

**Pengaruh Program Numpang Numpang RRI Pro 2 (88,4 FM) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Event di Kalangan Mahasiswa**

Oleh:

**M. Dwi Rizki Wahyudi<sup>1</sup>, Ismandianto<sup>2</sup>**Universitas Riau<sup>1,2</sup>Email: mdwirizkiw@gmail.com<sup>1</sup>, ismandianto@lecturer.unri.ac.id<sup>2</sup>**Abstract**

*The Numpang Numpang program is a radio program that is presented in a chat format that discusses light information about achievements, the work of individuals, organizations, schools, campuses and communities, according to the themes and invited speakers. Starting from the S-R (Stimulus-Response), the stimulus in this research is the Numpang Numpang RRI Pro 2 Program (88.4 FM), while the response, namely the action or attitude towards the stimulus given is the fulfillment of the event's information needs after listening to the program. This study used a quantitative approach using a sample of 100 respondents. Data testing was carried out using the SPSS application for Windows with multiple linear regression analysis. Through the F test, a significance value of 0.000 is obtained, which is less than  $\alpha = 0.05$  and  $F_{count} = 86.284$ , which is greater than  $F_{table} = 2.699$ . It can be concluded that there is an influence between the Numpang Numpang RRI Pro 2 Program (88.4 FM) on Fulfilling Needs Event Information Among Pekanbaru City Students, The determination test shows the influence of the Numpang Numpang RRI Pro 2 Program (88.4 FM) on Fulfilling Event Information Needs among Pekanbaru City students by 72.9% with a strong level of influence.*

**Keywords: Influence, Radio, Information Needs, Event.****I. Pendahuluan**

Dewasa ini, perkembangan informasi mulai menjadi kebutuhan primer yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kebutuhan akan informasi yang berkembang sebagai akibat dari keinginan alami seseorang untuk memuaskan keingintahuannya tentang suatu topik tertentu (Niswah, 2018). Dalam upaya memenuhi kebutuhan akan informasi, masyarakat dapat memperoleh berbagai macam informasi melalui media massa. Media massa adalah suatu alat atau cara terencana untuk berkomunikasi secara terbuka dan jarak jauh dengan sejumlah besar orang (audiens) dalam waktu singkat (Suyomukti, 2016). Jika dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya, media massa memiliki keunggulan karena dapat mengatasi kendala ruang dan waktu. Dengan bantuan media massa, pesan dapat menjangkau audiens yang besar dan beragam dengan cepat dan bersamaan. Media massa yang dapat untuk menyampaikan informasi atau pesan ini dapat berupa terdiri dari



media cetak seperti koran atau majalah, media elektronik seperti televisi, radio dan ponsel serta media *online* dalam bentuk sosial media (Hakim & Kadarullah, 2016).

Media massa memiliki peran penting untuk memenuhi kebutuhan informasi kepada masyarakat. Penggunaan media massa setiap hari tentu membawa pengaruh bagi masyarakat yang mengonsumsinya. Pengaruh dari penggunaan media massa yang berkelanjutan menimbulkan perubahan pengetahuan, sikap, perasaan, atau perilaku dari individu yang mengkonsumsi media tersebut. Teori S-R (*Stimulus-Response*) yang digunakan dalam penelitian ini berasumsi bahwa dampak yang terjadi pada pihak pertama (*receiver*) pada dasarnya merupakan dampak dari komunikasi (Sendjaja dalam Maulida & Kamila, 2021). Pemikiran ini berpandangan bahwa dampak atau pengaruh yang dialami oleh pihak pertama pada hakekatnya merupakan respon terhadap stimulus tertentu. Media massa mengeluarkan rangsangan dan penerima pesan menanggapi dengan menunjukkan suatu respon. (Morissan, 2011). Sifat dan penyajian stimulus akan menentukan sejauh mana pengaruh tersebut terjadi.

