

## ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh efektivitas penggunaan media sosial aplikasi *Bumble* terhadap minat mahasiswa Universitas Pasundan untuk mencari relasi baru. Seiring berkembangnya media sosial khususnya aplikasi *Bumble* ini yang saat ini kehadiran aplikasi tersebut telah memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk berkomunikasi dan menghadirkan efektivitas untuk mencari relasi baru dengan orang asing rupanya mendorong minat Para Mahasiswa Universitas Pasundan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat efektivitas aplikasi *Bumble* terhadap minat mahasiswa Universitas Pasundan. Serta untuk mengetahui motif apa saja dalam penggunaan aplikasi tersebut.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif menggunakan dengan teori *Uses & Gratification* sertadengan teknik pengumpulan data , studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket kepada 100 responden mahasiswa Universita Pasundan.

Berdasarkan hasil peneltian, maka diperoleh hasil bahwa aplikasi *Bumble* sebagai salah stu media sosial pemenuh kebetuhuan bagi para penggunanya dapat dikatakan telah cukup efektif dan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Universitas Pasundan dalam mencari relasi baru . hal tersebut dikarenakan para Mahasiswa Universitas Pasundan ini memiliki kemampuan dan pengetahuan untuk mengikuti tren perkembangan zaman .

## **ABSTRACT**

*This study explains the effect of the effectiveness of using social media using the Bumble application on the interest of Pasundan University students to find new relationships. Along with the development of social media, especially the Bumble application, which is currently the presence of this application, it has made it easy for its users to communicate and present effectiveness in finding new relationships with foreigners, apparently encouraging the interest of Pasundan University students.*

*This study aims to determine the effect of the effectiveness of the Bumble application on the interest of Pasundan University students. And to find out what motives are in using the application.*

*The research method used in this research is descriptive quantitative method using Uses & Gratification theory as well as data collection techniques, library research, field studies and distributing questionnaires to 100 respondents from Pasundan University students.*

*Based on the results of the research, it is found that the Bumble application as a social media that fulfills the needs of its users can be said to have been quite effective and has an effect on the interest of Pasundan University students in finding new relationships. This is because these Pasundan University students have the ability and knowledge to follow the trends of the times.*

## **RINGKESAN**

Ulikan ieu ngajelaskeun pangaruh éféktivitas ngagunakeun média sosial ngagunakeun aplikasi Bumble kana minat mahasiswa Universitas Pasundan pikeun manggihan hubungan anyar. Bareng jeung mekarna média sosial hususna aplikasi Bumble anu kiwari geus aya dina ieu aplikasi, geus ngagampangkeun pamakéna pikeun komunikasi jeung nepikeun kaéféktifan dina manggihan hubungan anyar jeung urang asing, tétéla ngadorong minat mahasiswa Universitas Pasundan. .

Ulikan ieu miboga tujuan pikeun mikanyaho pangaruh éféktivitas aplikasi Bumble kana minat mahasiswa Universitas Pasundan. Sareng pikeun milari naon motif dina ngagunakeun aplikasi éta.

Métode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta métode déskriptif kuantitatif ngagunakeun tiori Uses & Gratification ogé téhnik ngumpulkeun data, studi pustaka, studi lapangan jeung ngadistribusikaeun angkét ka 100 réspondén ti mahasiswa Universitas Pasundan.

Dumasar kana hasil panalungtikan, kapanggih yén aplikasi Bumble salaku média sosial anu nyumponan pangabutuh pamakéna bisa disebutkeun geus cukup éféktif sarta boga pangaruh kana minat mahasiswa Universitas Pasundan dina manggihan hubungan anyar. Hal ieu lantaran mahasiswa Universitas Pasundan ieu miboga kamampuh jeung pangaweruh pikeun nurutan tren jaman.