

Analisis pengaruh faktor perilaku opinion leadership dan opinion-seeking terhadap online word-of-mouth communication pada media sosial. Studi kasus: Kitabisa.com = The impact of opinion leadership and opinion-seeking behavior factor toward online word-of-mouth communication on social media about Kitabisa.com

Risma Nadira Iswani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20456928&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini, media sosial digunakan bukan hanya untuk berinteraksi dan berkomunikasi, tetapi juga untuk menggalang dana dan berdonasi, serta menghubungkan orang baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor perilaku opinion leadership dan opinion-seeking terhadap online word-of-mouth communication pada media sosial mengenai Kitabisa.com. Penelitian ini melibatkan 303 pengguna media sosial dari seluruh Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa trust dan innovativeness memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku opinion-seeking, social capital memiliki pengaruh positif terhadap perilaku opinion leadership, dan perilaku opinion leadership serta opinion-seeking memiliki pengaruh yang positif terhadap interaksi yang terjadi pada online word-of-mouth communication pada media sosial mengenai Kitabisa.com.

.....Nowadays, social media is not only used for interacting and communicating, but also for doing fundraising and giving donation through online media. This research aims to analyze the impact of opinion leadership and opinion seeking behavior factor toward online word of mouth communication on social media about Kitabisa.com. The data were collected from 303 social media users across Indonesia.

The result of this research shows trust and innovativeness have positive impact toward opinion seeking behavior. Social capital has a positive impact toward opinion leadership behavior. Both opinion leadership and opinion seeking behavior have positive impact toward online word of mouth communication on social media about Kitabisa.com.