Radio merupakan media massa yang dapat digunakan masyarakat untuk menjangkau informasi, edukasi dan hiburan (Selvia & Fadhlain, 2021). Radio saat ini telah menjadi alat yang unik dan menjadi sarana yang amat penting pada dunia media massa. Penggunaan radio dirasa sangat efektif dan efisien karena informasi dan komunikasi yang disampaikan bisa tersebar secara luas dan cepat kepada segala kalangan masyarakat (F. Maharani et al., 2022). Sebanyak 22.759 juta orang per hari di 10 kota mendengarkan radio dengan frekuensi rata-rata 120 menit per hari atau lebih dari 2 jam (Ismandianto et al., 2022). Di Indonesia, radio menjadi media massa elektronik yang paling berperan dalam proses distribusi informasi dan komunikasi.

Di era digital seperti sekarang, penggunaan media konvensional seperti radio di kalangan masyarakat khususnya di Indonesia mulai berkurang. Mengutip dari laman [databooks.katadata.co.id](http://databooks.katadata.co.id), Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa angka persentase pendengar radio semakin menurun. Pada tahun 2003 jumlah pendengar radio mencapai 50,29 persen dan terus menurun hingga menyentuh angka 13,31 persen pada tahun 2018. Turunnya jumlah pendengar radio tidak membuat radio mati seperti berhenti terbitnya sejumlah media massa cetak di Indonesia. Karena radio memimpin dalam



menyebarkan informasi yang akurat dan benar, radio mungkin masih eksis di tengah gempuran era media *online*. Penyampaian informasi melalui radio juga terhindar dari hoaks yang sering terjadi di media *online*. (Ismandianto & Lathifah, 2021).

Menurut Selvia & Fadhlain (2021), di era digital seperti saat ini, radio harus mampu beradaptasi dengan teknologi agar tetap dapat mempertahankan eksistensinya. Radio harus mampu mengikuti perkembangan teknologi seperti dengan memberikan konten baru yang menarik di era digital agar tetap menjadi media massa yang diminati oleh masyarakat. Salah satu faktor yang dapat menarik minat pendengar adalah dengan mengatur pemilihan dan penyajian program radio. Program yang disajikan haruslah memiliki daya tarik tersendiri yang dapat memikat pendengar sehingga pemilihan program yang akan disajikan haruslah dipertimbangkan dengan baik (Rahayu & Katili, 2019). Program dapat diibaratkan sebagai produk atau jasa yang ditawarkan kepada audiens dan pihak pemasang iklan. Program yang disajikan haruslah sesuai dengan kebutuhan pendengar sehingga mereka mau untuk mendengarkan program tersebut (Morissan, 2011).

Radio Republik Indonesia (RRI) merupakan salah satu radio di Indonesia yang masih terjaga eksistensinya sampai saat ini. RRI merupakan radio yang tujuan siarannya ditujukan untuk kepentingan bangsa dan negara (Ilmiadin & Maulina, 2022). Selain menyajikan siaran tentang berita ekonomi dan politik RRI juga menyediakan jaringan untuk menyiarkan musik dan hiburan bagi remaja, salah satunya adalah jaringan Program Dua Radio Republik Indonesia (Pro 2 RRI) dengan slogan Suara Kreativitas. Tujuan LPP RRI adalah untuk memberikan pelayanan kepada publik yang berkaitan dengan informasi, pendidikan, budaya, hiburan dengan memberikan hak masyarakat untuk mengetahui informasi yang benar dan hak masyarakat untuk mengemukakan pendapat serta mengekspresikan diri melalui program program siarannya (Rosmilawati, 2017).

Program 2 (88,4 FM) LPP RRI Kota Pekanbaru sangat menyadari pentingnya peran media massa dalam menyediakan informasi dan hiburan, untuk itu mereka selalu berusaha memberikan informasi dan hiburan yang dikemas melalui program siaran



terbaik guna memenuhi kebutuhan informasi pendengarnya salah satunya dengan menyiarkan program Numpang Numpang.

Numpang Numpang merupakan program radio yang dimiliki oleh Program 2 (88,4 FM) LPP RRI Kota Pekanbaru yang menyediakan informasi tentang hiburan dan *lifestyle* anak muda khususnya, komunitas-komunitas anak muda (Astuti & Juliani, 2021). Program ini bertujuan untuk mengedukasi para anak muda untuk melakukan kegiatan yang positif sehingga menjadi anak muda yang kreatif, inovatif, dan mandiri. Selain itu, program ini bertujuan untuk menggugah keinginan pendengar untuk mengetahui lebih lanjut seputar informasi mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan seperti festival, pemilihan *pageant*, konser musik, seminar, lokakarya dan agenda-agenda lainnya sehingga mampu memberikan *insight* berupa minat pendengar untuk mengikuti kegiatan mitra dalam program ini.

