

**EKSISTENSI MEDIA LOKAL DI ERA DIGITAL  
(Studi Manajemen Majalah Banyumasan ANCAS)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Syaifuddin Zuhri  
Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Sosial (S.Sos)**

Oleh :

**Ulfatul Khoodidah**

**NIM. 1817102043**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH  
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ulfatul Khoolidah  
NIM : 1817102043  
Jenjang : S1  
Fakultas/Prodi : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : **EKSISTENSI MEDIA LOKAL DI ERA DIGITAL  
(Studi Manajemen Majalah Banyumasan ANCAS)**

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 8 Januari 2024

Yang menyatakan,



Ulfatul Khoolidah

NIM. 1817102043



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

**PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**EKSISTENSI MEDIA LOKAL DI ERA DIGITAL (STUDI MANAJEMEN  
MAJALAH BANYUMASAN *ANCAS*)**

Yang disusun oleh **Ulfatul Khoolidah** NIM. 1817102043 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, telah diujikan pada hari Selasa tanggal **16 Januari 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** dalam **Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Dr. Umi Halwati, M.Ag.  
NIP. 19840819201101 2 011

Sekretaris Sidang/Penguji II

Asep Amaluddin, M.Si.  
NIP. 19860717201903 1 008

Penguji Utama

Muridan, M.Ag.  
NIP. 19740718 200501 1 006

Mengesahkan,

Purwokerto, 29-1-2024

Dekan,



Askinul Fuad, M. Ag  
NIP. 1974122600003 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan proses bimbingan, koreksi, dan perbaikan terhadap naskah skripsi:

Nama : Ulfatul Khoolidah  
NIM : 1817102043  
Jenjang : S-1  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Eksistensi Media Lokal di Era Digital (Studi Manajemen Majalah Banyumasan ANCAS)

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut, dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam sidang munaqosyah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 8 Januari 2024

Pembimbing



Dr. Umi Halwati, M.Ag

NIP. 19840819 201101 2 011

**EKSISTENSI MEDIA LOKAL DI ERA DIGITAL  
(Studi Manajemen pada Majalah Banyumasan ANCAS)**

**ULFATUL KHOOLIDAH  
NIM. 1817102043**

**Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya minat masyarakat terhadap media cetak. Karena banyak masyarakat beralih ke media digital yang memberikan kemudahan dalam mengakses berbagai informasi. Majalah *ANCAS* merupakan satu-satunya majalah yang terbit menggunakan bahasa lokal Banyumasan dan masih eksis hingga saat ini. Selain memenuhi kebutuhan informasi, majalah *ANCAS* sekaligus menjaga kelestarian bahasa Banyumasan. Manajemen media massa memegang peran penting dalam organisasi pers termasuk Majalah *ANCAS* sebagai pers lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen yang dilakukan oleh Majalah *ANCAS* dalam mempertahankan eksistensi di era digital. Metode penelitian pada skripsi ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik observasi, wawancara kepada pemimpin umum, sekretaris redaksi, dan pemimpin redaksi Majalah *ANCAS* serta dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan alur reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan menggunakan teori unsur manajemen yaitu *Man, Money, Material, Machine, Methods* dan *Market*, dan fungsi manajemen *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC) milik George R Terry.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Majalah *ANCAS* telah menerapkan unsur-unsur manajemen walaupun belum secara maksimal. Penerapan unsur-unsur manajemen di Majalah *ANCAS* difokuskan kepada pengabdian anggota majalah *ANCAS*, pembagian kerja, penjualan majalah, kerja sama dan pemasaran produk ke sekolah-sekolah. Pada Majalah *ANCAS* penerapan *Planning* dilaksanakan dengan menentukan tema, cover, isu atau topik pada setiap edisi dan pembahasan pengembangan majalah saat rapat redaksi. *Organizing* dilakukan dengan pembagian tugas baik secara struktural maupun keredaksian. *Actuating* dilakukan dengan pengarahan pemimpin kepada anggota, pelaksanaan liputan atau mengisi rubrik dan pelatihan. *Controlling* dilakukan dengan rapat evaluasi dan audit keuangan.

**Kata Kunci : Eksistensi, Manajemen, Majalah *ANCAS***

## PERSEMBAHAN

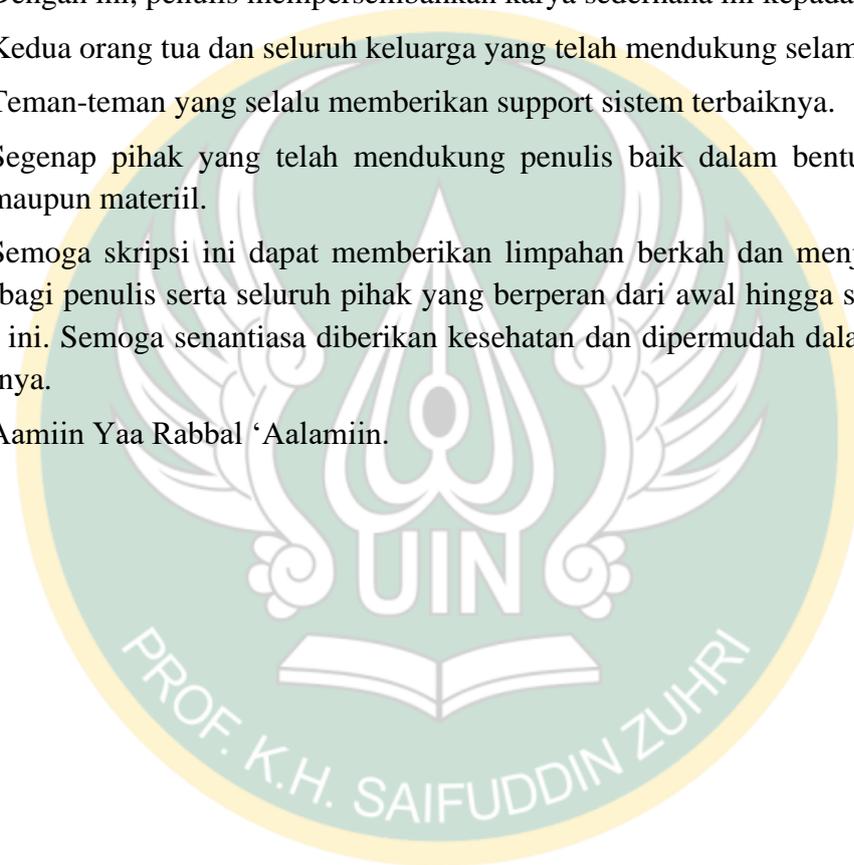
Alhamdulillah rabbi 'aalamiin. Atas ridho Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Dengan penuh rasa syukur skripsi ini dapat terselesaikan. Ketidaksempurnaan ini yang melengkapi dalam menyusun skripsi. Maka segala hal baik berasal dari Allah SWT. Sementara segala kekurangan berasal dari penulis.

Dengan ini, penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada :

1. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah mendukung selama ini.
2. Teman-teman yang selalu memberikan support sistem terbaiknya.
3. Segenap pihak yang telah mendukung penulis baik dalam bentuk formil maupun materiil.

Semoga skripsi ini dapat memberikan limpahan berkah dan menjadi amal shalih bagi penulis serta seluruh pihak yang berperan dari awal hingga selesainya skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan dipermudah dalam segala urusannya.

Aamiin Yaa Rabbal 'Aalamiin.



## KATA PENGANTAR

*'Bismillahirrahmanirrahiim'*

Puji syukur senantiasa dipanjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang telah mengubah zaman kegelapan dengan ilmu pengetahuan.

Selesainya skripsi ini berkat bantuan berbagai pihak yang telah mendukung dari awal hingga selesai. Segala kekuarangan dan kesalahan yang terdapat dalam skripsi ini merupakan khilaf dari penulis yang masih perlu terus belajar. Oleh karena itu, perkenankan penulis menyampaikan apresiasi sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Prof. Dr. Ridwan beserta jajarannya.
2. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Dr. Muskinul Fuad, M.Ag. beserta jajarannya.
3. Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam, Uus Uswatussholihah, M.A., Koordinator Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., beserta segenap staff.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. Umi Halwati, M.Ag. Terima kasih atas bimbingan, arahan dan masukannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dosen Pembimbing Akademik, Wardo, M.Kom.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasinya selama perkuliahan. Semoga bermanfaat dan barokah.
7. Seluruh staf Fakultas Dakwah yang telah memberikan bantuan administrasi dan segala urusan akademik penulis.
8. Kedua orang tua Ibu Susmiatun dan Bapak Sarwono. Terima kasih atas kasih sayang dan dukungan materiil maupun moriil. Kedua adik yang baik Khoolidatuz Zuhriyyah dan Unik Ardiyanti Ardiningrum.
9. Keluarga Besar Eyang Harsamedja dan Mbah Sokhadi. Nini Maridem, Kaki Karsono, Uwa Rusmantoyo terima kasih atas segala doa dan dukungan.
10. Bapak Ahmad Tohari, Ibu Siti Rofikoh, Pak Yusmanto dan segenap anggota Majalah *ANCAS* yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengetahuannya menjadi narasumber dalam penelitian ini.

11. Teman baik penulis Ani Kurniawati, Gema Sahara, Afifah Asyun Meivina, Mila Nur Fitriana. Terima kasih atas segala dukungan dan mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penulisan skripsi ini.
12. Teman-teman KPI A angkatan 2018, terima kasih atas kebersamaannya dan menginspirasi penulis menyelesaikan skripsi ini.
13. Rekan-rekan Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Saka Fakultas Dakwah, terima kasih telah memberikan warna dan menginspirasi penulis selama menempuh studi: mba Umi Uswatun Hasanah, mba Nur Rohmah Sri Rezeki dan mas Alvin Hidayat.
14. Kepada diri sendiri, terima kasih atas segala upayanya menjadi manusia. Proses skripsi ini memang terlalu panjang, *but there's a lot of stories behind it. And last, self love* (dalam proses).

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan masih perlu terus dikembangkan dan diperbaiki. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat. Semoga Allah membalas semua kebaikannya. Aamiin. Dan penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Purwokerto, 1 Januari 2024



Ulfatul Khoolidah

NIM 1817102043

## MOTTO

“Menyelesaikan skripsi itu adalah bentuk pertanggung jawaban kepada orang tua yang telah membiayai pendidikan selama ini.”

**-Arif Rahman ABATA Wisata-**

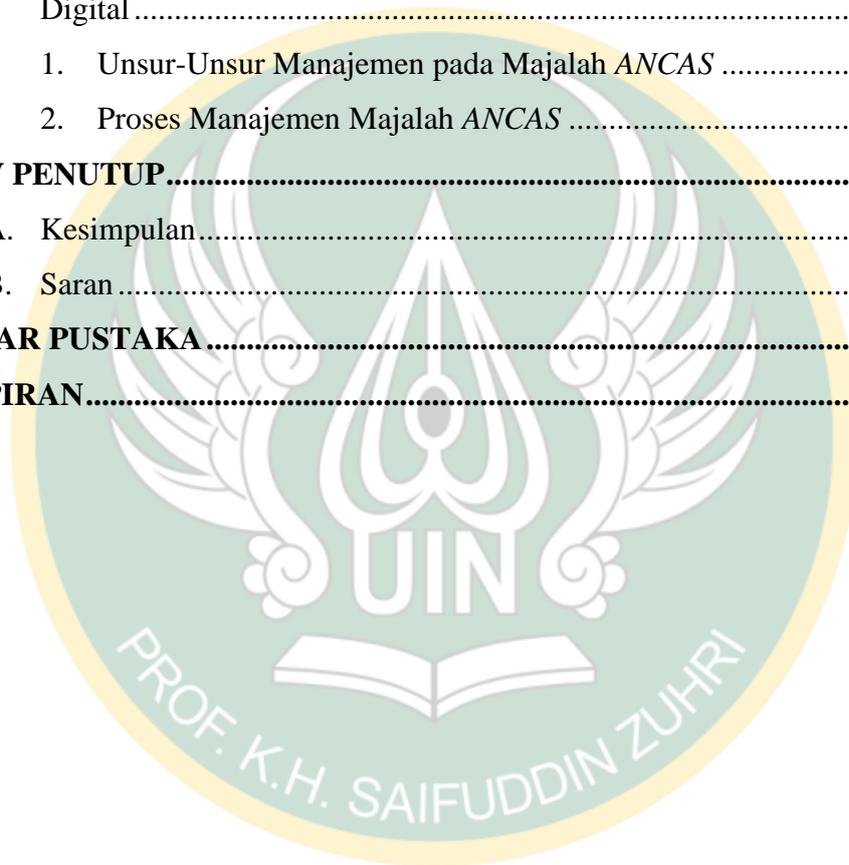


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Penegasan Istilah .....	7
1. Eksistensi .....	8
2. Media Lokal .....	8
3. Era Digital .....	9
4. Manajemen .....	9
5. Majalah ANCAS .....	9
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	10
1. Manfaat Teoritis .....	10
2. Manfaat Praktis .....	10
F. Telaah Pustaka .....	11
G. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
A. Eksistensi .....	17
B. Manajemen .....	20

1. Pengertian Manajemen .....	20
2. Unsur-unsur Manajemen .....	21
3. Fungsi-fungsi Manajemen .....	22
4. Jenis-jenis Manajemen .....	26
C. Media Massa Lokal .....	27
1. Pengertian Media Massa.....	27
2. Sejarah Media Massa.....	28
3. Fungsi Media Massa.....	29
4. Karakteristik Media Massa.....	31
5. Jenis-jenis Media Massa.....	31
D. Era Digital .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	42
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	43
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	43
1. Subjek Penelitian .....	43
2. Objek Penelitian .....	44
D. Sumber Data .....	44
1. Sumber Data Primer .....	44
2. Sumber Data Sekunder .....	45
E. Teknik Pengumpulan Data .....	45
1. Observasi .....	45
2. Wawancara .....	46
3. Dokumentasi.....	46
F. Analisis Data .....	47
1. Reduksi Data .....	47
2. Penyajian Data.....	48
3. Penarikan Kesimpulan.....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A. Gambaran Umum Majalah <i>ANCAS</i> .....	49
1. Logo Majalah <i>ANCAS</i> .....	49

2. Sejarah Majalah <i>ANCAS</i> .....	49
3. Visi dan Misi Majalah <i>ANCAS</i> .....	51
4. Struktur Organisasi Majalah <i>ANCAS</i> .....	51
5. Rubrikasi Majalah <i>ANCAS</i> .....	52
6. Iklan dan Distribusi Majalah <i>ANCAS</i> .....	54
7. Tampilan Majalah <i>ANCAS</i> .....	55
B. Manajemen Majalah <i>ANCAS</i> Mempertahankan Eksistensi di Era Digital .....	56
1. Unsur-Unsur Manajemen pada Majalah <i>ANCAS</i> .....	56
2. Proses Manajemen Majalah <i>ANCAS</i> .....	67
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>79</b>
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>85</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Hasil Survei Media Sebagai Sumber Berita.....	3
Gambar 2. Grafik Survei Akses Berita Masyarakat Indonesia .....	4
Gambar 3. Jangkauan Mingguan Media Offline dan Online di Indonesia .....	4
Gambar 4. Logo Majalah <i>ANCAS</i> .....	49
Gambar 5. Struktur Organisasi Majalah <i>ANCAS</i> .....	51
Gambar 6. <i>ANCAS</i> Tahun 2023 .....	55
Gambar 7. <i>ANCAS</i> Tahun 2022 .....	55
Gambar 8. <i>ANCAS</i> Tahun 2021 .....	55
Gambar 9. <i>ANCAS</i> Tahun 2020 .....	55
Gambar 10. <i>ANCAS</i> Tahun 2019 .....	55
Gambar 11. <i>ANCAS</i> Tahun 2018 .....	55
Gambar 12. <i>ANCAS</i> Tahun 2017 .....	55
Gambar 13. <i>ANCAS</i> Tahun 2016 .....	55
Gambar 14. <i>ANCAS</i> Tahun 2015 .....	55
Gambar 15. <i>ANCAS</i> Tahun 2012 .....	55
Gambar 16. <i>ANCAS</i> Tahun 2011 .....	55
Gambar 17. <i>ANCAS</i> Tahun 2010 .....	55
Gambar 18. Rapat Redaksi Majalah <i>ANCAS</i> .....	69
Gambar 19. Alur Redaksional dan Penerbitan Majalah <i>ANCAS</i> .....	74
Gambar 20. Tangkapan layar Grup WhatsApp Majalah <i>ANCAS</i> .....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Rubrik di Majalah <i>ANCAS</i> .....	53
Tabel 2. Distribusi Majalah <i>ANCAS</i> 2023.....	54
Tabel 3. Pengisi Rubrik Majalah <i>ANCAS</i> .....	72



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Media merupakan sarana atau alat penyampaian pesan berupa informasi atau pengetahuan yang disampaikan kepada khalayak. Setiap orang memiliki kebutuhan informasi yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi turut didukung dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang pesat. Dahulu, masyarakat secara pasif menerima informasi dari media cetak, televisi atau radio. Kini publik justru aktif mencari informasi dengan mengakses media daring melalui ponsel yang selalu dalam genggaman.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, sebuah informasi merupakan suatu hal yang berasal dari komunikator yang memberikan informasi tersebut kepada komunikan. Penyampaian informasi kepada komunikan itulah yang membutuhkan sebuah sarana yang disebut dengan media. Media massa digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas dengan banyak orang. Komunikasi sebagai suatu sistem juga bisa digunakan oleh masyarakat untuk menyampaikan warisan sosial berupa nilai atau gagasan dari satu individu ke individu lainnya, bahkan kepada generasi selanjutnya.<sup>1</sup>

Pendiri surat kabar Kompas Jakob Oetama menyebutkan pers merupakan perpanjangan alat untuk memenuhi kebutuhan manusia terhadap informasi, hiburan, pendidikan dan keingintauan mengenai peristiwa yang terjadi di sekitarnya.<sup>2</sup> Menurut Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999, pers memiliki fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol sosial serta lembaga ekonomi.

Teknologi, informasi dan komunikasi mempunyai pengaruh yang besar

---

<sup>1</sup> Ade Putranto Prasetyo W.T, *Manajemen Media Massa (Konsep Dasar, Pengelolaan dan Etika Profesi)*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2020), hlm 8

<sup>2</sup> Irene Silvia, Elok Perwirawati, dan Besti Rohana Simbolon, *Manajemen Media Massa*, (Surabaya : Scopindo Media Pustaka, 2021), hlm 84

terhadap perkembangan media khususnya media massa. Ditemukannya internet pada tahun 1972 telah mengantarkan perkembangan teknologi yang mendorong lahirnya media baru atau *new media*. Perubahan teknologi dari analog menjadi digital memberikan kebebasan dalam mengakses suatu informasi. Di era digital masyarakat mulai meninggalkan media cetak dan beralih ke media daring. Televisi, radio, koran, majalah dan tabloid bukan lagi menjadi satu-satunya sumber informasi.

Industri media di Indonesia telah berkembang sejak akhir tahun 1980an. Bisnis media mencapai puncaknya sejak reformasi tahun 1998. Perubahan pada sektor media di Indonesia dimulai setelah pencabutan Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) dan berlakunya Undang-undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers dan Undang-undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran.<sup>3</sup> Ini menjadi angin segar bagi payung hukum di bidang regulasi media. Di era yang sama terjadi perubahan yang mempengaruhi kerja media termasuk dalam aspek manajemen media.

