

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena jurnalisme *online* sekarang ini menjadi contoh menarik. Khalayak mengakses media konvergen dengan meng-*click* informasi yang diinginkan di komputer yang sudah dilengkapi dengan aplikasi internet untuk mengetahui informasi yang dikehendaki dan sejenak kemudian informasi itupun muncul. Aplikasi teknologi komunikasi terbukti mampu mempercepat jalur pengiriman informasi media kepada khalayaknya. Di sisi lain, *jurnalisme online* juga memungkinkan wartawan untuk terus-menerus meng-*up date* informasi yang mereka tampilkan seiring dengan temuan-temuan baru di lapangan (Hadi, 2009: 95).

Media *online* bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak. Media *online* merupakan produk “Jurnalistik *Online* atau *Cyber Journalism*” yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* yaitu portal, website (Situs Web, Blog Email, Radio *Online*, Tv *Online* Dan Media Sosial Seperti Facebook Dan Twitter) (Romli, 2012: 15)

Internet dipahami sebagai sistem jaringan komputer yang saling terhubung. Berkat jaringan itulah yang ada di sebuah komputer dapat diakses orang lain melalui komputer lainnya. Internet “menghasilkan” sebuah media dikenal dengan “Media *Online*” terutama website.

Teknologi informasi adalah lokomotif perubahan. Siapa yang tidak mampu mengantisipasinya, akan tergilas oleh roda sejarah perubahan. Tanpa pemahaman dasar seperti itu, akan sulit untuk menyikapi arus dahsyat perubahan di era globalisasi yang terus berkejolak di kehidupan kita. Secara sederhana, keberadaan internet sebagai buah dari perkembangan teknologi informasi yang canggih berperan sebagai perpustakaan yang dapat dijadikan sumber informasi bagi mahasiswa. Di samping itu, internet juga sebagai referensi *online* dalam menunjang informasi yang cepat dan tepat dan sebagai penunjang wawasan yang bisa

dimanfaatkan sebagai alat bantu dan sarana dalam mendukung studi serta mendapatkan ilmu pengetahuan berdasarkan kebutuhannya.

Di dalam sebuah media massa pasti tidak akan terlepas dari berita. Berita merupakan hal terpenting dalam sebuah media yang tentunya melibatkan pers atau wartawan di dalamnya, karena peran pers atau wartawan sangat penting terkait dengan informasi yang akan disampaikan pada khalayak. Media massa di sini termasuk juga media *online* yang banyak memberikan informasi atau berita terbaru dengan cepat penyajiannya.

Karenanya, saat ini khalayak semakin banyak menggunakan internet sesuai dengan perkembangan dunia. Meskipun penyebaran internet belum menyentuh sampai ke seluruh pelosok desa, teknologi canggih ini sudah tidak asing lagi di kalangan manapun. Hampir semua masyarakat mengenalnya. Tidak ada batasan lokasi akses, profesi, usia ataupun tingkat pendidikan.

Untuk pengguna internet itu sendiri di Indonesia mencapai 80 juta orang dan angkanya pun terus bertambah dari tahun ketahun. Detik.com merupakan situs berita nomor satu di Indonesia, ini juga adalah salah satu pioneer website yang dimiliki orang asli Indonesia. (Alexa.com per 26 sept 2015)

Detik yang merupakan website yang berisi informasi dan berita-berita terkini dengan pengakses terbanyak di Indonesia. Tentunya juga berpengaruh pada perubahan manfaat informasi dan perkembangan fungsi informasi pada ranah pendidikan. Pemanfaatan teknologi media *online* dinilai tidak hanya diakses hanya untuk mendapatkan informasi secara *update* saja namun telah digunakan sebagai referensi mahasiswa dan sudah menjadi hal yang dibutuhkan oleh mahasiswa itu sendiri.

Hal tersebut menarik menurut peneliti karena situs berita Detik lebih banyak menjadi pilihan di kalangan mahasiswa, terutama Mahasiswa Manajemen angkatan 2015 Universitas

Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang lebih banyak mencari informasi melalui media *online* khususnya dalam dunia pendidikan. Mahasiswa Manajemen sering membuka atau menggunakan situs detik.com untuk mendapatkan informasi dan sebagai pemanfaatan referensi online untuk pengetahuan, khususnya dalam hal perkembangan ekonomi di Indonesia.

