

**UJIAN SEMESTER MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**  
**SEMESTER GENAP: 1/ 2019/2020 (ANGKATAN 5)**

**MATA KULIAH** : MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA  
**DOSEN PENGAMPU** : Dr .Ir RATU MUTIALELA.CAROPEBOKA ., M.S  
**TANGGAL** : SABTU ,13Juni 2020  
**WAKTU** :Dikumpulkan 15 juni 2020 (melalui WA 081368302192)

---

SOAL :

1. Mengelola usaha dengan baik adalah mengelola masa depan dan mengelola masa depan adalah mengelola informasi.

Analiskan , bagaimana dalam situasi Pandemi COVID-19 dan situasi lingkungan makro yang berkaitan dengan demografi, ekonomi, teknologi, politik, hukum, sosial, budaya mempengaruhi masa depan Bangsa dan produk yang dihasilkan oleh suatu usaha..

1. Pembeli membentuk harapan melalui pengalaman, pendapat orang lain, dan komentar khalayak. Salah satu pertimbangan khalayak adalah **memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal**, maka apa yang harus dilakukan oleh seorang pembisnis Media agar tercapai tujuan bisnis dan dan memenuhi harapan pelanggan . analiskan .

2. Teori Efek Media Massa pada Teori ini dibahas mengenai perubahan pada diri seseorang akibat dipengaruhi oleh media massa. Banyak teori efek media massa dalam komunikasi persuasif yang berkembang, diantaranya: bahwa media massa sangat ampuh untuk mengubah perilaku .

Bagaimanakah peranan Redaktur/Pimpinan dari suatu Perusahaan Media dapat merubah cara berpikir /mind set/ perilaku Khalayak , jelaskan dan analiskan pendapat sdr.

SOAL TAMAT



UJIAN SEMESTER MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
SEMESTER GENAP : 1/2019/2020 (ANGKATAN 3)

NAMA : ANDRIANSYAH  
NIM : 182910030  
MATA KULIAH : MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA  
DOSEN PENGAMPU : Dr .Ir RATU MUTILAE LA CAROPEBOKA ., M.S

**1. Mengelola usaha dengan baik adalah mengelola masa depan dan mengelola masa depan adalah mengelola informasi.**

**Analiskan, bagaimana dalam situasi pandemi Covid 19 dan situasi lingkungan makro yang berkaitan dengan demografi, ekonomi, teknologi, politik, hukum, sosial, budaya mempengaruhi masa depan bangsa dan produk yang dihasilkan oleh suatu usaha..**

Ya memang dengan mengelola usaha sama dengan mengelola masa depan, dan masa depan mengelola informasi.

Tapi dengan adanya pandemi Covid 19 ini membuat situasi di lingkungan makro bisa dibalang keteteran. Bagaimana tidak, dengan sistem yang selama ini mereka lakukan harus berubah dengan adanya wabah ini. Kita bahas satu persatu,

Dari segi demografi pelaku usaha mikro tentu tidak siap dengan wabah ini, dengan perubahan migrasi penduduk yang biasanya membeli produk mereka secara langsung tapi dengan adanya wabah ini mereka bingung dengan sepinya pembeli. Dari segi ekonomi apalagi, baik usaha yang mempunyai skala besar maupun skala kecil semua mengalami penurunan. Kalau dari segi teknologi mempunyai positif dan negative tentunya, bagi pelaku usaha yang sudah siap dengan sistem serba digital tentu tidak begitu merasa kesulitan untuk memasarkan produk yang mereka hasilkan, tapi bagaimana mereka pelaku usaha yang bisa dikatakan gagap teknologi? Tentu ini menjadi hambatan.

Kalau dari segi politik dan hukum bagi mereka pelaku usaha mikro tentu pembahsan ini dikesampingkan, bagaimana tidak. Untuk memikirkan kelancaran usaha mereka saja mereka bingung apalagi mau memikirkan politik dan hukum. Yang tentu berdampak bagi Pilkada yang telah diundur jadwalnya.

Sekarang jika dilihat dari segi sosial dan budaya, dengan adanya wabah ini interaksi sosial budaya yang biasanya terjadi dalam sistem jual beli di lingkungan makro menjadi hilang, biasanya saling sapa, tawar menawar harga, mengecek kondisi barang sebelum dibeli, ini semua tradisi budaya di dalam masyarakat kita.

- 2. Pembeli membentuk harapan melalui pengalaman, pendapat orang lain dan komentar banyak khalayak. Salah satu pertimbangan khalayak adalah memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal, maka apa yang harus dilakukan oleh seorang pembisnis media agar tercapai tujuan bisnis dan memenuhi harapan pelanggan . analisisan.**

Bagi pelaku bisnis media untuk memenuhi harapan pelanggan haruslah konsisten dengan kualitas produk mereka, dengan konsisten mereka akan berdampak positif bagi pelanggan yang sudah memakai jasa atau produk mereka. Bisnis media merupakan aktifitas komersial yang dilakukan dengan menggunakan media massa, jadi para pelaku harus jeli mengatur strategi pemasaran mereka, misal menyelipkan iklan deprogram-program TV yang sering ditonton ibu-ibu dirumah.

