





Lamongan. Di samping menjadi hiburan yang murah, *Tembang Jowo* juga memberikan hiburan tersendiri bagi kebanyakan orang yang mengetahui arti dari *Tembang Jowo* tersebut, akan tetapi tak sedikit orang pula yang mengatakan *Tembang Towo* merupakan alunan musik yang berbau mistik. Jika dilihat dari sejarahnya *Tembang Jowo* mulai diperdengarkan oleh orang-orang yang mulai mengajarkan Islam di tanah Jawa, dan dalam mengambil hati masyarakat, para ulama' tersebut mulai menyebarkan ajaran Islam dengan alunan serta syair-syair yang dilantunkan dalam bahasa Jawa yang tentunya dapat dipahami oleh orang-orang tanah Jawa.

Kebiasaan orang yang sering mendengarkan *Tembang Jowo* hanya dalam alunan musiknya saja inilah yang menjadikan orang tidak hanya puas dalam mendengarkan lantunan *Tembang Jowo* hanya dalam bentuk audio semata, mereka mulai mencari audio serta visual yang dapat menyajikan hiburan yang mereka inginkan. Hal ini tentunya hanya bisa dilaksanakan oleh media massa yang berupa stasiun televisi, dan hal inilah yang membuat Citra TV menjawab kebutuhan dari masyarakat Lamongan dalam pemenuhan kebutuhannya dengan cara memberikan tayangan yang apik serta dapat diterima oleh khalayak yang tentunya diharapkan timbal baliknya.

Disamping didukung dengan alunan *Tembang Jowo* yang apik serta alunan musik yang menarik hati, Citra TV juga menyajikan tayangan musik ini dengan presenter yang menguasai bahasa Jawa serta logat bahasa dan gerak tubuh yang dinilai banyak orang yang menilai dengan

kata ramah. Selain itu acara musik *Tembang Jowo* ini juga didukung dengan keberadaan Citra TV yakni Televisi lokal di kota Lamongan. Dimana disini dinilai strategis dalam promosinya, hal ini dinilai bahwasanya setiap promosi akan langsung mengena, dan pastinya akan mendapat respon langsung dari masyarakat.

Tak ubahnya dengan manusia pada umumnya yang ingin menunjukkan jati dirinya kepada orang lain, media massa khususnya *Tembang Jowo* (T-Jo) pun juga menginginkan hal tersebut dimana dalam acara tersebut diharapkan dapat memberikan tempat tersendiri bagi pencintanya. Akan tetapi kini melihat antusias para khalayak Lamongan khususnya anggota komunitas Fans T-Jo, tidak diragukan lagi jika acara yang ditayangkan live di Citra TV, yakni *Tembang Jowo* (T-Jo) ini mendapatkan tempat yang khusus bagi pencintanya, ini terbukti dengan peningkatan jumlah anggota komunitas Fans T-Jo yang semakin banyak, dimana dulu hanya berjumlah 5 orang saja pada awal adanya acara ini, dan setelah beberapa bulan, Fans T-Jo kini semakin banyak hingga mencapai 30 orang yang terdaftar sebagai anggota resmi Fans T-jo.

Tentunya sangat menyumbangkan hal-hal positif, selain melastarikan budaya bangsa keberadaan *Tembang Jowo* ini juga menimbulkan loyalitas yang tinggi akan orang-orang yang ikut berhubungan langsung dalam produksinya serta penikmatnya.

Loyalitas yang di tunjukkan oleh anggota komunitas Fans T-Jo yang begitu erat tentunya didukung oleh beberapa faktor penting yang







terhadap loyalitas pengguna. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah peran kepuasan dalam memediasi pengaruh komunitas merek terhadap loyalitas pengguna harley-davidson di kota Denpasar. Perbedaannya dari penelitian dahulu untuk mengetahui peran kepuasan dalam memediasi pengaruh komunitas merek terhadap loyalitas pengguna Harley-Davidson di kota Denpasar sedangkan penelitian kali ini adalah untuk mengetahui hubungan aktivitas mengikuti siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) dengan loyalitas anggota komunitas Fans T-Jo di Lamongan.