Kehadiran teknologi khususnya jaringan internet mengakibatkan perubahan pada cara penyampaian informasi. Media cetak secara berangsur mulai ditinggalkan oleh para pembacanya. Meskipun dalam sejarahnya, media cetak seperti koran, majalah, tabloid pernah mendominasi di setiap daerah. Kini masyarakat lebih memilih mencari berita dan informasi di internet dibandingkan dengan berlangganan media cetak yang memiliki waktu terbit. Menurut Ketua Harian Serikat Perusahaan Pers, Januar P. Ruswita, media cetak saat ini menghadapi tantangan berupa perubahan pola baca konsumen. Generasi muda kini tidak lagi berminat membaca koran atau majalah dan lebih memilih media online atau bahkan media social.<sup>4</sup>

Laporan *Digital News Report 2022* dalam *We Are Social* menyebut, secara global 82 % orang memilih media online sebagai media yang digunakan sebagai

---

<sup>3</sup> Fajar Junaedi, *Manajemen Media Massa Teori, Aplikasi dan Riset*, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2014), hlm vii

<sup>4</sup> Rezza Aji Pratama, “Jumlah Media Cetak Terus Merosot, Pers Hadapi Tantangan Distribusi”, diakses pada 20 Juli 2023 <https://katadata.co.id/rezzaaji/berita/63ddda9326a15/jumlah-media-cetak-terus-merosot-pers-hadapi-tantangan-distribusi>

sumber berita. Kemudian, sebanyak 61% orang memilih televisi, 57% sosial media, 26% radio dan 23 % media cetak. Ini berarti bahwa 4 dari 5 orang dewasa kini mendapatkan berita mereka melalui saluran digital, dibandingkan dengan hanya 3 dari 5 orang yang menonton berita di televisi. Bahwa orang sekarang 2 ½ kali lebih mungkin beralih ke media sosial untuk mendapatkan berita daripada beralih ke koran atau majalah fisik.<sup>5</sup>



Gambar 1. Hasil Survei Media Sebagai Sumber Berita  
Sumber : We Are Social.com

Saat ini jumlah media massa di Indonesia mencapai 47.000 media dengan media online sebanyak 43.300. Kemudian, 2.000 sampai 3.000 merupakan media cetak. Sisanya adalah media radio dan televisi.<sup>6</sup> Portal berita menjadi sumber penyedia informasi yang naik daun seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi dan dunia maya di dalamnya. Nielsen pada 2020 menyebut, sebanyak 98% netizen menggunakan perangkat smartphone untuk mengakses internet dalam dua tahun terakhir.<sup>7</sup>

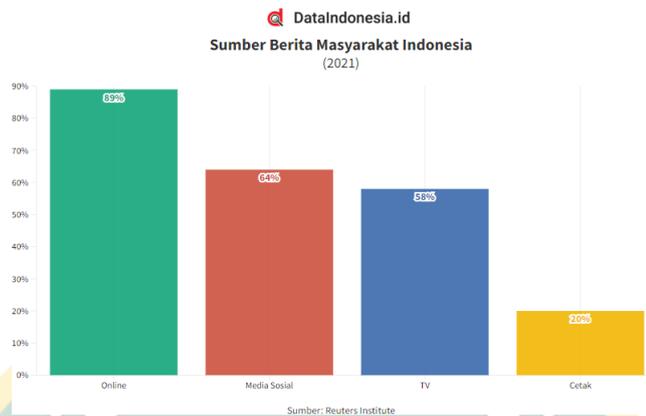
Pengguna internet di Indonesia juga sangat besar. Bahkan masuk 10 besar terbanyak di dunia. Berdasarkan laporan *Routers Institute*, YouGov melakukan survei secara daring terhadap 2.007 responden pada akhir Januari hingga Februari pada 2021, terdapat 89% responden di Indonesia mengakses berita

<sup>5</sup> Simon Kemp, "The Global State Of Digital In July 2022", diakses pada 6 November 2022 <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/07/the-global-state-of-digital-in-july-2022/>

<sup>6</sup> Asep Setiawan, "Media Online Perlu Berbenah Diri", diakses pada 11 November 2022 [https://dewanpers.or.id/publikasi/opini\\_detail/173/Media\\_Online\\_Perlu\\_Berbenah\\_Diri](https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/173/Media_Online_Perlu_Berbenah_Diri)

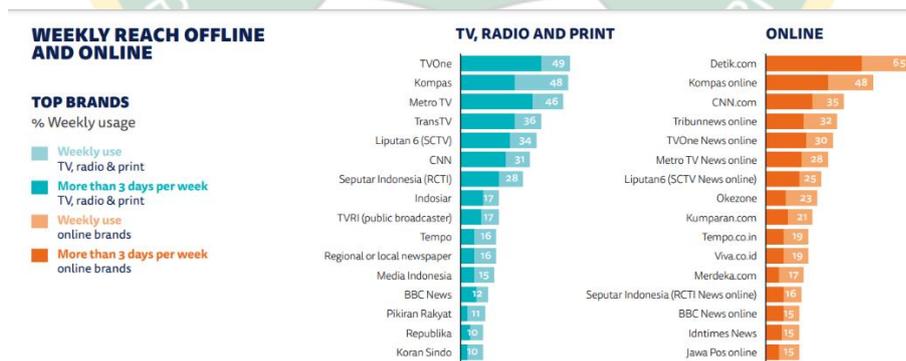
<sup>7</sup> Miladinne Lubis, "Konsumen Digital Menunjukkan Tren Positif", diakses pada 15 November 2020 <https://www.nielsen.com/id/news-center/2020/konsumen-digital-menunjukkan-pertumbuhan-tren-positif/>

melalui media online. Disusul media sosial 64%, mengakses berita melalui televisi 58%. Sementara 20% responden membaca berita lewat media massa cetak seperti koran dan majalah.<sup>8</sup>



Gambar 2. Grafik Survei Akses Berita Masyarakat Indonesia  
Sumber : DataIndonesia.id

Fenomena menurunnya pembaca media cetak terus terjadi meski kepercayaan publik terhadap pemberitaan sempat meningkat saat pandemi. Disisi lain, situasi media cetak mengalami penurunan tajam, diperburuk oleh penjualan dan turunnya pendapatan iklan. Sehingga kondisi tersebut mempercepat peralihan ke langganan digital. Laporan *Digital News Report 2022* juga mencatat jangkauan pengguna koran nasional dan lokal di Indonesia hanya 16% dalam satu minggu.



Gambar 3. Jangkauan Mingguan Media Offline dan Online di Indonesia  
Sumber : Reuters Institute Digital News Report 2022

<sup>8</sup> M Ivan Mahdi, "Media Online, Sumber Berita Utama Masyarakat Indonesia", diakses pada 14 April 2022 <https://dataindonesia.id/digital/detail/media-online-sumber-berita-utama-masyarakat-indonesia>

Eksistensi media cetak ikut turun akibat kehadiran media digital. Disrupsi merupakan fenomena bagaimana kecanggihan teknologi memberikan dampak pada sendi-sendi kehidupan manusia. Termasuk secara tidak langsung mengikis bahasa dan nilai-nilai budaya daerah. Masyarakat modern menilai bahwa bahasa dan nilai-nilai budaya daerah dianggap kuno dan ketinggalan zaman. Sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan bahasa nasional dalam berkomunikasi dibandingkan menggunakan bahasa daerah.

Di Indonesia hasil penelitian Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menyebutkan dari 746 bahasa daerah yang ada di tanah air sebanyak 169 bahasa terancam punah dengan kondisi jumlah penutur di bawah 500 orang. Menurut *Summer Institute of Linguistics* terdapat beberapa bahasa daerah yang diperkirakan jumlah penuturnya cukup banyak salah satunya bahasa Jawa (75.200.000 penutur).<sup>9</sup> Bahkan terdapat penutur-penutur bahasa Jawa di luar negeri seperti Suriname, Singapura, Kaledonia Baru dan Malaysia. Bahasa Jawa terdiri dari beberapa tingkatan seperti Ngoko, Madya, dan Krama. Terdapat pengelompokan-pengelompokan yang lebih sempit salah satunya dialek Banyumasan. Dialek Banyumas menjadi alat komunikasi yang masih digunakan oleh masyarakat yang tinggal di karesidenan Banyumas yakni Kabupaten Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, dan Cilacap.

Meski teknologi media terus berkembang, tidak berarti masyarakat harus meninggalkan media yang sudah ada seperti surat kabar dan majalah, apalagi Majalah *ANCAS* yang juga termasuk pers lokal. Menurut Sumadiria, pers lokal dapat disebut sebagai kamus dan cermin berjalan sebuah kota karena apa pun peristiwa dan fenomena tentang kota tersebut, pasti dijumpai di dalamnya.<sup>10</sup> Pers lokal dapat mensosialisasikan nilai-nilai budaya yang ingin dibangun, termasuk menyampaikan kearifan lokal atau berbagai informasi mengenai

---

<sup>9</sup> Fanny Henry Tondo, Kepunahan Bahasa-Bahasa Daerah: Faktor Penyebab dan Implikasi Etnolinguistik, *Jurnal Masyarakat & Budaya*, Volume 11 No. 2 (2009), Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan LIPI hlm 279

<sup>10</sup> Miranda Gishella, Studi Mengenai Majalah Mingguan *Mangle* dalam Meregenerasi Redaktur untuk Mempertahankan Eksistensi Sebagai Majalah Berbahasa Sunda, *Skripsi*, (Bandung : UIN Sunan Gunung Djati, 2017), hlm 5

budaya di daerah.

Berdasarkan data Diskominfo Provinsi Jawa Tengah, per Juni 2020 sebanyak 20 media cetak terbit di Jawa Tengah.<sup>11</sup> Namun belum termasuk majalah, tabloid, dan media lokal lainnya. Majalah yang menggunakan bahasa Jawa diantaranya : Damar Jati, Djaka Lodang, Jaya Baya, Kajawen, Panjebar Semangat, Mekarsari, dan *ANCAS*.<sup>12</sup> Sementara majalah dengan bahasa Sunda diantaranya Cupumanik, Mangle, dan Ujung Galuh (Uga). Di tengah kemajuan teknologi informasi yang pesat serta di saat banyak *platform* media massa berpindah ke model digital, Majalah *ANCAS* tetap terbit dengan model tradisional yaitu cetak serta masih eksis hingga saat ini.

Majalah *ANCAS* merupakan satu-satunya majalah yang terbit menggunakan bahasa Banyumasan. Berdiri sejak 6 April 2010 dengan penerbit Yayasan Carablaka. Diprakarsai oleh Ahmad Tohari, Didi Wahyu, dan sastrawan Banyumas lainnya. Majalah *ANCAS* dipublikasikan kepada pembacanya dalam bentuk cetak menggunakan Bahasa Banyumasan pada seluruh elemen majalah yang terbit setiap bulan. Memenuhi kebutuhan informasi masyarakat khususnya di wilayah Barlingmascakeb Majalah *ANCAS* mengandung unsur pendidikan, ekonomi, kebudayaan Banyumas serta memuat informasi umum.

Selain memenuhi kebutuhan informasi, majalah *ANCAS* sekaligus menjaga kelestarian bahasa daerah. Hal tersebut tercermin dari seluruh isi rubrik, berita maupun artikel, seluruhnya menggunakan bahasa Banyumasan. Majalah *ANCAS* berisi rubrik-rubrik berbahasa Jawa seperti *Wigati*, *Jantra*, *Kreasiswa*, *Ekonomi*, *Anak Anung*, *Ura-ura*, *Dopokan*, *Waras*, *Thengil*, *Guritan*, *Cerkak*, *Othak-Athik*, *Kembang Bale*, *Pojok Desa*, *Ujar*, *Laras*, *Paramasastra*, *Tuladha*, *Ngudarasa*, *Thekliwer*, *Riwayat*, *Jawa Jawi*, *Apa*

---

<sup>11</sup> Diskominfo Prov. Jateng, “*Data Media Massa di Jawa Tengah*”, diakses pada 11 November 2022 <https://ppid.diskominfo.jatengprov.go.id/data-media-massa-di-jawa-tengah/>

<sup>12</sup> Admin, “*Daftar Majalah di Indonesia*”, diakses pada 9 November 2022 [https://p2k.unkris.ac.id/en3/3073-2962/Daftar-Majalah-Di-Indonesia\\_64817\\_p2k-unkris.html#Bahasa\\_Jawa](https://p2k.unkris.ac.id/en3/3073-2962/Daftar-Majalah-Di-Indonesia_64817_p2k-unkris.html#Bahasa_Jawa)

*Iya?, Wuruk, Plesiran, Klenganan, Profil, Regeng, dan Sugh.*

Manajemen memegang peranan penting dalam setiap perusahaan atau organisasi pers termasuk pers lokal. Karena manajemen dapat membantu memaksimalkan kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan. Manajemen media diperlukan untuk menunjang keberhasilan dari suatu perusahaan media massa, baik perusahaan media cetak, elektronik maupun media *online*.<sup>13</sup> Majalah sebagai media penyedia informasi maupun berita baik yang bersifat komersil maupun pelengkap hobi memiliki manajemen media tersendiri dalam mempertahankan eksistensinya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam mengenai upaya yang dilakukan manajemen Majalah *ANCAS* mempertahankan eksistensinya di era digital. Karena pada kenyataannya minat masyarakat terhadap media cetak terus menurun, terlebih dengan hadirnya media digital. Banyak media cetak yang dulu berkembang gulung tikar lantaran tidak mampu bertahan di tengah kondisi saat ini.<sup>14</sup> Apalagi majalah *ANCAS* yang juga merupakan pers lokal tentu memiliki manajemen agar dapat terus bertahan dan eksis hingga hari ini.

Berdasarkan kondisi di atas, maka menjadi hal yang menarik untuk diteliti agar mengetahui eksistensi media lokal di era digital dalam hal ini manajemen Majalah *ANCAS*. Oleh karena itu, penulis mengangkat penelitian dengan judul **“EKSISTENSI MEDIA LOKAL DI ERA DIGITAL (Studi Manajemen Majalah Banyumasan *ANCAS*)**

## **B. Penegasan Istilah**

Penegasan istilah digunakan untuk memperjelas istilah dan menghindari kemungkinan pengertian yang beragam antara peneliti dengan pembaca. Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap pokok-pokok masalah yang diteliti, maka

---

<sup>13</sup> Ade Putranto Prasetyo W.T, *Manajemen Media Massa (Konsep Dasar, Pengelolaan dan Etika Profesi)*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2020), hlm 21

<sup>14</sup> Eko Pamuji, *Media Cetak VS Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*, (Surabaya : Unitomo Press, 2019), hlm 5

perlu penegasan beberapa istilah kata kunci berikut ini.

### 1. Eksistensi

Eksistensi berasal dari kata bahasa latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan actual. *Existere* disusun dari *ex* yang artinya keluar dan *sister* yang artinya rampil atau muncul. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, eksistensi berarti hal berada, keberadaan.<sup>15</sup> Sjafirah dan Prasanti mendefinisikan eksistensi sebagai suatu keberadaan. Eksistensi merupakan suatu keberadaan ataupun keadaan kegiatan atau usaha yang masih ada dari dulu hingga sekarang, masih di terima oleh lingkungan masyarakatnya, serta keadaannya itu lebih dikenal atau eksis di kalangan masyarakat.<sup>16</sup>

Eksistensi biasanya dijadikan sebagai acuan dalam pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan seseorang dapat berguna dan mendapat nilai yang baik di mata orang lain. Nilai eksistensi sangat penting karena menjadi pembuktian akan hasil kerja dalam suatu lingkungan.

### 2. Media Lokal

Media merupakan sarana atau alat komunikasi sebagai proses penyampaian pesan, gagasan atau informasi yang disampaikan kepada penerima yang dituju. Sementara lokal biasanya mengacu pada sesuatu yang dekat, atau di daerah sekitar. Kata lokal dapat berarti tempat atau pada suatu tempat. Media lokal memiliki kekuatan dalam menyajikan isu-isu yang berkaitan dengan lokalitas suatu daerah sebagai basis informasi.

Media lokal merupakan media yang dikelola, terbit atau beroperasi di daerah. Dalam hal ini, media lokal memiliki kantor yang berlokasi di suatu daerah tertentu dengan mayoritas berita yang dimuat mengenai daerah tersebut karena aspek kedekatan (*proximity*).<sup>17</sup>

<sup>15</sup> KBBI Daring, *Eksistensi*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/eksistensi> diakses pada 16 November 2022

<sup>16</sup> Bella Dwi Syahputri Ispriadi, Devy Anggita Putri, dan Prahasti Ken Dewani, *Eksistensi Media Cetak pada Masa Pandemi Covid-10, Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Vol 9 No 2 (2020)*, (Malang: Universitas Tribhuwana Tungadewi, 2020), hlm 129

<sup>17</sup> Iwan Awaluddin Yusuf, *Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah*,

### 3. Era Digital

Era digital merupakan suatu masa dimana informasi dapat diperoleh dengan mudah dan cepat yang dibagikan menggunakan teknologi digital. Sedangkan teknologi digital adalah teknologi yang menggunakan sistem komputerisasi. Kedua hal ini selalu berjalan beriringan serta saling memberikan dampak bagi keberadaan media massa. Era digital saat ini memungkinkan masyarakat lebih memilih akses informasi melalui internet dari pada media cetak seperti majalah.

Digital berasal dari bahasa Yunani yaitu kata *digitus* yang berarti jari jemari. Maksudnya jumlah jari jemari adalah 10 yang terdiri dari angka 1 dan 0. Digital merupakan penggambaran dari satu keadaan bilangan biner yang semua sistem komputer menggunakan sistem digital sebagai basis datanya.<sup>18</sup>

### 4. Manajemen

George R. Tarry menjelaskan manajemen merupakan kemampuan mengarahkan dan mencapai hasil yang diinginkan dengan tujuan dari usaha-usaha manusia dan sumber lainnya.<sup>19</sup> James A.F. Stoner dan Charles Wankel menyebutkan bahwa manajemen merupakan perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dan penggunaan seluruh sumber daya organisasi lainnya demi tercapainya tujuan organisasi.<sup>20</sup>

Dalam penelitian ini manajemen yang dimaksud adalah bagaimana orang-orang di Majalah *ANCAS* menjalankan manajemennya dalam mempertahankan eksistensi sebagai media lokal dengan bahasa Banyumasan di era digital.

### 5. Majalah *ANCAS*

---

Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol 14 Nomor 3 (2011), (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada), hlm 303

<sup>18</sup> Rustam Aji, *Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)*, Islamic Communication Journal Voll. 01, No. 01 (2016), hlm 44

<sup>19</sup> Syafaruddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta: Ciputat Press, 2005), hlm 41

<sup>20</sup> Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008) hlm 1

Majalah *ANCAS* berdiri pada 6 April 2010 dengan penerbit Yayasan Carablaka. Saat ini dipimpin oleh budayawan Banyumas H. Ahmad Tohari. Majalah *ANCAS* menjadi satu-satunya majalah yang menggunakan Bahasa Banyumas atau *Ngapak*. Majalah *ANCAS* memiliki slogan “Kalawerta Panginyongan Tataran Nasional” dan masih eksis hingga saat ini.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana manajemen Majalah Banyumasan *ANCAS* dalam mempertahankan eksistensi di era digital?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen majalah Banyumasan *ANCAS* dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan di atas maka manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menambah khasanah keilmuan bagi perkembangan ilmu komunikasi. Khususnya ilmu pengetahuan mengenai manajemen media massa, serta eksistensi media lokal di era digital.

#### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menambah khasanah keilmuan bagi akademisi terutama mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Serta dapat menjadi sumber inspirasi (referensi) bagi penelitian selanjutnya terkait eksistensi media lokal di era digital, manajemen media massa khususnya manajemen majalah

Banyumasan *ANCAS*.

## F. Telaah Pustaka

Telaah pustaka dalam penelitian ini digunakan untuk mengkaji hasil penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan masalah penelitian, sehingga jelas perbedaan studi yang dilakukan. Dalam penelitian ini, telaah pustaka yang relevan adalah sebagai berikut :

Pertama, skripsi Ruby Gunawan berjudul “Strategi Manajemen Media *Guo Ji Ri Bao* dalam Menghadapi Disrupsi Untuk Menjaga Eksistensi Media” dari Universitas Multimedia Nusantara Tangerang tahun 2021. Skripsi tersebut membahas tentang strategi manajemen koran berbahasa Mandarin *Guo Ji Ri Bao* dalam menghadapi disrupsi. Menjaga eksistensi media yang berdiri sejak tahun 2000, koran *Guo Ji Ri Bao* memiliki penyebaran sebanyak 60 ribu eksemplar hingga tahun 2010.<sup>21</sup>

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen media pada skripsi tersebut menggunakan pendekatan studi kasus dengan teori fungsi manajemen yang dikemukakan oleh Terry, strategi manajemen media berdasarkan fungsi POAC. Hasilnya seluruh strategi manajemen *Guo Ji Ri Bao* telah dijalankan dengan baik dan menjalankan seluruh fungsi manajemen POAC serta mencerminkan teori strategi manajemen media berbasis pandang sumber daya (*Resources Based View*).

Persamaan skripsi tersebut dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti tentang manajemen media cetak serta eksistensi media. Sementara perbedaannya terletak pada objek penelitian. Skripsi tersebut menggunakan objek koran *Guo Ji Ri Bao* dengan bahasa Mandarin sedangkan penulis menggunakan Majalah *ANCAS* dengan bahasa Banyumasan.

Kedua, jurnal I Made Suyasa dan I Nyoman Sedana berjudul “Mempertahankan Eksistensi Media Cetak di Tengah Gempuran Media Online” Universitas Pendidikan Nasional (Undiknas) Denpasar tahun 2020.

---

<sup>21</sup> Ruby Gunawan, Strategi Manajemen Media *Guo Ji Ri Bao* dalam menghadapi Disrupsi untuk Menjaga Eksistensi Media, *Skripsi*, (Banten: Universitas Multimedia Nusantara Tangerang, hlm. 1

Jurnal tersebut mengulas tentang era digital yang memberikan dampak pada semua model bisnis termasuk media cetak. Adanya pergeseran penyampaian pesan dari cetak ke online mengancam keberadaan media cetak. Menjamurnya media online, rendahnya budaya literasi masyarakat Indonesia, biaya produksi yang tinggi dan berkembangnya media-media digital menjadi faktor industri media cetak di Indonesia banyak yang gulung tikar.<sup>22</sup>

Penelitian tersebut memiliki persamaan pada metode yang digunakan dengan pendekatan kualitatif deskriptif serta objek kajian yaitu media cetak. Sementara perbedaannya, jurnal ini menggunakan objek media massa di Indonesia secara umum menggunakan paradigma konstruktif. Sementara penulis secara spesifik akan menggunakan majalah *ANCAS* dengan jenis penelitian *field research*.