- 3. Teori efek media massa : pada teori ini dibahas mengenai perubahan pada diri seseorang akibat dipengaruhi oleh media massa. Banyak teori efek media massa dalam komunikasi persuasif yang berkembang, diantaranya : bahwa media massa sangat ampuh untuk merubah perilaku.**

**Bagaiman peranan Redaktur/Pimpinan dari suatu Perusahaan Media dapat merubah cara berpikir/mind set/ perilaku khalayak , jelaskan dan analisisan pendapat saudara.**

Pada dasarnya media adalah alat untuk menerima informasi bagi masyarakat. Jadi tidak dapat dipungkiri jika apa yang masyarakat lihat dan dengan dimedia mau tidak mau mereka terima, tetapi sejauh ini bukan hanya media cetak yang masyarakat terima, ada media sosial misalnya yang bisa masyarakat akses secara langsung.

Disini kita bahas peranan seorang pimpinan perusahaan media, ya sama-sama kita ketahui rata-rata pemilik perusahaan media di Negara kita mempunyai kepentingan masing-masing. Itupun masuk kategori milik pribadi atau swasta bisa dibilang, jadi menurut saya tergantung pimpinan tersebut mau merubah pola pikir masyarakat dalam segi apa dulu, jadi peranan Pimpinan media harus pandai-pandai memilih berita atau informasi apa yang kira-kira bisa diterima oleh masyarakat.

## UJIAN SEMESTER (UAS)

MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI

---

Nama : Annisatul Mardiah

NIM : 182910029

UAS

1. Mengelola usaha dengan baik adalah mengelola masa depan dan mengelola masa depan adalah mengelola informasi.

Analiskan , bagaimana dalam situasi Pandemi COVID-19 dan situasi lingkungan makro yang berkaitan dengan demografi, ekonomi, teknologi, politik, hukum, sosial, budaya mempengaruhi masa depan Bangsa dan produk yang dihasilkan oleh suatu usaha.

**Jawab :**

Virus corona telah membawa dampak negatif besar terhadap perekonomian Indonesia. Sejumlah pemutusan hubungan kerja (PHK) mulai terjadi. Pasalnya, virus corona telah mengganggu mata rantai produksi industri sehingga perputaran bisnis tak lancar, sementara kewajiban para pengusaha tetap harus berjalan Semenjak WHO (World Healthy Organization) mengumumkan bahwa COVID-19 merupakan pandemi dunia, perilaku konsumen di berbagai sektor bisnis berubah. Konsumen menjadi sangat berhati-hati untuk melakukan konsumsi dan berusaha untuk menjaga diri dan keluarganya untuk tetap bertahan di situasi ini. Tidak ada lalu lintas dan aktifitas yang normal seperti beberapa bulna lalu. Tidak heran jika krisis kesehatan berdampak pada krisis ekonomi secara bersamaan.

krisis COVID-19 tetaplah krisis yang berdampak pada ekonomi. Para konsumen cenderung untuk menahan diri melakukan konsumsi dan memilih untuk memiliki uang secara tunai. Dampaknya adalah peningkatan transaksi terjadi di pegadaian sebesar 82%.

Dari uang yang didapatkan dari pegadaian tersebut selain digunakan untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman. Juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan farmasi yang diharapkan bisa memberikan perlindungan kesehatan di masa krisis virus corona. Perilaku ini terlihat dari

## UJIAN SEMESTER (UAS)

### MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

#### DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI

---

peningkatan dari sektor farmasi sebesar 223%. Hal yang paling menarik dari data ini adalah, bagaimana Yelp juga menemukan fenomena peningkatan transaksi di sektor senjata. Bisa jadi hal ini terjadi karena tidak adanya kepastian dan tingkat stres yang tinggi mengakibatkan masyarakat menjadi lebih waspada dan berhati-hati. Akibatnya, konsumen menjadi ingin melindungi diri dari kemungkinan-kemungkinan buruk seperti perampokan atau sengketa. Begitu juga dengan peningkatan aktifitas di penyedia alat-alat berburu dan memancing. Pertumbuhannya mencapai 155% yang menandakan bahwa konsumen berusaha untuk bisa tetap bertahan hidup di situasi terburuk. Yakni dengan menemukan makanan dan konsumsi secara mandiri, selain itu alat-alat berburu juga bisa digunakan untuk melindungi diri.

#### **Dampak positif**

1.TERSEDIANYA WAKTU LEBIH UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK Seringkali pelaku kreatif hanya fokus ke develop produk tanpa memperhitungkan proses QC (Quality Control) dan upgrade produk. Nah dengan adanya hambatan ini membuat ada kesempatan untuk berfikir kembali apa yang akan kita kembangkan kedepan untuk bisa laku di pasaran.

2.BANYAK IDE KREATIF YANG MUNCUL Terkadang produk yang kita siapkan tidak sesuai dengan momen yang ada. Misal: Kita mau jualan tiket wisata disaat banyak tempat lockdown atau pembatasan wilayah. Hal ini yang membuat pemilik usaha / produk harus berfikir lebih kritis dan kreatif untuk mencari celah peluang bisnis yang bisa dijalankan. Semisal: Pelaku tiketing online pivot menjadi jual beli merchandise pariwisata dari daerah wisata.

3.WAKTU UNTUK SELF IMPROVEMENT (BELAJAR SENDIRI) LEBIH BANYAK Dengan perkembangan teknologi saat ini dan banyaknya platform penyedia pelatihan online membuat kita lebih mudah dalam mengakses hal hal tersebut untuk menguatkan personal knowledge kita. Bahkan efek dari School From Home (SFH) membuat orang tua juga harus bisa self improvement dalam mengajari anak-anaknya untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh pengajar di sekolah. Begitupun dengan mahasiswa harus lebih

## UJIAN SEMESTER (UAS)

MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI

---

banyak referensi untuk bisa mengerjakan tugas dari Dosen dengan mengakses beberapa referensi online yang tersedia.