Sesuai dengan observasi awal diantara situs *online* yang ditawarkan peneliti, mahasiswa manajemen angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung lebih sering membuka situs detik.com diantara situs lainnya seperti Republika *Online*, antaranews dan VIVA News. Dari pemanfaatannya dalam membuka situs detik.com tersebut, adakah kemampuan mahasiswa dalam mendapatkan pengetahuan ekonomi berita selain mendapatkan informasi.

Karenanya berkaitan juga dengan Teori Agenda Setting yang berasumsi bahwa menurut Mc Comb dan Shaw, (Tamburaka, 2013:22) ada korelasi yang kuat dan signifikan antara apa-apa yang diagendakan oleh media massa dan apa-apa yang menjadi agenda public. Dari teori tersebut jika dalam penelitian ini terlihat pada hubungan antara agenda media dengan agenda public. Agenda media sendiri dilihat dari dimensi yang berkaitan antara lain: *visibility* (yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita), *Audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), dan *Valence* (valensi) yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa. Serta agenda khalayak yang dilihat dari dimensi yang berkaitan antara lain: *familiarity* (keakraban), *personal salience* (penonjolan pribadi), dan *favorability* (kesenangan).

Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu mempengaruhi agenda public dan bagaimana public itu melakukannya. Berdasarkan fenomena tersebut, maka dalam hal ini peneliti khususnya memandang penting untuk mengkaji lebih lanjut mengenai Pengaruh Berita Ekonomi Detik.Com terhadap Kompetensi Mahasiswa

Manajemen dalam Memahami Berita Ekonomi pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2015
Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka perumusan masalah secara umum dari penelitian ini yaitu diantaranya :

1. Bagaimana pengaruh *Visibility* berita ekonomi media detik.com terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi?
2. Bagaimana pengaruh *Audience Salience* berita ekonomi media detik.com terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi?
3. Bagaimana pengaruh *Valence* berita ekonomi media detik.com terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh *Visibility* berita ekonomi media detik.com terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Audience Salience* berita ekonomi media detik.com terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Valence* berita ekonomi media detik.com terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini meliputi kegunaan akademis dan kegunaan praktis. Secara lebih jelas dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangsih kepada dunia akademis (pendidikan) khususnya di bidang Manajemen. Dengan adanya penelitian ini juga dapat dijadikan dasar bagi peneliti lainnya untuk meneliti permasalahan yang sama, serta bermanfaat sebagai referensi materi perkuliahan.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini juga diharapkan (khususnya) untuk mahasiswa Manajemen agar lebih menyukai dunia berita ekonomi. Terlebih untuk Mahasiswa Manajemen Angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung agar lebih produktif dalam mengembangkan Ilmu ekonomi yang telah diperoleh di pendidikan formal.

Penelitian ini diharapkan pula agar dapat memperbaiki kinerja yang telah dimiliki objek penelitian. Dalam hal ini adalah situs berita *online* Detik.com, serta dapat memberi sumbangsih (masukan positif) dalam hal tata cara yang layak dipublikasikan dan layak di konsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat.

1.5 Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai media *online* sebelumnya memang pernah digunakan. Dan kebanyakan penelitian yang diteliti adalah tentang media atau berita yang ada di jejaring sosial. Tentunya penelitian ini sangatlah berbeda, karena penelitian ini meneliti mengenai pengaruh berita ekonomi media detik.com terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi. Berikut contoh-contoh penelitian sebelumnya mengenai internet, di antaranya :



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Teori

Menurut Walter Lipmann dalam buku *Agenda Setting* media massa (Tamburaka, 2013: 22) pernah mengutarakan pernyataan bahwa media berperan sebagai mediator antara “the world outside and the pictures in our heads.” McCombs and Shaw juga sependapat dengan lipmann. Menurut mereka ada korelasi yang kuat dan signifikan antara apa-apa yang diagendakan oleh media massa dan apa-apa yang menjadi agenda publik.

