

Pengaruh social capital dan motivasi terhadap knowledge sharing komunitas online : studi pada komunitas online Female Daily = The influence of social capital and motivation towards knowledge sharing in online communities : study of Female Daily online community

Radita Senja Maharani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20454714&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dengan adanya media sosial konsumen saat ini dapat bertindak sebagai marketing atau PR sehingga membuat perusahaan tidak lagi sebagai sumber utama komunikasi sebuah brand. Pemasar atau perusahaan dapat memanfaatkan komunitas online yang dibuat oleh pengguna atau anggota komunitas online, karena banyak melibatkan topik yang berbeda, termasuk mengenai brand dan produk dimana anggotanya saling berbagi pengetahuan, pengalaman dan diskusi mengenai brand tersebut. Namun, tantangan terbesar dalam membina komunitas online adalah penyediaan pengetahuan, serta kemauan untuk terus melanjutkan hubungan dalam komunitas. Penelitian ini menyelidiki faktor yang memotivasi knowledge sharing dalam komunitas online, dan meningkatkan hubungan yang berkelanjutan dalam komunitas online (relationship continuity). Penelitian ini menggunakan teori motivasi dan social capital, karena knowledge sharing dalam komunitas online adalah proses sosial yang melibatkan interaksi pribadi di antara anggota. Social capital terdiri dari structural capital (social interaction), relational capital (identification, trust, reciprocity), dan cognitive capital (shared language dan shared vision), motivasi terdiri dari, motivasi intrinsik (enjoyment in helping others) dan ekstrinsik (rewards dan reputation). Metode analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menemukan bahwa enjoyment in helping others, reputation, social interaction, trust, reciprocity, dan shared language mempengaruhi knowledge sharing, penelitian ini menemukan temuan menarik dimana rewards, identification, dan shared vision tidak mempengaruhi knowledge sharing.

ABSTRACT

This study investigates the factors that motivate knowledge sharing within the online community, and to continually improve sustainable relationships within the online community. This study uses social capital theory and individual motivation, because knowledge sharing in the online community is a social process involving personal interaction among members, the individual psychology perspective and sociology will be able to explain more about this behavior. Social capital consists of structural capital (social interaction), relational capital (identification, trust, reciprocity), and cognitive capital (shared language and shared vision), while the

motivation is divided into two, namely intrinsic motivation (enjoyment in helping others) and extrinsic motivation (rewards and reputation). This research is quantitative research, with respondent member of Female Daily community. Data analysis method is done by descriptive analysis and Partial Least Square (PLS) to prove hypothesis in this research. The results of this study found that enjoyment in helping others, reputation, social interaction, trust, reciprocity, and shared language influence knowledge sharing, but this research finds interesting findings where rewards, identification, and shared vision do not affect knowledge sharing.