

## ABSTRAK

Motif penggunaan media adalah sebuah bentuk dari kebutuhan seseorang akan suatu media, khalayak akan memilih suatu media yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan informasinya. Adanya motif penggunaan media akan memberikan efek terhadap khalayak seperti; efek kognitif (pengetahuan), efek afektif (perasaan) dan efek behavior (sikap). Salah satu contoh motif penggunaan media adalah para pendengar Garuda Radio Visual terhadap program acara *Napak Tilas* yang memberikan materi kebudayaan Sunda di setiap siarannya. Para pendengar dapat mengetahui, memahami, mengaplikasikan, menganalisis, menyimpulkan serta mengevaluasi materi kebudayaan Sunda setelah mendengarkan program acara *Napak Tilas*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan motif penggunaan media dengan pengetahuan pendengar Garuda Radio Visual di program acara *Napak Tilas*. Teori yang digunakan adalah teori *uses and effects* dari Sven Windahl. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatif dan menggunakan uji korelasi *pearson product moment* dan uji hipotesis. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik *random sampling* kepada 85 responden pendengar program acara *Napak Tilas* yang memberikan umpan balik kepada Garuda Radio Visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motif penggunaan media dengan pengetahuan memiliki nilai R yakni 0,606 dan diperoleh koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,601 yang menunjukkan bahwa hubungan variabel motif penggunaan media dengan variabel pengetahuan adalah sebesar 60,6%. Dengan menggunakan rumus *product moment* dan tingkat signifikansi sebesar 5% dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang mengartikan bahwa terdapat hubungan cukup kuat antara motif penggunaan media dengan pengetahuan para pendengar Garuda Radio Visual di program acara *Napak Tilas*.

**Kata Kunci: Motif, Napak Tilas, Pengetahuan, Penggunaan Media, Radio.**

## **ABSTRACT**

*Motive for using media is a form of one's need for a media, the audience will choose a media that can fill their information needs. The existence of a motive for using media will have an effect into audiences such as cognitive effects (knowledge), affective effects (feelings) and behavioral effects (attitudes). One example of the motive for using media is Garuda Visual Radio listeners on Napak Tilas program, which provides Sundanese cultural material in every broadcast. Listeners can know, understand, apply, analyze, conclude and evaluate Sundanese cultural material after listening to Napak Tilas program. This study aims to determine the relationship between motive for using and the knowledge of Garuda Radio Visual listeners in Napak Tilas program. The theory used in this research is theory uses and effects from Sven Windahl. The research method used is quantitative with an explanatory research design and using the correlation Pearson product moment test and hypothesis testing. Sampling technique used random sampling technique into 85 respondents of Napak Tilas program's listeners who gave feedback to Garuda Radio Visual. The results showed that the variable of motive for using media and knowledge had an R value of 0.606 and the coefficient of determination (R Square) was 0.601 which indicated that the relationship between the media use motive variable and the knowledge variable was 60.6%. By using product moment formula and a significance level of 5% can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted, which means that there is a fairly strong correlation between motive for using media with knowledge of the listeners Garuda Radio Visual in Napak Tilas program..*

**Keywords: Motive, Napak Tilas, Knowledge, Media Use, Radio.**