

ABSTRAK

ANA ADELIA KHOIRUNNISA : Pengaruh Berita Ekonomi Media Detik.Com Terhadap Kompetensi Mahasiswa Dalam Memahami Ekonomi. (Penelitian Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung)

Media *online* adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs web (website) internet dan dimaknai sebagai sarana komunikasi maupun pengetahuan. Pemanfaatan media *online* layaknya perpustakaan dalam mendapatkan informasi, pengetahuan, bahkan menggali ilmu banyak diakses oleh semua kalangan. Salah satunya situs *online* detik.com, selain sebagai sumber informasi, detik.com juga merupakan sumber referensi *online* mahasiswa dalam memahami sebuah berita. Situs *online* ini dirasa tepat dapat membantu mahasiswa dalam kemampuannya memahami sebuah berita ekonomi.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Berita Ekonomi Media Detik.Com Terhadap Kompetensi Mahasiswa Dalam Memahami Ekonomi. (Penelitian Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung). Penelitian ini dilakukan terhadap 3 pokok masalah yaitu Pertama, adanya pengaruh *Visibility* berita ekonomi, Kedua, adanya pengaruh *Audience Salience* berita ekonomi. Ketiga, adanya pengaruh *Valence* berita ekonomi terhadap kompetensi memahami berita ekonomi.

Penelitian ini juga menggunakan metode studi deskriptif dengan jenis dan analisis data metode kuantitatif. Menurut Isaac dan Michael metode yang bertujuan melukiskan dan mendeskripsikan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Perhitungan menggunakan analisis korelasi untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh Pemanfaatan Detik.com sebagai referensi terhadap kemampuan mahasiswa dalam memahami ekonomi. Sampel yang digunakan sebanyak 78 orang. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, sehingga sampel yang diambil sebanyak 78 orang. Sedangkan teknik pengumpulan data tersebut menggunakan angket, wawancara dan observasi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Agenda Setting*, teori penentuan agenda, agenda setting adalah teori yang menyatakan bahwa media massa membentuk persepsi khalayak tentang apa yang dianggap penting. Singkatnya apa yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting pula oleh masyarakat.

Hasil penelitian tersebut yaitu bahwa pengaruh *Visibility* berita ekonomi, *Audience Salience* berita ekonomi dan *Valence* berita ekonomi media detik.com terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi, pada mahasiswa manajemen angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan besar pengaruhnya 26%, sedangkan sebesar 74% menunjukkan bahwa pengaruh yang ditimbulkan merupakan faktor dari luar situs *online* Detik.com.