

DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENURUNAN PENDAPATAN KORAN SEBAGAI MEDIA CETAK DI PT. TOP METRO MEDIA TAHUN 2020-2021

Mesrawati, Putri Libriani Damanik

Universitas Prima Indonesia, Medan, Indonesia

Email: mesrawati@unprimdn.ac.id, putrilibrarianidamanik@gmail.com

Abstrak

Penyebaran Covid-19 yang terus meluas menimbulkan ketidakpastian terhadap kecepatan ekonomi dunia. Pertumbuhan ekonomi Indonesia ditahun 2020 mengalami penurunan pada industri media cetak. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif sesuai dengan jenis penelitian, metodologi, konteks, dan periode penelitian. Penelitian deskriptif menjelaskan bahwa: penelitian deskriptif adalah suatu pendekatan penelitian untuk meneliti suatu objek, seperangkat kondisi, suatu sistem gagasan, atau sekelompok peristiwa terkini (Nazir, 2005:54). Dengan menggunakan metode pengumpulan data dan rentang waktu, peneliti mengumpulkan semua data penting yang ditetapkan. Top metro media dimasa pandemi sekarang banyak mengalami turunnya pembeli media cetak yang disebabkan oleh kecanggihan teknologi yang semakin pesat dan berkembang yang mengakibatkan media cetak tidak dibeli atau sudah mulai tidak diproduksi lagi dikalangan masyarakat yang sering membaca media cetak yaitu para orang tua dikalangan remaja/dewasa mereka memilihi kecanggihan teknologi, Khususnya di media cetak yang 2 (Dua) Tahun ini mengalami penurunan penjualan dan pendapatan yang sangat dratis dari pihak mana pun yang membuat perusahaan tersebut mengalami penurunan pendapatan dan mengurangi karyawan,di tahun pertama Pandemi Covid-19.

Kata Kunci: pandemi covid-19; pendapatan koran; media cetak

Abstract

The widespread spread of Covid-19 creates uncertainty about the speed of the world economy. Indonesia's economic growth in 2020 experienced a decline in the print media industry. This research uses a descriptive research methodology according to the type of research, methodology, context, and period of research. Descriptive research explains that: descriptive research is a research approach to examine an object, a set of conditions, a system of ideas, or a group of current events (Nazir, 2005: 54). Using data collection methods and time spans, the researcher collects all the important data set. Top metro media during the pandemic is now experiencing a lot of decline in print media buyers caused by the sophistication of technology that is increasingly rapid and developing which has resulted in print media not being bought or has begun to be no longer produced among people who often read print media, namely parents among teenagers / adults they choose technological sophistication, especially in print media which 2

How to cite:	Mesrawati, Damanik, P. L.,(2022) Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Penurunan Pendapatan Koran Sebagai Media Cetak Di Pt. Top Metro Media Tahun 2020- 2021, (4) 10, https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v4i10.1933
E-ISSN:	2684-883X
Published by:	Ridwan Institute

(Two) Years ago experienced a very dramatic decline in sales and income from whichever party made the company experience a decline in revenue and reduced employees, in the first year of the Covid-19 Pandemic.

Keyword: Covid-19 pandemic; Newspaper Revenue; Print media

Pendahuluan

Kondisi ekonomi aneh ini awalnya terungkap pada Desember 2019 di Wuhan, Hubei. Meskipun penyebab sebenarnya dari penyakit ini tidak pasti, pasar makanan laut Wuhan menjadi subjek penyelidikan awal. Pada 18 Desember 2019, lima pasien dirawat. Antara 31 Desember 2019, dan 3 Januari 2020, 44 kasus dilaporkan, menunjukkan peningkatan substansial dalam insiden tersebut. Dua kasus Covid-19 awalnya dilaporkan oleh otoritas Indonesia pada 2 Maret 2020. Per 31 Maret 2020, ada 1.528 kasus terkonfirmasi dan 136 kematian. Penyebaran Covid-19 yang terus meluas menimbulkan ketidakpastian terhadap kecepatan ekonomi dunia. Pertumbuhan ekonomi Indonesia ditahun 2020 mengalami penurunan pada industri media cetak. Perlambatan ini dikarenakan adanya teknologi yang semakin canggih di masa sekarang. Situasi seperti ini, industri media cetak sangat perlu perhatian khusus dari instansi pemerintah. Virus covid-19 telah dirasakan selama bulan Maret di tahun 2020, pengaruh covid-19 ini penurunan media cetak pun sudah mulai menurun di mulai bulan Mei tahun 2020 diangka 50% dari yang semula dan sampai sekarang begitu juga dengan oplah media cetak yang semakin menurun dan meningkatkan harga media cetak yang naik sehingga industri media cetak menurun dan penjualan media cetak pun menurun baik di daerah ataupun di instansi (Ulya, 2020) Bukan hanya di bagian perekonomian saja yang mengalami dampak covid-19 tetapi kesehatan pun mengalami peningkatan yang pesat di akibatkan covid-19 (Azizah et al., 2020).