Ketiga, skripsi Vidya Ayunita berjudul “Strategi Manajemen Suara Merdeka untuk Mempertahankan Eksistensi Perusahaan dalam Menghadapi Media Kompetitor di Jawa Tengah (Studi Kasus pada PT. Suara Merdeka Press)” Universitas Diponegoro tahun 2014. Skripsi ini membahas bagaimana mempertahankan eksistensi Suara Merdeka serta strategi manajemennya menghadapi kompetitor media di Jawa Tengah. Suara Merdeka merupakan market leader serta brand media cetak terkuat di Jawa Tengah. Dalam menghadapi perkembangan media online, Suara Merdeka menggunakan strategi konvergensi media. Adapun strategi manajemennya yaitu mempertahankan citra dan layanan serta meningkatkan kualitas konten<sup>23</sup>.

Penelitian memiliki persamaan yaitu sama-sama mengkaji manajemen dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaannya skripsi tersebut menggunakan metode analisis SWOT milik Albert Humphrey sementara penulis menggunakan metode analisis POAC milik George R. Terry.

Keempat, jurnal oleh Ika Rahmawati, Asep Saepul Muhtadi, dan Darajat

---

<sup>22</sup> I Made Suyasa dan I Nyoman Sedana, Mempertahankan Eksistensi Media Cetak di Tengah Gempuran Media Online, *Jurnal Komunikasi dan Budaya Volume 01 Nomor 01 Juni (2020)*, (Bali: Universitas Pendidikan Nasional Denpasar, 2020), hlm. 57

<sup>23</sup> Vidya Ayunita, Strategi Manajemen Suara Merdeka untuk Mempertahankan Eksistensi Perusahaan dalam Menghadapi Media Kompetitor di Jawa Tengah (Studi Kasus pada PT. Suara Merdeka Press), *Skripsi*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2014), hlm 1

Wibawa berjudul “Strategi Media Cetak di Era Revolusi Industri 4.0” UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2020. Jurnal ini membahas strategi media cetak Tribun Jawa Barat di era revolusi industri. Menggunakan studi kualitatif untuk mengetahui strategi media cetak Tribun Jabar dalam mempertahankan media di era revolusi industri. Hasil penelitian ini menjelaskan bagaimana media cetak Tribun Jabar memulai strategi dari perubahan awal hingga mempertahankan eksistensi juga aspek-aspek lain yang terkait dengan keahlian para pekerja dalam menghadapi konten di media baru.<sup>24</sup>

Penelitian ini memiliki persamaan dalam hal eksistensi media cetak. Meski demikian, penelitian ini juga memiliki perbedaan yakni pada subjeknya dimana jurnal tersebut menggunakan media cetak Tribun Jabar sementara peneliti menggunakan majalah *ANCAS*. Teori yang digunakan yakni Teori Strategi Miles and Snow sementara penulis menggunakan teori fungsi manajemen POAC George R. Terry.

Kelima, skripsi oleh Miranda Gishella berjudul “Studi Mengenai Majalah Mingguan Mangle dalam Meregenerasi Redaktur untuk Mempertahankan Eksistensi sebagai Majalah Berbahasa Sunda” Universitas Pasundan, Bandung tahun 2017. Skripsi tersebut membahas tentang bagaimana Majalah Mangle dapat bertahan dan tetap eksis sebagai majalah dengan bahasa Sunda melalui regenerasi redaktur. Hasilnya, majalah Mangle merekrut pegawai magang dan penulis berbakat serta menjadikan wartawan sebagai redaktur sebagai upaya menghadapi kendala yang ada. Majalah Mangle memiliki cara dan prinsip sendiri dalam melakukan regenerasi redaktur sehingga dapat bertahan dan terus eksis menjadi majalah dengan bahasa Sunda.<sup>25</sup>

Perbedaan penelitian yakni pada objek yang digunakan. Skripsi tersebut berfokus pada bagaimana regenerasi redaktur dalam mempertahankan eksistensi Majalah Mangle sebagai majalah bahasa Sunda, sementara penulis

---

<sup>24</sup> Ikah Rahmawati, Strategi media Cetak di Era Refolusi Industri 4.0 : Studi Kualitatif pada Media Cetak Tribun Jabar, *Skripsi*, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2020), hlm 2

<sup>25</sup> Miranda Gishella, Studi Mengenai Majalah Mingguan Mangle dalam Meregenerasi Redaktur untuk Mempertahankan Eksistensi sebagai Majalah Berbahasa Sunda, *Skripsi*, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2017), hlm 2

fokus pada manajemen majalah *ANCAS* sebagai majalah bahasa Banyumasan dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

Keenam, skripsi oleh Teti Novianti berjudul “Eksistensi Harian Tribun Timur di Tengah Arus Perkembangan Media Online” UIN Alauddin Makassar tahun 2016. Skripsi tersebut membahas mengenai eksistensi media Harian Tribun Timur yang mempertahankan eksistensinya dengan melakukan penyesuaian harga dengan cukup terjangkau. Sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama untuk dapat eksis di tengah arus perkembangan media online. Strategi yang digunakan Harian Tribun Timur yakni dengan cara pemberitaan yang khusus dan pendekatan penulisan yang berbeda dengan koran pada umumnya.<sup>26</sup>

Penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya pada objek yang diteliti Harian Tribun Timur merupakan surat kabar harian yang terbit di Sulawesi Selatan sementara peneliti menggunakan media lokal majalah *ANCAS* di Banyumas sebagai objeknya.

Ketujuh, jurnal dari Vience Mutiara Rumata berjudul “Digitalisasi dan Eksistensi Media Cetak (Studi Kualitatif Majalah *GoGirl* dan Harian Suara Pembaruan)” Universitas Esa Unggul Jakarta. Jurnal tersebut mengkaji media cetak *GoGirl* dan Suara Pembaruan menghadapi tantangan digitalisasi, dampak konvergensi terhadap media cetak konvensional eksisting di Indonesia. Kedua media cetak ini mulai fokus pada format digital dengan tetap mempertahankan distribusi konten secara konvensional. *GoGirl* dan Suara Pembaruan tidak sepenuhnya mengadopsi model bisnis digital. Akan tetapi menyediakan konten secara online. Hasilnya, majalah *GoGirl* meningkatkan layanan konten digital dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, sementara Suara Pembaruan menyediakan informasi dengan platform yang beragam tidak hanya

---

<sup>26</sup> Teti Novianti, Eksistensi Harian Tribun Timur di Tengah Arus Perkembangan Media Online, *Skripsi*. (Makassar : UIN Alauddin Makassar, 2016), hlm 1

secara konvensional.<sup>27</sup>

Persamaan dengan penelitian ini, sama-sama mengkaji majalah dengan metode kualitatif, hanya saja fokus objeknya berbeda. Penelitian terdahulu menggunakan yakni majalah *GoGirl* dan *Suara Pembaruan*, sementara peneliti meneliti media lokal Majalah *ANCAS*.

Kedelapan, *Jurnal Komunikasi dan Budaya* berjudul “Eksistensi Majalah Gatra Sumatra Bagian Selatan Menghadapi Digitalisasi 4.0”. Penelitian tersebut menjelaskan tentang bagaimana kekuatan kelemahan, peluang dan tantangan yang dihadapi Gatra Sumbagsel dalam menghadapi persaingan bisnis di era digitalisasi 4.0. Hasilnya Majalah Gatra Sumbagsel mampu bersaing di era digital dengan menerapkan pola bisnis di instansi pemerintah dan swasta sebagai sasaran utama pengembangan bisnis.<sup>28</sup>

Persamaan penelitian ini yaitu objek penelitian adalah manajemen majalah walaupun secara spesifik majalahnya berbeda. Jurnal tersebut menggunakan Majalah Gatra Sumbagsel sementara peneliti menggunakan Majalah *ANCAS*. Dan sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif. Perbedaannya penulis menggunakan manajemen POAC sementara jurnal tersebut menggunakan analisis SWOT dan teori manajemen media massa.

## G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan kerangka dan pedoman dalam memahami isi skripsi untuk mempermudah dalam melihat dan mengetahui pembahasan yang ada di dalamnya. Penulis membagi skripsi ke dalam lima bab yang diawali dengan halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman pengesahan, halaman nota pembimbing, abstrak, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi dan daftar tabel.

---

<sup>27</sup> Vience Mutiara Rumata, *Digitalisasi dan Eksistensi Media Cetak (Studi Kualitatif Majalah GoGirl dan Harian Suara Pembaruan)*, *Jurnal Komunikologi Volume 15 Nomor 2*, (Jakarta : Universitas Esa Unggul, 2018), hlm 129

<sup>28</sup> Isna Wijayani dan Karerek, *Eksistensi Majalah Gatra Sumatera Bagian Selatan Menghadapi Era Digitalisasi 4.0*, *Jurnal Komunikasi dan Budaya Volume 02 Nomor 01 Juni 2021*, (Palembang: Universitas Bina Darma, 2021), hlm 184

**BAB I Pendahuluan**

Bagian ini membahas tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, dan sistematika penulisan.

**BAB II Landasan Teori**

Bagian ini membahas tentang teori-teori yang digunakan dalam menganalisa penelitian ini. Teori yang dibahas adalah teori POAC milik George R Terry.

**BAB III Metode Penelitian**

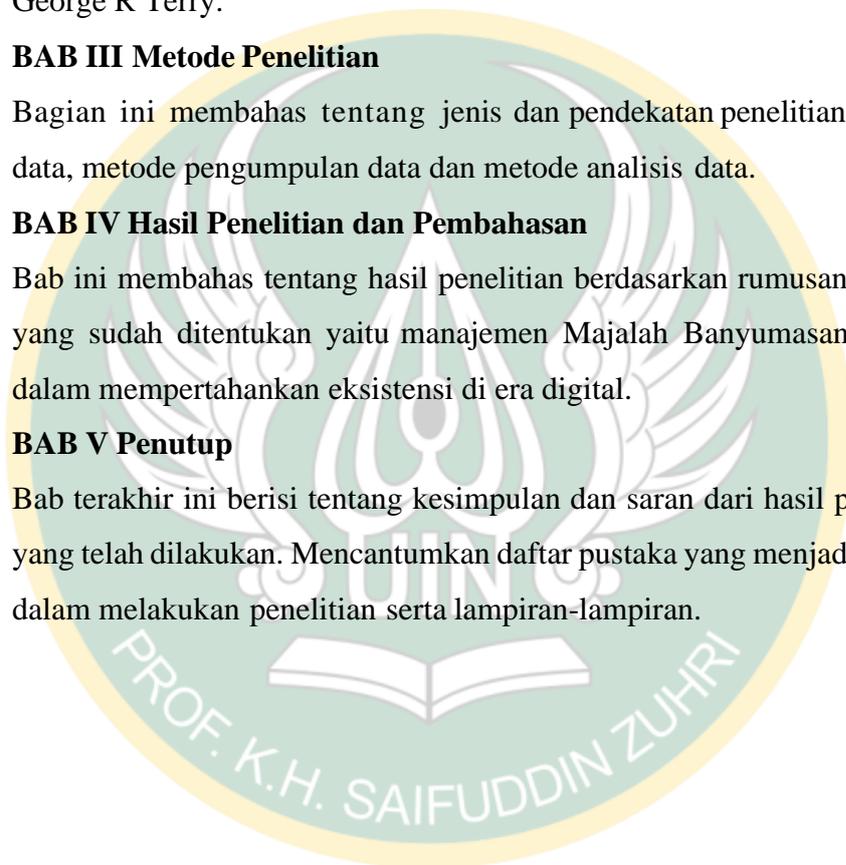
Bagian ini membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

**BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini membahas tentang hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan yaitu manajemen Majalah Banyumasan ANCAS dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

**BAB V Penutup**

Bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Mencantumkan daftar pustaka yang menjadi rujukan dalam melakukan penelitian serta lampiran-lampiran.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Eksistensi

Eksistensi berasal dari kata bahasa Latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan aktual. *Existere* disusun dari kata *ex* yang artinya keluar dan *sistere* yang artinya tampil atau muncul. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, eksistensi berarti hal berada; keberadaan.<sup>29</sup> Sehingga dapat dikatakan bahwa eksistensi merupakan semacam keberadaan yang merupakan ciri dari kesadaran manusia atau dapat diakui keberadaannya. Beberapa pengertian secara termonologi yaitu :<sup>30</sup>

- a. Eksistensi adalah apa yang ada
- b. Eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas (ada)
- c. Eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dan menekankan bahwa sesuatu itu ada

Sjafirah dan Prasanti mendefinisikan eksistensi sebagai suatu keberadaan. Eksistensi merupakan suatu keberadaan ataupun keadaan kegiatan atau usaha yang masih ada dari dulu hingga sekarang, masih di terima oleh lingkungan masyarakatnya, serta keadaannya itu lebih dikenal atau eksis di kalangan masyarakat.<sup>31</sup> Keberadaan yang di maksudkan ialah terdapatnya pengaruh ada atau tidak adanya sesuatu.

Eksistensialisme merupakan salah satu aliran yang melihat manusia pada sejauh mana keberadaannya diakui oleh masyarakat atau yang disebut eksis. Abraham Maslow mengatakan bahwa pengakuan tentang eksistensi sebagai kebutuhan tertinggi manusia jauh melampaui kebutuhan rasa aman, sandang, pangan dan papan.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> KBBI Daring, *Eksistensi*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/eksistensi> diakses pada 16 November 2022

<sup>30</sup> Lorens Bagus, *Kamus Filsafat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm 183

<sup>31</sup> Bella Dwi Syahputri Ispriadi, Devy Anggita Putri, Prahasti Ken Dewani, *Eksistensi Media Cetak pada Masa Pandemi Covid-10*, Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Vol 9 No 2 (2020), hlm 129.

<sup>32</sup> Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm 101

Eksistensi sebuah media massa dalam masyarakat pada dasarnya menunjukkan adanya hubungan dan saling mempengaruhi antara unsur yang satu dengan unsur lain sesuai dengan fungsinya masing-masing. Eksistensi sebuah media dapat dilihat dari <sup>33</sup>:

- a. Landasan berpijak sebagai media massa yang berlandaskan idealisme dan komersial
- b. Memiliki sumber daya manusia yang profesional
- c. Adanya pengakuan dari masyarakat terhadap eksistensi sebuah media tersebut.

Eksistensi dalam konsep media massa diperlukan agar keberadaan media tersebut tetap ada sekalipun berada di era digital seperti sekarang. Eksistensi media massa harus dilihat dari idealisme dan komersialisme. Idealisme dimana media harus jelas menjalankan visi dan misinya serta komersialisme yaitu berorientasi bisnis, memiliki finansial yang kuat, penghasilan yang memadai serta didukung oleh sumber daya manusia yang profesional.<sup>34</sup> Sehingga pengakuan khalayak pembaca merupakan bentuk dari penilaian dan penghargaan dan kepedulian masyarakat terhadap media yang ada.

Keberadaan majalah sebagai media lokal memiliki peran penting bagi masyarakat khususnya di daerah-daerah sebagai basis informasi termasuk mengangkat isu-isu lokal. Pemusatan informasi dan pemberitaan media di tingkat nasional yang menyebar ke daerah-daerah mengakibatkan ketidakberimbangan pemberitaan dan arus informasi. Dalam hal ini minimnya porsi pemberitaan di daerah melumpuhkan eksistensi wartawan lokal dalam menyebarluaskan berita seputar daerah untuk pembangunan daerahnya sendiri. Munculnya media lokal sangat penting untuk kemajuan masyarakat di daerah.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, terj. Laswani (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2004), hlm 127

<sup>34</sup> Riska Fadillah S, Eksistensi Media Online terhadap Pemasaran Media Cetak Haluan Riau, *Skripsi*, (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2018), hlm 12

<sup>35</sup> Sapta Sari, Potret Surat Kabar Lokal di Indonesia sebagai Basis Informasi, *Jurnal Kominfo Vol. 11, Nomor 1 Tahun 2013*, (Bandung: Universitas Sangga Buana, 2013) hlm 59

Pesatnya perkembangan teknologi informasi serta komunikasi membawa perubahan yang besar terhadap industri media khususnya media cetak seperti koran, tabloid dan majalah. Media cetak tidak hanya menghadapi persaingan dengan sesama media cetak akan tetapi juga dengan media-media baru lainnya di era digital. Banyak media cetak kehilangan pembacanya dan berakibat penurunan pendapatan.<sup>36</sup> Hal tersebut diperparah dengan Pandemi Covid-19 yang sempat melanda seluruh dunia di tahun 2019 serta mahalnya biaya cetak turut menyumbangkan pengaruh bagi media cetak baik lokal maupun nasional satu per satu menghentikan penerbitannya.

Mempertahankan eksistensi saat ini memerlukan manajemen yang tepat dalam mengelola dan mempertahankan media cetak. Menurut Wahyu Dhyatmika, Redaktur Eksekutif Majalah Tempo setidaknya ada 4 cara yang bisa dilakukan agar media tetap eksis meski di era digital :

- a. Kenali *competitive advantage*, yaitu apa yang membuat media tersebut unik. Hal ini bisa dilakukan dengan memfokuskan pada konten atau isi media.
- b. Era digital tidak hanya mengandalkan wartawan hebat, namun media harus bisa membuka peluang dan kesempatan baru dengan orang-orang yang memiliki keahlian baru seperti praktisi media sosial.
- c. Personal branding di media sosial yang kuat dan sejalan dengan value korporat. Tugas wartawan tidak berhenti saat naskah naik cetak, namun harus mengimbangi dengan interaksi horizontal untuk ikut serta dengan *user*.
- d. Kenali khalayak dan demografi pembaca. Hal tersebut akan memudahkan dalam mengambil kebijakan dan keputusan tentang konten seperti apa yang diinginkan oleh khalayak tersebut.<sup>37</sup>

Media-media di Indonesia baik cetak maupun elektronik telah melakukan berbagai perubahan dengan menghadirkan konten versi online di internet. Banyak media kini bergerak pada platform digital dengan menyajikan cara kerja

---

<sup>36</sup> Eko Pamuji, *Media Cetak vs Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019) hlm 16

<sup>37</sup> Nurur R. Bintari, *Empat Strategi agar Media Cetak Tetap Eksis*, 10 Februari 2017, <https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/empat-strategi-agar-media-cetak-tetap-eksis/>, diakses pada 6 November 2022

jurnaisme serba cepat. Berubahnya media yang digunakan dalam penyampaian informasi tentu akan memberikan dampak pada eksistensi media itu sendiri.

Untuk tetap bertahan, media cetak harus berupaya menjaga kepercayaan masyarakat dengan isi media yang dipublikasikan serta mengemas produk jurnalistik yang menarik. Media cetak bukan hanya sekadar kertas tetapi memiliki kekuatan dan nilai pada setiap tulisannya. Industri surat kabar dan media cetak dibombardir oleh pesatnya media baru berbasis internet. Namun meski demikian, media cetak tetap masih dapat hidup dan berkembang meski tidak sebanyak pada awalnya.

## **B. Manajemen**

### **1. Pengertian Manajemen**

Kata manajemen berasal dari bahasa Prancis kuno, *management*, yang artinya seni melaksanakan dan mengatur. Dalam bahasa Inggris “*to manage*” artinya mengatur. George R Terry mendefinisikan manajemen sebagai suatu proses yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.<sup>38</sup>

James A.F. Stoner dan Charles Wankel menyebutkan bahwa manajemen merupakan perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dan penggunaan seluruh sumber daya organisasi lainnya demi tercapainya tujuan organisasi.<sup>39</sup>

Manajemen merupakan seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan dari pada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu atau sebelumnya. Sehingga, istilah manajemen mengacu pada upaya-upaya untuk menggerakkan organisasi melalui implementasi fungsi perencanaan,

---

<sup>38</sup> Amirullah. *Pengantar Manajemen (Fungsi-Proses-Pengendalian)*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm 4

<sup>39</sup> Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm 1

pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dalam rangka mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.<sup>40</sup>

Menurut Ade Putranto, terdapat beberapa aspek terkait manajemen<sup>41</sup>:

- a. Manajemen selalu berkaitan dengan proses. Proses merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara tertata dan sesuai alur yang sudah direncanakan.
- b. Yang terlibat dalam suatu manajemen tidak hanya seorang saja, melainkan juga beberapa orang.
- c. Manajemen ditunukkan untuk meraih tujuan bersama dari organisasi, serta selalu ada perencanaan sebelum melakukan tindakan.

Jika ada suatu tindakan dari manajemen, berarti ada pengawasan terhadap pelaksanaan yang dilakukan untuk mencapai tujuan.

## 2. Unsur-unsur Manajemen

Menurut Hasibuan, manajemen terdiri atas enam unsur (6M) yaitu *men*, *money*, *method*, *materials*, *machines*, dan *market*<sup>42</sup>.

### a. *Men* (manusia)

Manusia merupakan sarana penting dan utama dalam setiap manajemen untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Berbagai kegiatan yang terdapat dalam fungsi manajemen memerlukan adanya sumber daya manusia untuk menjalankannya.

### b. *Money* (uang)

Uang selalu dibutuhkan dalam perusahaan mulai dari pendirian perusahaan, proses produksi dan lain sebagainya. Uang sebagai sarana manajemen harus digunakan sedemikian rupa agar tujuan yang diinginkan tercapai. Kelancaran atau ketidaklancaran proses manajemen sedikit banyak dipengaruhi oleh pengelola keuangan.