4.WAKTU BERKUMPUL LEBIH LAMA DENGAN KELUARGA Terus menerus bekerja juga menjadi hal yang sebenarnya negatif untuk kesehatan rohani. Saat ini adalah waktu yang tepat untuk banyak berkumpul dengan keluarga di rumah. Walaupun melakukan pekerjaan dirumah namun tetap bisa bercengkrama dengan keluarga yang ada di rumah. Level kebahagiaan akan naik dan membuat kita semakin awet muda dan serta lebih sehat tentunya.

5.KESADARAN UNTUK PUNYA BANYAK RENCANA Adanya pandemic ini juga mengajarkan pelaku industri untuk harus memiliki banyak plan / rencana proyeksi. Mempertimbangkan kondisi, moment dan waktu yang kadang tidak bisa kita prediksi sehingga harus lebih cermat dalam membuat business plan / proyeksi keuangan. Tentunya dengan menyiapkan beberapa alternatif yang bisa diterapkan ketika terjadi kondisi darurat seperti saat ini.

6.HARUS LEBIH MELEK TEKNOLOGI Ini hal yang penting karena hampir sebagian besar aktifitas kita lakukan secara online. Mulai dari belajar, diskusi, jualan bahkan beribadah sekarang dilakukan secara online. Hal ini juga memaksa kita untuk lebih bisa menerima perkembangan teknologi saat ini. Industri kreatif berbasis aplikasi juga diuntungkan dengan hal ini karena produknya bisa digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan.

### **Sektor yang tumbuh negatif**

Ada sektor yang tumbuh positif, tentu saja ada sektor yang tumbuh negatif di tengah krisis COVID-19. Melihat data yang dilansir Yelp, mayoritas sektor yang tumbuh negatif adalah sektor-sektor sekunder yang tidak pemenuhannya tidak terlalu penting bagi para konsumen. Contohnya seperti toko-toko gaun pengantin yang menurun hingga 63%. Di situasi krisis seperti saat ini tentu sangat sedikit orang yang nekad untuk tetap mengadakan pesta pernikahan. Terlihat pula penurunan transaksi dari sektor barang bekas dan kuno yang mencapai 64%. Pengeluaran konsumen untuk barang-barang hobi tentu tidak

## UJIAN SEMESTER (UAS)

### MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

#### **DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI**

---

menjadi prioritas di masa konsumen harus menghemat uang dan memegang uang tunai. Sementara beberapa sektor mengalami tumbuh negatif dikarenakan adanya pelarangan aktifitas di luar rumah. Misalnya seperti sektor parkir yang negatif sebesar 63%, kemudian pusat perbelanjaan yang menurun sebesar 58% dan toko-toko pinggir jalan yang turun sebesar 41%. Begitu juga dengan sektor bisnis perawatan dan penitipan anak yang menurun sebesar 41%. Sektor-sektor sekunder lain yang tidak menjadi kebutuhan utama di masa krisis adalah sektor hiburan. Sektor hiburan tentu saja hanya akan menjadi kebutuhan dasar dapat terpenuhi. Contoh sektor yang terdampak adalah sektor Bar Tapas yang sering digunakan untuk hiburan malam hari usai konsumen bekerja penat seharian. Penurunannya mencapai 65%. Begitu juga dengan toko minuman anggur yang mengalami penurunan sebesar 67%. Sementara hiburan lain seperti Terapi Pijat dan Spa juga mengalami penurunan masing-masing sebesar 39% dan 23%. Hal menarik adalah, toko mainan juga mengalami penurunan padahal aktifitas anak lebih banyak terjadi di rumah yang seharusnya membutuhkan mainan atau aktifitas yang tidak membosankan. Itu artinya, para orang tua memandang mainan bukan hal yang prioritas di masa karantina di dalam rumah. Jika mainan anak saja tidak prioritas, apalagi sektor yang membutuhkan cukup banyak biaya seperti kebutuhan renovasi atap ataupun konstruksi. Sektor ini terdampak paling besar berdasarkan laporan Yelp dengan pertumbuhan minus sebesar 85%.

Kesimpulan :

Kita bisa melihat bahwa perubahan perilaku konsumen dapat mengubah wajah ekonomi secara drastis. Sektor yang mungkin sebelumnya begitu menjanjikan, secara tiba-tiba berubah menjadi sektor yang paling terdampak dan terancam untuk mati. Data di Amerika Serikat ini menurut saya cukup menggambarkan situasi ekonomi di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia. Sayangnya, di Indonesia saya masih belum menemukan rilis laporan dampak krisis COVID-19 pada perekonomian. Padahal data seperti

## UJIAN SEMESTER (UAS)

**MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA**

**DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI**

---

ini seharusnya bisa menjadi barometer dan gambaran yang jelas tentang bagaimana sektor ekonomi terdampak pandemi. Dampak yang ditimbulkan memang tidak serta merta membunuh seluruh sektor industri. Sebab ternyata ada pula sektor yang tumbuh bahkan berkali-lipat akibat melonjaknya permintaan dan kebutuhan konsumen. Tentu saja hal ini juga akan memberikan gambaran bagaimana pebisnis merespon perubahan iklim bisnis yang terjadi sesuai dengan kondisi ekonomi. Sehingga dapat ikut masuk ke sektor yang masih hijau untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau melakukan pengetatan di sektor industri yang sedang dijalani. Memang benar ada peluang dibalik krisis, namun krisis tetap tidak menjanjikan setiap orang mampu bertahan. Apalagi krisis yang terjadi adalah krisis kesehatan yang taruhannya adalah nyawa. Oleh karena itu, akan lebih bijak jika setiap pihak yang terlibat dalam sektor industri bisa lebih waspada untuk memperhatikan kesehatan dari pada mengejar peluang bisnis. Jikapun memang ingin mengejar peluang, sebaiknya dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat dan memang ditujukan untuk membantu masyarakat untuk terus bisa bertahan di tengah terpaan krisis.