Perusahaan dibidang media cetak ini sangat cepat dipengaruhi oleh perubahan teknologi yang semakin canggih dan semakin di minati oleh setiap masyarakat dari kalangan muda sampai dewasa sudah memiliki setiap kecanggihan tersebut dan meninggalkan cara modern seperti membaca media cetak untuk mengetahui setiap informasi yang sedang terjadi didalam negeri maupun diluar negeri sehingga kalangan anak sekolah sekarang sudah mudah mengakses pelajaran yang tidak di ketahui oleh pelajar ataupun mahasiswa dengan kecanggihan teknologi sekarang. Melihat jumlah oplah dan penjualan media cetak yang semakin menurun pihak perusahaan pun memutuskan untuk mengurangi karyawan untuk setiap posisi karena pendapatan penjualan menurun dan tidak seimbang dengan pendapatan selama sebulan dan pengeluaran yang sangat banyak setiap bulan di perusahaan media cetak disaat pandemi seperti ini. Maka dari setiap instansi kota maupun daerah diajarkan untuk stabil dimasa sekarang, terlebih di perusahaan media cetak yang baru saja didirikan supaya stabil, media cetak sekarang dapat dipengaruhi oleh kecanggihan teknologi yang semakin pesat berkembang karena adanya internet dan mendapatkan informasi lebih cepat dan aktual dibandingkan dengan media cetak yang lebih lama informasinya itulah sebabnya penurunan pendapatan media cetak yang semakin menurun dan tidak memiliki

keuntungan yang menurun dan tidak stabil (Kusuma, 2016) Kecanggihan teknologi adalah salah satu dampak terbesar mengakibatkan penurunan penjualan serta pendapatan yang sangat menurun drastis dan sangat tidak memiliki keuntungan yang tidak bisa di pergunakan untuk keperluan kantor dan membuat karyawan semakin resah terhadap dampak dari covid-19 ini yang sangat tidak tahu kapan akan berakhir pandemi ini dan berakhir dari rasa takutnya setiap perusahaan media cetak yang masih buka di masa krisis seperti ini. Pandemi disaat ini banyak yang mengalami gulung tikar disebabkan oleh covid-19 ini yang terjadi dimasa sekarang harus kuat dan penuh dengan kreatifitas yang tinggi agar setiap perusahaan bisa mempertahankan bisnisnya yang sekarang sedang tidak stabil oleh pandemi sekarang ini, manajemen perusahaan harus bisa menhandel setiap karyawan perusahaan, serta bisa membuat kelayakan untuk loper yang mengantar media cetak ke instansi pemerintahan, warung-warung dan daerah perusahaan harus memberikan penghargaan yang cukup kepada loper dan karyawan yang bekerja dilapangan dan di kantor agar karyawan lebih di perhatikan tidak hanya untuk memakai tenaga yang di pakai mereka buat nyaman sampai berakhirnya perusahaan tersebut. Wartawan juga harus selalu update untuk mengambil peristiwa yang terjadi dan tidak hoax yang benar-benar memiliki faktual berita maka dari mulai adanya berita yang terjadi dan utama, sekarang masyarakat membeli media cetak tersebut dikaranekan lebih efektif membaca di media cetak daripada dari internet. Pandemi covid-19 bukan dialami oleh perusahaan media cetak di sektor mana pun mengalaminya sama seperti penjualan media cetak yang menurun sejak masuknya pandemi ke Indonesia yang membuat perusahaan harus menyusun strategibaru untuk membangun perusahaan tersebut ditengah seperti ini yang membuat pimpinan perusahaan menjadi lebih keras lg bekerja untuk mengkontrol setiap nkaryawan yang bekerja dilapang dan di kantor. Pandemi juga membuat penjualan menurun mengakibatkan gaji setiap karyawan terlambat diberikan kepada pekerja yang membuat karyawan terkadang mangkir jika sudah ada gaji maka mereka berkerja kembali, sangat lah banyak dampak pandemi covid-19 disektor penjualan sepertikarena sudah ada peraturan dari pemerintah mengenai sosial distancing membuat kesulitan untuk membaca media cetak yang harus memegang media cetak yang sudah dipegang orang lain (Rehansyah, 2019) Perusahaan lain memberlakukan karyawan di rumah kan atau kerja dari rumah untuk mengurangi angka kematian yang semakin lama mengningkatan di perusahaan media cetak tidak bisa karyawan kerja dari rumahkarena mereka semua harus dikantor untuk mengadakan rapat setiap sorenya untuk mengetahui berita yang kan dinaikan di koran dan wartawan juga kekantor setiap harinya, dan juga pemimpin perusahaan sudah mebuat peraturan seperti itu jika dilihat dari sosial distancing perusahaan media cetak adalah garda depan yang memberantas kasus covid-19 yang resikonya sangat tinggi untuk dilakukan setiap karyawan yang berada dilapangan (Yuwana, 2020) Oleh sebab itu akibat penuruan pendapatan media cetak itu disebabkan oleh penjualan yang sangat dratis turun di masa sekarang dan tidak mendapatkan keuntungan yang sangat besar atau kecil malah perusahaan memngalami kerugian yang sangat besar disetiap hari dan bahkan setiap bulan (Riniwati, 2016).