### c. *Methods* (metode)

---

<sup>40</sup> Amirullah. *Pengantar Manajemen (Fungsi-Proses-Pengendalian)*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm 4-5

<sup>41</sup> Ade Putranto Prasetyo W.T, *Manajemen Media Massa (Konsep Dasar, Pengelolaan, dan Etika Profesi)*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), hlm 29

<sup>42</sup> Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2019) hlm 2

Metode sangat penting agar kegiatan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Manusia dihadapkan pada berbagai alternatif metode cara dalam menjalankan pekerjaan sehingga cara yang dilakukan dapat menjadi sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan.

d. *Materials* (bahan)

Bahan-bahan/perlengkapan dianggap sebagai alat atau sarana manajemen, karena dalam proses pelaksanaan kegiatan manusia menggunakan bahan-bahan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

e. *Machines* (mesin)

Mesin memegang peranan penting dalam proses produksi setelah terjadinya revolusi industri. Perkembangan teknologi yang semakin pesat, menyebabkan penggunaan mesin semakin menonjol. Hal ini karena banyaknya mesin-mesin baru yang ditemukan oleh para ahli sehingga memungkinkan peningkatan dalam produksi.

f. *Market* (pasar)

Pasar merupakan tempat kita memasarkan produk yang telah diproduksi. Pasar sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan. Pasar berupa masyarakat (pelanggan) itu sendiri. Tanpa adanya pasar suatu perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan manajemen pasar (pemasaran) yang baik, agar distribusi produk produk dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan napa yang diharapkan.

### 3. Fungsi-fungsi Manajemen

a. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan adalah proses memutuskan tujuan-tujuan apa yang akan dikejar selama suatu jangka waktu yang akan datang, dan apa yang dilakukan agar tujuan-tujuan itu dapat tercapai. Perencanaan adalah pemikiran seseorang yang rasional yang didasarkan pada fakta untuk dijadikan persiapan sebelum melakukan tindakan-tindakan yang dilakukan setelahnya.<sup>43</sup> *Planning* atau perencanaan merupakan kegiatan yang

---

<sup>43</sup> Kustadi Suhandang, *Manajemen Pers Dakwah: Dari Perencanaan Hingga Pengawasan*, (Bandung: Maria, 2007) hlm. 38

dilakukan untuk memutuskan rencana apa saja yang harus disusun baik harian, mingguan atau bulanan hingga tahunan dalam rangka mencapai tujuan dari suatu perusahaan media.<sup>44</sup> Maka dapat dikatakan bahwa perencanaan dalam manajemen media massa adalah proses penentuan kebijakan terkait pemberitaan yang akan diterbitkan pada setiap edisi.

Perencanaan penting karena banyak berperan dalam jalannya mekanisme kerja. Tahap perencanaan merupakan kegiatan atau proses untuk menentukan isi dari berita yang akan diterbitkan esok hari, serta membahas berita-berita yang membutuhkan tindak lanjut. Hal tersebut dapat diimplementasikan melalui rapat-rapat redaksi. Suatu perencanaan dalam sebuah perusahaan media harus dilakukan secara teratur serta telah mendapatkan persetujuan terlebih dahulu sebagai petunjuk untuk menuju proses berikutnya.

Proses lain yang dilakukan setelah perencanaan adalah pemilihan atau penetapan tujuan dari organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur, metode, hingga anggaran yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan media massa. Perencanaan merupakan fungsi manajemen untuk memilih, menghubungkan fakta dan membuat serta menggunakan asumsi mengenai masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.<sup>45</sup>

Unsur perencanaan baik dalam manajemen secara umum maupun dalam konteks manajemen media massa sangat penting. Perencanaan yang baik akan membuat proses produksi wacana dan pemberitaan di dalam media menjadi baik. Sehingga dalam konteks manajemen media massa, perencanaan dapat berupa adanya rapat redaksi, pembahasan tema rubrik atau edisi, hingga pemilihan isu dan berita atau tulisan yang hendak diangkat. Dalam proses ini seluruh staf redaksi harus hadir dan mesti

---

<sup>44</sup> Ahmad Munif, *Kuliah Manajemen Pers* (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2005), hlm 27

<sup>45</sup> Ade Putranto Prasetyo, *Manajemen Media Massa (Konsep Dasar, Pengelolaan dan Etika Profesi)*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), hlm 23

dilaksanakan secara rutin, seperti harian, mingguan atau bulanan.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian merupakan suatu kegiatan dalam membuat struktur organisasi beserta dengan tugasnya masing-masing, sehingga antar individu atau kelompok yang bertugas di bidangnya masing-masing dapat saling mempengaruhi dan bekerjasama. Tujuan dari pengorganisasian dalam sebuah media adalah untuk membagi suatu kegiatan besar menjadi kegiatan yang lebih kecil. Selain itu, proses pengorganisasian juga dapat mempermudah dalam proses pengawasan atau dalam menentukan hal-hal yang dibutuhkan dalam melaksanakan pengorganisasian tersebut.<sup>46</sup>

Pengorganisasian dalam perusahaan biasanya meliputi penentuan sumber daya dan kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi perencanaan, pengembangan suatu organisasi, penugasan tanggung jawab tertentu pada individu maupun kelompok serta pendelegasian wewenang yang diperlukan kepada individu maupun kelompok tertentu untuk melaksanakan tugas-tugasnya.

c. *Actuating* (Pengarahan atau Penggerakan)

Menurut George R. Terry *actuating* adalah membuat semua anggota kelompok agar mau bekerja sama dan giat untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian dari pimpinan.<sup>47</sup> *Actuating* merupakan suatu tindakan yang dilakukan sebuah organisasi untuk mempengaruhi semua anggota dalam sebuah organisasi tersebut berusaha dan bekerja sama untuk mencapai tujuan perusahaan yang sebelumnya telah ditentukan.

Tahap penggerakan pada manajemen media cetak merupakan aktivitas yang bertujuan untuk menggerakkan orang-orang agar dapat menghasilkan produk jurnalistik. Tahap dari penggerakan meliputi :

---

<sup>46</sup> Ade Putranto praasetyo, *Manajemen Media Massa (Konsep Dasar, Pengelolaan dan Etika dan Profesi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), hlm 24

<sup>47</sup> Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm 183

- 1) Peliputan yaitu proses mencari berita (*news hunting*) atau kegiatan meliput bahan berita dengan menggunakan teknik reportase, wawancara maupun riset kepustakaan.
- 2) Penulisan yaitu proses penulisan berita dengan menggunakan teknik melaporkan (*to report*) yang merujuk pada pola piramida terbalik serta mengacu pada konsep 5W+1H.
- 3) Penyuntingan yaitu kegiatan memperbaiki atau menyempurnakan tulisan agar lebih logis, mudah dipahami, tidak rancu, dan tetap memerhatikan fakta serta data agar tetap terjaga keakuratannya.

Penggerakan keredaksian tergantung kepada pemimpin/ketua dewan redaksinya. Hal ini dikarenakan untuk memotivasi para wartawan dan redaktur dalam setiap kegiatan redaksi memerlukan seorang motivator yang dapat memberikan dorongan dan dukungan kepada setiap bawahannya.<sup>48</sup>

d. *Controlling* (Pengawasan)

Terry mendefinisikan pengawasan sebagai proses penentuan, apa yang harus dicapai yaitu standar apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan dan apabila perlu dilakukan perbaikanperbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana yaitu selaras dengan standar.<sup>49</sup> Sondang P Siagian mengatakan pengawasan merupakan proses pengamatan dari seluruh kegiatan organisasi guna lebih mejamin bahwa semua pekerjaan yang sedang dilaksanakan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>50</sup>

Ketika perusahaan atau organisasi bekerja menuju sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan, manajer harus memonitor kegiatan kegiatan tersebut untuk memastikan bahwa tidak ada penyimpangan dari perencanaan, pengorganisasian, dan kepemimpinan yang telah ditetapkan

---

<sup>48</sup> Muhammad Faula Azmie, Manajemen Pengelolaan Portal Berita [www.goriau.com](http://www.goriau.com) dalam Menarik Minat Baca Pada Media Sosial, *Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* (Pekanbaru: Universitas Riau, 2015), hlm 5

<sup>49</sup> Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm 242

<sup>50</sup> Sondang P. Siagian. *Fungsi-Fungsi Manajerial*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2007), hlm 125

sebelumnya.<sup>51</sup> Pengawasan berhubungan dengan tindakan atau usaha penyelamatan jalannya perusahaan ke arah tujuan yang diinginkan yaitu tujuan yang telah direncanakan.

Pengawasan dilakukan untuk memastikan perkembangan dari langkah-langkah yang dilakukan agar tetap sesuai dengan perencanaan yang telah diputuskan. Dalam manajemen media cetak, tahap ini sangat penting untuk menjaga agar rubrik yang dibuat tidak keluar jalur kaidah jurnalistik. Meski struktur manajemen yang ada di setiap media cetak akan berbeda antara satu dengan yang lain, bergantung pada kebijakan juga peraturan dari suatu perusahaan media cetak itu sendiri.<sup>52</sup> Manajemen media cetak jenis koran dapat berbeda dengan manajemen media cetak jenis tabloid atau majalah walaupun memiliki sasaran pasar yang sama namun tujuan dalam pemberitaan berbeda. Oleh karena itu setiap manajemen media cetak harus dapat menyesuaikan isi atau konten berita sesuai dengan peraturan dan kebijakan masing-masing perusahaan.

#### 4. Jenis-jenis Manajemen

Jenis-jenis manajemen menurut Siagian (Saprudin, 2018) meliputi :

##### a. Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah penerapan manajemen berdasarkan fungsinya untuk memperoleh sumber daya manusia yang terbaik bagi bisnis yang dijalankan dan bagaimana sumber daya manusia yang terbaik tersebut dapat dipelihara dan tetap bekerja bersama kita dengan kualitas pekerjaan yang senantiasa konstan ataupun bertambah.

##### b. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen dan bagaimana cara pemenuhannya dapat terwujud.

---

<sup>51</sup> Henki Idris Issakh dan Zahrida Wiryawan, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: In Media, 2015), hlm 523

<sup>52</sup> Ade Putranto Prasetyo, *Manajemen Media Massa (Konsep Dasar, Pengelolaan dan Etika Profesi)*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020), hlm 83

c. Manajemen Operasi/Produksi

Manajemen operasi/produksi adalah penerapan manajemen berdasarkan fungsinya untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan standar yang ditetapkan berdasarkan keinginan konsumen, dengan teknik produksi yang seefisien mungkin dari mulai dari pilihan lokasi produksi hingga produk akhir yang dihasilkan dalam proses produksi.

d. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsi yang pada intinya berusaha untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan mampu mencapai tujuannya secara ekonomis yaitu diukur berdasarkan profit. Tugas manajemen keuangan diantaranya merencanakan dari mana pembiayaan bisnis diperoleh dan dengan cara bagaimana modal yang telah diperoleh dialokasikan secara tepat dalam kegiatan bisnis yang dijalankan.

## C. Media Massa Lokal

### 1. Pengertian Media Massa

Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat, menurut Burhan Bungin media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak. Sementara dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarluaskan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya.<sup>53</sup>

Media massa secara spesifik dapat diartikan sebagai komunikasi yang didesain untuk menjangkau masyarakat banyak. Platform yang termasuk ke dalam media massa yaitu radio, koran, majalah, buku, video game, dan internet (contoh: blog, podcast, dan platform *video sharing*). Salah satu pembedanya yaitu, pesan dalam media massa dapat disebarkan lewat beberapa platform media massa sekaligus, seperti iklan yang di sebar lewat

---

<sup>53</sup> Dedi Kusuma Habibie, Dwi Fungsi Media Massa, *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 7, No. 2*, pp 79-86, Dec 2018, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), hlm 79

televisi, radio, dan internet.<sup>54</sup>

## 2. Sejarah Media Massa

Perkembangan media dan komunikasi massa didukung dengan perkembangan teknologi. media massa pertama kali berkembang lewat penemuan mesin cetak massal oleh Johannes Gutenberg sekitar tahun 1440. Dengan adanya mesin cetak massal percetakan dapat dengan mudah dan cepat mencetak skrip atau buku. Selain itu, perusahaan percetakan dapat mengurangi biaya produksi buku. Sehingga, buku dapat dijual dengan harga yang lebih murah. Penemuan Gutenberg mendukung kemajuan budaya *Renaissance Eropa* dan *Protestant Reformation*.

Pada tahun 1810, Friedrich Koenig menggabungkan mesin uap dengan mesin cetak yang mendorong industrialisasi media cetak. Dengan bertambahnya efisiensi produksi, membuat surat kabar harian semakin populer di masa tersebut. Kepopuleran surat kabar mendukung urbanisasi masyarakat Amerika Serikat pada tahun 1900-an.

Pada masa revolusi industri, media membantu masyarakat untuk memberikan informasi bagaimana mereka menghabiskan uang dan waktu luangnya. Pada saat yang sama, koran membantu pemerintah menumbuhkan rasa persatuan dan nasionalisme.

Pada tahun 1830-an, popularitas *Penny Papers* mulai meroket. *Penny Papers* menyediakan berita-berita sensasional mulai dari berita petualangan hingga kriminal yang dijual dengan harga murah. *Penny Papers* menjadi ancaman bagi koran harian karena menyajikan berita dengan harga murah dan menyenangkan, berbeda dengan koran pada umumnya yang ditujukan untuk masyarakat kalangan atas dan berpendidikan. *Penny Papers* menjadi cikal bakal dari majalah gossip pada masa sekarang.<sup>55</sup>

Pada abad ke-20, popularitas radio meroket dan semakin terjangkau

---

<sup>54</sup> Universitas Minnesota. *Understanding Media and Culture*. (University of Minnesota: Minneapolis. 2016. Dari <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/>, diakses pada 21 November 2023, hlm 5

<sup>55</sup> Universitas Minnesota. *Understanding Media and Culture*. (University of Minnesota: Minneapolis. 2016. Dari <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/>, diakses pada 21 November 2023, hlm 5

oleh masyarakat umum. Hal ini dikarenakan radio dapat menyiarkan siaran ke banyak orang sekaligus dalam waktu yang bersamaan. Popularitas radio juga memajukan industry periklanan. Dengan adanya radio, iklan dapat menjangkau masa yang lebih luas dan menjadi awal dari meningkatnya budaya konsumerism di Amerika Serikat.

Setelah Perang Dunia ke-2, Amerika Serikat mengenalkan alat komunikasi massa bernama televisi. Dalam waktu 7 tahun setelah televisi pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat di tahun 1939, jumlah televisi yang dimiliki oleh masyarakat Amerika Serikat mencapai 17.000. Duapertiga masyarakat Amerika Serikat memiliki televisi paling sedikit 1 buah.

Seiring dengan meroketnya GNP Amerika Serikat pada tahun 1960-an, *broadcast television* menjadi media massa dominan. Teknologi penyiaran seperti televisi dan radio menyebabkan media cetak harus beradaptasi dengan ekosistem media yang baru. Munculnya televisi juga menciptakan homogenitas di masyarakat. homogenitas di masyarakat disebabkan oleh sedikitnya program televisi yang dapat ditonton dan dipilih masyarakat. hingga pada tahun 2004, munculnya televisi kabel yang menawarkan lebih banyak pilihan program mendominasi pasar.<sup>56</sup>

### 3. Fungsi Media Massa

Menurut Onong Uchjana Effendy<sup>57</sup> media massa sebagai alat komunikasi memiliki beberapa fungsi yang bermanfaat bagi masyarakat diantaranya :

#### a) Fungsi Informasi

Media massa berperan sebagai penyebar informasi bagi pembaca.

Karena manusia sebagai makhluk sosial akan selalu membutuhkan informasi terbaru yang terjadi di sekitarnya.

#### b) Fungsi Pendidikan

<sup>56</sup> Universitas Minnesota. *Understanding Media and Culture*. (University of Minnesota: Minneapolis. 2016. Dari <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/>, diakses pada 21 November 2023, hlm 11-13

<sup>57</sup> Onong Uchjana Effendy, *Pengertian Komunikasi*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2007), hlm 57

Media massa memiliki fungsi Pendidikan karena banyak menyajikan hal-hal yang bersifat mendidik seperti nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada masyarakat. Biasanya dilakukan melalui drama, cerita, diskusi atau artikel.

c) Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dalam media massa biasanya secara implisit terdapat pada tajuk atau editorial, iklan maupun artikel. Komunikasi dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan pada media massa.<sup>58</sup>

Menurut Dominick fungsi media massa secara khusus sebagai berikut<sup>59</sup> :

a) *Surveillance* (Pengawasan)

1) *Warning Before Surveillance* (Pengawasan dan Peringatan) adalah fungsi yang terjadi ketika media massa menginformasikan tentang sesuatu yang berupa ancaman, seperti bencana alam, kenaikan harga, dan lain lain.

2) *Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental) Penyebaran/penyampaian informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

b) *Interpretation* (Penafsiran)

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting, contoh: tajuk rencana (Editorial) berisi komentar dan opini dilengkapi perspektif terhadap berita yang disajikan di halaman lain.

c) *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu

d) *Transmission Of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi sosialisasi: Cara dimana individu mengadopsi perilaku

<sup>58</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm 18

<sup>59</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2011), hlm 175

dan nilai kelompok.

e) *Entertainment* (Hiburan)

Banyak dijumpai pada media televisi dan radio. Surat kabar pula merupakan sebuah penyampain yang strategis dalam pemberitaan serta pembangunan opini publik. Karena surat kabar merupakan sarana yang cukup efektif dalam usaha untuk dapat mencerdaskan masyarakat.

#### 4. Karakteristik Media Massa

Media massa memiliki beberapa karakteristik, berikut karakteristik media massa menurut Cangara yaitu<sup>60</sup> :

- a) Bersifat melembaga. Pihak yang mengelola media terdiri atas banyak orang yaitu mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b) Bersifat satu arah. Komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima pesan.
- c) Meluas dan serempak. Dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
- d) Memakai peralatan teknis atau mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan sebagainya.
- e) Bersifat terbuka. Pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batasan usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

#### 5. Jenis-jenis Media Massa

a. Media cetak

Koran mingguan pertama yang mengadopsi mesin cetak Guttenberg adalah *Relations: Aller Furnemmen* yang dicetak oleh Johann Carolus dan *Aviso Relations over Zeitung* yang dicetak oleh Lucas Schulte yang dicetak dengan bahasa Jerman pada tahun 1609. Setelah kesuksesan koran mingguan tersebut, koran mulai tersebar di Eropa Tengah. Dalam kurun

---

<sup>60</sup> Hafield Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm 126

waktu 5 tahun koran mingguan muncul di Basel, Frankfurt, Vienna, Hamburg, Berlin, dan Amsterdam.

Pada tahun 1641, setiap negara di Eropa memiliki korannya masing-masing. Koran pada awal perkembangannya memiliki 2 format yaitu *Dutch-style corantos* yang terdiri dari 2 hingga 4 halaman yang penuh dengan berita dan *German-style pamphlet* yang terdiri dari 8 hingga 24 halaman yang memiliki penataan tulisan lebih longgar. Awalnya koran memilih menggunakan format *Dutch-style corantos*. Namun seiring dengan meningkatnya popularitas koran, koran-koran mulai menggunakan *German-style pamphlet*. Terlepas dari naiknya popularitas koran untuk mencari informasi, pada tahun 1600-an hingga awal 1800-an harga koran yang masih tergolong tinggi karena biaya produksi yang mahal menyebabkan koran hanya mampu dibeli oleh kaum elit.

Hal tersebut berubah pada tahun 1833 saat Benjamin Day membuat *The Sun*. *The Sun* merupakan koran yang dicetak dalam kertas berukuran letter kecil dan dijual dengan harga 1 penny. *The Sun* menyajikan berita atau cerita yang menarik minat masyarakat luas, laporan polisi, dan iklan kecil. Karena strategi *The Sun* yang menasar kaum menengah ke bawah membuat *The Sun* dapat menjual 15.000 *copy* setiap harinya. *The Sun* menjadi koran pertama yang dikenal sebagai *penny press*.

Pada akhir 1800-an *yellow journalism* mulai muncul di masyarakat. *New York World* yang dikeluarkan oleh Joseph Pulitzer mengembangkan style jurnalisme baru yang mengedepankan sensasi. Style ini berfokus pada topik kriminal, kekerasan, emosi, dan sex. Pulitzer menggunakan headline sex dan kekerasan untuk menarik perhatian pembaca. Style ini menjadi cikal bakal cara penyajian tabloid di masa sekarang. Pada masa ini, editor bersangat bergantung pada headline sensasional untuk menjual koran mereka. Koran pada masa ini sering menyajikan interpretasi editor terhadap suatu topik atau kasus tanpa mempertahankan objektivitas.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Universitas Minnesota. *Understanding Media and Culture*. (University of Minnesota: Minneapolis. 2016. Dari <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/>, diakses pada 21 November

## b. Radio

Radio ditemukan oleh Guglielmo Marconi di Italia. Marconi melakukan percobaan Hertz di rumah ayahnya, dan berhasil mengirimkan transmisi dari satu sisi rumahnya ke sisi rumahnya yang lain. Marconi merasakan potensi pada penemuannya memberitahu pihak pemerintah Italia untuk meminta dukungan. Pemerintah Italia menunjukkan minat terhadap penemuan Marconi, lalu Marconi pindah ke Inggris untuk mendapatkan paten teknologi radio.