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi dan pesatnya pembangunan daerah di Kota Pekanbaru membuat kebutuhan masyarakat akan informasi terbaru juga semakin meningkat. Masyarakat menginginkan informasi yang terkini dan akurat yang dapat menunjang kegiatan sehari-hari dan menambah pengetahuan yang mereka miliki (Puspitadewi et al., 2016). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara informasi *event* yang disajikan oleh Program Numpang Numpang RRI Pro 2 (88,4 FM) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *event* di kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa yang ada di Kota Pekanbaru.

Program “Kajian Bersama Ustadz” yang disiarkan di Radio Hidayah 103,4 FM memiliki pengaruh yang signifikan yaitu sebesar 80,4% terhadap pengetahuan ilmu agama Islam pada masyarakat Kota Pekanbaru jika diukur dengan menggunakan teori S-R (Diena Hurul Haq, 2017). Media massa *online* instagram juga memberikan hubungan yang positif terhadap pemenuhan infotmasi. Terdapat pengaruh terpaan Instagram Jajan Palembang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya sebesar 11% (Harsen Theja, 2019). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari program radio yang lain terhadap perilaku yang



ditimbulkan oleh masyarakat setelah mendengarkan program radio tersebut serta seberapa besar pengaruh dari media massa yang lain terhadap perilaku yang ditimbulkan oleh masyarakat setelah mengonsumsi media massa tersebut.

Peneliti memilih untuk meneliti pengaruh Program Numpang Numpang RRI Pro 2 (88,4 FM) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *event* di kalangan mahasiswa dengan menggunakan dasar teori S-R. Adapun yang menjadi stimulus penelitian ini adalah Program Numpang Numpang RRI Pro 2 (88,4 FM), sedangkan respon yaitu tindakan atau sikap atas stimulus yang diberikan adalah pemenuhan kebutuhan informasi *event*. Peneliti memilih Radio Republik Indonesia (RRI) untuk diteliti karena radio ini telah berdiri sejak tahun 1958. Peneliti memilih Program Numpang Numpang yang disiarkan oleh Pro 2 (88,4 FM) karena program tersebut memiliki frekuensi tayang yang lebih banyak dibandingkan dengan dua program format obrolan lainnya yang disajikan oleh Pro 2 (88,4 FM).

Peneliti memilih untuk meneliti pemenuhan kebutuhan informasi *event* di kalangan mahasiswa karena dari sebanyak 72 kali tayang, Program Numpang Numpang didominasi oleh narasumber yang berasal dari komunitas dan organisasi mahasiswa yang mempromosikan *event* yang dibuat oleh mahasiswa untuk mahasiswa, yaitu sebanyak 39 kali tayangan (data terlampir). Dipilihnya kalangan mahasiswa sebagai populasi dari penelitian ini selain karena mahasiswa menjadi sasaran dari kegiatan promosi tersebut, mengutip dari laman [suarasurabaya.net](http://suarasurabaya.net), bahwa hingga kuartal ketiga tahun 2016, 57 persen dari total pendengar radio berasal dari Gen Z dan Milenial yang mana saat ini sudah mulai memasuki jenjang mahasiswa.

## II. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei dan dilaksanakan di Kota Pekanbaru. Data pada penelitian ini di dapat melalui penyebaran angket dan dokumentasi kepada mahasiswa di Kota Pekanbaru. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Berganda menggunakan program SPSS (*Statistic Package for Social Science*) for Windows. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menentukan 100 sampel representatif yang diperoleh dengan rumus *unknown population* karena tidak



diketahui secara pasti jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu pendengar Program Numpang Numpang RRI Pro 2 (88,4 FM) yang berstatus mahasiswa dan sedang menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi di Kota Pekanbaru. Kriteria yang digunakan peneliti dalam menentukan sampel representatif ialah 1) responden mendengarkan program Numpang Numpang dengan total durasi 100 menit setiap minggunya; atau 2) responden pernah mendengarkan program Numpang Numpang secara lengkap dari awal hingga akhir program.

