

## **EKSISTENSI MEDIA CETAK PADA MASA PANDEMI COVID -19**

Bella Dwi Syahputri Ispriadi<sup>1</sup>, Devy Anggita Putri<sup>2</sup>, Prahasti Ken Dewani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, UPN “Veteran” Jawa Timur

Email: prahastikendewani@gmail.com

***Abstract.** This article discusses the existence of print media during the Covid-19 pandemic. Now, many printed media have lost their readership significantly. The Covid-19 pandemic has become a disruption that has a negative impact on the print media industry. People choose to switch to digital media because it is easy and the information they need is faster. Changing the media used in conveying information will certainly have an impact on the future of the media itself. When the turnover of print media decreases, the print media company will go bankrupt / close and lay off employees and cut employee salaries. The method used in this article uses a qualitative descriptive approach by using a research procedure according to the latest available facts to solve a problem regarding the existence of print media during the Covid-19 pandemic. Based on the data obtained, it is explained that from 434 print media throughout January to April 2020, 71 percent of print media companies experienced a decrease in turnover of 40 percent when compared to the same period in 2019. Based on the data above, it can be seen that a decrease in media existence print during the COVID-19 pandemic. This decline certainly had an impact on the business turnover of advertisers, which resulted in a decrease in advertising budgets on various media platforms.*

**Keywords:** Covid-19, Existence, Print Media, Pandemic

**Abstrak.** Artikel ini membahas tentang eksistensi media cetak pada masa pandemi Covid-19. Saat ini, amat banyak media cetak yang kehilangan para pembacanya secara signifikan. Pandemi Covid-19 ini sudah menjadi disrupsi yang berdampak negatif bagi para industri media cetak. Masyarakat memilih beralih ke media digital karena mudah dan informasi yang dibutuhkan lebih cepat. Berubahnya media yang digunakan dalam penyampaian informasi tentu akan memberikan dampak pada masa depan dari media itu sendiri. Ketika omzet media cetak turun maka perusahaan media cetak akan mengalami bangkrut/tutup serta terjadi pemecatan pegawai dan pemotongan gaji karyawan. Metode yang digunakan dalam artikel ini dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan sesuatu tata cara riset sesuai fakta-fakta yang terdapat terbaru untuk memecahkan sesuatu permasalahan mengenai eksistensi media cetak pada masa pandemi Covid-19. Berdasarkan data yang diperoleh menjelaskan bahwa dari 434 media cetak sepanjang bulan Januari hingga bulan April 2020, terdapat 71 persen perusahaan media cetak mengalami suatu penurunan omzet dari 40 persen bila dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2019. Berdasarkan data diatas maka dapat dilihat penurunan eksistensi media cetak selama pandemi covid 19. Penurunan ini tentunya berdampak pada omzet usaha dari para pengiklan mengalami penurunan yang mengakibatkan anggaran iklan pada berbagai platform media pun menjadi semakin berkurang.

**Kata Kunci:** Covid-19, Eksistensi, Media Cetak, Pandemi

### **PENDAHULUAN**

Pada saat ini seluruh dunia sedang mengalami sebuah pandemi. Terkhususnya pandemi Covid-19 ini juga sedang terjadi di Indonesia. Direktur Jenderal WHO Tedros Adhanom Ghebreyesus mengatakan bahwa penamaan Covid-19 berawal dari empat kata, yakni Corona (CO), virus (VI), Disease (D), dan tahun 2019 (19), yaitu virus Covid-19 yang pertama kali muncul di tahun 2019 (Sumber. kompas.com Rabu 12 Februari 2020 ). Menurut situs WHO, virus corona adalah keluarga besar virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia. Pada manusia corona diketahui menyebabkan infeksi pernafasan mulai dari flu biasa hingga penyakit yang lebih parah seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS), dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). World Health Organization (WHO) sudah menetapkan penamaan Covid-19 untuk

menyebutkan virus Corona yang sedang mewabah di seluruh dunia ini. Dampak dari adanya wabah tersebut terkena pada berbagai bidang, seperti bidang ekonomi, pariwisata, transportasi, media massa dan lain-lain. Salah satu media masa yang terdampak adalah media cetak.