Metode Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian yang dilakukan, metodologi yang digunakan, serta lokasi dan waktu penelitian, penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif (Moleong & Edisi, 2004) Menurut penelitian deskriptif, suatu objek, seperangkat keadaan, kerangka konsep, atau kumpulan peristiwa terkini semuanya dapat dipelajari (Nazir, 2005:54). Menurut Creswell, kasus-kasus dalam rencana penelitian pengumpulan informasi diselesaikan dengan menggunakan proses pengumpulan data dan kerangka waktu yang dialokasikan (2010:20). Oleh karena itu, studi kasus adalah deskripsi dan penjelasan rinci dari banyak aspek dengan keterbatasan waktu dan kegiatan, dan peneliti mendapatkan semua informasi yang diperlukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data dan kerangka waktu yang ditentukan (Fitrah, 2018).

Hasil dan Pembahasan

Top Metro Media merupakan salah satu Koran lokal yang aktif di Kota Medan saat ini. Top Metro Media merupakan bagian dari Organisasi SPS Top Metro berdiri pada tanggal 28 Oktober 2016. Kantor pusat: Jl. Denai/RawaNo 221-B Tegal Sari Mandala II Medan Telp 061-7350474 email: medantopmetro@gmail.com. Kantor Top Metro Media permanen, bentuk bangunan berbentuk memanjang dan memiliki 3 lantai dan 2 ruko. Di samping itu Top Metro Media telah dikenal luas, khususnya oleh masyarakat Kota Medan. Setelah 5 tahun berdiri Top Metro Media telah banyak melahirkan karya maupun membuat kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat Kota Medan dan sekitarnya. Salah satu diantaranya seperti jalan sehat, seminar gadai emas, lomba mewarnai antar TK, SD Sekota Medan dll. Selain itu dalam karyanya Top Metro Media akan selalu membuat kegiatan yang dilakukan oleh wali kota medan setiap minggunya.

Struktur kerja jurnalistik sejalan dengan tujuannya sebagai media penyampaian informasi kepada publik, baik maupun buruk. Setiap informasi kualitatif yang dikumpulkan melalui masyarakat, termasuk konferensi pers, siaran pers, observasi, wawancara dengan ahli, jumlah tempat wisata, hotel, dan panti pijat, data pendidikan, dan naskah dari pihak terkait. informasi dari pihak terkait, seperti statistik pendidikan, jumlah tempat wisata, hotel, panti pijat, dan lain sebagainya. Semua manuskrip diterima dengan persetujuan orang-orang yang relevan dan tidak diubah dengan cara apa pun. Kantor Top Metro Media memiliki peralatan untuk mengetik berita di komputer yang terhubung langsung dengan jaringan internet; Namun, internet hanya digunakan sebagai panduan di kantor.

Gambaran Harian Top Metro Media

A. Hasil

1. Sistem Pengelolaan Media Massa

Sistem pengelolaan media massa yang digunakan di kantor Harian Top Metro Media adalah sebagai berikut: Dengan mengikuti sejumlah aturan yang telah ditetapkan oleh Top Metro Media, seperti mengelola informasi dan data yang dikumpulkan dari liputan berita, internet, dan sumber lainnya, sering kali bekerja sama dengan rekan kerja, bahasa jurnalistik yang baik digunakan dengan tetap memperhatikan kode etik jurnalistik yang mendasar (Syam, 2006).