Pada tahun 1870-an telegram menjadi alat komunikasi jarak jauh yang populer, Marconi mulai mempopulerkan teknologi *wireless* dengan tujuan untuk membuat telegram dapat berfungsi di tempat-tempat yang tidak terhubung kabel. Radio awalnya digunakan untuk kapal angkatan laut agar dapat berkomunikasi dengan kapal lainnya dan pos darat.

Untuk dapat menyiarkan radio kepada masyarakat yang lebih luas, radio membutuhkan transmitter dan receiver. Setelah cara membuat *transmitter* dan *receiver* diketahui publik, siaran radio amatir mulai menjamur. Karena kesemrawutan siaran radio, pada tahun 1917 pemerintah Amerika Serikat mengeluarkan peraturan agar siaran radio tidak mengganggu militer yang menggunakan gelombang radio selama Perang Dunia I berlangsung.

Setelah Perang Dunia I berakhir pada tahun 1919, beberapa stasiun radio mulai beroperasi kembali. Stasiun radio yang mulai beroperasi mulai mengembangkan program-program seperti program keagamaan, olahraga, berita, hingga drama.<sup>62</sup>

## c. Televisi

*Catode ray tube* (CRT) yang menjadi cikal bakal televisi ditemukan oleh Fisikawan Jerman Karl Ferdinand Braun pada 1897. CRT awalnya digunakan sebagai alat scan bernama *cathode ray oscilloscope*. CRT adalah

---

2023. 153-163

<sup>62</sup> Universitas Minnesota. *Understanding Media and Culture*. (University of Minnesota: Minneapolis. 2016. Dari <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/>, diakses pada 21 November 2023. 426-432

alat pertama yang secara efektif dapat menggabungkan prinsip kamera dan listrik. Penemuan lainnya yaitu sistem scan mekanik yang diciptakan oleh pria berkebangsaan German Paul Nipkow. *Scanning disk* digunakan untuk percobaan transmisi gambar visual.

Pada awal perkembangannya, televisi dibagi menjadi 2 yaitu televisi mekanik dan televisi elektronik. Televisi mekanik dikembangkan dengan menggunakan sistem *Nipkow's disk*, yang dikembangkan oleh seorang berkewarganegaraan Inggris John Logie Baird pada tahun 1926. Sedangkan, televisi elektronik dikembangkan melalui teknologi CRT oleh remaja asal Idaho Amerika Serikat Philo Farnsworth.

Perkembangan penyiaran televisi mengalami peningkatan mulai tahun 1928. Dengan adanya NBC (*National Broadcasting Company*) yang pertama kali memperkenalkan siaran televisi reguler dan peraturan yang dikeluarkan oleh FCC (*Federal Communications Commission*) yang mengeluarkan peraturan teknik atau standar teknikal. Namun, kepopuleran televisi mengalami kemunduran karena dimulainya Perang Dunia II yang menyebabkan pemerintah fokus memproduksi peralatan militer. Pada masa ini, siaran televisi ditunda dan banyak stasiun televisi yang mengurangi waktu siaran menjadi 4 jam per minggu atau berhenti total.<sup>63</sup>

Format siaran televisi mengadopsi dari format siaran radio. Namun format siaran televisi dimodifikasi dengan memperpanjang siaran program dari 15 menit menjadi 30 menit. Selain itu, televisi memiliki format segmentasi sehingga program dapat berjalan berjam-jam dan program disiarkan setiap hari untuk menarik perhatian penonton. Televisi juga menempatkan iklan disela segmen program yang sedang berlangsung. Iklan tersebut berdurasi 30-60 detik. Hingga, serial *music-variety show* yang disponsori oleh berbagai pengiklan.

Menurut Cangara berikut jenis-jenis media massa :

---

<sup>63</sup> Universitas Minnesota. *Understanding Media and Culture*. (University of Minnesota: Minneapolis. 2016. Dari <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/>, diakses pada 21 November 2023. 426-432

### 1. Media Massa Cetak

Media massa cetak adalah media yang dicetak dalam bentuk lembaran kertas. Media ini terbagi menjadi beberapa tipe diantaranya surat kabar, tabloid, majalah, buku, newsletter dan bulletin. Isi informasi dalam media massa cetak seperti berita, opini, dan feature.

### 2. Media Massa Elektronik

Media massa elektronik disalurkan melalui suara dan atau gambar dengan menggunakan teknologi elektronik seperti radio, televisi dan film.

### 3. Media Massa Online

Media ini memiliki kemudahan akses yang luas dan tak terbatas. Dengan menggunakan media online, khalayak dapat mendapatkan sebanyak mungkin informasi dengan mudah, murah dan cepat.<sup>64</sup>

## d. Media Cetak Lokal

### 1. Pengertian Media Lokal

Media lokal merupakan media yang dikelola, atau beroperasi di suatu daerah. Media local memiliki kantor pusat yang berada di daerah tertentu dan sebagian besar berita yang dimuat merupakan berita daerah tertentu, atas dasar aspek kedekatan. Media cetak local tidak dapat dibeli di daerah-daerah lain tanpa berlangganan. Banyak orang yang memiliki konsepsi yang salah antara media lokal dan media regional. Media regional terbit di suatu daerah (umumnya terbit di ibukota provinsi), lalu didistribusikan ke berbagai daerah. Sedangkan, media lokal memiliki aspek pemberitaan yang lebih sempit dan bersifat kedaerahan.<sup>65</sup>

Media lokal memiliki kekuatan dalam menyajikan isu-isu yang berkaitan dengan lokalitas suatu daerah sebagai basis informasi. Isi kandungan berita atau informasinya mengacu dan menyesuaikan pada

<sup>64</sup> Hafield Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm74

<sup>65</sup> Iwan Awaluddin Yusuf, *Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah*, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 14 No. 3, Maret 2011, (Jakarta: Universitas Islam Indonesia, 2016), hlm 303

kebutuhan serta kepentingan masyarakat setempat dimana media tersebut dikelola. Dalam kehidupan sehari-hari media cetak sebagai industri yang berkaitan dengan percetakan, distribusi berita dilakukan melalui media seperti koran, majalah, atau tabloid.<sup>66</sup>

Media lokal di Indonesia mulai bermunculan setelah reformasi politik tahun 1998. Sebelum reformasi peraturan perizinan pers diatur dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan Ketentuan Pokok Pers perihal Surat Izin Terbit (SIT) dari Departemen Penerangan dan Surat Izin Cetak (SIC) dari Komando Pemulihan Keamanan dan Ketertiban (Kopkamtib). Pers akan dianggap illegal apabila tidak memiliki kedua surat izin diatas.

Setelah reformasi, pengesahan Undang-undang Pers No. 42 Tahun 1999 memudahkan siapapun yang memiliki modal dan berbadan hukum dapat dengan mudah menerbitkan media cetak. Cukup menyerahkan Surat Izin Usaha Perdagangan yang mudah didapat.

Selain itu, perubahan sistem sentralisasi Orde Baru yang digantikan dengan otonomi daerah, melahirkan tugas-tugas baru bagi pemerintah daerah yang saat ini dituangkan dalam Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004. Dalam undang-undang tersebut, pemerintah daerah memiliki 2 tujuan yang memerlukan peran media dalam pelaksanaannya.

*Pertama*, tujuan politik yang mengharuskan pemerintah daerah sebagai medium pendidikan politik masyarakat local, sehingga pemerintah daerah berkontribusi dalam peningkatan pendidikan politik secara nasional. *Kedua*, tujuan administrative memposisikan pemerintah daerah sebagai pemerintah tingkat local yang memiliki fungsi menyediakan pelayanan masyarakat yang lebih baik dibandingkan masa orde baru. Berdasarkan tujuan diatas, media local hadir unruk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Karena

---

<sup>66</sup> Yaumi Muhammad, *Media dan Teknologi Pembelajaran*, (Jakarta: Pranada Media Group, 2018), hlm 103

masyarakat Indonesia beraneka ragam, media local beragam pula menyesuaikan kebutuhan informasi masyarakat lokal.<sup>67</sup>

## 2. Ciri-ciri Media Cetak Lokal

Berdasarkan ruang lingkupnya, Ashadi Siregar membagi media ke dalam tiga wilayah yaitu nasional, regional dan lokal.<sup>68</sup> Menurut Noveri, karakteristik media massa lokal yakni sebagai berikut :

- a. Dikelola oleh organisasi yang berasal dari masyarakat setempat.
- b. Mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan dan kepentingan masyarakat setempat.
- c. Mementingkan berita mengenai peristiwa, kegiatan, masalah dan personalia masyarakat setempat. Terbatasnya orientasi pemberitaan menjadikan media lokal dominan menyajikan berita-berita yang ada di wilayahnya (lokal). Hal ini menimbulkan kedekatan dan kepercayaan masyarakat terhadap media lokal yang menyajikan isu-isu lokal.
- d. Khalayak media massa lokal adalah masyarakat yang berada satu wilayah dengan wilayah pengelolaan media tersebut. Karena sifatnya yang lokal maka khalayak media massa lokal hanya terbatas pada satu wilayah sehingga dapat menarik minat pembaca lewat “kedekatan” leat isu-isu yang diangkat. Khalayak media massa lokal biasanya terdiri dari masyarakat yang kurang bervariasi secara struktur dan strata sosial karena berada di wilayah yang terbilang lebih sempit dan sama jika dibandingkan karakteristik khalayak media massa nasional.

## 3. Perbedaan media lokal dan media nasional

Media lokal dan media nasional memiliki beberapa perbedaan, salah satunya yaitu khalayak. Media lokal memiliki khalayak berupa

---

<sup>67</sup> Iwan Awaluddin Yusuf. *Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 14 No. 3, Maret 2011, (Jakarta: Universitas Islam Indonesia, 2011), hlm 303

<sup>68</sup> Yosephine Laura Rachelita, *Fungsi Media Massa Lokal sebagai Pewarisan Nilai Budaya*, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2014), hlm 9

masyarakat daerah tertentu. Sedangkan media nasional memiliki khalayak yang lebih luas yaitu seluruh masyarakat di suatu negara.

Berdasarkan distribusinya, media lokal hanya didistribusikan dalam lingkup daerah tertentu dan jika masyarakat di daerah lain harus berlangganan apabila ingin membeli media cetak lokal tersebut. Sedangkan media cetak nasional dapat dengan mudah dijumpai dan dibeli di seluruh negeri.

Media lokal memiliki perbedaan dengan media nasional yaitu media lokal memiliki kedekatan dengan khalayak setempat. Media lokal memiliki kelebihan karena dapat mengangkat potensi yang ada di daerah tersebut termasuk budaya dan kearifan lokal yang ada dalam masyarakat.<sup>69</sup> Media lokal menjadi pilihan masyarakat daerah untuk mendapatkan berita, informasi, serta mengeksplorasi seluk beluk kondisi daerah. Sedangkan, media nasional memuat berita dan informasi yang terjadi di seluruh negara. Sehingga, media nasional tidak mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat suatu daerah.<sup>70</sup>

Media lokal dapat menggunakan bahasa nasional maupun bahasa daerah, sejauh bahasa daerah tersebut masih diapresiasi oleh masyarakat yang bersangkutan.<sup>71</sup> Sedangkan media nasional hanya akan menggunakan bahasa nasional. Sehingga, media lokal dapat membangun dan mengembangkan jati diri atau identitas masyarakat lokal tersebut. Kehadiran media lokal juga memiliki kelebihan dapat melestarikan budaya dan kearifan lokal. Keberadaan media massa lokal sangat penting dalam kehidupan masyarakat setempat karena dapat

---

<sup>69</sup> Nur Laili Mardhiyani, *Kebijakan Redaksional Suara Merdeka tentang Pemberitaan Kearifan Lokal Semarang di Edisi Lokal Semarang Metro*, (Semarang, Universitas Diponegoro, 2015), hlm. 3

<sup>70</sup> Eko Harry Susanto, *Dinamika Media Massa Lokal dalam Membangun Demokratisasi di Daerah*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 9. No 2. Mei-Agustus 2011, (Yogyakarta: Universitas Veteran Yogyakarta, 2011), hlm 118

<sup>71</sup> Yosephine Laura Rachelita, *Fungsi Media Massa Lokal sebagai Pewarisan Nilai Budaya*, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2014), hlm 10

memenuhi kehidupan sosial dan memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi.

#### **D. Era Digital**

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan era sebagai kurun waktu dalam sejarah, sejumlah tahun dalam jangka waktu antara beberapa peristiwa penting dalam sejarah, masa.<sup>72</sup> Digital berasal dari bahasa Yunani yaitu kata *digitus* yang berarti jari jemari. Maksudnya jumlah jari jemari adalah 10 yang terdiri dari angka 1 dan 0. Digital merupakan penggambaran dari satu keadaan bilangan biner yang semua komputer menggunakan sistem digital sebagai basis datanya. Era digital merupakan suatu masa dimana informasi dapat diperoleh dengan mudah dan cepat yang dibagikan menggunakan teknologi digital.

Teknologi digital merupakan teknologi yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia atau manual melainkan cenderung pada pengoperasian yang otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer. Sistem digital adalah perkembangan dari sistem analog. Peralihan sistem analog ke digital ini telah mengubah banyak hal termasuk industri media.

Peralihan pembaca media ke sistem online cukup berpengaruh pada keberlangsungan media. Hal ini dapat terlihat dari sejumlah data dan fakta bahwa banyak media cetak yang gulung tikar karena tidak lagi diminati pembaca meski berita-berita yang disajikan bagus. Terbukti hanya sedikit media cetak yang masih bertahan hingga saat ini baik lokal maupun internasional. Oleh karena itu banyak industri media yang dulu berbasis pada cetak (*printed*) kini beralih ke sistem online. Sebagian besar pelanggan media juga memilih memanfaatkan teknologi online karena lebih efisien, murah, dan bisa membaca informasi terbaru kapan dan dimana saja dengan menggunakan smartphone selama ada jaringan internet, berbeda dengan media cetak yang harus menunggu waktu terbit.

Menurut *Communication Technology Timeline* yang dikutip Dan Brown,

---

<sup>72</sup> Arti kata Era – Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, diakses pada 6 Desember 2022 <https://kbbi.web.id/era>

berbagai jenis media elektronik di dunia mulai menjamur pada tahun 1880an.<sup>73</sup> Teknologi komunikasi yang semula menggunakan sistem analog kemudian beralih ke sistem digital dengan munculnya berbagai transformasi produk media seperti internet, koran digital, e-book dan lain-lain. Perkembangan teknologi informasi tumbuh dan berkembang sangat pesat. Peradaban ini menurut Toffler, membawa gaya baru terhadap hampir semua aspek kehidupan manusia. Alvin Toffler membagi tiga gelombang peradaban manusia yaitu<sup>74</sup>:

Pertama, saat manusia menemukan pola bercocok tanam menetap. Toffler menggambarkan pola menetap ini dinilai sebagai perubahan sosial yang luar biasa. Zaman dimana masyarakat sebelumnya berpindah-pindah (nomaden) dengan pola mata pencaharian meramu (*food gathering*) mentransformasikan diri menjadi masyarakat dengan mata pencaharian bercocok tanam. Ini mempengaruhi kehidupan sosial dan budaya serta cara-cara mereka berkomunikasi.

Kedua, gelombang peradaban yang dikenal dengan revolusi industri berawal dari penemuan media cetak oleh Guttenberg, hasil pemikiran seseorang dapat diperbanyak kemudian dapat dibaca oleh orang lain. Berbagai macam pemikiran kemudian mengarah pada terjadinya berbagai inovasi besar-besaran.

Ketiga, Toffler belum menemukan kata yang tepat untuk mendefinisikan gelombang ketiga yang dialami manusia. Namun orang yang menyebut sebagai ‘abad informasi’, abad ruang angkasa atau abad elektronik. Mc Luhan menyebutnya *global village*.<sup>75</sup>

Saat ini dunia seolah menjadi kecil melalui beragam media massa, apapun yang terjadi di suatu sudut dunia bisa disampaikan ke belahan dunia lain. Media massa juga bermacam-macam bentuknya baik cetak, online, audio hingga audio

---

<sup>73</sup> Rustam Aji, Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital), *Islamic Communication Journal vol 01, no. 01, Mei-Oktober 2016*, hlm 44

<sup>74</sup> Rustam Aji, Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital), *Islamic Communication Journal Voll. 01, No. 01, Mei-Oktober 2016*, hlm 50

<sup>75</sup> Rustam Aji, Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital), *Islamic Communication Journal Voll. 01, No. 01, Mei-Oktober 2016*, hlm 49

visual. Terlebih karena saat ini setiap media massa juga diperkuat dengan media social seperti Facebook, Instagram, Twiter, Whatsapp, TikTok dan masih banyak lagi.

Revolusi digital muncul sebagai masa dimana perkembangan teknologi begitu pesat. Teknologi digital yaitu teknologi dengan menggunakan sistem komputerisasi yang terhubung dengan jaringan internet. Kehadiran media online atau new media menawarkan ruang dan kecepatan membuat informasi dapat diakses siapa pun diamanapun. New media membuka peluang bagi kehadiran informasi- informasi yang tidak dapat ditemukan dalam bentuk cetak media konvensional. Setahap demi setahap media cetak mulai bergeser ke media online dan beralih ke bentuk digital.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut John W. Creswell pendekatan kualitatif merupakan sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia berdasarkan pada penciptaan gambar holistik yang dibentuk dengan kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan disusun dalam sebuah latar ilmiah.<sup>76</sup> Jenis penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk membuat penggambaran atau deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta tertentu, situasi-situasi atau kejadian-kejadian.<sup>77</sup>

Bagdan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komperhensif dan holistik.<sup>78</sup>

Pada penelitian ini juga digunakan penelitian lapangan atau *field research*. Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan. Dalam hal ini peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mengamati individu yang sedang diteliti melalui interaksi serta mencari dan memperoleh data yang didasari dengan fakta yang nyata.<sup>79</sup>

Penelitian kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan data dengan tujuan

---

<sup>76</sup> Samsu, Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Research & Development), (Jambi : Penerbit Pusaka, 2017), hlm 86

<sup>77</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), hlm 75

<sup>78</sup> V. Wiratna Sujaweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Pustakabaru Press, 2020), hlm 6

<sup>79</sup> Samsu, *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Research & Development)*, (Jambi : Penerbit Pusaka, 2017), hlm 9

untuk menggambarkan realitas, menemukan pola hubungan dan memperoleh pemahaman makna. Data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka melainkan berasal dari wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan, *memo* dan dokumen resmi lainnya.<sup>80</sup>

Penelitian kualitatif yang dilakukan dalam hal ini berusaha mengembangkan konsep dan pemahaman serta kepekaan terhadap suatu objek yang diteliti, bukan ditunjukkan untuk membentuk fakta, melakukan prediksi dan tidak pula menunjukkan hubungan dua variabel. Pendekatan kualitatif dipilih karena memiliki tujuan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi sebenarnya dari apa yang ada di lapangan kaitannya dengan tema penelitian yang diambil.

Penelitian ini lebih mengarah kepada suatu pengamatan yang dilakukan secara langsung ke kantor Majalah *ANCAS* untuk meneliti terkait manajemen Majalah *ANCAS* dalam mempertahankan eksistensi di era digital. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara kepada narasumber dan mengumpulkan dokumentasi. Hasil penelitian akan dipaparkan secara deskriptif berupa penjelasan dan hasil analisa dari fenomena yang diteliti.

## **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2023 sampai September 2023 di Kantor Majalah *ANCAS* Jl. D.I. Panjaitan nomer 8, Pancurawis, Purwokerto Kulon, Kec. Purwokerto Selatan., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

## **C. Subjek dan Objek Penelitian**

### **1. Subjek Penelitian**

Subjek pada penelitian ini adalah sumber daya manusia yang berada dalam struktur organisasi Majalah *ANCAS*. Diantaranya yaitu pemimpin umum, sekretaris redaksi dan redaktur pelaksana. Pertimbangan dalam

---

<sup>80</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2009), hlm 131

menetapkan subjek penelitian didasarkan pada pendapat Faisal yaitu<sup>81</sup> :

1. Subjek telah cukup lama menyatu dengan medan aktivitas yang diteliti.
2. Subjek masih terlibat secara penuh atau aktif dalam lingkungan yang menjadi sasaran penelitian.
3. Subjek mempunyai banyak waktu atau kesempatan untuk dimintai informasi.

Subjek pada penelitian ini adalah pemimpin umum Majalah *ANCAS* H. Ahmad Tohari, sekretaris redaksi Siti Rofikoh, dan redaktur pelaksana Yusmanto.

## 2. **Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran penelitian atau permasalahan yang diteliti. Penelitian ini mengambil objek yang diteliti adalah manajemen Majalah *ANCAS* dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media lokal di era digital.

## **D. Sumber Data**

### 1. **Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang langsung dari sumber pertama, baik melalui observasi maupun wawancara kepada informan. Sumber data primer bertujuan untuk mendapatkan informasi yang akurat melalui informan atau narasumber. Sedangkan observasi bertujuan untuk mengamati dan menganalisa objek agar dapat memahami data yang diperoleh.<sup>82</sup>

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil observasi dan wawancara dengan Ahmad Tohari pemimpin umum sekaligus budayawan Banyumas, Siti Rofikoh sekretaris redaksi sekaligus cerpenis dan novelis Banyumas, dan Yusmanto redaktur pelaksana sekaligus seniman karawitan Banyumas.