Dari segi Ekonomi teori apa yang berkaitan dengan keadaan ini. Adalah Teori Komunikasi ekonomi politik yaitu sebagai kajian bagaimana berbagai macam nilai-nilai diproduksi, didistribusikan, dipertukarkan, dan dikonsumsi; bagaimana kekuasaan diproduksi, didistribusikan, dan diterapkan; dan bagaimana berbagai aspek dunia sosial saling berkaitan dalam konteks ruang dan waktu.

## UJIAN SEMESTER (UAS)

### MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

**DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI**

---

2. Pembeli membentuk harapan melalui pengalaman, pendapat orang lain, dan komentar khalayak. Salah satu pertimbangan khalayak adalah memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal, maka apa yang harus dilakukan oleh seorang pembisnis Media agar tercapai tujuan bisnis dan dan memenuhi harapan pelanggan. analisis.

**Jawab :**

Dalam berbisnis, kepuasan konsumen sangat diutamakan karena dengan terpaukannya konsumen maka permintaan akan “barang” tersebut akan semakin banyak. Begitupun dengan berbisnis media, seperti yang kita tahu dalam berbisnis media yang dijual adalah “berita” dimana media yang menghadirkan berita lebih aktual, *valid*, dan netral akan lebih mudah diterima oleh konsumen untuk saat ini, karena dewasa ini konsumen media sangat membutuhkan kenetralan dari media tersebut. Selain dari konten atau isi sepatutnyalah pembisnis media harus memperhatikan loyalitas kepada pelanggan setia, sehingga konsumen akan merasa terpaukan dengan layanan dan produk yang ditawarkan.

3. Teori Efek Media Massa pada Teori ini dibahas mengenai perubahan pada diri seseorang akibat dipengaruhi oleh media massa. Banyak teori efek media massa dalam komunikasi persuasif yang berkembang, diantaranya: bahwa media massa sangat ampuh untuk mengubah perilaku.

Bagaimanakah peranan Redaktur/Pimpinan dari suatu Perusahaan Media dapat merubah cara berpikir /mind set/ perilaku Khalayak , jelaskan dan analisis pendapat sdr.

**Jawab :**

Dalam media seorang pemimpin redaksi adalah orang yang akan menyaring berita dimana muncul atau tidak sebuah berita itu tergantung keputusan pemimpin redaksi. Seorang pemimpin redaksi memiliki ideologi politik dan bisnis sebagai bahan pertimbangannya.

## **UJIAN SEMESTER (UAS)**

**MATA KULIAH :MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA**

**DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI**

---

Tidak menutup kemungkinan seorang pemimpin redaksi menaikkan berita yang di rasa menguntungkan sebelah pihak, kembali lagi hal ini tergantung dengan pemimpin redaksi masing-masing media. Maka dari itu media masa merupakan rana publik dan dapat membentuk opini publik melalui berita yang di sebarakan. Penyebarannya yang luas serta menyeluruh menjadikan media massa sangat mudah untuk membentuk opini publik.

## UJIAN SEMESTER (UAS)

MATA KULIAH : MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA

DOSEN PENGAMPU : DR.Ir.RATU MUTIALELA CAROPEBOKA.,M.SI

---

Nama : Anton wijaya sejati

NIM : 182910033

UAS

1. Mengelola usaha dengan baik adalah mengelola masa depan dan mengelola masa depan adalah mengelola informasi.

Analiskan , bagaimana dalam situasi Pandemi COVID-19 dan situasi lingkungan makro yang berkaitan dengan demografi, ekonomi, teknologi, politik, hukum, sosial, budaya mempengaruhi masa depan Bangsa dan produk yang dihasilkan oleh suatu usaha.

**Jawab :**

Sebanyak 47 persen usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus gulung tikar karena terdampak pandemi virus corona Covid-19. Menteri Koperasi dan UMKM Teten Masduki mengatakan berdasarkan hasil survei yang dilakukan sejumlah lembaga dan Kementerian UMKM, wabah virus Corona memberikan dampak besar terhadap keberlangsungan UMKM. Dia menjelaskan bahwa, pelaku UMKM pada saat ini harus menghadapi masalah yang cukup besar. "Diramalkan survei 47 persen UMKM berhenti berusaha, kami juga mencatat hal yang sama," katanya dalam diskusi virtual yang digelar Himpuni pada Rabu, 20 Mei 2020. Pada saat ini, kata Teten, kebanyakan UMKM mengalami masalah kesehatan arus kas, sehingga harus merumahkan tenaga kerjanya.

Sementara itu, pelaku UMKM terkendala dari sisi supply karena terganggunya distribusi selama masa pandemi Covid-19. Selain itu, pelemahan dari sisi permintaan semakin menekan keberlangsungan UMKM dalam negeri.

