

































## B. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari pengujian hipotesis diatas peneliti ketahui bahwa keinginan menonton siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) erat hubungannya dengan loyalitas anggota komunitas Fans T-Jo yang ada khususnya di Lamongan, karena sebenarnya masih terdapat banyak sekali Fans T-Jo yang berada di luar anggota komunitasa dan yang berada di luar kota Lamongan yang belum terhitung. Dan berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana dapat dilihat bahwa aktivitas mengikuti siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) menyumbang sebesar 0,3657. Meskipun masuk kedalam interpretasi rendah yakni 0,3657 hal ini menunjukkan bahwa siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) memiliki hubungan dengan Loyalitas anggota komunitas Fans T-jo di Lamongan.

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  di terima sebesar 0,3657 dari taraf nyata ( $\alpha$ ) 0,05 sehingga aktivitas mengikuti siaran *Tembang Jowo* tetap menyumbang 0,3657 dalam mempererat loyalitas anggota komunitas Fans T-Jo di Lamongan.

Media massa khususnya televisi tersebut dalam hal ini Citra TV mendukung sepenuhnya keinginan atau kebutuhan masyarakat sehingga Fans T-Jo dapat dengan mudahnya memenuhi kepuasannya akan siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) sehingga dari terpenuhinya kebutuhan terciptalah loyalitas anggota komunitas Fans T-Jo disitu.

Teori *Uses and Gratification* ini juga mengasumsikan bahwa teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia

tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.

Dan inilah yang akhirnya dilakukan oleh para penggemar siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) dimana setelah dia mendapatkan kepuasan tentang suguhkan oleh media televisi kini media melihat bagaimana orang tersebut melakukan suatu kegiatan yang ditujukan untuk merespon pesan dari media tersebut yakni dengan didirikannya dan dibentuklah Fans pecinta *Tembang Jowo* (T-Jo) yakni dengan membangun anggota komunitas Fans T-Jo, yang kini telah memasuki tahun kedua, hal ini juga terlihat dengan banyaknya kegiatan-kegiatan bersama yang dilakukan oleh seluruh orang yang ada di dalam paguyuban anggota komunitas Fans T-Jo. Saat melakukan kegiatan bersama Citra TV juga memberikan ruang seluas-luasnya sehingga Fans t-Jo lebih dapat meningkatkan kebutuhannya akan media.

Seperti yang telah sedikit dijelaskan di bab 1 bahwasanya teori ini sangatlah cocok hal ini dikarenakan melihat dari kaca geografis serta latar belakang pekerjaan masyarakat Lamongan yang sehari-harinya menghabiskan waktu untuk bekerja di ladang serta sawah dan sebagian dibalik timbangan besi yakni pedagang. Sedangkan dari kaca geografisnya masyarakat Lamongan yang sangat panas di siang hari sehingga terkadang

ketika masyarakat melepas penat dari kesibukannya dengan menyaksikan televisi, dan alangkah menyenangkan ketika menyaksikan televisi ditemani alunan musik gending-gending dari *Tembang Jowo*.

Seperti halnya dalam pemenuhan sehari-hari, dalam teori *uses and gratification* ini juga berkaitan dengan lingkungan sosial seseorang, seperti halnya telah dijelaskan diatas kebutuhan individual dapat dikategorikan menjadi 5, yang pertama yakni kognitif, kebutuhan yang mendorong anggota komunitas Fans T-Jo untuk memuaskan rasa penasaran dari dalam diri Fans T-Jo untuk mengenal siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) dan mengetahui antara Fans T-Jo yang satu dengan yang lain. Begitu pula dengan pemenuhan kebutuhan afektif yakni anggota komunitas Fans T-Jo dengan mengadakan kumpul bersama juga ditujukan untuk menyenangkan individual masing-masing sehingga kebutuhan afektifnya dapat terpenuhi. Yang ketiga yakni kebutuhan pribadi secara intergratif yakni dapat menumbuhkan kepercayaan antara seluruh anggota Fans T-jo sehingga dapat terlihat status individual seseorang. Dan juga Fans T-Jo dengan menonton siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) ini untuk melepaskan emosi serta ketegangan dan melampiaskannya pada hiburan yakni siaran *Tembang Jowo* (T-Jo) yang merupakan kebutuhan pelepasan.

Teori ini sangatlah jelas menunjukkan hubungan yang sangat signifikan antara pengguna media dengan kepuasan sendiri. Karena memang benar ketika masyarakat Lamongan khususnya Fans T-Jo merasa tidak puas dengan suguhan acara yang telah disajikan mereka akan dengan