### III. Pembahasan

Responden penelitian didominasi oleh mahasiswa Universitas Riau, yaitu sebanyak 24 orang (24%), kemudian diikuti dengan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim sebanyak 20 orang (20%), Universitas Islam Riau sebanyak 16 orang (16%), Politeknik Caltex Riau sebanyak 14 orang (14%), Universitas Muhammadiyah Riau sebanyak 9 orang (9%), Universitas Lancang Kuning sebanyak 8 orang (8%), Universitas Abdurrahman sebanyak 6 orang (6%), dan terakhir Sekolah Tinggi Pariwisata Riau, STIE Riau Akbar, dan STISIP Persada Bunda masing-masing sebanyak 1 orang (1%). Dominasi usia responden ditempati oleh usia 21 tahun, yaitu sebanyak 45 orang (45%), kemudian diikuti dengan usia 22 tahun sebanyak 34 orang (34%), usia 23 tahun sebanyak 10 orang (10%), usia 20 tahun sebanyak 9 orang (9%), dan terakhir usia 18 tahun dan 24 tahun masing-masing sebanyak 1 orang (1%).

Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 56 orang (56%) sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 44 orang (44%) dari 100 responden. Dilihat dari frekuensi mendengarkan, responden dominan mendengarkan Program Numpang Numpang 2 kali seminggu yaitu sebanyak 36 orang (36%), diikuti dengan frekuensi 3 kali seminggu sebanyak 31 orang (31%), frekuensi 4-5 kali seminggu sebanyak 23 orang (23%), dan frekuensi 1 kali seminggu sebanyak 10 orang (10%). Terakhir, berdasarkan durasi mendengarkan didominasi oleh responden yang mendengarkan 50 menit sebanyak 42 orang (42%), diikuti dengan durasi 60 menit sebanyak 26 orang (26%), durasi 40 menit sebanyak 18 orang (18%), dan durasi 30 menit sebanyak 14 orang (14%).



Rekapitulasi tanggapan dari masing-masing indikator pada variabel Program Numpang Numpang yang terdiri dari 3 (tiga) indikator disajikan dalam tabel berikut:

<b>No.</b>	<b>Indikator</b>	<b>Total Skor</b>	<b>Rata-Rata</b>
1.	Intensitas	892	2,97
2.	Penyiar	1325	3,31
3.	Bentuk Penyajian Acara	1325	3,31
<b>Total</b>		<b>3542</b>	<b>3,20</b>

Pengaruh pengaruh Program Numpang Numpang dalam penelitian ini memiliki tiga indikator yang akan diuji secara parsial. Indikator Penyiar dan Bentuk Penyajian Acara sama-sama memperoleh rata-rata skor sebesar 3,31 dengan kategori sangat setuju merupakan skor tertinggi dari seluruh indikator. Indikator Intensitas memperoleh rata-rata skor sebesar 2,97 dengan kategori setuju merupakan skor terendah dari seluruh indikator. Sedangkan rekapitulasi tanggapan dari masing-masing indikator pada variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event* yang terdiri dari 4 (empat) indikator disajikan dalam tabel berikut:

<b>No.</b>	<b>Indikator</b>	<b>Total Skor</b>	<b>Rata-Rata</b>
1.	<i>Current Need Approach</i>	674	3,37
2.	<i>Everyday Need Approach</i>	660	3,30
3.	<i>Exhaustic Need Approach</i>	660	3,30
4.	<i>Catching-up Need Approach</i>	674	3,37
<b>Total</b>		<b>2668</b>	<b>3,34</b>

Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event* dalam penelitian ini memiliki empat indikator. Secara keseluruhan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event* memperoleh rata-rata skor sebesar 3,34 dengan kategori sangat setuju yang mana skor tertinggi berada pada indikator *current need approach* dan *catching-up need approach* dengan skor 3,37



dengan kategori sangat setuju. dapat diketahui bahwa responden sangat setuju bahwa informasi *event* yang disajikan oleh Program Numpang Numpang mampu memenuhi kebutuhan informasi mereka dengan informasi yang ringkas dan jelas.