---

<sup>81</sup> Samsu, Samsu, *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Research & Development)*, (Jambi : Penerbit Pusaka, 2017), hlm 93

<sup>82</sup> Samsu, *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Research & Development)*, (Jambi : Penerbit Pusaka, 2017), hlm 94

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang terlebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang di luar peneliti sendiri. Dengan kata lain, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau data pengkap yang dapat digunakan untuk memperkaya data agar yang diberikan benar-benar sesuai harapan peneliti.<sup>83</sup>

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah dari majalah, buku, skripsi, jurnal, media daring, dokumentasi dan lain-lain yang memuat tentang majalah *ANCAS*.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Observasi adalah kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk efalusi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi dan suasana tertentu.<sup>84</sup> Menurut Poerwandari, observasi ialah teknik utama karena dengan beberapa cara tertentu peneliti selalu terlibat dalam proses mengamati. Observasi diarahkan pada kegiatan memerhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antaraspek dalam fenomena tersebut.<sup>85</sup>

Observasi dilakukan untuk melihat aktivitas dan mencatat hal-hal penting dengan subjek dan objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi secara langsung dengan mendatangi di Kantor Majalah *ANCAS* yang berlokasi di Jl. D.I. Panjaitan Nomer 8, Pancurawis, Purwokerto Kulon, Kec. Purwokerto Selatan.

<sup>84</sup> V Wiratna Sujaweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustakabaru Press, 2020), hlm

<sup>85</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm 143

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab melalui tatap muka atau menggunakan media telekomunikasi dengan atau tanpa menggunakan pedoman.<sup>86</sup> Esternberg mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dari suatu topik tertentu.<sup>87</sup> Wawancara dilakukan untuk memperoleh makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti.

Dalam wawancara terdapat 2 jenis yaitu : a) wawancara mendalam (*in-depth interview*), dimana peneliti terlibat langsung secara mendalam dengan kehidupan subjek yang diteliti dan tanya jawab yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman yang disiapkan sebelumnya serta dilakukan berkali-kali. b) wawancara terarah (*guided interview*) dimana peneliti menanyakan kepada subjek yang diteliti berupa pertanyaan-pertanyaan yang menggunakan pedoman yang disiapkan sebelumnya.<sup>88</sup>

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara untuk menghimpun data yang berkenaan dengan masalah yang sedang diteliti dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang kemudian dijawab oleh informan. Dalam hal ini informannya adalah pengurus Majalah ANCAS yaitu pemimpin umum, sekretaris redaksi dan redaktur pelaksana. Melakukan wawancara langsung dan menggali informasi sebanyak mungkin sehingga menjadi sumber informasi untuk diteliti lebih lanjut.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen raot, legger, agenda dan sebagainya. Merupakan sumber data yang

---

<sup>86</sup> V Wiratna Sujaweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Pustakabaru Press, 2020), hlm 31

<sup>87</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2022), hlm 72

<sup>88</sup> V Wiratna Sujaweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Pustakabaru Press, 2020), hlm 32

stabil dan akurat sebagai cerminan situasi atau kondisi yang sebenarnya serta dapat dianalisis secara berulang-ulang tanpa mengalami perubahan.<sup>89</sup> Dokumentasi dilakukan sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>90</sup>

Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data berupa catatan-catatan dan dokumen lainnya yang memiliki hubungan dengan masalah penelitian ini. Adapun data yang diperoleh melalui dokumentasi ini adalah majalah, struktur organisasi, daftar iklan, serta dokumen lain yang berkaitan dengan manajemen Majalah *ANCAS* dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

## **F. Analisis Data**

Analisis data merupakan suatu proses pencarian dan penyusunan yang sistematis terhadap hasil-hasil wawancara, catatan lapangan, dan lain-lain yang dikumpulkan agar memudahkan peneliti untuk menjelaskan kepada orang lain mengenai apa yang telah ditemukan. Ini merupakan tahap interpretasi data yang diperoleh dari penelitian di lapangan. Nor Sakinah Muhammad, memandang analisis data sebagai proses menggunakan data untuk memberikan informasi yang berupa hipotesis untuk dalam mengambil kesimpulan dan mendukung keputusan yang diambil.<sup>91</sup>

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan melalui tiga alur sebagai berikut :

### **1. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan proses bagaimana menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan serta mentransformasikan data mentah yang muncul dalam penulisan catatan

---

<sup>89</sup> Samsu, *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Research & Development)*, (Jambi : Penerbit Pusaka, 2017), hlm 99

<sup>90</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2022), hlm 240

<sup>91</sup> Samsu, *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Research & Development)*, (Jambi : Penerbit Pusaka, 2017), hlm 103

lapangan. Miles and Huberman mendefinisikan reduksi data sebagai suatu bentuk analisis yang tajam, ringkas, terfokus, membuang data yang tidak penting, dan mengorganisasikan data sebagai cara untuk menggambarkan dan memverifikasi kesimpulan akhir.<sup>92</sup> Berbagai data yang diperoleh peneliti di lapangan akan dirangkum kemudian mengklasifikasikannya sesuai dengan fokus penelitian

## 2. Penyajian Data

Merupakan usaha merangkai informasi yang terorganisir dalam upaya menggambarkan kesimpulan dan mengambil tindakan. Ini merupakan upaya peneliti untuk mendapatkan gambaran dan penafsiran dari data yang telah diperoleh serta hubungannya dengan fokus penelitian yang dilaksanakan.<sup>93</sup> Bentuk penyajian data dalam penelitian kualitatif berupa teks narasi. Sehingga setelah data direduksi maka penulis membuat penyajian data dengan sub pokok penelitian berdasarkan hasil penelitian yang ada sehingga mudah untuk dipahami.

## 3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari analisis dimana pada awal pengumpulan data seorang analisis mulai memutuskan apakah sesuatu bermakna atau tidak mempunyai keteraturan, pola, penjelasan, kemungkinan konfigurasi, hubungan sebab akibat, dan proposisi.<sup>94</sup> Penarikan kesimpulan dibuat dengan merumuskan kesimpulan sementara hingga kesimpulan akhir setelah seluruh data penelitian dianalisis.

Setelah semua sumber data terpenuhi dilakukan penarikan kesimpulan secara deskriptif mengenai eksistensi media lokal di era digital dalam hal ini manajemen Majalah *ANCAS* menggunakan analisis teori POAC George R Terry.

---

<sup>92</sup> Miles, M. B. & Huberman M, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia, 2007), hlm 16

<sup>93</sup> Samsu, *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Research & Development)*, (Jambi : Penerbit Pusaka, 2017), hlm 106

<sup>94</sup> Samsu, *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Research & Development)*, (Jambi : Penerbit Pusaka, 2017), hlm 107

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Majalah *ANCAS*

##### 1. Logo Majalah *ANCAS*



*Gambar 4. Logo Majalah ANCAS  
(Dok. Majalah ANCAS)*

##### 2. Sejarah Majalah *ANCAS*

*ANCAS* merupakan satu-satunya majalah berbahasa Jawa Banyumasan. Berdirinya majalah *ANCAS* dilatarbelakangi oleh keprihatinan para pendiri terhadap fenomena bahasa Banyumasan yang semakin menghilang sebagai ciri budaya Banyumas, khususnya di kalangan anak muda. Majalah *ANCAS* terbit perdana pada 6 April 2010.

Lahirnya majalah *ANCAS* tidak lepas dari peran orang-orang di Yayasan Sendang Mas yaitu sebuah organisasi di Sekolah Menengah Karawitan Indonesia Banyumas yang saat ini menjadi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3. Pemimpin umum pertama HM Santoso, mantan Sekda Banyumas yang juga ketua Yayasan Sendang Mas, kemudian digantikan oleh Dr. H. Pudjo Sumedi AS. SE, Med, mantan atase Pendidikan Kedubes RI di Timur Tengah. Bersama dengan Ahmad Tohari, Bambang Purwoko, Didi Wahyu dan rekan-rekan lainnya. Majalah *ANCAS* terbit guna membantu pemerintah dalam melestarikan bahasa dan sastra daerah.<sup>95</sup>

Kata ‘*ANCAS*’ terinspirasi dari sambutan Eks. Bupati Banyumas 2008-2013 Mardjoko yang sering dibawakan dalam bahasa Banyumasan. Dipilihnya nama majalah *ANCAS* dari kosa kata Banyumas yang mempunyai arti tujuan, mengaktualkan kembali bahasa dan budaya Banyumasan.

---

<sup>95</sup> Hasil Dokumentasi Majalah *ANCAS* pada tanggal 18 Juli 2023

Dalam pasal 32 Ayat 2 Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa negara menghormati dan memelihara bahasa daerah sebagai kekayaan budaya nasional. Negara memberi kesempatan dan keleluasaan kepada masyarakat untuk melestarikan dan mengembangkan bahasanya sebagai bagian dari kebudayaan masing-masing. Selain itu Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 mengatur salah satunya tentang bahasa daerah yang memegang fungsi pendukung bagi bahasa Indonesia.<sup>96</sup> Atas dasar tersebut berdirinya majalah *ANCAS* sekaligus menjadi implementasi dari undang-undang yang ada di Indonesia untuk turut serta melestarikan bahasa Banyumasan dengan ciri khas budaya Banyumas yang cablaka.<sup>97</sup>

Majalah *ANCAS* terbit setiap bulan dengan menyajikan informasi seputar pendidikan, budaya, ekonomi, kesehatan, agama, dll. Media massa yang cukup berperan dalam mempersatukan bahasa panginyongan ini memiliki lebih dari tiga puluh rubrik diantaranya *Rasan, Wigati, Jantra, Kreasiswa, Ekonomi, Anak Anung, Ura-ura, Dopokan, Waras, Thengil, Guritan, Cerkak, Othak Athik, Kembang Bale, Pojok Desa, Ujar, Laras, Paramasastra, Tuladha, Crita Sinambungan, Nguda Rasa, Thekliwer, Riwayat, Jawa Jawi, Apa Iya?, Wuruk, Plesiran, Klangeran, Profil, Regeng, Sugu, dan Klangeran*.

Edisi pertama majalah *ANCAS* terdiri dari 36 halaman dengan tiras 8.000 eksemplar yang tersebar hingga ke Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Bali, Kalimantan dan Papua. Saat ini majalah *ANCAS* memiliki 43 halaman dengan tiras 2.600 eksemplar dan beredar khususnya di wilayah BARLINGMASCAKEB (Kabupaten Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, Cilacap dan Kebumen). Majalah *ANCAS* lebih banyak dibaca oleh kalangan dunia pendidikan dan komunitas sastrawan atau budayawan sehingga lebih dikenal sebagai majalah pendidikan dan kebudayaan.<sup>98</sup>

---

<sup>96</sup> Sugiyono, *Perlindungan Bahasa Daerah dalam Kerangka Kebijakan Nasional Kebahasaan* diakses pada 21 Juli 2023 <https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/artikel-detail/797/pelindungan-bahasa-daerah-dalam-kerangka-kebijakan-nasional-kebahasaan>

<sup>97</sup> Hasil Dokumentasi Majalah *ANCAS* pada 18 Juli 2023

<sup>98</sup> Hasil Dokumentasi Majalah *ANCAS* pada 18 Juli 2023

### 3. Visi dan Misi Majalah ANCAS

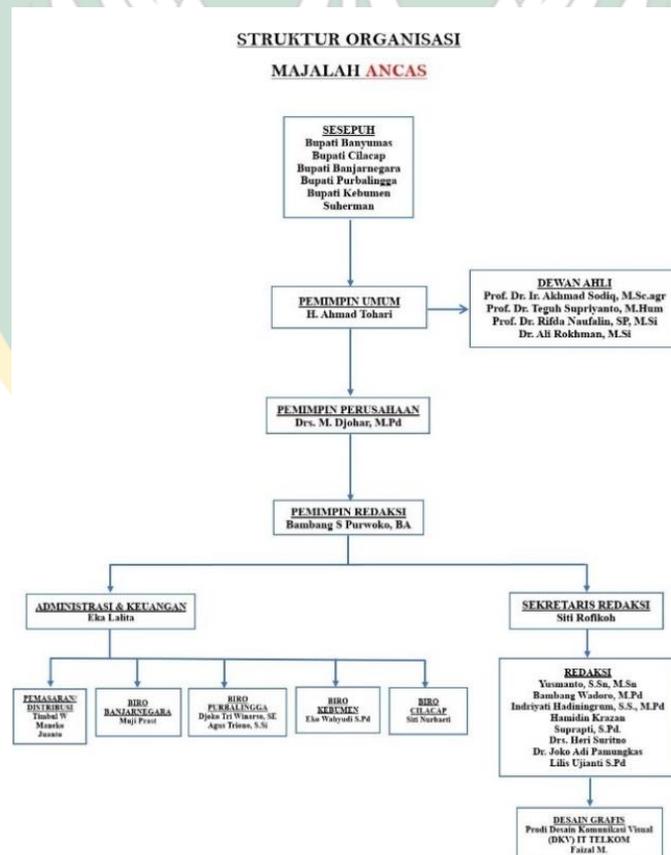
#### a. Visi

“Melestarikan bahasa ibu, yaitu bahasa Panginyongan”

#### b. Misi

1. Memperluas distribusi majalah ANCAS.
2. Mengenalkan kembali bahasa ibu kepada generasi muda, terutama siswa siswi mulai dari sekolah dasar hingga SMA/SMK.
3. Mengembangkan Bahasa Banyumasan sebagai identitas masyarakat Banyumas.
2. Mewujudkan kebanggaan terhadap Bahasa Banyumasan di kalangan generasi muda.

### 4. Struktur Organisasi Majalah ANCAS



*Gambar 5. Struktur Organisasi Majalah ANCAS  
(Dok. Majalah ANCAS)*

1. Pemimpin Umum : H. Ahmad Tohari
2. Dewan Ahli : - Prof. Dr. Ir. Akhmad Sodik, M.Sc.agr  
- Prof. Dr. Teguh Supriyanto, M.Hum  
- Prof. Dr. Rifda Naufalin, SP, M.Si  
- Dr. Ali Rokhman, M.Si
3. Pemimpin Perusahaan : Drs. M. Djohar, M.Pd
4. Pemimpin Redaksi : Bambang S Purwoko, BA
5. Redaktur Khusus : Drs. H. Hadi Supeno, M.Si
6. Sekretaris Redaksi : Siti Rofikoh
7. Redaksi : - Yusmanto, S. Sn, M.Sn  
- Bambang Wadaro, M.Pd  
- Indriyati Hadiningrum, S.S., M.Pd  
- Hamidin Krazan  
- Suprapti, S.Pd  
- Drs. Heri Suritno  
- Dr. Joko Adi Pamungkas
8. Pemasaran/Distribusi : - Timbul W  
- Maneko  
- Juanto
9. Administrasi & Keuangan : Eka Lalita
10. Biro-biro
  - Biro Banjarnegara : Muji Prast
  - Biro Purbalingga : - Djoko Tri Winarso, S.E  
- Agus Triono, S.Si
  - Biro Kebumen : Eko Wahyudi, S.Pd
  - Biro Cilacap : Siti Nurbaeti

## 5. Rubrikasi Majalah *ANCAS*

Halaman majalah *ANCAS* di tahun-tahun awal berdiri berjumlah 40 lembar. Seiring berjalannya waktu majalah *ANCAS* menambah rubrik untuk memenuhi kebutuhan pasar dan keinginan pembaca. Beberapa rubrik

tambahan diantaranya seperti rubrik *kreasiswa*, *ekonomi*, *ura-ura*, *pojok desa*, *apa iya?* dan *jawa jawi*. Majalah ANCAS juga memiliki rubrik khusus untuk anak-anak seperti *Anak Anung* dan *Kreasiswa*.<sup>99</sup>

Saat ini Majalah ANCAS berisi 43 halaman dengan lebih dari tiga puluh rubrik yang memuat isu seputar pendidikan, ekonomi, budaya, kesehatan, wisata, tokoh, agama dan lain-lain. Terdapat rubrik pengetahuan seputar Bahasa Jawa seperti aksara jawa, tembang jawa, puisi jawa dan artikel lainnya tentang kebudayaan. Seluruh rubrik ditulis menggunakan bahasa Jawa Banyumasan.

*Tabel 1. Daftar Rubrik di Majalah ANCAS*

No.	Nama Rubrik	No.	Nama Rubrik
1.	<i>Rasan</i>	17.	<i>Laras</i>
2.	<i>Wigati</i>	18.	<i>Paramasastra</i>
3.	<i>Jantra</i>	19.	<i>Tuladha</i>
4.	<i>Kreasiswa</i>	20.	<i>Cerita Sinambungan</i>
5.	<i>Ekonomi</i>	21.	<i>Ngudarasa</i>
6.	<i>Anak Anung</i>	22.	<i>Thekliwer</i>
7.	<i>Ura-ura</i>	23.	<i>Riwayat</i>
8.	<i>Dopokan</i>	24.	<i>Jawa Jawi</i>
9.	<i>Waras</i>	25.	<i>Apa Iya?</i>
10.	<i>Thengil</i>	26.	<i>Wuruk</i>
11.	<i>Guritan</i>	27.	<i>Plesiran</i>
12.	<i>Cerkak</i>	28.	<i>Klangenan</i>
13.	<i>Othak-Athik</i>	29.	<i>Profil</i>
14.	<i>Kembang Bale</i>	30.	<i>Regeng</i>

*Sumber : Dok. Majalah ANCAS*

<sup>99</sup> Hasil Dokumentasi Majalah ANCAS pada 18 September 2023

## 6. Iklan dan Distribusi Majalah ANCAS

Pasang Iklan di Majalah ANCAS Cetak	
<b>Halaman Cover Dalam Depan (Warna)</b>	
¼ halaman	Rp. 750.000
½ halaman	Rp. 1.250.000
1 halaman	Rp. 2.200.000
<b>Halaman Cover Dalam Belakang (Warna)</b>	
¼ halaman	Rp. 700.000
½ halaman	Rp. 1.200.000
1 halaman	Rp. 2.100.000
<b>Halaman Cover Luar Belakang (Warna)</b>	
¼ halaman	Rp. 800.000
½ halaman	Rp. 1.400.000
1 halaman	Rp. 2.500.000
<b>Halaman Isi (Hitam Putih)</b>	
¼ halaman	Rp. 500.000
½ halaman	Rp. 800.000
1 halaman	Rp. 1.500.000
Pasang Iklan di Blog ANCAS	
<b>Iklan Banner 468 x 60 Di samping Header</b>	
1 bulan	: Rp. 50.000
2 bulan	: Rp. 100.000
3 bulan	: Rp. 150.000
<b>Iklan Banner 300 x 250 Di sidebar Tengah atas</b>	
1 bulan	: Rp. 20.000
2 bulan	: Rp. 40.000
3 bulan	: Rp. 60.000
<b>Iklan Banner 728 x 90 Di bawah header</b>	
1 bulan	: Rp. 70.000
2 bulan	: Rp. 100.000
3 bulan	: Rp. 190.000

Tabel 2. Distribusi Majalah ANCAS 2023

No.	Wilayah	Jumlah
1.	Banjarnegara	386 eks
2.	Purbalingga	780 eks
3.	Kebumen	75 eks
4.	Cilacap	72 eks
5.	Purwokerto	1.100 eks
	<b>Total</b>	<b>2.413 eks</b>

Sumber : Dok. Majalah ANCAS

## 7. Tampilan Majalah ANCAS



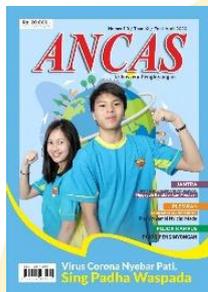
Gambar 6. ANCAS  
Tahun 2023



Gambar 7. ANCAS  
Tahun 2022



Gambar 8. ANCAS  
Tahun 2021



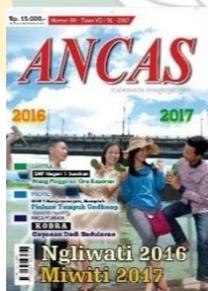
Gambar 9. ANCAS  
Tahun 2020



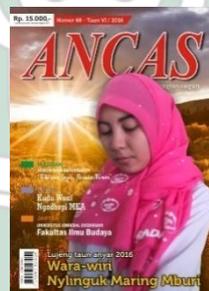
Gambar 10. ANCAS  
Tahun 2019



Gambar 11. ANCAS  
Tahun 2018



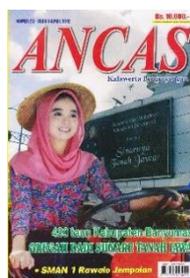
Gambar 12. ANCAS  
Tahun 2017



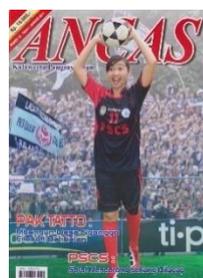
Gambar 13. ANCAS  
Tahun 2016



Gambar 14. ANCAS  
Tahun 2015



Gambar 15. ANCAS  
Tahun 2012



Gambar 16. ANCAS  
Tahun 2011



Gambar 17. ANCAS  
Tahun 2010

## B. Manajemen Majalah ANCAS Mempertahankan Eksistensi di Era Digital

### 1. Unsur-Unsur Manajemen pada Majalah ANCAS

Setelah melakukan pengumpulan data melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi kepada pihak terkait, selanjutnya hasil penelitian dan pembahasan akan dipaparkan secara deskriptif berdasarkan teori manajemen. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis telah mewawancarai beberapa informan antara lain:

- a. Ahmad Tohari sebagai Pemimpin Umum
- b. Yusmanto sebagai Redaktur Pelaksana
- c. Siti Rofikoh sebagai Sekretaris Redaksi

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa untuk mempertahankan eksistensi media lokal di era digital dibutuhkan manajemen yang baik. Manajemen mengacu kepada konsep menurut Malayu P Hasibuan yaitu unsur-unsur manajemen terdiri dari *men, money, methods, materials, machines* dan *market*. Keberadaan unsur-unsur manajemen tersebut jika dikelola dengan baik akan lebih berdaya guna, berhasil guna, terintegrasi dan terkoordinasi dalam mencapai tujuan yang optimal.<sup>100</sup> Berikut peneliti akan memaparkan unsur-unsur manajemen yang mendukung eksistensi majalah ANCAS di era digital:

#### 1. *Man* (manusia)

Unsur manajemen yang pertama dan paling utama adalah manusia. Dalam mencapai tujuan, manusia berperan sebagai pengelola dan yang melakukan proses manajemen. Pada dasarnya, faktor SDM sangat berperan penting sehingga kegiatan manajemen dan produksi dapat berjalan. Hal terpenting dari manajemen sumber daya manusia yaitu pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya yang ada secara penuh dan berkesinambungan sehingga mereka dapat bekerja secara optimal, efektif dan produktif selama pencapaian tujuan perusahaan.<sup>101</sup>

<sup>100</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2017, hlm 1

<sup>101</sup> Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*, (Depok: Raja Grafindo, 2015) hlm 64

Pada majalah *ANCAS*, *man* meliputi seluruh anggota majalah *ANCAS*. Dari data yang telah diperoleh, diketahui bahwa jumlah anggota majalah *ANCAS* sebanyak 25 orang yang bekerja sesuai dengan bidang dan keahliannya. Dalam manajemen sumber daya manusia terdapat motivasi yang mendorong manusia untuk bertindak akan sesuatu. Motivasi menjadi penting sebagai alat untuk mendukung dan menyalurkan perilaku karyawan agar giat bekerja sehingga dapat terwujud tujuan yang telah ditentukan organisasi atau perusahaan. Motivasi anggota Majalah *ANCAS* bersumber pada kesadaran yang tinggi akan kelestarian bahasa Banyumasan.