Media cetak merupakan segala sesuatu barang cetak yang difungsikan sebagai sarana dalam menyampaikan pesan seperti yang macam-macam media cetak pada umumnya. Media merupakan salah satu dari beragam industri yang paling terkena dampak atas tren digital yang berujung pada *disruption*. Pada saat ini tidak sedikit media cetak yang gugur di tengah jalan. Data Nielsen menunjukkan tahun 2013 tiras penjualan media cetak mencapai 23.340.175. Jumlah ini menurun 4,48 persen dibandingkan tahun 2012 yang mencapai 23.341.075. Sejauh ini Majalah Detik Epaper, Harian Jakarta Globe, dan Harian Bola sudah berhenti terbit. (Sumber. Suara.com Senin 23 November 2015) Beberapa masyarakat di Indonesia pada saat ini masih ada yang tetap bertahan dalam mempergunakan media cetak sebagai cara mencari informasi. Sedangkan masyarakat yang lainnya pada saat ini telah mulai berpaling ke arah media digital.

Ade *et al* (2020) menyatakan bahwa Digitalisasi merupakan salah satu bentuk integrasi antara media massa tradisional dan internet, sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang selama ini mengandalkan gadget berbasis internet, terutama terkait dengan pola konsumsi informasi dan hiburan, dari media massa tradisional yang beralih ke online. media. Cepatnya perkembangan teknologi pada masa kini terkhususnya internet, sudah merubah cara seseorang mempergunakan media bahkan diseluruh dunia. Berubahnya bentuk penyampaian informasi atau pesan dari bentuk cetak kepada online tentu saja akan memberikan dampak pada masa depan dari media itu sendiri. Dampak dari pandemi terhadap media cetak mengenai dengan eksistensi atau peran sebagai sebagai penyampai pesan untuk seluruh masyarakat di negaranya.

Menurut Sjafirah dan Prasanti (2016), eksistensi didefinisikan sebagai suatu keberadaan. Keberadaan yang di maksudkan ini ialah terdapatnya pengaruh akan ada atau tidak adanya sesuatu. Eksistensi ini harus “diberikan” seseorang kepada orang lain, sebab dengan adanya respon dari orang lain ini akan membuktikan bahwasanya keberadaan atau seseorang itu diakui. Menurut Agus Sudibyo dari Dewan Pers mengutip dari hasil pendataan dari Serikat Perusahaan Pers atau yang disingkat SPS terhadap 434 media cetak disepanjang bulan Januari hingga bulan April 2020, terdapat 71 persen perusahaan media cetak mengalami suatu penurunan omzet dari 40 persen bila dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2019. Sedangkan 50 dari perusahaan pers media cetak sudah melakukan pemotongan gaji karyawannya dengan besaran 2 hingga 30 persen.

Pesatnya suatu perkembangan dari teknologi informasi serta komunikasi ini, juga membawakan arah perubahan yang besar terhadap industri media terkhususnya media cetak meliputi tabloid, koran serta majalah. Beiringan dengan berkembangnya teknologi, media cetak kini sudah mengalami beragam perubahan baik itu dari sisi bahasa, perwajahan, kualitas informasi atau pesan yang selaras dengan perubahan masyarakat serta teknologi yang mendukungnya. Hadirnya media online di era globalisasi sudah menambahkan perbendaharaan media baru atau yang biasa disebut new media. Media online ini ialah salah satu dari beragam produk teknologi informasi yang sudah berhasil merambah dunia baru melewati jaringan internet. Para pembaca yang telah biasa memperoleh informasi melewati media cetak meliputi koran serta majalah, kini bisa dengan mudahnya memperoleh beragam informasi atau pesan yang dibutuhkan dengan memanfaatkan adanya jaringan internet.

Pada saat ini industri media cetak tidak hanya menghadapi persaingan dengan sesama media cetak, akan tetapi juga menghadapi persaingan baru dengan pers multimedia dari berbagai platform serta keunggulannya. Pada saat ini amat banyak media cetak yang jadi kehilangan para pembaca yang

biasa membaca media cetak secara signifikan. Dan di sisi lain pula, oplah serta pendapatan iklan pun mengalami penurunan. Bahkan, beberapa pemilik industri media cetak kini mewajibkan para wartawannya untuk dapat menghadirkan pendapatan baik itu melewati iklan ataupun berita promosi.

