

Optimalisasi modal sosial bermediasi teknologi komunikasi dalam personal selling = The optimization of social capital mediated by communication technology in personal selling / Farah Dilla Syofiana

Farah Dilla Syofiana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20348960&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai optimalisasi modal sosial bermediasi teknologi dalam personal selling. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana optimalisasi modal sosial dalam personal selling yang dimediasi oleh teknologi. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan strategi deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam kepada empat orang informan. Penelitian ini mengeksplorasi tiga karakteristik yang menghubungkan modal sosial dengan personal selling yaitu interaktif, intensif dan konservatif kemudian menggali optimalisasi yang dapat dilakukan terhadap ketiganya yang dimediasi oleh teknologi komunikasi. Dari hasil penelitian ditemukan adanya tahapan dan pola modal sosial dalam personal selling yang menentukan optimalisasi apa yang dapat dilakukan.

<hr>

ABSTRACT

This research discusses about the optimization of technology-mediated social capital in personal selling. The aim is to find out how to optimize social capital in personal selling which mediated by communication technology. Analysis carried out by qualitative research framework with a descriptive strategy in order to describing the results and discussion. Data was collected through in-depth interviews to four informants. This research was discover three characteristics of social capital that connects with personal selling known as interactive, intensive, and conservative—then try to digging out on how to optimize those factor through communication technology. From the results, we can observe the stages and patterns of social capital in personal selling that determines what to do related to optimization with through communication technology.