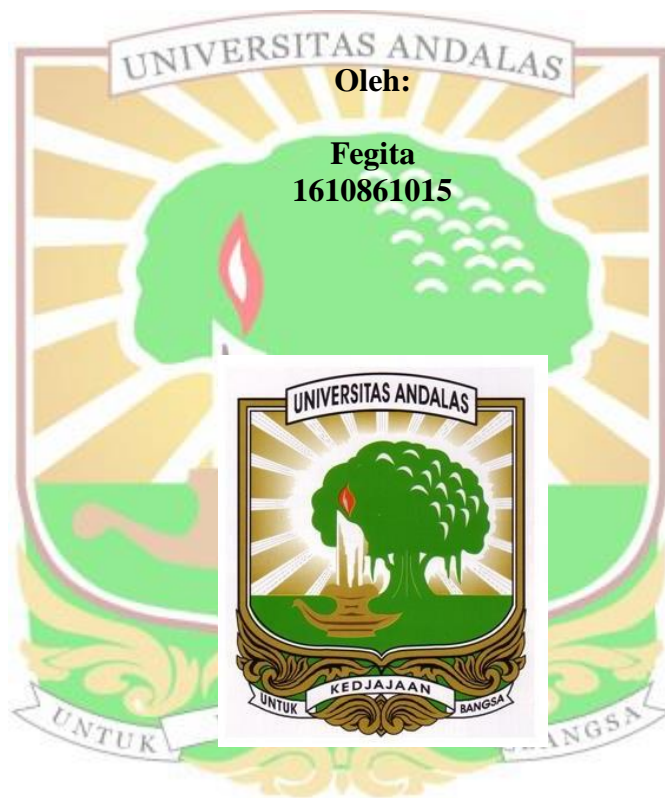


**KOMUNIKASI KELUARGA DALAM MENUMBUHKAN SEMANGAT
KEWIRAUSAHAAN PADA ANAK**

**(Studi Fenomenologi Komunikasi Anak dan Orang Tua Pengusaha UMKM di
Kota Solok)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

**KOMUNIKASI KELUARGA DALAM MENUMBUHKAN SEMANGAT
KEWIRAUSAHAAN PADA ANAK**

**(Studi Fenomenologi Komunikasi Anak dan Orang Tua Pengusaha UMKM di
Kota Solok)**

SKRIPSI

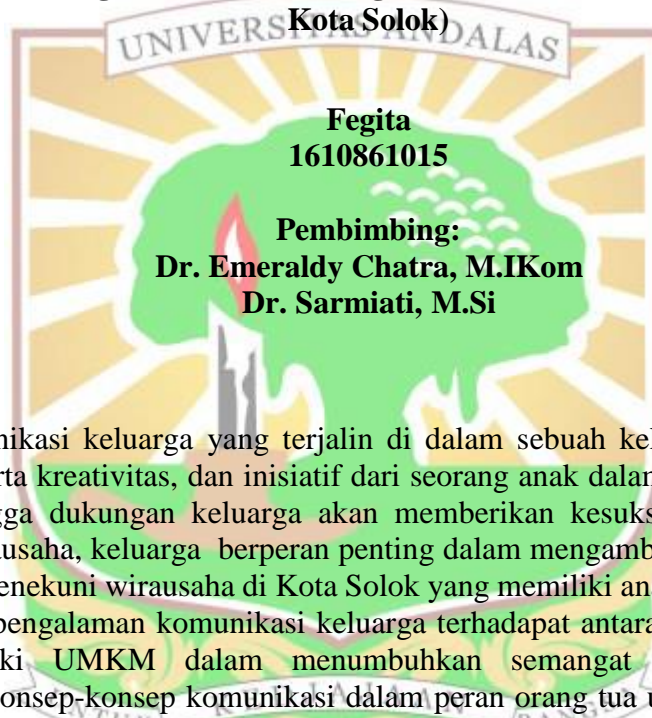
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas



**PADANG
2023**

ABSTRAK

KOMUNIKASI KELUARGA DALAM MENUMBUHKAN SEMANGAT KEWIRAUSAHAAN PADA ANAK (Studi Fenomenologi komunikasi Orang Tua dan Anak Pengusaha UMKM di Kota Solok)