"Jadi perlu *quick win* respons untuk menjawab ini, pemerintah sudah merumuskan 5 kebijakan untuk memitigasi problem UMKM yang terdampak 2

sisi tersebut," katanya. Virus corona telah membawa dampak negatif besar terhadap perekonomian Indonesia. Sejumlah pemutusan hubungan kerja (PHK) mulai terjadi. Pasalnya, virus corona telah mengganggu mata rantai produksi industri sehingga perputaran bisnis tak lancar, sementara kewajiban para pengusaha tetap harus berjalan. Semenjak WHO (World Health Organization) mengumumkan bahwa COVID-19 merupakan pandemi dunia, perilaku konsumen di berbagai sektor bisnis berubah. Konsumen menjadi sangat berhati-hati untuk melakukan konsumsi dan berusaha untuk menjaga diri dan keluarganya untuk tetap bertahan di situasi ini. Tidak ada lalu lintas dan aktifitas yang normal seperti beberapa bulan lalu. Tidak heran jika krisis kesehatan berdampak pada krisis ekonomi secara bersamaan.

krisis COVID-19 tetaplah krisis yang berdampak pada ekonomi. Para konsumen cenderung untuk menahan diri melakukan konsumsi dan memilih untuk memiliki uang secara tunai. Dampaknya adalah peningkatan transaksi terjadi di pegadaian sebesar 82%.

Dari uang yang didapatkan dari pegadaian tersebut selain digunakan untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman. Juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan farmasi yang diharapkan bisa memberikan perlindungan kesehatan di masa krisis virus corona. Perilaku ini terlihat dari peningkatan dari sektor farmasi sebesar 223%. Hal yang paling menarik dari data ini adalah, bagaimana Yelp juga menemukan fenomena peningkatan transaksi di sektor senjata. Bisa jadi hal ini terjadi karena tidak adanya kepastian dan tingkat stres yang tinggi mengakibatkan masyarakat menjadi lebih waspada dan berhati-hati. Akibatnya, konsumen menjadi ingin melindungi diri dari kemungkinan-kemungkinan buruk seperti perampokan atau sengketa. Begitu juga dengan peningkatan aktifitas di penyedia alat-alat berburu dan memancing. Pertumbuhannya mencapai 155% yang menandakan bahwa konsumen berusaha untuk bisa tetap bertahan hidup di situasi terburuk. Yakni dengan menemukan makanan dan konsumsi secara mandiri, selain itu alat-alat berburu juga bisa digunakan untuk melindungi diri.

### **Dampak positif**

1. TERSEDIANYA WAKTU LEBIH UNTUK PENGEMBANGAN PRODUK Seringkali pelaku kreatif hanya fokus ke develop produk tanpa memperhitungkan proses QC (Quality Control) dan upgrade produk. Nah dengan adanya hambatan ini membuat ada kesempatan untuk berfikir kembali apa yang akan kita kembangkan kedepan untuk bisa laku di pasaran.

2. BANYAK IDE KREATIF YANG MUNCUL Terkadang produk yang kita siapkan tidak sesuai dengan momen yang ada. Misal: Kita mau jualan tiket wisata disaat banyak tempat lockdown atau pembatasan wilayah. Hal ini yang membuat pemilik usaha / produk harus berfikir lebih kritis dan kreatif untuk mencari celah peluang bisnis yang bisa dijalankan. Semisal: Pelaku tiketing online pivot menjadi jual beli merchandise pariwisata dari daerah wisata.

3. WAKTU UNTUK SELF IMPROVEMENT (BELAJAR SENDIRI) LEBIH BANYAK Dengan perkembangan teknologi saat ini dan banyaknya platform penyedia pelatihan online membuat kita lebih mudah dalam mengakses hal hal tersebut untuk menguatkan personal knowledge kita. Bahkan efek dari School From Home (SFH) membuat orang tua juga harus bisa self improvement dalam mengajari anak-anaknya untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh pengajar di sekolah. Begitupun dengan mahasiswa harus lebih banyak referensi untuk bisa mengerjakan tugas dari Dosen dengan mengakses beberapa referensi online yang tersedia.

4. WAKTU BERKUMPUL LEBIH LAMA DENGAN KELUARGA Terus menerus bekerja juga menjadi hal yang sebenarnya negatif untuk kesehatan rohani. Saat ini adalah waktu yang tepat untuk banyak berkumpul dengan keluarga di rumah. Walaupun melakukan pekerjaan dirumah namun tetap bisa bercengkrama dengan keluarga yang ada di rumah. Level kebahagiaan akan naik dan membuat kita semakin awet muda dan serta lebih sehat tentunya.

5. KESADARAN UNTUK PUNYA BANYAK RENCANA Adanya pandemic ini juga mengajarkan pelaku industri untuk harus memiliki banyak plan / rencana proyeksi. Mempertimbangkan kondisi, moment dan waktu yang kadang tidak bisa kita prediksi sehingga harus lebih cermat dalam membuat business plan / proyeksi keuangan. Tentunya dengan menyiapkan beberapa alternatif yang bisa diterapkan ketika terjadi kondisi darurat seperti saat ini.

6. HARUS LEBIH MELEK TEKNOLOGI Ini hal yang penting karena hampir sebagian besar aktifitas kita lakukan secara online. Mulai dari belajar, diskusi, jualan bahkan beribadah sekarang dilakukan secara online. Hal ini juga memaksa kita untuk lebih bisa menerima perkembangan teknologi saat ini. Industri kreatif berbasis aplikasi juga diuntungkan dengan hal ini karena produknya bisa digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan.