Pandemi Covid-19 inipun sudah menjadi disrupsi yang mengakibatkan dampak negatif bagi para industri media cetak. Dampak lain dari pandemi inipun dapat menyebabkan omzet perusahaan para pengiklan mengalami penurunan yang menyebabkan anggaran untuk iklan di beragam macam platform mediapun menjadi semakin berkurang. Penelitian ini memfokuskan pada eksistensi dari media cetak di masa pandemic Covid-19 mengenai teknologi dan dampak bagi industri media cetak. Hingga tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui kondisi media cetak di masa pandemi Covid-19.

Menurut Sjaifirah dan Prasanti (2016:3-4), eksistensi dapat artikan sebagai keberadaan. Yang mana keberadaan yang dimaksud ini ialah adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita. Eksistensi ini harus “diberikan” seseorang kepada orang lain, sebab dengan adanya respon dari orang lain ini akan membuktikan bahwasanya keberadaan atau seseorang itu diakui. Dalam kamus bahasa Indonesia, diterangkan bahwasanya eksistensi memiliki arti keberadaan, keadaan, dan adanya. Selain dari itu dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) dikemukakan pula bahwasanya eksistensi itu keberadaan, adanya. Berdasarkan dari kedua penjelasan tersebut, maka yang dimaksudkan dengan eksistensi ialah suatu keberadaan ataupun keadaan kegiatan usaha yang masih ada baik itu dari dulu hingga sampai sekarang serta masih di terima oleh lingkungan masyarakatnya, serta keadaannya itu lebih dikenal ataupun lebih eksis di kalangan masyarakat.

Secara harafiah, media berawal dari kata latin yang merupakan bentuk jamak dari kata ‘medium’, yang memiliki arti ‘perantara’ ataupun ‘pengantar’. Hal ini berarti media ialah perantara ataupun pengantar informasi dari sumber informasi pada penerima informasi. Sedangkan secara harafiah percetakan berarti sebuah proses dalam melakukan produksi tulisan ataupun gambar, terkhusus dengan mempergunakan tinta di atas kertas, yang mana di lakukan secara masal dengan mempergunakan mesin cetak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwasanya media cetak ialah sebuah perantara ataupun pengantar informasi dari sumber informasi pada penerima informasinya, baik itu berupa tulisan ataupun gambar yang di cetak dengan mempergunakan tinta di atas kertas.

Media cetak ialah segala sesuatu barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana dalam menyampaikan informasi atau pesan seperti macam-macam media cetak pada umumnya. Media cetak ialah salah satu dari beragam jenis media massa yang dicetak pada lembaran kertas. Media cetakpun bisa di definisikan sebagai suatu kegiatan yang memiliki kaitan dengan proses produksi teks dengan mempergunakan tinta, dan huruf serta kertas, ataupun bahan cetak yang lainnya. Media cetakpun bisa di kelompokkan ke dalam beragam jenis yaitu surat kabar, majalah khusus, majalah berita, newsletter, dan lainnya.

Fungsi ataupun peranan dari media cetak di antaranya adalah yang pertama, yakni sebagai media informasi yang dapat mencerahkan. Yang kedua, yakni sebagai media pendidikan yang dapat mencerdaskan. Yang ketiga, yakni meningkatkan intelektual kehidupan bermasyarakat. Yang keempat, dapat membantu atau mendorong dalam memperkuat kesatuan nasional. Adapun jenis-jenis media cetak ini yakni, seperti surat kabar harian yakni jenis media cetak yang diterbitkan pada saat setiap hari. Jenis dari media cetak ini masih dikategorikan menjadi surat kabar harian local, surat kabar harian daerah, serta surat kabar harian nasional.