Teori penentuan agenda (*agenda setting theory*) adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk menstransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi kedalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu yang dianggap penting oleh media massa. Dua asumsi dasar yang paling mendasari penelitian tentang penentuan agenda adalah :

1. Masyarakat pers dan media massa tidak mencerminkan kenyataan; mereka menyaring dan membentuk isu;
2. Konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu yang lebih penting dari pada isu lain.

Salah satu aspek yang paling penting dalam konsep penentuan agenda adalah peran fenomena komunikasi massa berbagai media massa memiliki penentuan agenda yang potensial berbeda termasuk intervensi dari pemodal.

Asumsi dasar dari teori adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa maka media itu akan mempengaruhi khalayak yang dianggap penting. Jadi, apa yang dianggap penting bagi media maka akan penting juga bagi masyarakat. Apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum. Asumsi ini berasal dari asumsi lain bahwa media massa memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena konsumsi ini berkaitan dengan proses belajar dan bukan dengan perubahan sikap dan pendapat.

McCombs dan Donald Shaw mengatakan pula bahwa audience tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting yang diberikan pada suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut. Agenda setting beroperasi dalam tiga bagian (Tamburaka, 2013: 68) yaitu :

1. Agenda Media. agenda harus diformat, proses akan memunculkan masalah bagaimana agenda media ini terjadi pada waktu pertama kali dengan dimensi yang berkaitan antara lain : visibility(yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita , Audience salience (tingkat menonjol bagi khalayak, Valence(valensi) yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
2. Agenda khalayak. Agenda media dalam banyak hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi publik. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media

mampu mempengaruhi agenda public dan bagaimana public itu melakukannya. Dimensi yang berkaitan antara lain familiarity (keakraban), personal salience (penonjolan pribadi), favorability (kesenangan).

3. Agenda kebijakan. Agenda publik mempengaruhi atau berinteraksi kedalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan public yang dianggap penting bagi individu. Dimensi yang berkaitan antara lain : support (dukungan), likelihood of action (kemungkinan kegiatan), yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diharapkan, Freedom of action (kebebasan bertindak), yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah.

1.6.2 Konsep

Konsep dalam penelitian ini yang dijadikan acuan dalam bentuk variabel X sebagai agenda media yaitu *Visibility* (X1) yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita dilihat dari headline atau judul dan frekuensi pemunculan. *Audience salience* (X2) yakni tingkat menonjol bagi khalayak atau relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak. *Valence* (X3) yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa dimana dimensi valensi ini menjawab kepuasan bagi pembacannya.

Dalam variabel Y sebagai Agenda khalayak berkaitan dengan penelitian berupa Kompetensi Mahasiswa dalam Memahami Ekonomi terdapat dimensi yang berkaitan antara lain: *Familiarity* (keakraban) yakni derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu, *Personal Salience* (penonjolan pribadi) yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi. *Favorability* (kesenangan) yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita.

Bagan 1.1

Kerangka Pemikiran

**PENGARUH BERITA EKONOMI MEDIA DETIK.COM TERHADAP
KOMPETENSI MAHASISWA DALAM MEMAHAMI EKONOMI**

AGENDA SETTING THEORY

**X = Berita Ekonomi Media
Detik.com
(Agenda Media)**

**Y= Kompetensi Mahasiswa
Dalam Memahami Ekonomi
(Agenda Publik)**

- **Vasibility (jumlah dan tingkat menonjolnya berita)**
- **Audience salience (tingkat menonjol bagi khalayak)**
- **Valence (menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa)**

- **Familiarity (keakraban)**
- **Personal Salience (penonjolan pribadi)**
- **Favorability (kesenangan)**

1.7 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah upaya menterjemahkan suatu konsep variabel kedalam sebuah instrument pengukuran. Sehingga pada suatu penelitian operasionalisasi variabel sangat berperan penting dalam membuat kuesioner dan menjadi suatu konsep pengukuran tiap variabel, karena sebuah variabel harus bisa diwujudkan ke dalam bentuk yang konkrit sehingga dapat menyusun instrument kuesioner untuk melakukan pengukuran berdasarkan aspek atau indikator yang ada. berikut kerangka operasionalisasi variabel