2. Sistem Kerja

Sistem kerja yang biasa dijalankan dari pihak kantor Top Metro Media sendiri ada empat yaitu:

1. Redaksi

Porsi pemberitaan atau pencarian berita yang dilakukan wartawan disebut editorial. Ini termasuk mencari, menyimpan, menulis, dan melaporkan kepada public (Rahman, 2012).

2. Periklanan

Fungsi ini biasanya dilakukan oleh staf periklanan yang tugas utamanya adalah mencari iklan, yang dapat ditemukan di mana saja mulai dari toko, sepeda motor, penjualan kendaraan, penjualan tanah, kantor dinas, hingga kantor Bupati. Perancang iklan mengedit iklan (Nurmalasari et al., 2016)

3. Pemasaran/Promosi

Koran yang terbit di pagi hari perlu dipasarkan. Ada komponen dalam pemasaran ini, yaitu:

a. Dalam pemasaran ini, tidak hanya di kota Medan tetapi juga di lokasi dengan basis klien yang besar, seperti bandara, kurir koran dipekerjakan untuk mendistribusikan koran kepada agen yang ingin mempromosikan atau menjual koran kepada masyarakat umum di Solok, Pematang Siantar, Binjai Langkat, Tebing Dll (Suryati, 2015)

b. Penagihan

Tim pengumpul biasanya menagih sebulan sekali (Rini & Puspitasari, 2021)

c. Pracetak/Lay Out

Jurnalis yang mengelola data yang telah diolah menjadi pool surat kabar dan dibagi menurut bagian berita bertanggung jawab atas pracetak atau layout. disebut berita kriminal, Kota Medan, metropolis, Pameran/iklan, , Palang Barat, Palang Timur, Ragam, Semua Olahraga, Olahraga bola, koneksi (WATI, 2019) Setiap area berita memiliki fungsi dan kepentingan tersendiri bagi pembaca dan jurnalis, terutama dalam menjalankan tugas jurnalistik. Selain itu, setiap segmen diberi nomor halaman tertentu., seperti berita

kriminal terdapat pada posisi utama, sambungan halaman 2, Kotahalaman 3, metropolitan halaman 4, ekbis/iklan halaman 5, lintas barat halaman 6, lintas timur halaman 7, ragam halaman 8, all sport halaman 9, sport boll halaman 10, sambungan halaman 11, dan kriminal halaman 12.

B. Pembahasan

Top metro media dimasa pandemi sekarang banyak mengalami turunnya pembeli media cetak yang disebabkan oleh kecanggihan teknologi yang semakin pesat dan berkembang yang mengakibatkan media cetak tidak dibeli atau sudah mulai tidak diproduksi lagi dikalangan masyarakat yang sering membaca media cetak yaitu para orang tua dikalangan remaja/dewasa mereka memilihi kecanggihan teknologi. Dimana setiap daerah mengurangi oplah media cetak karena pembaca dimasa pandemi sudah berkurang tidak seperti yang tahun-tahun yang lalu media cetak banyak pembacanya yang sekarang sudah berahli teknologi. Seperti dimasa sekarang masa pandemi yang membuat masyarakat indonesia mengalami penurunan yang sangat drastis di perusahaan bidang media cetak dan dibidang apapun yang membuat angka ekonomi Indonesia menurun (Putri, Sissah, & Prasaja, 2021) Maka dari itu masyarakat sekarang banyak yang mengalami pengangguran yang meningkat. Khususnya di media cetak yang 2 (Dua) Tahun ini mengalami penurunan penjualan dan pendapatan yang sangat dratis dari pihak mana pun yang membuat perusahaan tersebut mengalami penuruanan pendapatan dan mengurangi karyawan, di tahun pertama Pandemi Covid-19 perusahaan masih mengalami penurunan diangka 25% dari ditahun sebelum pandemi melanda Indonesia dan ditahun ke dua pandemi perusahaan mengalami penurunan diangka 80% dari tahun sebelumnya yang membuat perusahaan tersebut mengurangi oplah media cetak dari sebelumnya yang membuat pimpinan perusahaan pun membuat strategi yang dapat membuat perusahaan itu bangkit lagi dan tetap bertahan di masa pandemi sekarang (Wijoyo, 2021) Dimasa sekarang media cetak banyak yang hampir tutup dan sudah tutup dikarenakan kecanggihan teknologi sekarang yang bisa diakses dimana-mana dengan cepat mendapatkan informasi secara aktual dan terpercaya. Media cetak dimasa pandemi pun sudah mengalami penurunan yang tidak terlalu banyak disebabkan kecanggihan yang makin hari makin canggih membuat media cetak ditinggalkan masyarakat (Putri et al., 2021).