*Corona Virus Disease* 2019 sudah menghantui mayoritas dari pikiran pada saat ini. Penyakit ini yang disebabkan oleh virus sudah dikatakan sebagai pandemi. Asal muasal terjadinya infeksi

saluran napas akibat virus ini terdapat di Wuhan pada saat desember tahun 2019. Coronavirus Disease 2019 ialah penyakit menular yang mana di sebabkan oleh Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2). SARS-CoV-2 ialah corona virus yang merupakan jenis baru yang belum pernah dilakukan identifikasi sebelumnya kepada manusia. Terdapat setidaknya ada dua jenis coronavirus yang di ketahui dapat menyebabkan penyakit yang bisa memunculkan gejala yang berat seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) serta Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Yang mana tanda serta gejala umum infeksi Covid-19 ini antara lain merupakan gejala gangguan pernapasan akut meliputi batuk, demam, serta sesak napas. Lama masa inkubasi ini rata-rata lima hingga enam hari dengan masa inkubasi paling lama di 14 hari atau 2 minggu. Penderita Covid-19 pada kasus yang berat bisa mengakibatkan sindrom pernapasan akut, pneumonia, gagal ginjal, serta kematian.

### **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Bungin (2012) menjelaskan pendekatan kualitatif sebagai tahapan riset kualitatif melampaui bermacam tahapan berpikir kritis ilmiah, yang mana seseorang peneliti mengawali berpikir secara induktif, yakni menangkap bermacam fakta ataupun fenomena-fenomena sosial, melalui pengamatan di lapangan, setelah itu menganalisisnya serta kemudian berupaya melaksanakan teorisasi bersumber pada apa yang diamati. Penelitian ini pula mempergunakan tipe penelitian deskriptif. Menurut Sugiono (2017) penelitian deskriptif ialah sesuatu tata cara riset sesuai fakta-fakta yang terdapat terbaru untuk memecahkan sesuatu permasalahan dengan mempergunakan metode penyelidikan dapat berbentuk penggambaran objek serta subjek serta dapat berbentuk orang, lembaga, warga serta yang lainnya.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Media merupakan alat saluran komunikasi. Secara harafiah, media berawal dari kata latin yang merupakan bentuk jamak dari kata ‘medium’, yang memiliki arti ‘perantara’ ataupun ‘pengantar’. Media cetak ialah sebuah perantara ataupun pengantar informasi dari sumber informasi pada penerima informasinya, baik itu berupa tulisan ataupun gambar yang di cetak dengan mempergunakan tinta di atas kertas. Dengan adanya media, maka terjadilah sebuah komunikasi, karena komunikasi ialah suatu proses penyampaian pesan dari satu individu kepada individu lainnya.

Terdapat aspek-aspek dari media massa yang membuat media massa menjadi penting hingga memperlihatkan karya serta ide melewati media massa ialah hal yang strategis. Untuk yang pertama, daya jangkau yang luas untuk menyebarkan informasi yang dapat melampaui batas dari suatu wilayah, demografis, kelompok umur, status sosial, jenis kelamin, dan perbedaan paham beserta orientasi. Yang kedua ialah kecakapan media dalam menggandakan pesan yang amat luar biasa. Dan yang ketigai ialah media massa bisa mempublikasikan suatu ide ataupun karya yang sesuai pandangannya sendiri. Serta terakhir yang keempat yakni dengan fungsi menetapkan agenda yang dipunyainya, suatu media massa mempunyai banyak kesempatan yang amat luas dalam mempublikasikan suatu ide ataupun karya orang lain. Media massa atau sering disebut dengan media jurnalistik, merupakan alat bantu utama dalam proses komunikasi massa. Menurut Bittner (1986) komunikasi masa adalah pesan yang dikomunikasikan melewati media masa pada sejumlah besar orang. Dari pengertian tersebut dapat dilihat bahwasanya komunikasi masa ini harus dilakuakn dengan menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk ke dalam media massa adalah media elektronik seperti siaran radio dan siaran televisi serta media cetak seperti majalah dan surat kabar, dan media film seperti film di bioskop.

Berkembangnya media online pada masa kini sungguh menjadi ancaman bagi media cetak. Begitu epatnya perkembangan internet yang terjasdi sedah menjadikan masyarakat untuk dapat melakukan akses pada media online dengan cara yang amat mudah menggunakan *cellphone* ataupun *gadget*. Media cetak kini mulai semakin terancam akan keberadaannya, hal ini bisa menyebabkan para pembaca yang setia membaca melalui media cetak kemungkinan besar akan beralih kepada media online. Kenyataan tersebut memang benar-benar mengancam bagi industry media cetak. Meskipun begitu, media cetak masih mempunyai suatu karakter yang khas yakni berita yang diterbitkan sangatlah lengkap, jelas, serta rinci. Sedangkan media online meskipun penyebarannya emang lebih kilat, terbaru serta kontinu. Akan tetapi, untuk dapat melakukan akses pada media online perlu mempergunakan alat yang memiliki koneksi dengan teknologi internet. Oleh karena itu, sebagian besar atau mayoritas media cetak pasa saat ini telah membuat media online pula guna melakukan pendampingan pada media cetak yang telah diterbitkan.

