

**PENGALAMAN KOMUNIKASI BAGI PENGUSAHA
DALAM MENUMBUHKAN *ENTREPRENEUR***

(Studi Fenomenologi Anggota HIPMI BPC Kota Padang)

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelas Magister
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Andalas**



**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ABSTRAK

Nama : Lailatul Himni
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul : “Pengalaman Komunikasi bagi Pengusaha dalam Menumbuhkan *Entrepreneur* (Studi Fenomenologi Anggota HIPMI BPC Kota Padang)”

Indonesia memiliki wirausaha yang beragam dan memiliki keberhasilan yang berbeda-beda. Keberhasilan yang diperoleh merupakan dampak dari pengalaman komunikasi pelaku usaha dalam membangun usahanya. Memperhatikan kondisi ini, pembekalan dan penanaman *entrepreneur* perlu dilakukan supaya dapat memotivasi seseorang untuk melakukan kegiatan wirausaha. Penanaman *entrepreneur* dapat diciptakan dari pengalaman yang diperoleh pengusaha dalam membangun usahanya. Ketika seseorang memiliki jiwa *entrepreneur*, maka tentu akan terus dapat bertahan saat usahanya mengalami kesulitan. Nilai *entrepreneur* dalam dunia usaha juga berperan sebagai modal untuk persaingan dari berbagai lingkungan bisnis. Melalui penelitian kualitatif dan mengolah data menggunakan teori fenomenologi Edmund Husserl, peneliti akan mengamati pengalaman komunikasi pengusaha dalam usahanya sehingga dapat menemukan tujuan penelitian ini yaitu mengetahui pengalaman komunikasi yang menumbuhkan jiwa dan memaknai nilai *entrepreneur*. Pada organisasi HIPMI BPC Kota Padang juga menjadikan semangat *entrepreneur* sebagai bahan bakar untuk anggotanya yaitu para pelaku usaha agar tetap mampu berinovasi dan bertahan dengan segala bentuk perubahan dunia yang serba cepat. Komunikasi yang dilakukan pengusaha sebagai pemimpin dapat menjadi komunikasi yang efektif sehingga berdampak pada keberhasilan usaha, namun komunikasi yang tidak efektif ternyata mampu memberikan pengalaman yang berharga dikemudian hari. Penelitian ini menemukan pengalaman komunikasi pengusaha dalam menciptakan jiwa *entrepreneur* berasal dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal ini meliputi ketertarikan dan *passion* pengusaha dalam berbisnis atau berdagang. Faktor eksternal adalah pada pengaruh latar belakang keluarga seperti bisnis yang merupakan turunan orang tua, pendidikan yang ditempuh serta dukungan tempat pengusaha bergaul. Tumbuhnya nilai *entrepreneur* ini menyebabkan pemaknaan *entrepreneur* itupun sangat beragam. Makna *entrepreneur* dapat diartikan sebagai semangat dalam berani mengambil resiko, memiliki tanggung jawab yang besar terhadap kontrol diri, dapat memotivasi diri dengan baik, percaya diri yang tinggi, dapat menginspirasi bagi pelaku usaha maupun masyarakat, menjunjung tinggi nilai kejujuran, memiliki kreatifitas yang tinggi dan dapat membuka lapangan pekerjaan sehingga berperan langsung dalam membantu Negara mengatasi pengangguran.

Kata Kunci: *Entrepreneur*, Pengalaman Komunikasi, Makna

ABSTRACT

Name : Lailatul Himni
Program Study : Master of Communication Science
Title : *The Experience of Communication For The Entrepreneur In Business Skill (Fenomenology Study of HIPMI BPC Padang)*

Indonesia has variety entrepreneur and has a different a succesfull. The succes is achieved because communication experience of businessmen in building their business. Therefore the entrepreneur skills need to do so that can motivate someone to do entrepreneurial activity. Entrepreneur skills can get from the experience of businessmen in build their business. Entrepreneurial values that are applied are able to become the main key in achieving success in entrepreneurship. When someone has an entrepreneur spirit, then he will be able to stay afloat when his business is having trouble. The entrepreneur values are also acts as a capital to competition in business environment. Based on the qualitative research and processing data by using Edmund Husserl fenomenology teory, the researcher will observe businessmen's experience in their business so that can find the function of this research is know about communication experience that will make a spirit in entrepreneur values. In HIPMI BPC organization is also make entrepreneur spirit as a fuel to their members is entrepreneur will be able to innovate and survive in all of the changing in the world. The coomunication that made by entrepreneur as leaders can be effective communication so that it has ann impact in business success, but ineffective communication can also as the good experience in a future. This research found entrepreneur communication experience in create entrepreneur spirit that come from two factors are internal factors and external factors. These internal factors include the interest and passions of entrepreneurs in doing business. External factors are those that affect family background such as business which are derived from parents, education and support for places of business. The growth in entrepreneurial value causes the meaning of entrepreneur to be very diverse. So that, entrepreneurship can be interpreted as a spirit of daring to take risks, having responsibility for self – control, being able to motivate oneself well, having high self confidence, being able to inspire the entrepreneur and community, upholding the value of honesty, having high creatuvity and being able to open up jobs so that helping the country to overcome unemployment.

Keywords: Entrepreneur, Communication Experiences, Meanin