Tabel 1.2

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Berita ekonomi media detik.com (X)	1. Visibility	- Waktu - Ruang	Interval
	2. Audience Salience	- Headline - Frekuensi pemunculan	Interval
	3. Valence	- Cara Penyajian Bahan	Interval
	1. Familirarity	- Dipahami dengan efektif - Dipahami dengan efisien	Interval

Kompetensi Mahasiswa Dalam Memahami Ekonomi (Y)	2. Personal Salience	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan Kata-Kata Khusus (Spesifik) - Seberapa Sering Kemunculan Berita Ekonomi 	Interval
	3. Favorability	<ul style="list-style-type: none"> - Dipahami dengan teknik melaporkan (to report) - Dipahami dengan objektif 	Interval

1.8 Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, sebelum jawaban yang empiric dengan data (Sugiyono), 2015: 64). Berdasarkan kerangka pemikiran yang dapat diturunkan dengan menyatakan (X1) yaitu *Visibility* (jumlah dan tingkat menonjol berita), (X2) yaitu *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), (X3) yaitu *valence* (menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa) mempunyai pengaruh signifikan terhadap (Y) yaitu kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi. Dan berikut kriteria penolakan dan penerimaan tersebut:

Hipotesis 1

Jumlah dan tingkat menonjolnya berita atau *Visibility* (X1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi (Y)

- 1). Ho: Tidak ada pengaruh *Visibility* (jumlah dan tingkat penonjolan berita) terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi.

- 2). H1: Ada pengaruh *Visibility* terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi

Hipotesis 2

Tingkat menonjol bagi khalayak atau *Audience Salience*(X2) mempunyai pengaruh signifikan Terhadap Kompetensi Mahasiswa Dalam Memahami Ekonomi.

- 1). Ho : Tidak ada pengaruh *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak) terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi.
- 2). H1: Ada pengaruh *Audience Salience* terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi.

Hipotesis 3

Menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa atau *Valence*(X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi.

- 1). Ho: Tidak ada pengaruh *Valence* (menyenangkan atau tidak menyenangkan) terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi.
- 2). H1: Ada pengaruh *Valence* terhadap kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1.9 Langkah-Langkah Penelitian

1.9.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode studi deskriptif dengan jenis dan analisis data metode kuantitatif. Metode ini dapat menggambarkan masalah terhadap tujuan penelitian. Menurut Isaac dan Michael metode yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi atau bidang tertentu

secara faktual dan cermat, Jalaluddin Rakhmat (2009:24). Ciri metode ini yaitu memusatkan diri pada pemecahan yang ada pada masa sekarang.

Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan dianalisis. Perhitungan menggunakan analisis korelasi untuk mengetahui seberapa jauh Pengaruh Berita Ekonomi Media Detik.Com Terhadap Kompetensi Mahasiswa Manajemen Dalam Memahami Ekonomi. Studi korelasi ini mempelajari hubungan dua variabel atau lebih, yakni sejauh mana variasi dalam satu variabel berhubungan dengan variasi dalam variabel lain. Disini peneliti ingin mempelajari dan mengetahui hubungan antara pengaruh Berita Ekonomi Media Detik.com Terhadap Kompetensi Mahasiswa Manjaemen Angkatan 2015 Dalam Memahami Ekonomi. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Derajat hubungan variabel-variabel dinyatakan dalam satu indeks yang dinamakan koefisien korelasi. Koefisien korelasi dapat digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan antar variabel atau untuk menyatakan besar-kecilnya hubungan antara kedua variabel. Disini peneliti ingin mengetahui tingkat pengaruh Berita Ekonomi Media Detik.com Terhadap Kompetensi Mahasiswa dalam Memahami Ekonomi. Mahasiswa Manajemen angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Analisis korelasi bertujuan menguji hipotesis, dilakukan dengan cara mengukur sejumlah variabel dan menghitung koefisien korelasi antara variabel-variabel tersebut, agar dapat ditentukan variabel-variabel mana yang berkorelasi. Korelasi adalah istilah statistik yang menyatakan derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Korelasi ini merupakan hubungan antara variabel dan di dalam teknik ini bukanlah dalam arti hubungan yang bersifat timbal balik, melainkan hanya hubungan searah saja. Apakah ada pengaruh antara Berita Ekonomi Media Detik.com terhadap Kompetensi Mahasiswa dalam Memahami Ekonomi.