Berikut adalah Data Penjualan Media Cetak Pada Tahun 2019-2021. Dalam bentuk tabe dalam bentuk exemplar.

**Tabel 1 Data
Penjualan Media Cetak**

Bulan	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
January	40.000	40.000	10.000
February	40.000	40.000	10.000
Maret	40.000	40.000	10.000
April	40.000	30.000	10.000

Bulan	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
Mei	40.000	30.000	10.000
Juni	40.000	30.000	10.000
Juli	40.000	30.000	10.000
Agustus	40.000	30.000	10.000
September	40.000	30.000	10.000
Oktober	40.000	30.000	10.000
November	40.000	30.000	10.000
Desember	40.000	30.000	10.000
Jumlah	480.000	390.000	120.000

Dari Data tersebut terlihat jelas perbedaan penjualan dari sejak tahun 2020 sudah mengalami penurunan yang masih tahap wajar karena penjualannya masih mengalami penurunan 10.000 untuk perbulan dan ditahun 2021 sudah mengalami penurutanana yang dratis sampai mencapai hingga 30.000 perbulan perbedaan yang sangat jauh diantara kedua tahun tersebut. oleh karena itu, strategi pemasaran perusahaan harus membangkitkan perusahaan yang sedang mengalami kerugian yang sangat besar dan tidak mendapatkan modal yang dikeluarkan oleh perusahaan (Putri et al., 2021). Berikut adalah data pendapatan perusahaan dari tahun 2019-2021 dalam bentuk rupiah

Tabel 2
data pendapatan perusahaan dari tahun 2019-2021

	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
January	Rp 120.000.000	Rp 120.000.000	Rp 30.000.000
February	Rp 120.000.000	Rp 120.000.000	Rp 30.000.000
Maret	Rp 120.000.000	Rp 120.000.000	Rp 30.000.000
April	Rp 120.000.000	Rp 90.000.000	Rp 30.000.000
Mei	Rp 120.000.000	Rp 90.000.000	Rp 30.000.000
Juni	Rp 120.000.000	Rp 90.000.000	Rp 30.000.000
Juli	Rp 120.000.000	Rp 90.000.000	Rp 30.000.000
Agustus	Rp 120.000.000	Rp 90.000.000	Rp 30.000.000
September	Rp 120.000.000	Rp 90.000.000	Rp 30.000.000
Oktober	Rp 120.000.000	Rp 90.000.000	Rp 30.000.000
November	Rp 120.000.000	Rp 90.000.000	Rp 30.000.000
Desember	Rp 120.000.000	Rp 90.000.000	Rp 30.000.000

Dari data pendapatan selama 3 tahun mengalami penurunan yang sangat drastis yang cukup membuat perusahaan tersebut kerugian, dari data tabel tersebut di tahun 2019 bulan January-Desember mendapat pendapatan yang cukup besar dan mendapat keuntungan yang cukup juga di tahun 2020 pendapatannya mengalami penurunan yang cukup sedikit dan masih mendapatkan keuntungan bagi persusahaan yang seimbang dengan pengeluaran sebulan penuh dan ditahun

2021 dimana tahun tersebut banyak karyawan yang di PHK disebabkan oleh kerugian yang sangat drastis. Maka perusahaan mengajukan untuk menurunkan oplah media cetak dan memperbanyak informasi di internet ([Rahmat, 2022](#)).

Kesimpulan

Khususnya di media cetak yang 2 (Dua) Tahun ini mengalami penurunan penjualan dan pendapatan yang sangat dratis dari pihak mana pun yang membuat perusahaan tersebut mengalami penuruanan pendapatan dan mengurangi karyawan,di tahun pertama Pandemi Covid-19 perusahaan masih mengalami penurunan diangka 25% dari ditahun sebelum pandemi melanda Indonesia dan ditahun ke dua pandemi perusahaan mengalami penurunandiangka 80% dari tahun sebelumnya yang membuat perusahaan tersebut mengurangi oplah media cetak dari sebelumnya yang membuat pimpinan perusahaan pun mebuat strategi yang dapat membuat perusahaan itu bangkit lagi dan tetap bertahan di masa pandemi sekarang.