*“Motivasinya berakar dari kesadaran bahwa bahasa ibu itu harus dilestarikan, karena kalau tidak kami-kami itu siapa lagi. Jadi kami bekerja bukan untuk mencari uang tapi untuk mengabdikan.”*<sup>102</sup>

Secara SDM orang-orang di Majalah *ANCAS* telah memiliki kapasitas dan pengalaman yang mumpuni untuk mengemban tugasnya. Seperti Pemimpin Umum dipengang oleh seorang sastrawan dan budayawan, Redaktur Pelaksana dipegang Yusmanto yang merupakan seniman calung dan karawitan Banyumas, Siti Rofikoh seorang sastrawan dan cerpenis/penyair Banyumas dan hampir seluruh anggota majalah *ANCAS* merupakan orang-orang yang suka menulis.

*“Saya biasanya kalau hambatan biasanya persoalan waktu saja. Karena saya matang dalam bahasa Banyumasan, matang dalam penulisan.”*<sup>103</sup>

*“Karena mereka rata-rata penulis, biasanya menulis dan bisa liputan ya mereka berusaha liputan dan mengisi (rubrik). Jadi mereka itu orang-orang yang punya krenteg apa si yang bisa saya lakukan sebagai sumbangsih kepada negara, begitu.”*<sup>104</sup>

Anggota majalah *ANCAS* memiliki basic pekerjaan yang berbeda-beda. Meskipun menjadi penulis bukan profesi utama mereka, Namun disatukan oleh persamaan tujuan yang sama yaitu ingin melestarikan bahasa Banyumas dan hobi yang sama yaitu menulis.

<sup>102</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

<sup>103</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Yusmanto pada 27 September 2023

<sup>104</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

*“Rapat kadang hadir semua, tapi kadang engga, kaya pak dokter sudah sepuh, ada yang DPR, dosen, kadang-kadang ada kesibukan jadi ngga rawuh. Tapi tetep nulis. Dan mereka sesibuk apapun mereka tetep nulis. Semangatnya tinggi. Jadi seneng ketika tulisan sudah terbit”<sup>105</sup>*

*“Mencintai kebanyumasan, mencintai bahasa banyumas dan mereka tidak ingin bahasa banyumas hilang.”<sup>106</sup>*

Di bidang sumber daya manusia ANCAS masih kurang bisa menyediakan majalah versi online sebagaimana pernyataan ibu Siti Rofikoh:

*“Kurangnya SDM untuk versi online. Karena ANCAS itu belum mampu untuk menyaingi.”*

*“Di era digital otomatis butuh seperti website, kita belum ada SDM yang mengelola seperti itu. Sebenarnya kita kepingin menambah tapi terbentur dari pendapatan jadi kita belum mampu. Anak muda zaman sekarang idealis dan kalo gajinya sedikit ngga mau. Nah terbentur disitu. Kita kan pendapatannya dari penjualan saja.”*

Meski demikian, ANCAS tetap berupaya mengusahakan majalah versi online atau digital sebagaimana dikatakan Yusmanto :

*“Ada rencana digital. Ini kita sudah bikin websitenya, 2013 pernah bikin website tapi mandek karena tidak ada yang ngurusi. Ini saya sudah punya orang untuk secara khusus ngurusi digitalnya.”*

Selain itu pengelolaan sumber daya manusia dilakukan majalah ANCAS dengan mengadakan seminar untuk anggota khususnya tim layout serta seminar bahasa ibu. Berberapa seminar yang telah dilaksanakan majalah ANCAS adalah : *creative sharing* gaya dan layout majalah ANCAS, penerapan gaya visual majalah ANCAS, pemanfaatan media sosial sebagai media promosi majalah ANCAS di era digital, pemanfaatan e-paper sebagai media publikasi digital, workshop penulisan bahasa panginyongan dan lain sebagainya.<sup>107</sup>

Adanya struktur organisasi telah membagi masing-masing individu pada majalah ANCAS bekerja sesuai dengan kapasitasnya. Hal tersebut juga memudahkan pimpinan untuk mengontrol kinerja

<sup>105</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

<sup>106</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Tohari pada 18 September 2023

<sup>107</sup> Hasil Dokumentasi Majalah ANCAS pada 7 Agustus 2023

sehingga pertanggung jawaban dari setiap bagian dapat berjalan dengan teratur, efektif dan efisien.

## 2. *Money* (uang)

Uang adalah unsur manajemen yang memiliki pengaruh karena hasil kegiatan dapat diukur dari jumlah uang yang beredar di perusahaan. Uang juga menjadi alat dalam proses pencapaian tujuan dengan penggunaan yang diperhitungkan secara rasional. Uang menjadi sarana manajemen yang dalam pengelolaannya harus digunakan sebaik mungkin.<sup>108</sup> Ahmad Tohari sebagai Pemimpin Umum mengatakan bahwa dana kurang lebih 25 juta menjadi modal awal majalah *ANCAS* yang berasal dari Yayasan Sendang Mas.<sup>109</sup>

*ANCAS* merupakan majalah yang tidak berorientasi pada bisnis melainkan terdapat unsur pelestarian dan pengembangan bahasa lokal banyumasan. Majalah *ANCAS* memiliki sumber pendapatan utama dari penjualan majalah. Sementara pemasukan iklan sangat sedikit.

*“Sumber pendanaan di ANCAS itu dari penjualan majalah. Dan kadang-kadang iklan tapi sangat jarang sekali.”*<sup>110</sup>

*“Iklan karena ini berbahasa banyumasna itu memang sangat sulit melalui iklan. Kesulitan mencari iklan. Wong yang berbahasa indo aja susah sekali apalagi yang berbahasa Banyumasan. Sehingga kita tidak memaksakan ada/tidak ada iklan tetep jalan.”*<sup>111</sup>

Dalam hal keuangan sebagaimana dikatakan Ahmad Tohari, majalah *ANCAS* sebetulnya masih di bawah BEP (Break Even Point) dan belum untung karena baru terbit 2.600 eksemplar. Meski demikian, *ANCAS* tetap memilih menerbitkan majalah karena sebagaimana dikatakan oleh ketiga narasumber bahwa majalah *ANCAS* merupakan majalah pengabdian, bukan berorientasi pada profit.

*“Karena ANCAS ini sebagai wadah utk pengabdian mereka untuk melestarikan bahasa ibu. Jadi orang-orang yang disini ya*

---

<sup>108</sup> Yulianto, Penerapan Unsur-Unsur Manajemen di Rudi Aurel (RA) Point Swalayan & Dept Store Metro dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam, *Al Wathan: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 3 No 01 Januari – Juni 2022, (Lampung: IAIN Metro, 2022) hlm 23

<sup>109</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Tohari pada 18 September 2023

<sup>110</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

<sup>111</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Yusmanto pada 27 September 2023

*paribasane ora dibayar gitu cuman kadang-kadang dikasih transport tok dan mereka happy.*"<sup>112</sup>

*"Majalah ini sebetulnya masih di bawah BEP. Belum untung. Karena baru terbit 2.600. Kalau mau untung (BEP) itu setidaknya terbit dua kali lipatnya. Jadi kami ini masih mensubsidi diri kami. Misalnya gaji saya kecil sekali. Tapi seneng. Begitu. Minimal 4.000 eksemplar baru BEP.*"<sup>113</sup>

Meskipun unsur *money* pada majalah ANCAS sangat terbatas namun rata-rata anggota majalah ANCAS memiliki basic pekerjaan lain sehingga tidak bergantung sepenuhnya dengan gaji di Majalah ANCAS.

*"Gaji karyawan sedikit di bawah UMR, belum UMR. Belum kuat banyak-banyak. Kontributor yang punya gaji di luar sana, ada yg pensiunan dan lain-lain jadi tidak menggantungkan pada ANCAS.*"<sup>114</sup>

*"Pendapatan cuma dari penjualan majalah aja, dan ongkos cetakan mahal. Untuk hidup ya ada beberapa yang akhirnya mental. Kaya saya juga ngurusi penerbitan kalo ngurusi ANCAS terus ga bisa.*"<sup>115</sup>

Berdasarkan pernyataan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa *money* memang menjadi unsur yang penting dalam manajemen. Namun bukan satu-satunya faktor yang membuat majalah ANCAS tetap eksis di era digital. Dengan modal yang berasal dari Yayasan Sendang Mas Majalah ANCAS masih dapat terbit hingga saat ini. Unsur *money* pada majalah ANCAS memiliki sumber utama pada penjualan majalah. Sementara pemasukan yang bersumber dari iklan sangat sedikit.

### 3. Method (metode)

Dalam mengelola sesuatu perlu adanya metode atau standar operasional yang berlaku. Metode merupakan tata cara melakukan kegiatan manajemen secara efektif dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran agar mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Suatu pekerjaan dapat berjalan dengan efektif dan efisien apabila dilakukan dengan metode yang tepat. Suatu metode kerja perlu mempertimbangkan sasaran, fasilitas, waktu, uang dan

<sup>112</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

<sup>113</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Tohari pada 18 September 2023

<sup>114</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Tohari pada 18 September 2023

<sup>115</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

kegiatan yang akan berlangsung.<sup>116</sup>

Metode sistem pelaksanaan pekerjaan pada majalah *ANCAS* dilakukan dari tahap perencanaan dan selanjutnya oleh pemimpin umum Majalah *ANCAS*. Bagi anggota Majalah *ANCAS*, adanya gaji memang menunjang kinerja karyawan. Namun kesadaran akan melestarikan bahasa Banyumasan menjadi ujung tombak yang dipegang setiap anggota untuk terus menghasilkan tulisan untuk diterbitkan.

Diadakannya kerja sama antara majalah *ANCAS* dengan Institut Teknologi Telkom Purwokerto menjadi metode agar majalah *ANCAS* terus meningkatkan kualitas tampilan dan kenyamanan pembaca. Selain itu, dilakukan kerja sama dengan dinas pendidikan dan para penggemar majalah *ANCAS* di berbagai daerah agar pelanggan mudah menemukan majalah karena sasaran utama adalah kalangan pendidikan dan kebudayaan. Di luar dinas pendidikan, *ANCAS* juga melakukan kerja sama dengan berbagai komunitas orang-orang Banyumas yang berada di luar daerah. Contohnya komunitas Kancil Mas dan Serulingmas yang berada di kota-kota besar seperti Jakarta, Yogyakarta hingga Papua.

*“Selama ini kan ANCAS melakukan kerja sama dengan IT Telkom Purwokerto Fakultas DKV (Desain Komunikasi Visual). ANCAS kan dulu tampilannya masih kaku, nah untuk kekinian kita butuh anak-anak muda supaya memberikan wajah baru.”<sup>117</sup>*

*“Kita terus mencoba bekerja dengan saling menguntungkan dengan siapa saja baik dalam bentuk pengembangan konten sampai dengan pendistribusian itu terus bekerja sama agar tetap eksis sampai kapan saja. Kita kerja sama dengan siapapun, tidak bisa hanya dengan satu lembaga saja.”<sup>118</sup>*

Untuk menjaga daya tarik pembaca, *ANCAS* berupaya melakukan interaksi dengan pembaca melalui media sosial atau WhatsApp, konten yang *up to date* dan mengikuti tren, serta memperbaiki kualitas baik secara tampilan atau isi sesuai dengan selera pasar. Seperti dikatakan

<sup>116</sup> Usman Effendi, *Asas Manajemen*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hlm. 11

<sup>117</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

<sup>118</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Yusmanto pada 27 September 2023

Ibu Siti Rofikoh:

*“Saat ini masih menggunakan promosi di medsos seperti Facebook dan IG. Sebenarnya kepengen web tapi SDM-nya belum ada.”*

*“Berusaha terbit tepat waktu, menjaga kualitas tulisan, menjauhi unsur SARA, pornografi dan politik. Menyikapi era digital, mengusahakan web.”<sup>119</sup>*

Selain itu, dalam menarik audiens ANCAS menggunakan orang-orang luar negeri maupun orang lokal yang menyukai budaya atau bahasa Banyumas untuk dijadikan cover majalah.

*“Dalam manajemen redaksi juga dalam setiap tahun biasanya kita 3 kali menggunakan cover orang asing yang dari Jepang, Eropa, Amerika, yang belajar Banyumasan. Ada yg belajar kesenian, calung, ada yang penelitian di Banyumas, ada yang suka dengan bahasa Banyumasan atau lama tinggal di Banyumas, itu setahun 3 kali. Kemudian setahun juga paling tidak 2-3 kali orang di luar kultur Banyumas yang menyukai budaya Banyumas. Misalnya kemarin ada mahasiswa di Jogja yang dari Aceh menyukai tari Banyumasan. Selain itu biasanya kita orang-orang lokal.”<sup>120</sup>*

Berdasarkan pernyataan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa majalah ANCAS melakukan metode untuk mempertahankan eksistensi majalah mulai dari melakukan kerja sama, menjaga kualitas tampilan dan isi, serta menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram sebagai media pemasaran alternatif. Hal tersebut dilakukan agar pekerjaan di ANCAS menjadi efektif dan efisien dalam mencapai tujuan organisasi.

#### 4. *Materials* (bahan)

Material atau manajemen berupa bahan baku yang dibutuhkan dalam suatu kegiatan. Pemilihan bahan baku erat kaitannya dengan proses produksi. Dimana produksi merupakan kegiatan perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa dari bahan atau sumber-sumber faktor produksi dengan tujuan untuk mendatangkan keuntungan.<sup>121</sup>

<sup>119</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

<sup>120</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Yusmanto pada 27 September 2023

<sup>121</sup> M. Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardhika, *Pengantar Manajemen* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm 5

Pada Majalah *ANCAS material* berasal dari tulisan yang memiliki nilai jual dan menjadi bahan utama sebuah majalah. Hasil tulisan yang berupa berita atau artikel yang dimuat pada setiap rubrik. Jika dikaitkan dengan produksi, majalah *ANCAS* melakukan produksi berupa tulisan yang berkualitas, layout yang menarik, cita rasa ke khasan *ANCAS* yang kental dan dekat dengan masyarakat lokal Banyumas dengan seluruh isi majalah ditulis menggunakan bahasa Banyumasan.

Berita atau artikel berasal dari tulisan para anggota majalah *ANCAS* dan kontributor. Setiap anggota majalah *ANCAS* telah memiliki *jobdesk* masing-masing untuk mengisi rubrik. Pengisian rubrik terbagi atas pengisi rubrik tetap dan pengisi rubrik yang rolling setiap edisi. Produksi berita yang ada di Majalah *ANCAS* dilakukan oleh tim redaksi dengan terjun ke lapangan dan liputan sesuai dengan wilayah pembagian tugasnya.

*“Semua naskah yang dari lapangan masuknya itu ke saya. Nanti sama saya di edit, diselaraskan, ada bahasanya yang kurang tepat atau tidak urut. Nanti di edit lagi sama pak Yusmanto. setelah itu di layout. Terus di print diaturaken pak Ahmad Tohari di finishing, sambil saya share di grup untuk dikoreksi juga sama yang lain, dibenarkan. Kalo sudah fix di plat/di film. Setelah difilm tidak bisa diubah karena 1 lembar 500 ribu. Jadi ga boleh diubah lagi. Baru dicetak. Terus di pasarkan.”<sup>122</sup>*

Penulisan rubrik di Majalah *ANCAS* disesuaikan dengan tema di setiap edisi. Tema yang diangkat biasanya berupa isu-isu terkini atau berkaitan dengan hari-hari besar pada bulan majalah tersebut diterbitkan. *Material* lainnya berasal dari bank naskah yang merupakan kumpulan tulisan dari kontributor majalah *ANCAS* yang tersimoan dan belum sempat diterbitkan.

*“Kita punya kontributor 12 orang. Di luar itu kita juga menerima naskah-naskah di luar kontributor. Seperti dari penulis lepas, temen-temen jurnalis, guru-guru, sastrawan. Itu yang kita harus punya bank naskah. Mereka kirim, bulan ini belum dimuat bisa dimuat bulan depan. Karya-karya sastra, produk seperti cerpen, cerkak, geguritan ini biasanya berlimpah. Setiap edisi berlimpah-*

---

<sup>122</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

*limpah. Sehingga kita simpan di bank naskah.*<sup>123</sup>

Tulisan kontributor yang dimuat majalah *ANCAS* setidaknya memiliki salah satu dari dua syarat yaitu 1) konten yang menarik dan 2) tulisan yang menarik. Sehingga menurut Yusmanto, ada pengetahuan, nilai, dan pesan yang disampaikan kepada pembaca dengan membaca majalah *ANCAS*.

*“Karena persoalan utama adalah sekarang sangat sedikit orang yang memiliki kemampuan memadai untuk menulis dengan konten yang menarik dengan kemampuan menulis yang bagus atau performa tulisan juga bagus”*<sup>124</sup>

Dari pernyataan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa *material* pada Majalah *ANCAS* yaitu tulisan-tulisan berupa berita dan artikel yang dimuat pada setiap rubrik di majalah. Berita berasal dari tim redaksi yang melakukan liputan di lapangan, sementara artikel dan tulisan lainnya berasal dari kontributor dan penulis lain serta bank naskah yang menampung tulisan yang belum diterbitkan.

##### 5. *Mechines* (mesin)

Mesin dalam unsur manajemen dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan sulit menjadi lebih mudah dan cepat. Penggunaan mesin meningkatkan hasil dan keuntungan dan membuat proses kerja menjadi efektif dan efisien. Berdasarkan data yang diperoleh majalah *ANCAS* belum menggunakan mesin sendiri untuk mencetak majalah melainkan menggunakan penerbit Yayasan Carablaka dan percetakan Wish Jaya Purwokerto.

Di kantor majalah *ANCAS* terdapat komputer menjadi alat untuk menghasilkan output berupa tulisan maupun data-data yang dihimpun baik untuk keperluan redaksional maupun kesekretariatan. Adanya kantor dan ruang rapat menjadi sarana anggota dalam melaksanakan berbagai aktivitas. Meskipun kantor merupakan gedung Dekopimda milik pemerintah daerah.

*“Jadi kita itu masih kalau mencetak itu bayarnya belakangan.*

<sup>123</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Yusmanto pada 27 September 2023

<sup>124</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Yusmanto pada 27 September 2023

*Untung percetakannya baik. Lalu kita digaji kecil-kecil sekali, dan kita juga belum punya gedung sendiri. Ini punya pemkab Banyumas.*<sup>125</sup>

*“Belum ada dukungan dari pemerintah. Cuma dipinjemi gedung sama Dekompimda.”*<sup>126</sup>

Dari pernyataan tersebut di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa majalah *ANCAS* tidak menggunakan mesin milik sendiri untuk mencetak majalah melainkan pada percetakan Wish Jaya Purwokerto dengan penerbit Yayasan Carablaka. Selain itu unsur *mechine* berupa kantor, ruang rapat dan komputer yang menunjang produktivitas majalah *ANCAS*.