### **Sektor yang tumbuh negatif**

Ada sektor yang tumbuh positif, tentu saja ada sektor yang tumbuh negatif di tengah krisis COVID-19. Melihat data yang dilansir Yelp, mayoritas sektor yang tumbuh negatif adalah sektor-sektor sekunder yang tidak pemenuhannya tidak terlalu penting bagi para konsumen. Contohnya seperti toko-toko gaun pengantin yang menurun hingga 63%. Di situasi krisis seperti saat ini tentu sangat sedikit orang yang nekad untuk tetap mengadakan pesta pernikahan. Terlihat pula penurunan transaksi dari sektor barang bekas dan kuno yang mencapai 64%. Pengeluaran konsumen untuk barang-barang hobi tentu tidak menjadi prioritas di masa konsumen harus menghemat uang dan memegang uang tunai. Sementara beberapa sektor mengalami tumbuh negatif dikarenakan adanya pelarangan aktifitas di luar rumah. Misalnya seperti sektor parkir yang negatif sebesar 63%, kemudian pusat perbelanjaan yang menurun sebesar 58% dan toko-toko pinggir jalan yang turun sebesar 41%. Begitu juga dengan sektor bisnis perawatan dan penitipan anak yang menurun sebesar 41%. Sektor-sektor sekunder lain yang tidak menjadi kebutuhan utama di masa krisis adalah sektor hiburan. Sektor hiburan tentu saja hanya akan menjadi kebutuhan dasar dapat terpenuhi. Contoh sektor yang terdampak adalah sektor Bar Tapas yang sering digunakan untuk hiburan malam hari usai konsumen bekerja penat seharian. Penurunannya mencapai 65%. Begitu juga dengan toko minuman anggur yang mengalami penurunan sebesar 67%. Sementara hiburan lain seperti Terapi Pijat dan Spa juga mengalami penurunan masing-masing sebesar 39% dan 23%. Hal menarik adalah, toko mainan juga mengalami penurunan padahal aktifitas anak lebih banyak terjadi di rumah yang seharusnya membutuhkan mainan atau aktifitas yang tidak membosankan. Itu artinya, para orang tua memandang mainan bukan hal yang prioritas di masa karantina di dalam rumah. Jika mainan anak saja tidak prioritas,

apalagi sektor yang membutuhkan cukup banyak biaya seperti kebutuhan renovasi atap ataupun konstruksi. Sektor ini terdampak paling besar berdasarkan laporan Yelp dengan pertumbuhan minus sebesar 85%.

Kesimpulan :

Kita bisa melihat bahwa perubahan perilaku konsumen dapat mengubah wajah ekonomi secara drastis. Sektor yang mungkin sebelumnya begitu menjanjikan, secara tiba-tiba berubah menjadi sektor yang paling terdampak dan terancam untuk mati. Data di Amerika Serikat ini menurut saya cukup menggambarkan situasi ekonomi di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia. Sayangnya, di Indonesia saya masih belum menemukan rilis laporan dampak krisis COVID-19 pada perekonomian. Padahal data seperti ini seharusnya bisa menjadi barometer dan gambaran yang jelas tentang bagaimana sektor ekonomi terdampak pandemi. Dampak yang ditimbulkan memang tidak serta merta membunuh seluruh sektor industri. Sebab ternyata ada pula sektor yang tumbuh bahkan berkali-lipat akibat melonjaknya permintaan dan kebutuhan konsumen. Tentu saja hal ini juga akan memberikan gambaran bagaimana pebisnis merespon perubahan iklim bisnis yang terjadi sesuai dengan kondisi ekonomi. Sehingga dapat ikut masuk ke sektor yang masih hijau untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau melakukan pengetatan di sektor industri yang sedang dijalani. Memang benar ada peluang dibalik krisis, namun krisis tetap tidak menjanjikan setiap orang mampu bertahan. Apalagi krisis yang terjadi adalah krisis kesehatan yang taruhannya adalah nyawa. Oleh karena itu, akan lebih bijak jika setiap pihak yang terlibat dalam sektor industri bisa lebih waspada untuk memperhatikan kesehatan dari pada mengejar peluang bisnis. Jikapun memang ingin mengejar peluang, sebaiknya dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat dan memang ditujukan untuk membantu masyarakat untuk terus bisa bertahan di tengah terpaan krisis.

Dari segi Ekonomi teori apa yang berkaitan dengan keadaan ini. Adalah Teori Komunikasi ekonomi politik yaitu sebagai kajian bagaimana berbagai macam nilai-nilai diproduksi, didistribusikan, dipertukarkan, dan dikonsumsi; bagaimana kekuasaan diproduksi, didistribusikan, dan diterapkan; dan bagaimana berbagai aspek dunia sosial saling berkaitan dalam konteks ruang dan waktu.



2. Pembeli membentuk harapan melalui pengalaman, pendapat orang lain, dan komentar khalayak. Salah satu pertimbangan khalayak adalah memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal, maka apa yang harus dilakukan oleh seorang pembisnis Media agar tercapai tujuan bisnis dan dan memenuhi harapan pelanggan. analisisan.

**Jawab :**

### **Strategi Bisnis Offline Agar Tidak Punah di Zaman E-commerce –**

Tidak dipungkiri, semakin majunya teknologi telah mempengaruhi semua aspek kehidupan. Mulai dari finansial, transportasi serta mengubah kebiasaan belanja masyarakat. Terlihat dari banyaknya ritel *offline* yang akhirnya gulung tikar di berbagai negara membuat pelaku usaha *offline* kian ketar-ketir. Di Indonesia sendiri beberapa ritel yang cukup terkenal di berbagai bidang, seperti elektronik, *fashion* dan supermarket telah terkena dampaknya dari kemajuan teknologi. berikut adalah 5 strategi bisnis untuk ritel *offline* yang bisa dicoba untuk tetap eksis di zaman *e-commerce*.

