

## ABSTRAKSI

Teknologi internet memberikan kenyamanan dan kecepatan pada individu untuk saling berinteraksi tanpa dipisahkan oleh jarak. Keinginan untuk berhubungan sosial melalui dunia maya tersebut membentuk komunitas virtual. Komunitas virtual merupakan tempat dimana sumber daya informasi tersebar dengan luar biasa dan tanpa batas. Individu tanpa pernah bertatap muka saling mendukung berdirinya komunitas dan memberikan kontribusi mereka demi kelangsungan hidup komunitas virtual yang diikuti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *social capital*, *informational value*, *social value*, komitmen anggota pada komunitas virtual, *knowledge sharing behavior*, dan efek dari *self-efficacy* dalam memoderasi hubungan antar variabelnya.

Untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian ini, sebanyak 204 responden dengan rentang usia <20 tahun hingga 40 tahun yang merupakan anggota aktif komunitas virtual Kaskus. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan dalam pengaruh *social capital* terhadap *informational* dan *social value*, pengaruh *informational* dan *social value* terhadap komitmen anggota pada komunitas virtual, dan pengaruh komitmen anggota pada komunitas virtual terhadap *knowledge sharing behavior*. Sedangkan dengan menggunakan regresi moderasi diketahui bahwa *self-efficacy* memoderasi secara signifikan terhadap pengaruh *informational* dan *social value* pada komitmen anggota pada komunitas virtual. Namun *self-efficacy* tidak terlalu memoderasi pengaruh *informational* dan *social value* terhadap *knowledge sharing behavior* antar anggota.

Kata kunci: komunitas, komunitas virtual, komunitas merek, *social capital*, *informational value*, *social value*, komitmen, *knowledge sharing behavior*, *co-consumption*, *co-production*.