

ABSTRAK

Mei Pungki Arganita, Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Skripsi ini tentang Modal Sosial Baru (Studi tentang Penggunaan Media Sosial pada *Dropshiper* Oriflame di Surabaya) di bawah bimbingan Khoirul Rosyadi, S.S., M.Si., Ph.D.

Modal sosial baru adalah modal sosial yang memanfaatkan sosial virtual, yang menjadikan internet sebagai tempat bersosialisasi. New social capital kini banyak digunakan oleh para pebisnis salah satunya yaitu *dropshiper* Oriflame yang ada di Surabaya. Adanya modal sosial baru sendiri akibat dari perkembangan zaman yang kini membuat banyak orang menggunakan media sosial sebagai media sosialisasi. Media sosial juga telah menjadi alat untuk menjalankan bisnis secara *online*.

Menurut Fukuyama salah satu peran teknologi dengan adanya media sosial yang kini telah memberikan dampak positif kepada pelaku bisnis adalah mempermudah dalam memperluas modal sosial seperti jaringan sosial. Sedangkan menurut Field bahwa manfaat dari media *online* juga dapat memberi tambahan tingkat pendapatan bagi aktor ekonomi dalam menumbuhkan modal sosial dengan komunitas *online*, kehadiran internet telah mengembangkan modal sosial dalam memperkaya koneksi dan jaringan pada manusia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh modal sosial baru dalam penggunaan media sosial pada *dropshiper* Oriflame di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan informan secara *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi, triangulasi, dan analisis data.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terjadinya *modal sosial* pada *dropshiper* Oriflame di Surabaya yaitu berawal dari *modal sosial* dan konektivitas internet yang kemudian membuat ruang sosial baru yang menjadikannya interaksi secara online kemudian menimbulkan hubungan kausal, jaringan baru dan hubungan secara profesional yang akhirnya menjadikan *modal sosial baru* pada *dropshiper* Oriflame di Surabaya.

Kata Kunci: Modal Sosial Baru, Dropshiper, Media Sosial.

ABSTRACT

Mei Pungki Arganita is the student of Sociology department, Faculty of Social and Cultural Sciences. This thesis is about New Social Capital (Study on the Use of Social Media in Oriflame Dropshiper in Surabaya) with the supervisor is Mr.Khoirul Rosyadi, S.S., M.Si., Ph.D.

New Social Capital is Social Capital that utilizes the virtual social, which makes the internet as a media socialize. Modal sosial baru is now widely used by businessmen. One of them is an Oriflame dropshipper in Surabaya. The existence of modal sosial baru itself due to the development of the times that now make a lot of people use social media as a medium of socialization. Social media has also become a tool for running businesses online.

According to Fukuyama, one of the roles of technology with the social media that now has a positive impact on the business is to facilitate in expanding social capital such as social networks. While according to Field that the benefits of online media can also provide an additional level of income for economic actors in growing modal sosial with online communities, the internet presence has developed social capital in enriching human connections and networks.

The purpose of this study is to determine the effect of new social capital on the use of social media at the Oriflame drop shipper in Surabaya. This research uses a qualitative method and case study approach. This study is using the technique of taking informants by purposive sampling. This research uses data collection methods of observation, interview, documentation, triangulation, and data analysis.

Based on the results of the study can be concluded that the occurrence of social capital in Oriflame dropshipper in Surabaya is originated from social capital and internet connectivity which then create a new social space that makes it online interaction then causing a causal relationship, new connection, and professional relationships which make the modal sosial baru at Oriflame dropshipper in Surabaya.

Keywords: *Modal sosial baru, Dropshiper, Social Media.*