1. **Ikut Terjun Online** Jika kita lihat dari beberapa ritel *offline* yang akhirnya gulung tikar, kesalahan yang mereka lakukan adalah tidak mengikuti perkembangan zaman, yaitu menyediakan platform *online*. Mau tidak mau untuk bisa bertahan di zaman ini, pelaku bisnis *offline* harus bisa beradaptasi. Karena, seperti yang dijelaskan sebelumnya, bahwa kebiasaan belanja masyarakat telah berubah. Dari yang awalnya mereka harus keluar rumah ketika ingin berbelanja kebutuhan, sekarang hanya melalui *smartphone* sembari duduk di rumah, mereka bisa mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan

cepat dan mudah. Oleh karena itu, strategi bisnis pertama yang harus dilakukan oleh pelaku usaha ritel *offline* adalah dengan terjun mengikuti trend bisnis *online*. Kamu bisa menjual produk usahamu melalui berbagai situs *e-commerce*. Dengan mengikuti tren seperti ini, bisnis kamu akan mendapatkan keuntungan baru, seperti target pasar yang semakin meluas.

**2. Buat *Brand Awareness* melalui Sosial Media** Bagi pelaku usaha ritel *offline*, kamu bisa memanfaatkan berbagai platform sosial media untuk memajukan bisnismu. Tercatat di tahun 2019, jumlah pengguna sosial media secara global diperkirakan melampaui 2.75 miliar. Bayangkan jika kamu berpotensi mendapatkan 2% dari pengguna yang melihat produk bisnis kamu. Namun, bisa dibayangkan persaingan pada platform sosial media cukup tinggi. Maka dari itu, cobalah menargetkan iklan untuk beberapa produk unggulanmu dan pastikan bahwa kamu mencantumkan detail kontak dan alamat bisnis yang lengkap, sehingga bisnis kamu semakin terlihat meyakinkan di mata konsumen.

**3. Membuat Video Marketing** Membuat visual pada produk ritel mu bisa menghasilkan minat besar konsumen *lho*. Jika kamu salah satu penggemar film animasi *Toy Story*, apakah kamu tahu berapa banyak anak yang menginginkan action figure *Buzz Lightyear* setelah film *Toy Story* pertama kali dirilis? Ya, permintaan untuk masing-masing karakter melebihi 2 juta pesanan segera setelah film tersebut diutar di bioskop pada saat itu. Dari sini, kita bisa lihat bahwa sekali kamu

menghidupkan produk usaha mu, orang akan tertarik untuk membelinya. Tetapi dengan diberikan contoh dari *Toy Story* ini, bukan berarti kamu harus membuat film untuk produk usaha kamu. Kamu bisa membuat klip video pendek yang terkait dengan kinerja atau spesifikasi produk kamu. Misalnya, tutorial singkat atau ulasan produk yang bagus untuk meningkatkan kredibilitas produk kamu.

**4. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan** Kamu bisa mulai memberikan potongan harga, seperti mendapatkan diskon 40 persen bila membeli produk senilai 1 juta atau potongan 20 persen bagi pelanggan khusus yang sudah menjadi langganan produkmu.

**5. Memasukkan Teknologi Terbaru di Gerai Offline** Untuk yang terakhir ini, kamu bisa memasukkan teknologi-teknologi terbaru di toko *offline* mu. Misalnya dengan memasukkan teknologi pembayaran digital atau dompet digital yang saat ini sudah banyak digunakan oleh masyarakat.

Dalam berbisnis, kepuasan konsumen sangat diutamakan karena dengan terpuaskannya konsumen maka permintaan akan “barang” tersebut akan semakin banyak. Begitupun dengan berbisnis media, seperti yang kita tahu dalam berbisnis media yang dijual adalah “berita” dimana media yang menghadirkan berita lebih aktual, *valid*, dan netral akan lebih mudah diterima oleh konsumen untuk saat ini, karena dewasa ini konsumen media sangat membutuhkan kenetralan dari media tersebut. Selain dari konten atau isi sepatutnyalah pembisnis media harus memperhatikan loyalitas kepada pelanggan setia, sehingga konsumen akan merasa terpuaskan dengan layanan dan produk yang ditawarkan.

3. Teori Efek Media Massa pada Teori ini dibahas mengenai perubahan pada diri seseorang akibat dipengaruhi oleh media massa. Banyak teori efek media massa dalam komunikasi persuasif yang berkembang, diantaranya: bahwa media massa sangat ampuh untuk mengubah perilaku.

Bagaimanakah peranan Redaktur/Pimpinan dari suatu Perusahaan Media dapat merubah cara berpikir /mind set/ perilaku Khalayak , jelaskan dan analisis pendapat sdr.

**Jawab :**

**Efek media massa** adalah suatu kesan yang timbul pada pikiran khalayak akibat adanya suatu proses penyampaian pesan melalui media atau alat-alat komunikasi mekanis seperti: surat kabar, radio, televisi dan sebagainya. Menurut Straubhaar et. al. (2011) adalah suatu perubahan pada pengetahuan, sikap, emosi, atau tingkah laku setiap individu atau seseorang yang mengkonsumsi media tersebut sebagai hasil dari paparan media massa yang dilakukan secara terus-menerus. Dalam media seorang pemimpin redaksi adalah orang yang akan menyaring berita dimana muncul atau tidak sebuah berita itu tergantung keputusan pemimpin redaksi. Seorang pemimpin redaksi memiliki ideologi politik dan bisnis sebagai bahan pertimbangannya.