Sebelum teknologi internet ini mengalami perkembangan yang pesat seperti masa kini, koran (media cetak), televisi (media film) dan radio (media suara) ialah sumber informasi yang utama dipergunakan oleh masyarakat. Meski televisi serta radio ini menawarkan kecepatan dari suatu informasi, akan tetapi koran sebagai media cetak lah yang menjadi pemenangnya terkhususnya dalam perihal pendalaman berita. Cepatnya perkembangan dari teknologi informasi serta komunikasi ini, telah membuat media cetak menjadi semakin kehilangan eksistensinya. Menurut Sjaifirah dan Prasanti (2016:3-4), eksistensi dapat artikan sebagai keberadaan. Eksistensi ialah suatu keberadaan ataupun keadaan kegiatan usaha yang masih ada baik itu dari dulu hingga sampai sekarang serta masih di terima oleh lingkungan masyarakatnya, serta keadaannya itu lebih dikenal ataupun lebih eksis di kalangan masyarakat.

Tabel 1. Penurunan Jumlah Media Cetak Tahun 2011-2017

No	Tahun	Jumlah
1	2011	1.361
2	2012	1.324
3	2013	1.254
4	2014	1.321
5	2015	1.218
6	2016	810
7	2017	793

Sumber: Serikat Penerbit Pers.

Menurut pendataan dari Serikat Penerbit Pers (SPS), penurunan jumlah media cetak ini amat begitu terasa pada saat tahun 2015. Hal ini dapat terlihat dari semakin berkurangnya jumlah media cetak secara signifikan dalam kurun waktu itu, meskipun penurunan ini sudah mulai terjadi sejak dari tahun 2012 dalam jumlah yang sangat kecil. Penurunan yang terasa tajam pada jumlah media cetak paling terasa pada saat tahun 2015 dari 1.321 media cetak di tahun 2014 yang menjadi 1.218 di tahun 2015. Dua tahun selanjutnya mengalami penurunan yang lebih drastic lagi, yakni menjadi 810 media cetak pada saat tahun 2016 serta selanjutnya menjadi 793 pada saat tahun 2017. Pada saat ini amat banyak media cetak yang jadi kehilangan para pembaca yang biasa membaca media cetak secara signifikan. Dan di sisi lain pula, oplah serta pendapatan iklan pun mengalami penurunan. Bahkan, beberapa pemilik industri media cetak kini mewajibkan para wartawannya untuk dapat menghadirkan pendapatan baik itu melewati iklan ataupun berita promosi.

Tabel 2. Penurunan Oplah Media Cetak Tahun 2011-2017

No	Tahun	Jumlah
1	2011	25.245.076
2	2012	23.345.753
3	2013	22.381.508
4	2014	23.336.020
5	2015	21.545.863
6	2016	19.078.823
7	2017	17.175.238

Sumber: Serikat Penerbit Pers.

Penurunan dari jumlah media cetak di berbagai jenis juga mengalami dampak langsung pada oplahnya. Bila melihat data dari SPS dalam jangka waktu 7 tahun ini, penurunan telah mulai terlihat pada saat tahun 2011. Pada tahun 2011 tersebut jumlah oplah untuk per tahun nya media cetak masih berada di kisaran 25 juta eksemplar. Pada tahun-tahun selanjutnya jumlah oplah mengalami penurunan secara terus menerus, sampai pada akhirnya di tahun 2017 dengan data jumlah oplah menjadi 17 juta eksemplar.