Disini peneliti mengumpulkan data menggunakan metode kuantitatif. Disini data berbentuk angka atau data yang di angka kan. Dengan menggunakan metode ini kita dapat melihat ada atau tidaknya atau besar kecilnya pengaruh Berita Ekonomi Media Detik.com sebagai referensi mahasiswa Manajemen angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

1.9.2 Jenis dan Sumber Data

1.9.2.1 Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu sebuah pendekatan yang menggunakan metode statistik sebagai alat analisis data dalam susunan berupa angka atau disebut data kuantitatif (Ulber, 2009:332).

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis (Ulber, 2009:330).

Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

1.9.2.2 Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari objek penelitian (Bungin, 2005:122). Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti data hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini yang menjadi sumber primer adalah mahasiswa Manajemen angkatan 2015 di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan (Bungin, 2005:122). Pada penelitian ini data sekunder yang penulis dapat adalah melalui dokumen seperti buku-buku referensi, situs internet, serta informasi lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

1.9.3 Populasi Dan Sampel

1.9.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:80).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen angkatan 2015 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Tabel 1.3

Jumlah Populasi Mahasiswa Manajemen Angkatan 2015

No	Kelas	Jumlah Mahasiswa
1	A	44
2	B	44
3	C	44
4	D	43
5	E	43
6	F	43
7	G	43
8	H	43
JUMLAH		347

1.9.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian-bagian dari elemen-elemen populasi yang dihimpun dan dianalisis yang hasilnya menjelaskan karakteristik seluruh elemen populasi (Ruslan, 2004:142). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini, berdasarkan pada ketentuan rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{347}{1 + 347 \times 0,1^2} = 77,62 = 78$$

Dimana:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah populasi

e: Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) yaitu sebesar 10% = (0,1).

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 78 responden.

Setelah diketahui jumlah sampel peneliti menggunakan teknik sampling bertujuan (*Purposive Sampling*), teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel (Kriyantono, 2010: 158).

Sesuai dengan observasi awal, untuk itu adapun kriteria-kriteria yang sesuai dengan purposive sampling pada penelitian ini diantaranya :

1. Mahasiswa Manajemen yang sering mengakses Media Detik.com
2. Mahasiswa Manajemen yang sering mengakses Berita Ekonomi pada Media Detik.com

Hasil perhitungan tersebut diperoleh jumlah populasi = 347. Taraf kesalahan 10%, maka jumlah sampelnya = 78 responden, karena populasi terbagi dalam delapan kelompok belajar atau kelas maka masing-masing sampel harus proporsional sesuai dengan populasi dengan cara sebagai berikut :

Tabel 1.4

Populasi dan Sampel

Kelas	Populasi	Persentase	Ukuran Sampel	
			Yamane	Pembulatan

1.9.4 Teknik Pengumpulan Data

A	44	$\frac{44}{347} \times 78\% = 11\%$	$11\% \times 100 = 11$	11
B	44	$\frac{44}{347} \times 78\% = 11\%$	$11\% \times 100 = 11$	11
C	44	$\frac{44}{347} \times 78\% = 11\%$	$11\% \times 100 = 11$	11
D	43	$\frac{43}{347} \times 78\% = 9\%$	$9\% \times 100 = 9$	9
E	43	$\frac{43}{347} \times 78\% = 9\%$	$9\% \times 100 = 9$	9
F	43	$\frac{43}{347} \times 78\% = 9\%$	$9\% \times 100 = 9$	9
G	43	$\frac{43}{347} \times 78\% = 9\%$	$9\% \times 100 = 9$	9
H	43	$\frac{43}{347} \times 78\% = 9\%$	$9\% \times 100 = 9$	9
Jumlah	347	-	-	78

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian (Bungin, 2005:119). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik observasi ini digunakan mengingat dari sekian tuntutan data yang harus dikumpulkan, diduga terdapat sebagian diantaranya hanya diangkat melalui pengamatan secara tidak langsung ke lokasi penelitian. Oleh karena itu, observasi ini dimaksudkan untuk mengangkat data secara praktis dan dapat diamati.

b. Angket (kuesioner)