Tidak menutup kemungkinan seorang pemimpin redaksi menaikkan berita yang di rasa menguntungkan sebelah pihak, kembali lagi hal ini tergantung dengan pemimpin redaksi masing-masing media. Maka dari itu media masa merupakan rana publik dan dapat membentuk opini publik melalui berita yang di sebarakan. Penyebarannya yang luas serta menyeluruh menjadikan media massa sangat mudah untuk membentuk opini publik.

**UJIAN SEMESTER MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
SEMESTER GENAP: 1/ 2019/2020 (ANGKATAN 3)**

**NAMA** : SWANDRA YADI  
**NIM** : 182910032  
**MATA KULIAH** : MANAJEMEN INDUSTRI DAN BISNIS MEDIA  
**DOSEN PENGAMPU** : Dr. Ir. RATU MUTIALELA.CAROPEBOKA ., M.S

---

- 1. Bagaimana dalam situasi pandemi COVID-19 dan situasi lingkungan makro yang berkaitan dengan demografi, ekonomi, teknologi, politik, hukum, sosial, budaya mempengaruhi masa depan bangsa dan produk yang dihasilkan oleh suatu usaha.*

**Jawab:**

Situasi pandemi Covid-19 dan lingkungan makro adalah kondisi eksternal dalam suatu usaha. Adanya perubahan dan kondisi yang dinamis harus disikapi secara cepat dan tepat oleh pemegang kebijakan. Merubah cara pandang berdasarkan kondisi eksternal seperti pandemi Covid-19 dan lingkungan makro, akan membantu menentukan kebutuhan dan keinginan pasar.

Sebab, sebaran populasi (demografi), kondisi ekonomi, sumber daya alam (natural), kemajuan teknologi, situasi politik dan sosial budaya, adalah kekuatan potensial yang akan mempengaruhi kemampuan perusahaan menjalankan pemasarannya

Karena itu, dengan adanya pandemi Covid-19 dan perubahan lingkungan makro, akan mengubah tatanan ekonomi suatu bangsa. Masyarakat cenderung tidak lagi melakukan transaksi langsung, tapi lebih banyak melalui media online. Pun dengan pelaku usaha yang memanfaatkan kemajuan teknologi, sehingga aktivitas pemasaran akan lebih efektif.

Pandemi Covid-19 memaksa semua pengusaha melakukan perubahan kebijakan dalam pekerjaan. Hampir semua karyawan harus bekerja dari rumah dan lebih mengandalkan aplikasi-aplikasi pendukung pekerjaan seperti Zoom, Google Hangout, Slack, dan software-software pendukung kerja lainnya.

Karena itu, komunikasi menjadi salah satu kunci penting dalam pengelolaan bisnis selama pandemic berlangsung. Keberadaan teknologi yang semakin maju membuat pekerjaan manusia menjadi lebih mudah termasuk urusan komunikasi. (\*)

- 2. Pembeli membentuk harapan melalui pengalaman, pendapat orang lain, dan komentar khalayak. Salah satu pertimbangan khalayak adalah memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal, maka apa yang harus dilakukan oleh seorang pembisnis media agar tercapai tujuan bisnis dan dan memenuhi harapan pelanggan. analisis.*

**Jawab:**

Kepuasan konsumen sangat tergantung dengan manfaat yang dirasakannya. Kepuasan pelanggan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhannya. Begitu juga dengan bisnis media yang “menjual” informasi sebagai komoditas utama. Informasi

yang valid, aktual, dan tidak memihak, secara umum akan membuat sebuah produk media menjadi berkualitas.

Jika sebuah produk media memiliki kualitas yang bagus, produk tersebut dapat menutup besarnya harga yang harus dikeluarkan, sehingga menumbuhkan kepuasan karena nilainya sepadan. Hal ini yang menjadi alasan kuat mengapa kualitas produk sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Selain kualitas produk, pebisnis media juga harus memperhatikan hal lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga, layanan, dan kemudahan mendapatkan produk media itu sendiri. Sedangkan, untuk mendukung kepuasan pelanggan, pebisnis media juga membutuhkan riset pasar tentang kebutuhan konsumen. (\*\*)

**3. Bagaimanakah peranan redaktur/pimpinan dari suatu perusahaan media dapat merubah cara berpikir/mindset/perilaku khalayak, jelaskan dan analisis pendapat Saudara?**

**Jawab:**

Pimpinan redaksi atau redaktur adalah perwakilan dari kebijakan redaksi. Seorang pimpinan redaksi atau redaktur memiliki ideologi politik dan bisnis sebagai pertimbangan dalam menyiarkan suatu peristiwa. Mereka (pimpinan dan redaktur) adalah penyaring dari suatu peristiwa sebelum menjadi berita yang dikonsumsi publik.

Hal ini tak terlepas dari suatu sudut pandang media itu, sangat mungkin suatu peristiwa diwarnai oleh ideologi dan kepentingan tertentu hingga akhirnya diturunkan sebagai tulisan berita. Masing-masing media massa memiliki dasar pertimbangan untuk mempublikasikan peristiwa tergantung kebijakan yang ada dalam media tersebut.

Oleh karena itu, kebijakan media massa adalah kebijakan publik. Media massa adalah bentuk transportasi komunikasi massa, yang dapat didefinisikan sebagai penyebaran pesan secara luas, cepat, dan terus menerus kepada audiens yang besar dan beragam dalam upaya untuk mempengaruhi mereka dalam beberapa cara. (\*\*\*)

\*\*\*\*\*Terima Kasih\*\*\*\*\*