Guna mengetahui jawaban dari hipotesis penelitian, dilakukan uji t atau uji pengaruh parsial menggunakan t-tabel dan t-hitung sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Besar nilai t-tabel dicari menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\alpha; (DF = n-k)$$

$$0,05; 100-4$$

$$0,05; 96$$

Setelah diketahui hasil penentuan untuk menentukan nilai t tabel tersebut, dilakukan perhitungan lanjut menggunakan excel dengan rumus =TINV(0,05;96) sehingga diperoleh hasil nilai t-tabel sebesar 1,985. Sedangkan besar nilai t-hitung yang diperoleh tertera dalam hasil analisis data sebagai berikut:

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	.807	.359		2.245	.027
Intensitas	.239	.098	.142	2.447	.016
Penyiar	.149	.122	.095	1.215	.227
Bentuk Penyajian Acara	.899	.095	.723	9.508	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan kebutuhan informasi event

Pada indikator Intensitas diperoleh t-hitung 2,447 > t-tabel 1,985 dengan nilai signifikansi 0,016 < 0,05 membuktikan bahwa indikator Intensitas berpengaruh secara parsial terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event*. Kemudian pada indikator Penyiar diperoleh t-hitung 1,125 < t-tabel 1,985 dengan nilai signifikansi 0,227 > 0,05 membuktikan bahwa indikator Penyiar tidak berpengaruh secara parsial terhadap





variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event*. Terakhir pada indikator Bentuk Penyajian Acara diperoleh t-hitung  $9,508 > t\text{-tabel } 1,985$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  membuktikan bahwa indikator Bentuk Penyajian Acara berpengaruh secara parsial terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event*.

Peneliti juga melakukan uji F atau uji pengaruh simultan menggunakan F-tabel dan F-hitung sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Besar nilai F-tabel dicari menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\alpha; (DF 1 = k-1); (DF 2 = n-k)$$

$$0,05; (4-1); (100-4)$$

$$0,05; 3; 96$$

Setelah diketahui hasil penentuan untuk menentukan nilai F-tabel tersebut, dilakukan perhitungan lanjut menggunakan excel dengan rumus =FINV(0,05;3;96) sehingga diperoleh hasil nilai F-tabel sebesar 2,699. Sedangkan besar nilai F-hitung yang diperoleh tertera dalam hasil analisis data sebagai berikut:

ANOVA <sup>a</sup>						
<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	17.208	3	5.736	86.284	.000 <sup>b</sup>
	<i>Residual</i>	6.382	96	.066		
	<i>Total</i>	23.590	99			

a. *Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi Event*  
b. *Predictors: (Constant), Intensitas, Penyiar, Bentuk Penyajian Acara*

Pada variabel Program Numpang Numpang dengan indikator Intensitas, Penyiar, dan Bentuk Penyajian Acara diperoleh F-hitung  $86,284 > F\text{-tabel } 2,699$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  membuktikan bahwa secara simultan variabel Program Numpang Numpang dengan indikator Intensitas, Penyiar, dan Bentuk Penyajian Acara berpengaruh terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event*.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa indikator Intensitas dan Bentuk Penyajian Acara secara parsial mampu mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi *event*. Hal ini dapat terjadi karena apabila seseorang mendengarkan radio dengan



intensitas yang tinggi, maka semakin banyak pula informasi yang didapatkan. Program radio yang disajikan secara singkat, jelas, dan padat juga membantu audiens dalam menerima informasi. Akan tetapi, indikator Penyiar secara parsial tidak mampu mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi, namun mampu mempengaruhi secara simultan bersama dengan dua indikator lainnya. Hal ini dapat terjadi karena bagusnya seorang penyiar jika tidak diikuti oleh bentuk penyajian acara yang baik atau intensitas mendengarkan yang tinggi akan membuat audiens kesulitan dalam menerima informasi.

Peneliti kemudian melakukan perhitungan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang terjadi diantara kedua variabel menggunakan uji determinasi (*R Square*). Besar nilai *R Square* yang diperoleh tertera dalam hasil analisis data sebagai berikut:

<b>Model Summary</b>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.854 <sup>a</sup>	.729	.721	.25783

a. *Predictors: (Constant), Intensitas, Penyiar, Bentuk Penyajian Acara*

Pada variabel Program Numpang Numpang dengan indikator Intensitas, Penyiar, dan Bentuk Penyajian Acara diperoleh nilai R sebesar 0,854 dengan *R Square* 0,729. Hal tersebut bermakna bahwa variabel Program Numpang Numpang dengan indikator Intensitas, Penyiar, dan Bentuk Penyajian Acara secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event* sebesar 72,9%. Temuan ini membuktikan bahwa keberadaan Program Numpang Numpang sebagai media dalam menyampaikan informasi *event* memiliki pengaruh yang kuat.

