

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi membawa tren baru di dunia industri komunikasi yaitu lahirnya media sosial. LINE adalah salah satu media sosial yang populer dalam mempermudah masyarakat dalam berkomunikasi dan mencari informasi. LINE diunduh lebih 30 juta kali di Indonesia. Fitur pada aplikasi LINE menarik perhatian khususnya pada masyarakat kalangan muda seperti mahasiswa.

Penelitian ini membahas tentang efektifitas *official account* LINE dalam pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Telkom University angkatan 2015. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah melihat apakah *official account* LINE efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa angkatan 2015. Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat melihat seberapa efektif *official account* LINE dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Telkom University angkatan 2015.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan teknik pengumpulan data survey. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Telkom University angkatan 2015 yang mengikuti *official account* LINE Students Tel-U dengan sampel sebanyak 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian ini, *official account* LINE Students Tel-U efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Telkom University angkatan 2015 yang mengikuti akun tersebut. Perolehan tertinggi adalah pada kategori *collaboration* yaitu dengan 79,41%. Dari 4 variabel yaitu *context*, *communication*, *connection*, dan *collaboration*, keempat variabel tersebut menunjukkan hasil “efektif”.

Kata Kunci : Media Sosial, LINE, Official Account, Efektifitas Media Sosial