikan pesan agar untuk mencapai sebuah kesuksesan melalui wirausaha diperlukan karakter nilai-nilai kewirausahaan yang pantang menyerah, dapat memotivasi diri, bangkit dari kegagalan, dan untuk mencapai sebuah kesuksesan terdapat kegagalan dalam perjalanannya. Film merupakan salah satu bentuk sarana penyampaian pesan yang sangat baik kepada masyarakat.

Dengan adanya kaitan dengan rumusan masalah penelitian ini, yang mencari komunikasi nilai-nilai kewirausahaan pada sosok Ray Kroc melalui proses perjuangan kesuksesannya sebagai wiraswasta dalam film ini, dalam film ini terdapat unsur komunikasi nilai-nilai kewirausahaan pada setiap perjalanan kisah hidupnya yang dianalisa dengan menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure dengan petanda dan penanda untuk mendapatkan nilai-nilai kewirausahaan dalam film ini. Sesuai dengan tujuan pada penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah peneliti dapat menyimpulkan terdapat unsur komunikasi nilai-nilai kewirausahaan pada sosok Ray Kroc yang telah dianalisa menggunakan Analisis semiotika Ferdinand de Saussure yang berfokus kepada nilai-nilai kewirausahaan.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Eddy, A., & Junaidi, A. (2021). Analisis Semiotika Unsur Komunikasi Sosok Figur Soekarno Pada Film Soekarno: Indonesia Merdeka (Analisis Semiotika Roland Barthes). Jakarta: Kiwari.
- Fahmi, Irham. (2013). Kewirausahaan Teori, Kasus dan Solusi. Bandung: Alfabeta
- Gunawan, E. B., & Junaidi, A. (2020). Representasi Pendidikan Seks dalam Film Dua Garis Biru (Analisis Semiotika Roland Barthes). Jakarta: Koneksi
- Moleong, Lexy J. (2017). Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 13(2), 177–181.
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suseno, T. (2019). Analisis Semotika Pesan Moral Di Film *The Founder*. Bandung: UPT Perpustakaan.