

ABSTRAK

Terpaan media merupakan efek dari pesan yang disampaikan media massa. Efek media massa diantaranya menghilangkan rasa jenuh, hiburan, menambah pengetahuan hingga mengubah perilaku. Program siaran yang diteliti yaitu program siaran “*Klinik Basa*” di I-Radio Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan program “*Klinik Basa*” terhadap kebutuhan informasi pendengar. Teori yang digunakan adalah *Uses and Gratification*, metode penelitian yang digunakan adalah studi kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pendengar aktif I-Radio bandung sebanyak 120 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling* kepada 92 pendengar sebagai responden. Instrumen penelitian ini sudah di uji coba menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji-uji lainnya yang digunakan adalah uji deskriptif, normalitas *Kolmogorov smirnov* , homogenitas *levene statistic*, korelasi dan uji T. Berdasarkan hasil yang didapatkan nilai R sebesar 0,752. Angka tersebut diperoleh koefisien determinasi *Rsquare* sebesar 0,202 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel terpaan terhadap variabel kebutuhan informasi sebesar 56,1% sedangkan sisanya 53,9% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan rumus *product moment* dan tingkat signifikansi 5%. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat hubungan dengan kriteria kuat antara variabel terpaan dengan variabel kebutuhan Informasi.

Kata Kunci : Terpaan, Kebutuhan Informasi, I-Radio, Program Siaran, Pendengar

ABSTRACT

Media exposure is the effect of messages conveyed by the mass media. The effects of mass media include eliminating boredom, entertainment, increasing knowledge, and changing behavior. The broadcast program under study is the broadcast program "Klinik Basa" on I-Radio Bandung. This study aims to determine how much influence the exposure of the "Klinik Basa" program has on the information needs of listeners. The theory used is Uses and Gratification, the research method used is a quantitative study. The population in this study was 120 active listeners of I-Radio Bandung. The sampling technique used random sampling to 92 listeners as respondents. This research instrument has been tested using validity and reliability tests. Other tests used were the descriptive test, Kolmogorov Smirnov normality, Levene statistic homogeneity, correlation, and T-test. Based on the results, the R-value was 0.752. This figure is obtained by the coefficient of determination R-square of 0.202 which shows that the influence of the exposure variable on the information needs variable is 56.1% while the remaining 53.9% is explained by other variables not examined in this study. This study uses the product-moment formula and a significance level of 5%. It can be concluded that H_0 is rejected and H_1 is accepted. This means that there is a relationship with strong criteria between the exposure variable and the information needs variable.

Keywords: *Exposure, Information Needs, I-Radio, Broadcast Programs, Listeners*