Andri Sugianto (Hubungan antara Siaran Tembang Dangdut Koplo Radio Bass FM Bojonegoro Terhadap Prilaku Menyimpang Remaja di Desa Malo Kecamatan Malo Kabupaten Bojonegoro), skripsi tahun penelitian tahun 2008 dengan menggunakan metode kuantitatif. Dari hasil temuannya terdapat korelasi yang sangat lemah atau sangat rendah antara siaran tembang dangdut koplo Radio Bass FM Bojonegoro terhadap prilaku menyimpang remaja di desa Malo kecamatan Malo kabupaten Bojonegoro. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara siaran tembang dangdut koplo Radio Bass FM Bojonegoro terhadap prilaku menyimpang remaja di desa Malo kecamatan Malo kabupaten Bojonegoro. Sedangkan perbedaan penelitian adalah penelitian dahulu untuk mengetahui hubungan antara siaran tembang dangdut koplo Radio Bass FM Bojonegoro terhadap prilaku menyimpang remaja di desa Malo kecamatan Malo kabupaten Bojonegoro sedangkan penelitian kali ini adalah untuk mengetahui hubungan aktivitas mengikuti

siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) dengan loyalitas anggota komunitas Fans T-Jo di Lamongan.

Nurmaya Saputri (Analisis *Corporate Social Responsibility* sebagai Pembentuk Citra Perusahaan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan PT Fast Food Indonesia di kota Semarang). Jenis karya adalah skripsi pada tahun 2010 dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dari hasil temuannya bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi responden mengenai kepedulian KFC terhadap lingkungan di sekitarnya tergolong tinggi. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *profit*, *people*, dan *planet* (dalam implementasi CSR) terhadap citra perusahaan, serta mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan. Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah penelitian dahulu untuk mengetahui analisis *corporate social responsibility* sebagai pembentuk citra perusahaan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan PT Fast Food Indonesia di kota Semarang. Sedangkan penelitian kali ini adalah untuk mengetahui hubungan aktivitas mengikuti siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) dengan loyalitas anggota komunitas Fans T-Jo di Lamongan.

Didi Zainuddin (Analisis Pengaruh Promosi, kualitas Produk, dan *Brand Image* Motor *Metic* Honda terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan). Skripsi tahun 2011, dengan menggunakan metode kuantitatif. Dari hasil temuannya terdapat pengaruh secara langsung hanya variabel promosi terhadap keputusan pembelian

secara parsial, keputusan pembelian tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi, kualitas produk, dan *brand image* motor *metic* Honda terhadap keputusan pembelian serta dampaknya pada loyalitas pelanggan. Perbedaan penelitian dahulu untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk, dan *brand image* motor *metic* Honda terhadap keputusan pembelian serta dampaknya pada loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian kali ini adalah untuk mengetahui hubungan aktivitas mengikuti siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) dengan loyalitas anggota komunitas Fans T-Jo di Lamongan.

Opi Rochmawati (Analisis Pengaruh Keunggulan Produk, Efek Komunitas, terhadap Sikap Merek dan Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan). Jenis karya ini adalah skripsi yang dilakukan pada tahun 2013 dengan menggunakan metode kuantitatif. Dari hasil temuannya variabel keunggulan produk, efek komunitas, dan sikap terhadap merek benar-benar berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. Tujuannya untuk menganalisa pengaruh keunggulan produk, efek komunitas, keunggulan produk terhadap sikap, merek serta loyalitas pengunjung warung sate sapi pak Kempleng 1. Perbedaan penelitian dahulu untuk menganalisis pengaruh keunggulan produk, efek komunitas, terhadap sikap merek dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan sedangkan penelitian kali ini adalah untuk mengetahui hubungan aktivitas mengikuti siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) dengan loyalitas anggota komunitas Fans T-Jo di Lamongan.

























