ABSTRAK

Detik.com merupakan sebuah portal web yang berisi berita dan artikel di Indonesia. Detik.com menjadi salah satu situs berita terpopuler di Indonesia. Berbeda dari situs-situs berita berbahasa Indonesia lainnya, detik.com hanya mempunyai edisi daring dan menggantungkan pendapatan dari bidang iklan. Meskipun begitu, detikcom merupakan yang terdepan dalam hal berita-berita baru (breaking news). Hasil survey dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menunjukan bahwa aktifitas yang dilakukan ketika mengakses internet sebesar 59,7% adalah mencari berita terkini.

Maka dari itu penulis tertarik untuk mengetahui minat menggunakan situs berita Detik.com menggunakan metode *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan mengukur bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan *(Perceived Ease of Use)* dan persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap minat penggunaan (*Behavioral Intention*) dari situs berita online Detik.com

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan analisis jalur (path analysis), dengan teknik sampling *Purposive Sampling* karena sampel hanya ditujukan pada orang-orang yang menggunakan internet.

Dari hasil penelitian pengguna merasakan adanya kemudahan dalam menggunakan situs berita Detik.com, dan pengguna merasakan adanya manfaat pada penggunaan situs berita Detik.com. Dari kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna, maka minat menggunakan situs berita Detik.com juga memnghasilkan respon yang sangat baik.

Diharapkan Detik.com menambahkan fitur berita yang lebih mempermudah pengguna dalam mencari berita sehingga kemanfaatan dari penggunaan Detik.com dapat meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk menggunakan Detik.com

Kata kunci: Detik.com, *Technology Acceptance Model, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Behavioral Intention*