BIBLIOGRAFI

- Azizah, Fadilah Nur, Ilham, Igo Fadilah, Aqidah, Liza Putri, Firdaus, Safira Aliyani, Astuti, Setyani Agung Dwi, & Buchori, Imam. (2020). Strategi UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal. *OECOMICUS Journal Of Economics*, 5(1). [Google Scholar](#)
- Fitrah, Muh. (2018). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher). [Google Scholar](#)
- Kusuma, Satria. (2016). Posisi Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media Online Di Indonesia. *Jurnal Interact*, 5(1), 56–71. [Google Scholar](#)
- Moleong, Lexi J., & Edisi, PRRB. (2004). *Metodelogi Penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya. [Google Scholar](#)
- Nurmalasari, Trisna, Zahara, Sita, Arisanti, Nisa, Mentari, Putri, Nurbaeti, Yulia, Lestari, Tresna, & Rahmiyani, Ira. (2016). Uji Aktivitas Antioksidan Ekstrak Buah Kupa (*Syzygium Polycephalum*) Terhadap Radnurmalasari, Trisna, Zahara, Sita, Arisanti, Nisa, Mentari, Putri, Nurbaeti, Yulia, Lestari, Tresna, & Rahmiyani, Ira. (2016). Uji Aktivitas Antioksidan Ekstrak Buah Kupa (*Syz.* *Jurnal Kesehatan Bakti Tunas Husada: Jurnal Ilmu-Ilmu Keperawatan, Analis Kesehatan Dan Farmasi*, 16(1), 61–68. [Google Scholar](#)
- Putri, Wita Khamala, Sissah, Sissah, & Prasaja, Ahmad Syukron. (2021). Dampak Wabah Covid-19 Terhadap Pendapatan Umkm Kuliner Di Kecamatan Alam Barajo Kelurahan Kenali Besar Kota Jambi. *Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*. [Google Scholar](#)
- Rahman, Yusuf. (2012). Pengantar Redaksi. *Quran And Hadith Studies*, 1(1), 1. [Google Scholar](#)
- Rahmat, Rahmat. (2022). Analisis Tingkat Pendapatan Pada Umkm Rumah Iphone Di Kota Parepare Pada Masa Pandemi Covid-19 (Tinjauan Manajemen Keuangan Syariah). *IAIN Parepare*. [Google Scholar](#)
- Rehansyah, Teguh. (2019). Peran Layouter Surat Kabar Harian Orbit Medan Dalam Menghadapi Persaingan Media Cetak Di Kota Medan. [Google Scholar](#)
- Rini, Ayu Sekar, & Puspitasari, Chandra Dewi. (2021). Kebumen Sub-Government Strategy In Increasing Land And Building Taxpayer Compliance. *E-Civics*, 10(3), 317–329. [Google Scholar](#)
- Riniwati, Harsuko. (2016). *Manajemen Sumberdaya Manusia: Aktivitas Utama Dan Pengembangan SDM*. Universitas Brawijaya Press. [Google](#)

[Scholar](#)

- Suryati, Lili. (2015). Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Deepublish. [Google Scholar](#)
- Syam, Nia Kurniati. (2006). Sistem Media Massa Indonesia Di Era Reformasi: Perspektif Teori Normatif Media Massa. Mediator: Jurnal Komunikasi, 7(1), 71–76. [Google Scholar](#)
- Ulya, Husna Ni'matul. (2020). Alternatif Strategi Penanganan Dampak Ekonomi Covid-19 Pemerintah Daerah Jawa Timur Pada Kawasan Agropolitan. El-Barka: Journal Of Islamic Economics And Business, 3(1), 80–109. [Google Scholar](#)
- Wati, Vivin Anzar. (2019). Sistem Akuntansi Penjualan Pada Pt. Riau Graindo Pekanbaru. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. [Google Scholar](#)
- Wijoyo, Hadion. (2021). Strategi Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi. Insan Cendekia Mandiri. [Google Scholar](#)
- Yuwana, Siti Indah Purwaning. (2020). Coronanomics: Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital Di Tengah Pandemi Covid-19. Journal Of Technopreneurship On Economics And Business Review, 2(1), 47–59. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Mesrawati, Putri Libriani Damanik (2022)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

