

Abstrak

Penggunaan internet yang terus meningkat memicu pertumbuhan aktivitas media sosial. Salah satu media sosial yang tumbuh pesat saat ini adalah Line. 3 tahun setelah kemunculan *Line*, melalui statistik ditunjukkan bahwa Line memiliki sebanyak 470 juta orang lebih pengguna di seluruh dunia dan memiliki jumlah *download* seluruh aplikasi Line yang mencapai 1 miliar kali *download* di seluruh dunia. Penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan masyarakat Kota Bandung dalam memilih media sosial Line. Teori yang digunakan adalah teori *Stimulus-organism-respon theory* dan teori media sosial. Penelitian ini menggunakan metode *deskriptif* untuk membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Dilakukan survey kepada 180 orang masyarakat Kota Bandung yang terpilih menggunakan *teknik multistage cluster sampling*. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan metode analisis faktor dengan bantuan SPSS 20. Penelitian ini menghasilkan tiga faktor yang menjadi faktor pemilihan media sosial Line di wilayah Bandung yang diperoleh melalui proses analisis faktor. Ketiga faktor tersebut adalah faktor Jaringan Interaksi sebesar 49,744% dan faktor Informasi Pengguna sebesar 18,191% dan faktor Arsip sebesar 17,852%. Total keseluruhan adalah 85,787% sehingga terdapat faktor lain sebesar 14,213% yang juga dimiliki oleh pengguna dalam melakukan pemilihan media sosial Line di wilayah Bandung.

Kata Kunci: new media, media sosial, komunikasi, analisis faktor