



SKRIPSI

**PENGARUH IDENTITAS SOSIAL TERHADAP
KEPERCAYAAN DAN NORMA KELOMPOK SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP *ONLINE HELPING BEHAVIOR*
PADA FORUM ONLINE *FACEBOOK* ASOSIASI IBU
MENYUSUI INDONESIA**

DIAJUKAN OLEH:

ACHMAD HUSNI MULKAN

NIM: 041012144

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,

SONY KUSUMASONDJAJA, SE., M.Com., Ph.D

TANGGAL 23/2/2015

KETUA PROGRAM STUDI,

Dra. Ec. NURI HERACHWATI, M.Si., M.Sc.

TANGGAL 23/2/2015

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Achmad Husni Mulkan, 041012144), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah diduplikasi orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 24-02-15



Achmad Husni Mulkan

041012144

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas semua rahmat dan karunia-Nya, serta kekuatan, pemikiran, dan keikhlasan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini; sebagai salah satu syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Airlangga; yang berjudul: ***Pengaruh Identitas Sosial Terhadap Kepercayaan dan Norma Kelompok Serta Dampaknya Terhadap Online Helping Behavior pada Forum Online Facebook Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia.***

Penulis sangat merasakan besarnya karunia Allah SWT yang telah memberikan pertolongan ditengah kekurangan dan keterbatasan penulis dalam penyusunan skripsi ini. Bantuan dan dorongan dari banyak pihak juga telah memungkinkan selesainya skripsi ini. Karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Muslich Anshori, SE., M.Sc., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga.
2. Drs. Sri Gunawan, M.Com.,DBA selaku Ketua Departemen Manajemen Universitas Airlangga dan Dra. Ec. Nuri Herachwati, M.Si., M.Sc. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Airlangga.
3. Bapak Sony Kusumasondjaja, SE., M.Com., PhD sebagai Dosen Pembimbing. Terima kasih atas ilmu yang luas, kesabaran yang tiada batas, motivasi dan nasihat yang tiada henti, serta banyaknya waktu yang diberikan kepada penulis.

4. Semua dosen Manajemen Universitas Airlangga yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat melalui proses perkuliahan yang telah dijalani selama ini.
5. Ayah dan Ibu atas segala doa - doa yang tiada henti dipanjatkan, atas segala jasa serta dukungan yang tiada tara untuk kelancaran, kemudahan, dan kesuksesan penulis.
6. Teman-teman seperjuangan skripsi. Justin, Wita, Dimas, Ripjo, Deva, Jedi, Fitri, Juni, Otid, Shiddiq, Brayen, Randy, Pake, Yudha, Kayyis, Fuad untuk berbagi ilmu di tengah-tengah kerumitan yang kadang menghampiri. Semoga kalian dapat mencapai kesuksesan yang dicita-citakan. Amiin.
7. Seluruh teman-teman Manajemen 2010 yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan selama ini. Semoga bermanfaat ilmu yang kita dapatkan selama ini,

Achmad Husni Mulkan

**Departemen Manajemen
Universitas Airlangga
Surabaya**

ABSTRAK

The American Academy of Pediatrics (AAP) sangat menganjurkan pemberian ASI eksklusif selama enam bulan pertama dan menyusui berlanjut selama setidaknya 12 bulan. Menurut laporan IDHS (*Indonesian Demographic and Health Survey*) 2012 di Indonesia terdapat 41% anak di bawah enam bulan yang mendapatkan ASI eksklusif dan 77% anak yang melanjutkan sampai berumur satu tahun. Pengetahuan yang kurang dan tidak adanya Peran aktif tenaga medis mengakibatkan penurunan Ibu menyusui di Indonesia. AIMI berdiri untuk mengkampanyekan pentingnya memberikan ASI kepada anak. AIMI menyadari kurangnya kesadaran Ibu untuk menyusui di Indonesia. Oleh karena itu forum online *Facebook* AIMI dibentuk untuk membantu Ibu yang mengalami kesulitan dalam menyusui sehingga memerlukan saran serta informasi dari Ibu-Ibu lain yang lebih berpengalaman. Seorang Ibu bisa *memposting* pertanyaan pada forum online *Facebook* AIMI untuk mendapatkan informasi dan saran yang dibutuhkan. *Online helping behavior* seperti ini terjadi dalam forum online *Facebook* AIMI. Penelitian ini berusaha menjelaskan bagaimana *online helping behavior* pada komunitas virtual terjadi. Penelitian ini menggunakan identitas sosial, kepercayaan, dan norma kelompok untuk menjelaskan *online helping behavior*.

Penelitian ini menggunakan kuesioner online yang disebarakan kepada anggota forum online *Facebook* AIMI. Forum online *Facebook* AIMI memiliki 129.879 orang anggota. Responden dipilih berdasarkan *judgement sampling*. Hanya anggota yang pernah sedikitnya satu kali *memposting* di forum online *Facebook* AIMI yang dapat menjadi responden. Kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan PLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa identitas sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan norma kelompok. Selanjutnya kepercayaan dan norma kelompok memiliki pengaruh signifikan terhadap *online helping behavior* pada forum online *Facebook* AIMI. Penelitian ini menawarkan kontribusi untuk akademisi dan praktisi mengenai komunitas virtual dan *relationship marketing*. Keterbatasan dan rekomendasi penelitian ini juga telah disajikan dibagian akhir penelitian.

