

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

- (A) NOVITA SARI PARLINDUNGAN (915150191)
(B) ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN PADA WIRAUSAHAWAN
DI JAKARTA DALAM MENARIK MINAT BELI CALON KONSUMEN
(C) xii; 54 halaman, 3 gambar; 5 lampiran

(D) *PUBLIC RELATIONS*

Abstrak:

Wirausaha di Indonesia saat ini sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat dimulai dari tahun 2007 sampai dengan saat ini. Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik), Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang dengan baik walaupun masih cukup kalah dibandingkan dengan negara-negara maju lainnya. Banyak masyarakat yang mulai membuka usaha. Selain untuk mencari sumber pencaharian, mereka juga ingin ikut serta dalam membantu perkembangan industri bisnis di Indonesia. Masyarakat ingin berkontribusi untuk membangun perekonomian di Indonesia agar dapat lebih maju lagi.

Karena sudah begitu banyak wirausahawan yang sudah membangun bisnis di Indonesia, persaingan bisnis merupakan hal yang tidak dapat di hindari. Oleh karena itu, seorang wirausahawan dituntut untuk bisa berpikir kreatif dan juga memiliki inovasi. Seorang wirausahawan harus dapat perencanaan bisnis. Salah satu rencana bisnis yang paling penting adalah komunikasi pemasaran.

Kata Kunci : Wirausaha, Wirausahawan, Komunikasi Pemasaran

- (E) Daftar Pustaka 22 (1996-2018), 1 sumber online

(F) H.H. Daniel Tamburian, S.Sos., M.Si