

ABSTRAK

Perkembangan internet mengawali perubahan media komunikasi konvensional menjadi media komunikasi digital. Salah satu media komunikasi digital yang sedang berkembang pesat saat ini adalah media sosial dengan aplikasi LINE sebagai salah satu media sosial terfavorit. Pesatnya pertumbuhan jumlah pengguna LINE diiringi dengan adanya minat penggunaan yang membentuk perilaku penggunaan LINE. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan penelitian untuk mengetahui bagaimana perilaku penggunaan LINE. Model penelitian *consumer technology, Unified Theory of Acceptance and Understanding of Technology 2*, digunakan untuk meneliti perilaku penggunaan LINE sebagai media komunikasi. Responden pada penelitian ini sebanyak 419 mahasiswa reguler perguruan tinggi di Kota Bandung dengan menggunakan teknik sampling aksidental. Minat dan perilaku penggunaan LINE diukur dengan mempertimbangkan variabel *facilitating condition, performance expectancy, effort expectancy, social influence, hedonic motivation, price value*, dan *habit*. Hasil menunjukkan bahwa hampir semua variabel independen berpengaruh terhadap minat dan perilaku penggunaan LINE kecuali variabel *price value*. Selain itu, hasil juga menunjukkan bahwa minat dan perilaku penggunaan LINE berada dalam kategori sangat tinggi yang berarti bahwa mahasiswa reguler perguruan tinggi di Kota Bandung memiliki keinginan dan intensitas penggunaan LINE yang sangat tinggi.

Kata Kunci : UTAUT 2, Media Sosial, Penerimaan Teknologi, Minat Penggunaan, Perilaku Penggunaan

ABSTRACT

The development of the Internet started a change of conventional communications media into digital communications media . One of the most rapid growing digital communication media at this time is social media. LINE as one of the social media is becoming the most favorite social media. The increasing number of users LINE accompanied by the behavioral intention that affecting use behavior of LINE. Based on this, research is needed to determine how the use behavior of LINE. Consumer technology research model , Unified Theory of Acceptance and Understanding of Technology 2 (UTAUT 2) , is used to examine the use behavior of LINE as a communication media. This study uses 419 regular college students in the city of Bandung as respondents. Accidental sampling technique is used. Behavioral intention and use behaviors of LINE are measured by considering the facilitating condition, performance expectancy, effort expectancy, social influence, hedonic motivation, price value, and habit as the independent variabels. The results showed that almost all of the independent variables affect the behavior intention and use behavior of LINE except price value . In addition, the results also showed that behavioral intention and use behavior of LINE are in the category of very high which means that regular college students in the city of Bandung have the high desire and intensity of using LINE.

Key Word : UTAUT 2, Social Media, Technology Acceptance, Behavioral Intention, Use Behavior