

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.