Keyword: Komunitas virtual, *online helping behavior*, kepercayaan, identitas sosial, norma kelompok

ABSTRACT

The American Academy of Pediatric (AAP) very recommend to give exclusive breast-milk in the first six months and be continued to give it At least until 12 months. According to IDC's report on 2012 in Indonesia found 41% breastfed babies under six months get exclusive breast-milk and 77% baby will continue until a year old. Lack of breastfeeding knowledge and less support from the medical worker resulted in reduce of breastfeeding mothers in Indonesia. AIMI establish for campaigning the importance of breastfeeding for breastfed babies. AIMI realized the consciousness of breastfeeding mothers is low in Indonesia. AIMI Facebook online forum is build for helping mothers who have difficulty of breastfeeding. They need information & suggestion from another mothers experienced. Mothers may post a question in AIMI Facebook online forum, to find more information & suggestion they need. Online helping behaviour was happened in AIMI Facebook online forum. This research tries to explain how online helping behaviour on virtual community occurs. This research use social identity, trust, and group norms to explain online helping behaviour.

The research use online questionnaire broadcasted to AIMI Facebook online forum members. This forum has 129.879 members. The respondents were taken based on judgement sampling, were only members who at least posted once in AIMI facebook online forum can be a respondent. Then the collected data was analyzed by PLS.

The result of the research shows that social identity has a significant effect to the trust and group norm. Then both of them have significant effect to online helping behaviour in AIMI Facebook online forum. This research offers the contribution of academic and practitioner for virtual community and relationship marketing. The limitation and recommendation of this research was enclosed in the last chapter of the research.

Keyword: virtual comunity, *online helping behavior*, trust, socia identity, grup norm.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Kerangka Penulisan.....	8
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Konsep Pemasaran.....	10
2.1.2. <i>Holistic Marketing</i>	11
2.1.3. <i>Social Marketing</i>	15
2.1.4. Komunitas Virtual.....	16
2.1.5. Identitas Sosial.....	20
2.1.6. Kepercayaan	22
2.1.7. Norma Kelompok.....	24
2.1.8. <i>Online Helping Behavior</i>	26
2.2. Hubungan Antar Variabel	28
2.2.1. Identitas Sosial Terhadap Kepercayaan	28
2.2.2. Identitas Sosial Terhadap Norma Kelompok	28
2.2.3. Kepercayaan Terhadap <i>Online Helping Behavior</i>	29
2.2.4. Norma Kelompok Terhadap <i>Online Helping Behavior</i>	29
2.3. Penelitian Sebelumnya	30
2.4. Kerangka Konseptual	31

BAB 3 METODELOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian.....	32
3.2. Identifikasi Variabel.....	32
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	33
3.3.1. Variabel Eksogen.....	34
3.3.2. Variabel Endogen Intervening.....	34
3.3.3. Variabel Endoge Dependen.....	36
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	37
3.5. Prosedur Pengumpulan Data.....	37
3.5.1. Populasi dan Sampel.....	37
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6. Teknik Analisis.....	39
3.6.1. Uji Realibilitas.....	39
3.6.2. Uji Validitas.....	40
3.6.3. Partial Least Square (PLS).....	41

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1. Objek Penelitian.....	43
4.1.2. Karakteristik Responden.....	44
4.1.3. Aktivitas yang Sering Dilakukan.....	49
4.2. Deskripsi Tanggapan Reponden.....	52
4.2.1. Deskripsi Variabel Identitas Sosial.....	53
4.2.2. Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	54
4.2.3. Deskripsi Variabel Norma Kelompok.....	55
4.2.4. Deskripsi Variabel <i>Online Helping behavior</i>	56
4.3. Analisis Hasil.....	57
4.3.1. Analisis <i>Outer Model</i>	57
4.3.1.2. Uji Reliabilitas.....	62
4.3.2. Analisis Inner Model.....	62
4.3.2.1. Nilai <i>R Square</i>	62
4.3.2.2. Uji Hipotesis.....	64
4.3.2.3. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	67
4.4. Pembahasan Hipotesis.....	67

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan Dan Kontribusi Penelitian.....	71
5.1.1. Simpulan.....	71
5.1.2. Kontribusi Penelitian.....	72
5.2. Keterbatasan Penelitian, Saran Dan Rekomendasi.....	73
5.2.1. Keterbatasan Penelitian.....	73
5.2.2. Saran Dan Rekomendasi.....	73

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Anak yang dimiliki.....	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu yang diluangkan.....	47
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bergabung	48
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Keanggotaan	49
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas Mencari Informasi....	49
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Bertanya Kepada Anggota.....	50
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan aktivitas Memberikan Informasi Terkini.....	51
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Membantu Jawaban Pertanyaan Anggota.....	51
Tabel 4.12 Kategori <i>Mean</i> dari Skor Interval	52
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel Identitas Sosial (SI).....	53
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan (TR).....	54
Tabel 4.15 Statistik Deskriptif Variabel Norma Kelompok (NG).....	55
Tabel 4.16 Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Helping behavior</i> (HB)	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	58
Tabel 4.18 Hasil <i>Overview</i> Variabel Penelitian	59
Tabel 4.19 Hasil <i>Cross Loading</i> Penelitian.....	61
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas	62

Tabel 4.21 Hasil <i>R Square</i>	63
Tabel 4.22 Hasil <i>Path Coefficient</i> Variabel Penelitian	64
Tabel 4.23 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian yang Diajukan.....	31
Gambar 4.1 Hasil <i>Outer Model</i>	59
Gambar 4.2 Hasil <i>Inner Model</i>	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 (Kuesioner Penelitian)

Lampiran 2 (Tabulasi Data)

Lampiran 3 (Frekuensi Karakteristik Responden)

Lampiran 4 (Deskriptif Pernyataan Responden)

Lampiran 5 (Hasil *Output*)

Lampiran 6 (Gambar *Inner* dan *Outer Model*)