Industri media cetak pada saat ini juga dihadapkan dengan pandemi Covid-19 ini yang menjadikan dampak terhadap penurunan pendapatan dari sebuah iklan. Dengan adanya jumlah plafon anggaran yang amat terbatas dalam beriklan bagi suatu perusahaan, utamanya prioritas akan mengalami pergeseran dari suatu media konvensional menjadi media baru yang dapat dianggap yang paling banyak di akses oleh masyarakat seperti media online. Seorang wartawan senior yakni Endy Bayuni menjelaskan, pada saat ini pendapatan yang biasa didapatkan media mengalami penurunan yang drastis akibat dari pandemic Covid-19. Pandemi ini yang terjadi pada saat awal tahun 2020 mulai melumpuhkan roda ekonomi di Indonesia, yang mana hal tersebut berdampak kepada pemangkasan belanja iklan suatu perusahaan di media. Kondisi pandemi Covid-19 ini malah memperparah keberlanjutan dari media cetak yang pada masa kini sedang tergerus oleh media online.

Pandemi Covid-19 ini pun sudah menjadi sebuah disrupsi yang membawakan suatu dampak yang negatif bagi para industri media cetak. Dampak lain dari pandemi ini menjadi penyebab suatu omzet usaha dari para pengiklan mengalami penurunan yang mengakibatkan anggaran iklan pada berbagai platform mediapun menjadi semakin berkurang. Belanja iklan di Indonesia mengalami penurunan yang amat tajam pada bulan April sebab mayoritas pembelanja iklan besar ini mengurangi aktivitasnya pemasaran mereka di tengah pandemi virus corona.

Pada masa pandemic Covid-19 ini, menurut Agus Sudibyo dari Dewan Pers mengutip dari hasil pendataan dari Serikat Perusahaan Pers atau yang disingkat SPS terhadap 434 media cetak disepanjang bulan Januari hingga bulan April 2020, terdapat 71 persen perusahaan media cetak mengalami suatu penurunan omzet dari 40 persen bila dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2019. Sedangkan 50 dari perusahaan pers media cetak sudah melakukan pemotongan gaji karyawan nya dengan besaran 2 hingga 30 persen dan juga 60 persen melakukan pengurangan pada jam siaran, bahkan hampir semua melakukan pengurangan pada daya pancar serta penundaan pengeluaran. Tentu saja pada kondisi ini akan memaksa industri media cetak untuk melakukan pengurangan pada jumlah halamannya secara perlahan-lahan, melakukan pemotongan gaji untuk karyawan serta merumahkan sebagian dari karyawannya juga yang dikarenakan oleh minimnya pendapatan dari suatu iklan supaya industry media cetak ini tetap dapat bertahan pada kondisi krisis seperti saat ini.

Buruknya suatu situasi ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi ini menjadi pukulan serius untuk ekonomi suatu media di Indonesia. Terlebih lagi sebelum pandemi ini tiba, media di Indonesia pula telah bergulat dengan permasalahan turunnya perolehan iklan akibat persaingan dengan industri raksasa teknologi global yang merebut jatah lebih banyak dari iklan digital. Pertumbuhan baru ini mendesak media melaksanakan beberapa aksi ekstrem untuk kurangi pengeluaran dikala pendapatan menurun, yang itu sesudah itu berakibat kepada nasib para pekerjanya termasuk jurnalis. Tantangan paling besar yang dirasakan oleh jurnalisme media cetak terhadap konten pada media digital ialah akurasi dari informasi beiringan dengan amat cepatnya distribusi informasi yang terjadi melewati internet. Nielsen Indonesia, suatu industri data serta pengukuran, memberi tahu pada hari Selasa jika total belanja iklan turun 25 persen bulan ke bulan jadi US\$ 235 juta atau setara dengan Rp 3,5 triliun pada minggu ketiga di bulan April tahun 2020, sesudah kenaikan konstan sebelum pandemic Covid-19.

Turunnya pemasukan dari iklan ini pula disebabkan berkembangnya suatu media digital. Banyak pengiklan pada saat ini lebih memilah influencer di media sosial dari pada institusi media mainstream konvensional. Industri rela membayar influencer ini bahkan lebih besar dari pada tarif iklan di media mainstream. Tidak terlepas dari perkara itu, media cetak sebetulnya masih menarik sebab data yang diterbitkan pun masih dapat disimpan serta bila dibutuhkan dapat dipergunakan kembali. Di samping itu, kabar yang disajikan di dalam media cetak isinya masih dapat dipertanggungjawabkan sebab pembuatannya telah lewat proses editing. Di samping itu, media cetak dikira lebih sanggup menghindari data yang tidak layak dan menyajikan kabar secara lebih akurat. Banyak metode yang dapat dicoba pengelola media cetak supaya terus eksis di tengah serangan media online, ialah dengan menyuguhkan kabar mendalam serta unik yang tidak diinformasikan media online. Berikutnya pengolahan informasi, revisi tata bahasa, dan desain tampilan juga wajib terbuat dengan sangat menarik.