Angket ini digunakan untuk mengumpulkan data dalam bentuk beberapa pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada objek penelitian berkaitan dengan masalah yang diteliti. Angket yang diberikan kepada responden adalah berbentuk

angket tertutup, ini dikarenakan bentuk angket tertutup akan memudahkan penulis untuk menganalisis data dari responden, itu artinya responden tinggal memilih jawaban yang telah tersedia.

c. **Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan merupakan suatu cara pengumpulan data dengan menelaah dan mendalami literature, catatan ilmiah dan dokumen yang relevan dengan penelitian yang dilakukan misalnya saja buku, ekonomil, artikel ilmiah, kamus, skripsi, tesis, disertasi dan masih banyak lainnya.

1.9.5 Pengolahan Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini merupakan langkah paling penting yang harus dilakukan supaya diperoleh kesimpulan, langkah-langkah yang ditempuh dalam menganalisis data penelitian adalah sebagai berikut:

a. **Seleksi Data**

Seleksi data dilakukan setelah seluruh angket terkumpul dengan kriteria setiap angket sesuai dengan petunjuk yang telah ditentukan dan dipastikan bahwa setiap angket tidak ada yang rusak atau hilang, baik seluruhnya atau hanya sebagian. Berdasarkan kriteria tersebut, maka seluruh angket dapat diolah sebanyak yang telah ditetapkan sebelumnya.

b. **Analisis Data**

Setelah melakukan beberapa uji diatas, lalu penulis mengumpulkan hasil penelitian dan melakukan analisis tingkat akhir. Hal ini dimaksudkan agar lebih mudah dalam penyusunan kesimpulan penelitian. Adapun cara-caranya adalah sebagai berikut:

1) Analisis Tabulasi Sederhana

Dalam analisis tabulasi sederhana, data yang diperoleh diolah kedalam bentuk persentase menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan :

P : Bilangan persentase yang dicari

f : Frekuensi jawaban

n : Jumlah responden

Nilai-nilai presentase setiap jawaban lalu ditafsirkan berdasarkan standar klasifikasi dari Wahyudi Syah dan Ahmad Supardi (1998:45).



Tabel I.5
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Standar Klasifikasi Analisis Data

Persentase	Keterangan
0%	Tidak ada sama sekali
1 – 9%	Sedikit sekali
10 – 39%	Sebagian sekali
40 – 49 %	Hampir setengahnya

50%	Setengahnya
51 – 59%	Lebih dari setengahnya
60 – 89%	Sebagian besar
90 – 99%	Hampir seluruhnya
100%	Seluruhnya

2) Untuk menentukan nilai pada kuesioner, peneliti menggunakan skala likert. Setiap item dari kuesioner tersebut merupakan pertanyaan yang memiliki 5 pilihan jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda, yaitu :

“sangat setuju” memiliki nilai = 5

“setuju” memiliki nilai = 4

“ragu-ragu” memiliki nilai = 3

“tidak setuju” memiliki nilai = 2

“Sangat tidak setuju” memiliki nilai = 1

Untuk setiap variabel masing-masing diambil dari nilai tertinggi (5) dan untuk nilai terendah (1) dikalikan dengan banyaknya pilihan jawaban dalam kuesioner yang berjumlah 5 butir, kemudian dikalikan dengan jumlah responden sebanyak 78 responden.

3) Uji Validitas

Uji Validitas item adalah untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut memiliki taraf kesesuaian atau ketepatan dalam melakukan pengukuran. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti

dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini pula akan menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap yang ingin diungkap. Item tersebut biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditunjukkan kepada responden menggunakan bentuk kuesioner (angket). Pengujian validitas item dalam SPSS bisa menggunakan tiga metode analisis, yaitu Korelasi Pearson, *Corrected Item Total Correlation*, dan analisis faktor.

Dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode Korelasi Pearson. Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item, item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap.

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Maka dari itu langkah-langkah yang digunakan untuk menguji validitas dengan SPSS 22 yaitu sebagai berikut :

1. Masuk program SPSS.
2. Klik variable view pada SPSS data editor, maka akan terbuka halaman variabel View.
3. Pada kolom Name, baris pertama sampai kelima ketik item 1 sampai item yang

ditentukan, sedangkan pada Name baris setelah item berakhir ketik Total Skor (total dari semua item): pada Decimal ganti menjadi 0. Untuk kolom lainnya bisa dihiraukan (isian default).