Merujuk kepada Teori S-R (*Stimulus-Response*) yang digunakan dalam penelitian ini berasumsi bahwa dampak yang terjadi pada pihak pertama (*receiver*) pada dasarnya akibat dari komunikasi (Sendjaja dalam Maulida & Kamila, 2021). Perubahan yang terjadi pada pengetahuan, sikap, emosi, atau tingkah laku setiap individu yang mengkonsumsi media tersebut merupakan hasil dari paparan media massa yang dilakukan secara terus-menerus.



Dalam penelitian ini yang berperan sebagai media adalah Program Numpang Numpang RRI Pro 2 (88,4 FM) dan mahasiswa Kota Pekanbaru berperan sebagai audiens. Program Numpang Numpang menayangkan obrolan yang membahas seputar informasi ringan mengenai prestasi, karya individu, organisasi, sekolah, kampus, dan komunitas, menyesuaikan dengan tema dan narasumber yang diundang. Hal ini menimbulkan efek kognitif di kalangan pendengar karena mereka menjadi tahu akan informasi yang disampaikan.

Pada variabel Program Numpang Numpang (X), indikator penyiar dan bentuk penyajian acara merupakan indikator tertinggi dengan skor rata-rata 3,31 dengan kategori sangat setuju, yang berartiresponden menyukai Program Numpang Numpang yang dikemas secara interaktif dan memikat. Program ini disajikan dengan bentuk informasi ringan disertai dengan tips yang bermanfaat, dan diiringi dengan lagu-lagu terbaru. Kemudian penyiar yang mampu memandu siaran secara lihai dan kreatif dengan suara yang enak didengar, tempo yang sesuai, memiliki wawasan yang luas, serta pengucapan yang jelas membuat pendengar dengan mudah memahami informasi yang disampaikan.

Kemudian akan muncul efek afektif berupa perasaan senang terhadap bentuk penyajian acara dan kualitas penyiar yang menimbulkan perasaan tertarik dan suka terhadap program tersebut. Efek ini berlanjut sehingga menumbuhkan sikap konatif audiens, yaitu adanya upaya untuk melakukan pemenuhan kebutuhan informasi sehingga timbul kesediaan untuk mendengarkan program tersebut secara berkelanjutan.

Akan tetapi dalam penelitian ini, efek konatif audiens yaitu kesediaan untuk mendengarkan program secara berkelanjutan belum terlihat begitu signifikan. Hal ini dapat dilihat pada indikator intensitas pada variabel Program Numpang Numpang (X) yang menduduki posisi terendah dengan skor rata-rata 2,97 dengan kategori setuju. Dari 100 responden hanya sebanyak 23 orang (23%) yang mendengarkan Program Numpang Numpang 4-5 kali seminggu, kemudian sebanyak 31 orang (31%) mendengarkan Program Numpang Numpang 3 kali seminggu, 36 orang (36%) mendengarkan Program Numpang Numpang 2 kali seminggu, dan sebanyak 10 orang (10%) mendengarkan Program Numpang Numpang 1 kali seminggu. Dengan demikian, dapat disimpulkan



bahwa responden rata-rata mendengarkan Program Numpang Numpang hanya 2-3 kali seminggu.