**Fegita
1610861015**

**Pembimbing:
Dr. Emeraldy Chatra, M.IKom
Dr. Sarmiati, M.Si**

Komunikasi keluarga yang terjalin di dalam sebuah keluarga akan memicu keberanian serta kreativitas, dan inisiatif dari seorang anak dalam mendirikan sebuah usaha. Sehingga dukungan keluarga akan memberikan kesuksesan seorang anak dalam berwirausaha, keluarga berperan penting dalam mengambil keputusan seorang anak dalam menekuni wirausaha di Kota Solok yang memiliki anak pengusaha umkm. Menjelaskan pengalaman komunikasi keluarga terhadap antara orang tua dan anak yang memiliki UMKM dalam menumbuhkan semangat berwirausaha serta menemukan konsep-konsep komunikasi dalam peran orang tua untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan pada anak. Metode yang dilakukan oleh keluarga Tiga karena berwirausaha merupakan warisan turun temurun pada silsilah keluarga mereka, sehingga orang tua semangat dan selalu mengarahkan anaknya agar berwirausaha, niatan yang diarahkan tersebut sudah diberikan kepada anaknya sedari sekolah dasar. Serta menganalisis makna dari pengalaman komunikasi yang dilakukan orang tua untuk menumbuhkan semangat berwirausaha pada anak. Pada penelitian ini menggunakan teori fenomenologi dikarenakan akan berfokus bagaimana memahami tingkah laku orang tua dalam mengkomunikasikan kewirausahaan agar anak tersebut memiliki jiwa wirausaha serta peneliti melakukan interpretasi terhadap peran orang tua dalam menumbuhkan jiwa semangat wirausaha kepada anak. Ada Tiga informan pada penelitian, pada keluarga pertama sejak usia dini orangtua telah menanamkan semangat kewirausahaan pada anak, selalu memberikan dukungan serta motivasi dalam memulai usaha selalu dari bawah karna semua tentu sesuai dengan apa yang kita pikirkan naik turunnya usaha itu sudah biasa. Pada keluarga kedua adalah orang tuanya juga telah menanamkan semangat berwirausaha sejak anak usia SMP serta mengajarkan anak

berjualan dan juga telah terbiasa dilingkup kasir dan berinteraksi dengan pembeli.

Kata kunci: Kewirausahaan, Komunikasi, Komunikasi Keluarga



ABSTRACT

***FAMILY COMMUNICATION IN GROWING THE ENTREPRENEURSHIP
SPIRIT IN CHILDREN
(Phenomenological Study of Communication between Parents and Children of
UMKM Entrepreneurs in Solok City)***

***Fegita
1610861015***

***Supervisors:
Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom
Dr. Sarmiati, M.Si***

***FAMILY COMMUNICATION IN GROWING THE ENTREPRENEURSHIP
SPIRIT IN CHILDREN***

***(Phenomenological Study of Communication between Parents and Children of
MSME Entrepreneurs in Solok City)***

Family communication that exists within a family will trigger courage and creativity, and the initiative of the child in setting up a business. So that family support will provide a child's success in entrepreneurship, the family plays an important role in making a child's decision to pursue entrepreneurship in Solok City which has children of MSME entrepreneurs. Explaining the experience of family communication between parents and children who have MSMEs in fostering an entrepreneurial spirit and finding communication concepts in the role of parents to foster an entrepreneurial spirit in children and analyzing the meaning of communication experiences carried out by parents to foster an entrepreneurial spirit in children. In this study using phenomenological theory because it will focus on how to understand the behavior of parents in communicating entrepreneurship so that the child has an entrepreneurial spirit and researchers interpret the role of parents in fostering entrepreneurial spirit in children. There were three informants in the study, in first families from an early age parents have instilled an entrepreneurial spirit in children, always providing support and motivation in starting a business, always from the bottom because everything is of course according to what we think, ups and downs in business are normal. In the second family, the parents have also instilled a spirit of entrepreneurship since junior high school age and taught children to sell and are also used to being in the cashier's sphere and interacting with buyers. The method used by a family of three because entrepreneurship is a hereditary inheritance in their family tree, so parents are enthusiastic and always direct their children to do entrepreneurship, this directed intention has been given to their children since elementary school.

Keywords: Communication, Entrepreneurship, FamilyCommunication