4. Lalu masuk ke halaman Data View dengan klik Data View, maka akan terbuka halaman Data View. Selanjutnya isikan data. Untuk kolom-kolom lainnya boleh dihiraukan (isian default).
5. Klik Analyze - Correlate – Bivariat.
6. Selanjutnya akan terbuka kotak dialog
7. Pada kotak dialog Bivariate Correlations, masukan semua variabel ke kotak Variables. Selanjutnya klik tombol OK. Maka Output akan keluar.

Output ini akan menjelaskan tentang hasil validitas item. Dalam hal ini yang dibaca cukup korelasi antara skor tiap item dengan skor total, misal korelasi item 1 dengan skor total didapat sebesar 0,850 dengan signifikansi 0,000. Untuk mudahnya dalam menentukan apakah item valid atau tidak maka dilihat pada nilai signifikansi, jika signifikansi < 0.05 maka item valid, tetapi jika signifikansi $> 0,05$ maka item tidak valid. Jika item tidak valid harus dibuang atau diperbaiki.

4) Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan kestabilan dan kekonsistenan alat ukur dalam mengukur konsep yang ingin diukur. Setiap alat ukur seharusnya memberikan kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Semakin tinggi reliabilitas menunjukkan kesalahan pengukuran semakin kecil dan begitupun sebaliknya, makin besar kesalahan pengukuran, semakin menunjukkan ketidak-andalan alat ukur tersebut. Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas.

Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala

rentangan (seperti skala likert 1-5) adalah *Cronbach Alpha*. Uji reabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrument reliable atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran (1992), reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

Disini akan dilakukan uji reabilitas dengan teknik *Cronbach Alpha* untuk mengetahui konsistensi alat ukur dengan menggunakan SPSS 22 yaitu sebagai berikut:

1. Masuk program SPSS.
2. Klik variable view pada SPSS maka akan terbuka halaman variabel View
3. Pada kolom Name baris pertama sampai baris yang ditentukan ketik item 1 sampai item yang ditentukan, pada Decimals ganti untuk menjadi 0. Untuk kolom lainnya bisa dihiraukan (isian default)
4. Jika sudah masuk ke halaman Data View dengan klik Data View, maka akan terbuka halaman Data View. Selanjutnya isikan data.
5. Selanjutnya klik Analyze – Scale – Reliability Analysis.
6. Selanjutnya akan terbuka kotak dialog Reliability Analysis.
7. Klik tombol OK, maka hasil output keluar.

Output pertama adalah *Case Processing Summary* yaitu, menjelaskan tentang jumlah data yang valid untuk diproses dan data yang dikeluarkan serta persentasenya. Dapat diketahui bahwa data atau case yang valid berjumlah 15 dengan persentase 100% dan tidak ada data yang dikeluarkan (*exclude*). Menurut Duwi Priyanto (2014:51-66) Output kedua adalah Reliability Statistics ini adalah hasil dari analisis reabilitas dengan teknik Cronbach Alpha. Setelah diketahui nilai dari Cronbach Alpha dapat diketahui apabila reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

5) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Perbedaan dengan regresi linier sederhana adalah bahwa regresi linier sederhana hanya menggunakan satu variabel independen dalam satu model regresi, sedangkan regresi linier berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Langkah-langkah analisis pada SPSS 22 sebagai berikut :

1. Buka program SPSS dengan klik **Start >> All Programs >> IBM SPSS Statistics >> IBM SPSS Statistics 22.**
2. Pada halaman SPSS 22 yang terbuka, klik **Variable View**, maka akan terbuka halaman **Variable View**.
3. Selanjutnya membuat variabel. Pada kolom **Name**, baris pertama ketik **Y**; pada **Label** ketik **kompetensi mahasiswa memahami ekonomi**. Pada kolom **Name** baris kedua ketik **X1**; pada **Label** ketik **Visibility** Pada kolom **Name** baris ketiga **X2**; pada **Label** ketik **Audience Salience**. Pada kolom **Name** baris ketiga **X3**; pada **Label** ketik **Valence**.
4. Jika sudah, masuk ke halaman Data View dengan klik **Data View**, maka akan terbuka halaman **Data View**. Selanjutnya, isikan data.
5. Selanjutnya, klik **Analyze >> Regression >> Linear**. Lalu akan terbuka kotak dialog.