#### IV. Penutup

Penelitian ini membuktikan bahwa variabel independen (X) Program Numpang Numpang yang disiarkan oleh RRI Pro 2 (88,4 FM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event* di kalangan mahasiswa Kota Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen (X) Program Numpang Numpang yang disiarkan oleh RRI Pro 2 (88,4 FM) memberikan pengaruh sebesar 72,9% terhadap variabel dependen (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event* di kalangan mahasiswa Kota Pekanbaru. Program Numpang Numpang dikemas secara interaktif dan memikat. Program ini disajikan dengan bentuk informasi ringan disertai dengan tips yang bermanfaat, dan diiringi dengan lagu-lagu terbaru. Kemudian penyiar yang mampu memandu siaran secara lihai dan kreatif dengan suara yang enak didengar, tempo yang sesuai, memiliki wawasan yang luas, serta pengucapan yang jelas membuat pendengar dengan mudah memahami informasi yang disampaikan. Selain itu, Program Numpang Numpang menyajikan informasi *event* terbaru secara ringkas dan jelas, sehingga mampu memenuhi kebutuhan mereka akan informasi *event*. Program Numpang Numpang juga menyajikan informasi *event* secara rutin dan cepat dengan informasi yang lengkap dan akurat. Setelah meneliti lebih lanjut, peneliti mendapatkan hasil bahwa secara parsial indikator penyiar yang terdapat pada variabel independen (X) Program Numpang Numpang tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event* seperti kedua indikator lainnya yaitu intensitas dan bentuk penyajian acara. Akan tetapi apabila ketiga indikator tersebut disandingkan, secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Event*.

#### Daftar Pustaka

Astuti, R., & Juliani, R. (2021). Peranan Program Siaran Numpang Numpang Pro 2 LPP-RRI Banda Aceh. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 1(2), 27–35.



- Guswina, I. G. A. D., Widaswara, R. Y., & Suardana, I. K. P. (2022). Strategi Produser TVRI NTB Dalam Penyajian Berita Pada Tayangan Dialog Sudut Pandang. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(2), 707-716.
- Hakim, A., & Kadarullah, O. (2016). Pengaruh Informasi Media Massa terhadap Pengetahuan Kesehatan Reproduksi Pada Siswa SMA. *Psycho Idea*, 14(1), 31-40.
- Imiadin, & Maulina, P. (2022). Eksistensi Radio LPP RRI Aceh Barat di Kalangan Masyarakat Johan Pahlawan di Era Digital. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 2(2), 29-38.
- Ismandianto, & Lathifah, K. (2021). Konvergensi Radio dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital dan Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(1), 130-142.
- Ismandianto, Suyanto, Latifah, K., & Muchid, M. (2022). Transformation of Radio Technology in The Digital Age. *Nyimak: Journal of Communication*, 6(1), 115-130.
- Maharani, F., Rahmawati, & Muharman, N. (2022). Peran Radio Megah dalam Pengurangan Risiko Bencana Non Alam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*, 7(4).
- Maulida, C. N., & Kamila, A. D. (2021). Pengaruh K-POP brand ambassador terhadap loyalitas konsumen. *Kinesik*, 8(2), 137-145.
- Morissan. (2011). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Ed. Revisi. Jakarta: Prenada Media Group.
- Niswah, H. A. (2018). Pengaruh Kebutuhan Akan Informasi tentang Figur Publik dan Intensitas Mengakses Berita Clickbait di Situs Berita Media Daring Terhadap Tingkat Kepuasan Pembaca yang Mengaksesnya. *Interaksi Online*, 6(3), 47-57.
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan "Twitter TMCPoldaMetro" dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pengguna Jalan. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 4(1), 21-28.
- Rahayu, T. Y., & Katili, K. R. D. (2019). Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya*, 4(1), 139-153.



- Rosmilawati, S. (2017). Peran Radio Republik Indonesia (RRI) Palangkaraya Dalam Media Komunikasi Politik di Kalimantan Tengah. *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara Dan Ilmu Komunikasi*, 3(1), 126–133.
- Selvia, A., & Fadhlain, S. (2021). Inovasi RRI Meulaboh dalam Menghadapi Persaingan. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 1(2), 49–57.
- Suardana, I. K. P. (2020). Resolution of Journalistic Ethics on Media Disruption Era. *Media Bina Ilmiah*, 14(8), 3015-3026.
- Suyomukti, N. (2016). *Pengantar Komunikasi*. Yogyakarta: AR-Ruzz Media.
- Utami, R. I., & Herdiana, A. (2021). Pemaknaan Pendengar Terhadap Iklan Testimoni Nutrisi Herbal Nariyah Di Radio Kasihku FM Bumiayu Dalam Teori Resepsi Stuart Hall. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 3(2), 509-520.