

Abstrak

Nilai-nilai *entrepreneurship* adalah sebuah hal yang idealnya harus dimiliki oleh seorang pengusaha, agar bisa sukses dan berkembang dalam menjalani usahanya. Sekarang ini untuk mulai mempelajari nilai-nilai *Entrepreneurship* kita bisa mengaksesnya melalui berbagai macam jenis media atau *Platform*, dan salah satunya yaitu melalui media Film. Film adalah salah satu bentuk dari komunikasi massa yang memiliki jangkauan *audience* sangat luas dan bisa dikemas secara kreatif juga menghibur, membuatnya menjadi lebih menarik. Film *Filosofi Kopi 2* adalah sekuel dari film sebelumnya yang berjudul sama dan disutradarai oleh Angga Sasongko. Menceritakan tentang perjalanan dua sahabat Ben & Jody dalam menghadapi berbagai tantangan & rintangan untuk membangun kedai *Filosofi Kopi*. Informan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang memiliki ketertarikan akan dunia bisnis dan sudah menonton film *Filosofi Kopi*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode penelitian kualitatif-deskriptif dan pendekatan analisis resepsi dari Stuart Hall. Dalam analisis resepsi melihat bahwa khalayak dapat aktif dalam memproduksi makna dari sebuah teks tayangan media. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan mengetahui posisi pemaknaan khalayak berdasarkan 3 posisi pemaknaan dari Stuart Hall terhadap nilai-nilai *entrepreneurship*. Dari 11 unit analisis yang diteliti oleh penulis, posisi pemaknaan khalayak dalam menerima pesan *entrepreneurship* di film *Filosofi Kopi 2* didominasi oleh *dominant position*, yang mana pada setiap *scene* yang ditunjukkan menampilkan nilai *entrepreneurship* yang berbeda-beda. Lalu ada juga beberapa informan yang berada pada *negotiated position* dan *oppositional position*.

kata kunci: *Nilai-nilai entrepreneurship, Film Filosofi Kopi 2, Analisis Resepsi, khalayak, kewirausahaan*