6) Koefisien Determinasi

Analisis determinasi adalah untuk menunjukkan seberapa pengaruh panjang berita ekonomi, penonjolan berita ekonomi, konflik berita ekonomi menciptakan sistem umpan balik tentang Pengaruh Berita Ekonomi Media Detik.Com Terhadap Kompetensi Mahasiswa Dalam Memahami Ekonomi. Pengaruh variabel X terhadap Y dapat diketahui dengan menggunakan koefisien determinasi yang menunjukkan kemampuan satu variabel untuk meramalkan variabel lain, dengan menggunakan rumus Supranto, sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \cdot 100\%$$



Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

Tabel 1.6

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi

Presentase	Tingkat Hubungan
82% - 100%	Sangat Tinggi
49% - 81%	Tinggi
17% - 48%	Cukup Tinggi
5% - 16%	Rendah tapi pasti
0% - 4%	Rendah / Lemah Sekali

Sumber : Sugiyono (2010:183)

Untuk memperoleh unsur ketelitian dan kepraktisan, pengolahan data dilakukan dengan komputerisasi menggunakan program SPSS 22. Langkah-langkahnya yaitu dengan melihat tabel Model Summary pada kolom dari output analisis regresi ganda lalu dicocokkan pada tabel koefisien Determinasi.

7) Uji t

Uji-t digunakan untuk menguji apakah pertanyaan hipotesis benar (Setiaji, 2004:13). Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X1) yaitu *Visibility* (jumlah dan tingkat menonjolan berita), (X2) yaitu *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), (X3) yaitu *valence* (menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa) mempunyai pengaruh signifikan terhadap (Y) yaitu kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi Adapun prosedurnya yaitu sebagai berikut :

1. Menentukan H_0 dan H_1 (Hipotesis nihil dan hipotesis alternatif)
2. Dengan melihat hasil print out computer yaitu tabel *Coefficient* dari output analisis regresi ganda melalui program SPSS 22, diketahui nilai t-hitung dengan nilai signifikansi nilai t.
3. Hasil penghitungan ini selanjutnya dibandingkan antara t_{tabel} dan t_{hitung} . Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $100-5-1 = 94$ (n = jumlah kasus dan k = jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) lihat pada lampiran t tabel atau dapat dicari di Ms Excel dengan cara pada cell kosong ketik $=tinv(0.025,df)$ lalu enter.
4. Kriteria Pengujian H_0 diterima jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ dan H_0 ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$.
5. H_0 diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel (X) terhadap variabel (Y).
6. H_a diterima, artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel (X) terhadap variabel (Y).

8) Uji f

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi regresi variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Menurut Kuncoro (2001:98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Maka dari itu, uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (XI) yaitu *Visibility* (jumlah dan tingkat menonjol berita), (X2) yaitu *Audience Salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), (X3) yaitu *valence* (menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa) mempunyai pengaruh signifikan terhadap (Y) yaitu kompetensi mahasiswa dalam memahami ekonomi. Langkah-langkah untuk melakukan uji F adalah sebagai berikut:

1. Menentukan H_0 dan H_1 (Hipotesis nihil dan hipotesis alternatif)
2. Melihat nilai F hitung pada tabel Anova di kolom F.
3. Hasil penghitungan ini selanjutnya dibandingkan antara F_{tabel} dan F_{hitung} . Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$ (0,05), df 1 (6-1) (jumlah variabel-1) dan df 2 (100 - 5 - 1) (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen), hasil diperoleh untuk F_{tabel} lihat pada lampiran F_{tabel} .
4. Kriteria Pengujian H_0 diterima jika $-f_{tabel} < f_{hitung} < f_{tabel}$ dan H_0 ditolak jika $-f_{hitung} < -f_{tabel}$ atau $f_{hitung} > f_{tabel}$.
5. H_a diterima, artinya secara bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel (X) terhadap variabel (Y).
6. H_0 ditolak, artinya secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan dari variabel (X) terhadap variabel (Y).