Walaupun terletak dalam suasana tidak mudah, tetapi media massa di Indonesia membagikan kontribusi besar dalam melawan pandemi Covid-19 lewat penayangan iklan layanan warga mengenai sosial distancing, jangan dulu mudik, serta cara mencuci tangan yang baik dan benar. Pula menginformasikan pertumbuhan situasi, perebakan sampai upaya menciptakan vaksin serta stimulus ekonomi untuk masyarakat yang terpapar. Kedudukan besar media ini dinilai tidak dapat dipandang sebelah mata.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penjelasan hasil dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya keadaan industri media cetak di Indonesia ini mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan ini tentunya berdampak pada omzet usaha dari para pengiklan mengalami penurunan yang mengakibatkan anggaran iklan pada berbagai platform mediapun menjadi semakin berkurang. Berdasarkan data yang diperoleh menjelaskan bahwa dari 434 media cetak disepanjang bulan Januari hingga bulan April 2020, terdapat 71 persen perusahaan media cetak mengalami suatu penurunan omzet dari 40 persen bila dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2019. Menyikapi dari hal tersebut akan dapat dilihat juga bahwa eksistensi media cetak mengalami penurunan pada masa pandemic Covid-19, hal ini seperti 50 dari perusahaan pers media cetak sudah melakukan pemotongan gaji karyawannya dengan besaran 2 hingga 30 persen dan juga 60 persen melakukan pengurangan pada jam siaran, bahkan hampir semua melakukan pengurangan pada daya pancar serta penundaan pengeluaran.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anwar, D. (2003). Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. Surabaya: Amelia.
- Aw, S. (2010). Komunikasi Sosial Budaya. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bungin, B. (2007). Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya Edisi Kedua. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Devianty, R. (2020). Eksistensi Bahasa Indonesia Pada Masa Pandemi. *Nizhamiyah*, 10(2), 27-41.
- Ebta Setiawaan. (2011). Kamus Bahasa Indonesia. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Kusuma, A., Adiasri P.P., Riswari C. R. A., Tutiasri, R. P. (2020) *Is Online Media More Popular Than Traditional Media To Advertise A Brand In The Digital Age?*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(1). DOI : <https://doi.org/10.33005/jkom.v3i1.62>
- Kementerian Kesehatan RI. (2020). *PEDOMAN PENCEGAHAN DAN PENGENDALIAN 3 CORONAVIRUS DISEASE (COVID-19) REVISI KE-5*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
- Litha, Y. (2020, Mei 30). *Pandemi Corona Ikut Pukul Industri Media*. (VOA Indonesia) Retrieved Oktober 23, 2020, from <https://www.voaindonesia.com/a/pandemi-corona-ikut-pukul-industri-media/5442061.html>
- Made Suyasa, I. N. (2020). Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 1(1), 56-64.
- Manan, A. (2018). *Ancaman Baru Dari Digital Laporan Tahunan AJ 2018*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen.
- Manan, A., & Ningtyas, I. (2020). *Ancaman Baru Dari Digital Laporan Tahunan AJI 2020*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen.
- Rahman, D. F. (2020, Mei 13). *Ad spending plunges as companies reduce marketing activities amid outbreak*. (The Jakarta Post) Retrieved Oktober 24, 2020, from <https://www.thejakartapost.com/news/2020/04/28/chinese-seen-staying-close-to-home-for-first-major-holiday-since-coronavirus.html>
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sjafirah. N. A., P. D. (2016). Penggunaan Media Komunikasi dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara. Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara. *JIPSI*, 6(2), 39-50.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Yuliana. (2020). Menjaga Kesehatan Mental Lansia Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Biologi di Era Pandemi COVID-19*, 6-10.