

INTISARI

Fakta menunjukkan bahwa penggunaan internet (dunia maya) sebagai tempat baru dalam berkomunikasi. Hal ini juga terlihat pada bermunculannya forum-forum diskusi ataupun komunitas di dunia maya (*virtual communities*). Hasil dari adanya komunikasi dan partisipasi dalam komunitas virtual tersebut salah satunya adalah *trust*, Saat anggota mempercayai anggota lainnya, mereka akan lebih bersedia berpartisipasi dan tumbuh rasa memiliki (*sense of belonging*). Sehingga *Sense of Belonging* sangat penting dalam perkembangan suatu komunitas karena tanpa adanya rasa memiliki maka tidak akan ada keterlibatan atau partisipasi anggota. *Sense of belonging* merupakan faktor kunci untuk menunjukkan loyalitas anggota karena loyalitas anggota akan menciptakan hubungan antar anggota menjadi lebih erat sehingga memegang peran penting dalam perkembangan komunitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, dan melakukan analisis, serta untuk membuktikan pengaruh *Sense of belonging* terhadap *Member loyalty Blackberry Messengers* di Surabaya. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Blackberry Messengers*. Lin (2008), dalam penelitiannya mengemukakan bahwa *Sense of belonging* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Member Loyalty*. Variabel *Sense of belonging* dalam penelitian ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Lin (2008), yaitu mempunyai perasaan memiliki yang kuat, perasaan senang, komitmen, tingkat moral yang tinggi. Sedangkan tiga faktor pembentuk *Member Loyalty* menurut Lin (2008), yaitu keyakinan, partisipasi, dan komunikasi.

Desain studi menggunakan penelitian Kausal dengan *Sense of belonging* sebagai variabel independen dan *Member Loyalty* sebagai variabel dependen. Target populasi pengguna *Blackberry Messengers* di Surabaya yang pernah mempunyai, menggunakan, serta mengakses *Blackberry Messengers* setiap hari. Sampel yang digunakan sebesar 100 responden. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *Sense of belonging* dan *Member Loyalty* mempunyai hubungan yang positif dan mempunyai pengaruh yang signifikan sebesar 0.634. Dengan demikian hasil penelitian ini memperkaya hasil penelitian sebelumnya yaitu Lin (2008).

Kata kunci: *Sense of belonging* , *Member Loyalty*, Komunitas Virtual.

ABSTRACT

The fact remains that the use of the internet (virtual world) as a new place to communicate. It also looks at the emerging discussion forums or communities in cyberspace (virtual communities). The result of the lack of communication and participation in virtual communities are one of these is trust, As a member of the trust of other members, they would be willing to participate and grow a sense of belonging (sense of belonging). So the Sense of Belonging is essential in the development of a community without any sense of belonging because then there would be no involvement or participation of the members. Sense of belonging is a key factor to show loyalty members due to loyalty members will create relationships between the members become more tightly that holds an important role in the development community.

This research aims to find out, and do the analysis, as well as to prove the influence of the Sense of belonging to the Member's loyalty Blackberry Messengers in Surabaya. Objects that are used in this research is the Blackberry Messengers. Lin (2008), in his research suggests that a Sense of belonging has significant effects on the Member's Loyalty. Variable Sense of belonging in this study using indicators expressed by Lin (2008), having a strong feelings, enjoyment, commitment, high level of moral. While the three factors Shaper Member Loyalty, according to Lin (2008), believe, participation, and communication.

Causal research study design using the Sense of belonging as independent variables and Member loyalty as the dependent variable. Target user population in Surabaya that Blackberry Messengers had any, to use, as well as access the Blackberry Messengers every day. Sample used of 100 respondents. The research results reveal that Sense of belonging and Loyalty have relationships that Member's positive and had a significant influence of 0.634. Thus this research enrich the results of research before the Lin (2008).

Keyword : Sense of belonging, Member loyalty, and Virtual communities.