#### 6. *Market* (pasar)

Market merupakan tempat untuk memasarkan produk yang telah dihasilkan. Pasar adalah suatu tempat dimana produk yang telah dihasilkan akan bisa sampai pada konsumen akhir, baik melalui distributor atau dari produsen langsung kepada konsumen hasil sehingga pengusaha akan mendapat imbal balik atas transaksi yang terjadi. Begitu juga konsumen akan mendapatkan kepuasan dan dapat mengambil manfaat atas produk yang diperoleh.<sup>127</sup>

Market utama majalah *ANCAS* adalah kalangan pendidikan dan peminat kebudayaan. Menurut Ahmad Tohari, di kalangan pendidikan para guru seringkali mencari bahan untuk pengajaran bahasa lokal atau tradisi lokal Banyumasan. Sementara di kalangan penggemar merupakan orang-orang yang sudah berusia 40 tahun ke atas yang memiliki kerinduan terhadap bahasa sendiri. Kalangan penggemar yang dimaksud disini adalah komunitas atau paguyuban orang-orang Banyumas seperti Kancil Mas, Serulingmas dan lainnya yang berada di kota-kota besar seperti Jakarta, Yogyakarta hingga Papua.

*“Masyarakat Banyumas itu menempati daerah kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara, dan Cilacap. Itu yang mukim. Sedangkan yang di kota-kota besar kan banyak sekali.*

<sup>125</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Tohari pada 18 September 2023

<sup>126</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

<sup>127</sup> Eni Latifah, *Pengantar Bisnis Islam*, (Jawa Tengah: CV Sarnu Untung, 2020), hlm 6

*Jakarta, Semarang, Jogja, dan lain-lain mereka juga ada yang berlangganan untuk menjaga ikatan batin dengan nenek moyang mereka.”<sup>128</sup>*

*“Sekarang kita juga harus berpikir bahwa sekolah menjadi salah satu pangsa pasar yang utama meskipun di luar itu kita juga punya pasar yang lain. Jakarta, Surabaya, orang Banyumas di Jogja, Surakarta, dll. Dan mereka menjadi pangsa pasar utama juga karena ada perasaan chauvinism dalam diri mereka jadi saya orang Banyumas sehingga bacanya ya Banyumasan karena merasa rindu membaca banyumasan.”<sup>129</sup>*

Selain itu majalah ANCAS juga menysasar desa-desa untuk memperluas distribusi. Pada majalah ANCAS pemasaran dilakukan oleh biro biro yang terbagi menjadi Biro Banjarnegara, Biro Purbalingga, Biro Kebumen dan Biro Cilacap. Sisanya dan untuk wilayah Banyumas dibawa atau diedarkan oleh anggota majalah ANCAS yang tinggal di wilayah Banyumas.

*“Terus kenapa ada rubrik pojok desa, kita kan rencananya mau memasarkan majalah ANCAS ke desa-desa. Selama ini mayoritas kan ke sekolahan-sekolahan jadi ada profil. Kita memberikan ruang seperti itu.”<sup>130</sup>*

*“Sebanarnya majalah ANCAS untuk siapa saja. Realita bahwa salah satu pangsa pasar terbesar adalah sekolah sehingga kita harus mengakomodasi anak-anak muda di sekolah agar bisa membaca majalah ANCAS. Sehingga terwujud pada rubrik. Seperti anak anung yang bercerita tentang anak-anak, kemudian rubrik kreasiswa, sehingga siswa bisa ikut menulis.”<sup>131</sup>*

Berdasarkan pernyataan tersebut di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *market* pada majalah ANCAS yaitu sekolah-sekolah, komunitas atau penggemar Banyumasan, dan desa-desa. Majalah ANCAS memfokuskan pasar pada sekolah-sekolah di bawah naungan dinas pendidikan. Pendistribusian dilakukan oleh distributor yang terbagi menjadi beberapa wilayah khususnya di Barlingmascakeb.

<sup>128</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Tohari pada 18 September 2023

<sup>129</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Yusmanto pada 27 September 2023

<sup>130</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

<sup>131</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Yusmanto pada 27 September 2023

## 2. Proses Manajemen Majalah ANCAS

Manajemen media merupakan sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersial maupun sosial, media sebagai institusi komersial maupun sosial.<sup>132</sup> Maka dalam penelitian media ini, peneliti menggunakan teori manajemen media sebagai alat analisis bagaimana Majalah ANCAS dapat mempertahankan eksistensinya di era digital.

Untuk mengetahui manajemen majalah ANCAS, penelitian ini menggunakan 4 fungsi dasar manajemen POAC yang dikemukakan oleh Gorge R. Terry dalam buku berjudul *Principles of Management*. 4 fungsi manajemen POAC menurut Gorge R. Terry terdiri dari: *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pengarahan atau penggerakan), dan *controlling* (pengawasan).

Menurut Fajar Junaedi dalam buku Manajemen Media Massa (2014), secara garis besar manajemen media massa terbagi dalam dua ruang lingkup manajemen yaitu pertama, manajemen perusahaan yang mengatur aspek bisnis dari media yang bersifat non jurnalistik meliputi pekerjaan promosi, percetakan, iklan, humas, sumber daya manusia dan sebagainya. Kedua yang mengurus pada aspek jurnalistik, mulai dari pencarian berita dan penulisan berita.<sup>133</sup>

Berikut proses manajemen pada majalah ANCAS yang dianalisis menggunakan 4 fungsi manajemen POAC:

### a. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan yaitu suatu proses menetapkan tujuan dan sasaran, menentukan pilihan-pilihan tindakan yang akan di lakukan, dan mengkaji cara-cara terbaik untuk mencapai tujuan masa depan yang

---

<sup>132</sup> Ruby Gunawan, Strategi Manajemen Media Guo Ji Ri Bao dalam Menghadapi Disrupsi untuk Menjaga Eksistensi Media, *Skripsi*, (Banten: Universitas Multimedia Nusantara Tangerang) hlm. 22

<sup>133</sup> Fajar Junaedi, *Manajemen Media Massa*, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2014) hlm. 56

telah ditetapkan sebelumnya.<sup>134</sup> Majalah *ANCAS* dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan ataupun aktivitasnya bertujuan untuk mengatur dan mengelola majalah agar dapat berjalan secara efektif dan efisien. Perencanaan juga memiliki fungsi untuk merencanakan langkah yang akan dilaksanakan sebelum majalah *ANCAS* terbit.

Secara manajemen perusahaan, perencanaan di Majalah *ANCAS* dilakukan dengan beberapa hal. Pertama, penetapan tujuan yang terwujud pada visi dan misi perusahaan. Misi adalah suatu tujuan yang membedakan dari perusahaan-perusahaan lain yang sejenis. Misi pada dasarnya mencerminkan alasan mengapa perusahaan itu ada. Sementara tujuan adalah sesuatu yang harus dicapai.<sup>135</sup>

*“Untuk melestarikan bahasa ibu. Karena bahasa ibu itu seperti di Indonesia sendiri kan banyak dialek yang sudah punah, kalau misal bahasa panginyongan tidak didokumentasikan nanti lama-lama juga akan punah”<sup>136</sup>*

*“Tujuan lebih jauh adalah menjaga jati diri masyarakat Banyumas.”<sup>137</sup>*

Selaras dengan kedua pernyataan tersebut bahwa visi majalah *ANCAS* adalah melestarikan bahasa ibu yaitu bahasa panginyongan. Dan misi majalah *ANCAS* adalah 1) memperluas distribusi majalah *ANCAS*, 2) mengenalkan kembali bahasa ibu kepada generasi muda, 3) mengembangkan bahasa banyumasan sebagai identitas masyarakat banyumas, dan 4) mewujudkan kebanggaan terhadap bahasa banyumasan di kalangan generasi muda.<sup>138</sup>

Dalam proses perencanaan, Majalah *ANCAS* melakukan sesuai kebutuhan yang ada. Terdapat rencana program yang menjadi agenda rutin majalah *ANCAS*. Agenda bulanan yaitu rapat redaksi dan evaluasi yang dilaksanakan satu bulan sekali di minggu pertama.

*“Agenda tahunan ada pelaksanaan ulang tahun, ikut event-event di sekitar Banyumas, bazar, pameran, ikut berpartisipasi atau*

<sup>134</sup> Amirullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2015), hlm 63

<sup>135</sup> Amirullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2015), hlm 86

<sup>136</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

<sup>137</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Tohari pada 18 September 2023

<sup>138</sup> Hasil Dokumentasi Majalah *ANCAS* pada 7 Agustus 2023

*sponsor. Kunjungan ke sekolah bisa setahun 3 kali bisa 4 kali tidak pasti jumlahnya. Seminar juga ada seminar bahasa ibu 2 tahun sekali.”<sup>139</sup>*

Secara manajemen redaksi, perencanaan pada redaksional majalah ANCAS dilakukan ketika rapat redaksi yang dilaksanakan satu bulan sekali pada awal bulan. Rapat redaksi dilakukan bersama anggota membahas dan merencanakan konsep majalah, tema, isi, model cover isu atau topik yang akan diangkat dan lain-lain. Di dalam rapat redaksi terdapat pembagian tugas liputan dan pengisian rubrik. Jika ada anggota yang tidak mengikuti rapat redaksi, mereka tetap berkewajiban menulis dan mengisi rubrik.

*“Untuk redaksional kita mulai dari rapat redaksi. Rapat redaksi itu digunakan untuk evaluasi sekaligus kontroling tentang kualitas dan perwujudan dari majalah edisi yang lalu kemudian membuat rencana untuk edisi berikutnya sehingga melalui rapat redaksi biasanya ada usulan-usulan yang sifatnya evaluasi majalah yang sudah terbit edisi sebelumnya dan rencana ke depan mau seperti apa.”<sup>140</sup>*

Pada rapat redaksi terdapat perencanaan yang ditetapkan berdasarkan hasil evaluasi pada majalah yang sudah terbit di edisi sebelumnya serta kritik saran dari pembaca. Hal tersebut dilakukan sebagai landasan merancang majalah dan tidak melakukan kesalahan yang sama merencanakan majalah lebih baik di setiap edisi.



*Gambar 18. Rapat Redaksi Majalah ANCAS*

Dari hasil tersebut di atas dapat ditarik satu kesimpulan bahwa Majalah ANCAS telah melakukan tahap perencanaan dengan baik. Hal

<sup>139</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

<sup>140</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Yusmanto pada 27 September 2023

tersebut dapat terlihat dari adanya visi misi dan tujuan yang jelas, tersusunnya agenda bulanan dan tahunan serta rapat redaksi. Pada rapat redaksi terdapat banyak tahapan yang dilakukan dalam merencanakan sebelum majalah terbit seperti pengumpulan, pembahasan sampai dengan penentuan isu-isu yang dihasilkan melalui musyawarah antara anggota dengan pimpinan redaksi hingga pimpinan umum.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian merupakan proses penempatan orang-orang dan sumber daya lainnya untuk melakukan tugas-tugas dalam mencapai tujuan. Pengorganisasian menyangkut pembagian kerja dan mengkoordinasikan proses manajemen melalui penyusunan struktur organisasi. Pada dasarnya, proses pengorganisasian diawali dengan pemahaman terhadap tujuan atau rencana, kemudian diikuti dengan pembagian tugas atau pembagian kerja secara sistematis.<sup>141</sup>

Pengorganisasian pada majalah *ANCAS* dilakukan dengan beberapa hal. *Pertama*, adanya struktur organisasi. Pada Majalah *ANCAS*, struktur organisasi menggambarkan susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada dalam menjalankan operasional media sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Pengorganisasian yang dilakukan Majalah *ANCAS* berupa adanya struktur organisasi yang jelas pada Majalah *ANCAS*. Masing-masing divisi memiliki *jobdesk* yang harus dilaksanakan sehingga setiap pekerjaan dapat dilaksanakan dengan baik.

*Kedua*, pembagian kerja. Pada Majalah *ANCAS*, pembagian kerja dilakukan dengan membagi anggota sesuai dengan kemampuan dan keahliannya. Tugas tugas yang ada kemudian dibagi baik tugas spesialis secara struktural maupun tugas pengisian rubrik dan liputan. Pengisian rubrik dan tugas liputan menjadi bagian dari pengorganisasian untuk mengalokasikan SDM (anggota) dalam melaksanakan *jobdesk* dalam

---

<sup>141</sup> Amirullah, *Pengantar Manajemen (Fungsi-Proses-Pengendalian)*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm 123

mewujudkan tujuan organisasi.

Pada dasarnya setiap anggota Majalah *ANCAS* memiliki tanggung jawab untuk turut berkontribusi dengan menulis. Setiap anggota majalah *ANCAS* telah dibagi untuk mengisi rubrik baik sebagai pengisi tetap pengisi rubrik yang rolling di setiap edisi. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan semua anggota dan tim redaksi ikut berkontribusi pada *ANCAS* dan semua kabupaten yang menjadi sasaran utama dapat terliput.

Tim redaksi majalah *ANCAS* mengacu pada kewilayahan dan memiliki 2 tugas utama yaitu mengisi rubrik dan melakukan liputan pada wilayah yang telah ditentukan. Tugasnya yaitu mencari berita untuk rubrik-rubrik khusus seperti *jantra, kreasiswa, kembang balem pojok desa, plesiran, klangenan, profil dan regeng*. Rubrik-rubrik tersebut memerlukan informasi yang mengharuskan penulis terjun ke lapangan dengan wilayah yang berbeda-beda pada setiap edisi. Liputan juga diperlukan untuk menampilkan variasi konten majalah setiap bulannya, karena wilayah cakupan majalah *ANCAS* meliputi Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara, Cilacap, dan Kebumen.

*“Tim redaksi ini tugasnya yang pertama untuk mengisi rubrik yang diampu, yang kedua untuk melakukan liputan sesuai dengan wilayah pembagian tugasnya. Misalnya pak Heri di wilayah Cilacap dan Banyumas Selatan, Bu Prapti di Banyumas, Mas Hamidin di Banyumas Barat dan Cilacap, Bu Indri ini pengisi rubrik, Bambang Wadoro pengisi rubrik, pak Yusmanto pengisi rubrik sekaligus liputan.”<sup>142</sup>*

Dari pembahasan di atas, dapat diketahui bahwa Majalah *ANCAS* melakukan tahap pengorganisasian dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya pembagian tugas serta beban kerja yang tersusun secara sistematis serta sesuai dengan keahliannya, pembagian jobdesk yang jelas baik secara struktural keorganisasian maupun pembagian tugas keredaksian. Sehingga setiap anggota di Majalah *ANCAS* telah bekerja dan mendukung eksistensi majalah.

---

<sup>142</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 18 September 2023

Tabel 3. Pengisi Rubrik Majalah ANCAS

<b>Nama Rubrik</b>	<b>Isi Rubrik</b>	<b>Pengisi</b>
<i>Rasan</i>	Tajuk Rencana	Ahmad Tohari
<i>Wigati</i>	Laporan Utama	Yusmanto
<i>Jantra</i>	Komunitas Banyumas	Tim Redaksi ( <i>Rolling</i> )
<i>Kreasiswa</i>	Karya Siswa	Tim Redaksi ( <i>Rolling</i> )
<i>Ekonomi</i>	Tema ekonomi	Tim Redaksi ( <i>Rolling</i> )
<i>Anak Anung</i>	Cerita khusus anak-anak	Suprapti
<i>Ura-ura</i>	Tembang jawa	Yusmanto
<i>Dopokan</i>	Obrolan	Bambang S Purwoko
<i>Waras</i>	Kesehatan	Dr. Joko Adi Pamungkas
<i>Thengil</i>	Humor	Redaksi
<i>Guritan</i>	Puisi Jawa	Kontributor
<i>Cerkak</i>	Cerita Pendek	Kontributor
<i>Othak-Athik</i>	Asah Otak	Redaksi
<i>Kembang Bale</i>	Tokoh Wanita	Tim Redaksi ( <i>Rolling</i> )
<i>Pojok Desa</i>	Desa-desa berpotensi	Tim Redaksi ( <i>Rolling</i> )
<i>Ujar</i>	Opini kiriman pembaca	Kontributor
<i>Laras</i>	Tema agama/kultum	Joko Tri Winarso
<i>Panamasastra</i>	Bahasa panginyongan	Bambang Wadoro
<i>Tuladha</i>	Tokoh menginspirasi	Tim Redaksi ( <i>Rolling</i> )
<i>Cerita Sinambungan</i>	Terjemahan buku Ahmad Tohari	Redaksi
<i>Ngudarasa</i>	Curhat	Lilis Pujianti
<i>Tekliwer</i>	Manfaat tanaman obat	Anggota ( <i>Rolling</i> )
<i>Riwayat</i>	Sejarah	Anggota ( <i>Rolling</i> )
<i>Jawa Jawi</i>	Belajar aksara jawa	Suprapti
<i>Apa Iya ?</i>	Horor, Mitos, Mistis	Redaksi
<i>Wuruk</i>	Tulisan guru di lingup pendidikan	Kontributor
<i>Plesiran</i>	Liburan	Tim Redaksi ( <i>Rolling</i> )
<i>Klangenan</i>	Kegemaran	Tim Redaksi ( <i>Rolling</i> )
<i>Profil</i>	Profil sekolah	Tim Redaksi ( <i>Rolling</i> )
<i>Regeng</i>	Tokoh kabupaten	Tim Redaksi ( <i>Rolling</i> )
<i>Suguh</i>	Tulisan ilmiah	Kontributor

c. *Actuating* (pengarahan atau penggerakan)

*Actuating* adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk mengarahkan dan mempengaruhi semua anggota dalam organisasi atau perusahaan untuk bergerak, berusaha dan bekerja sama melakukan tugasnya dalam rangka mencapai tujuan yang sebelumnya telah ditentukan.<sup>143</sup> Pelaksanaan meliputi bagaimana pemimpin memberikan pengarahan dan pengaruhnya pada individu-individu dalam organisasi untuk melakukan kewajibannya sesuai dengan paparan kerjanya.<sup>144</sup>

Pengarahan bisa dilakukan baik secara tertulis melalui surat resmi, rapat-rapat dan interaksi dengan individu-individu lain. Sehingga rencana yang telah disusun kemudian diwujudkan melalui tindakan nyata. Hal ini juga merupakan tindakan implementatif dari rencana yang telah disusun sebelumnya. Majalah *ANCAS* dalam pelaksanaannya melalui pimpinan mengarahkan dan menggerakkan seluruh unsur yang terlibat dalam mewujudkan tujuan organisasi.

Sebagaimana dikatakan Ahmad Tohari bahwa orang-orang di Majalah *ANCAS* secara maksimal melakukan kerja sama sesuai arahan yang telah ditentukan saat rapat redaksi. Pengarahan umumnya berkaitan dengan aspek teknis pekerjaan sesuai dengan paparan tugas yang dibagi saat rapat. Namun jika terdapat anggota yang berhalangan hadir maka tugas akan dishare di grup WhatsApp. Adapun secara teknis Majalah *ANCAS* melakukan pembagian tugas liputan saat sebagian rubrik yang memiliki tema khusus telah disepakati untuk dilanjutkan dalam proses peliputan.

*“Untuk memulai peliputan, anggota redaksi yang sebelumnya telah dibagi job desknya saat rapat kemudian melakukan liputan ke lapangan sesuai tugasnya.”*<sup>145</sup>

Pembagian tugas tim redaksi Majalah *ANCAS* mengacu pada

---

<sup>143</sup> Ade Putranto Prasetyom *Manajemen Media Massa (Konsep Dasar, Pengelolaan dan Etika Profesi)*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2020), hlm 23

<sup>144</sup> Fajar Junaedi, *Manajemen Media Massa Teori, Aplikasi dan Riset*, (Yogyakarta : Buku Litera, 2014), hlm 44

<sup>145</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Yusmanto pada 27 September 2023

kewilayahan. Secara khusus tim redaksi bertugas mengisi rubrik yang diampu dan melakukan liputan sesuai dengan wilayah tugasnya. Sisanya, pengisian rubrik dilakukan oleh anggota lainnya maupun kontributor.

*“Setelah rapat dilakukan pembagian tugas naskah. Ada deadlinenya. Deadline setiap tanggal 15. Yang melewati deadline tidak dipakai. Nanti pakai bank naskah. Jadi kita ada stok (naskah)”<sup>146</sup>*

Semua naskah dari lapangan masuk dan dihimpun oleh Ibu Siti Rofiqoh sebagai sekretaris redaksi. Kemudian diedit dan diselaraskan bahasanya dengan bahasa *panginyongan*. Dalam melaksanakan tugasnya, Ibu Siti Rofiqoh bersama Pak Yusmanto menjadi tim utama dalam mengedit naskah khususnya terkait ketatabahasaan.

*“Ada bahasa-bahasa tertentu yang dalam bahasa panginyongan saya nggak bisa. Nanti diganti sama Pak Yusmanto..”<sup>147</sup>*

Naskah yang telah selesai kemudian dilayout oleh bagian desain grafis. Hasilnya ada yang diprint dan diserahkan Pak Ahmad Tohari untuk dikoreksi. Sekaligus dishare di grup Whatsapp untuk dikoreksi bersama. Jika semua naskah sudah fix lanjut di plat atau di film. Dalam skemanya, proses pelaksanaan keredaksian di Majalah ANCAS dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 19. Alur Redaksional dan Penerbitan Majalah ANCAS

<sup>146</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofiqoh pada 8 Agustus 2023

<sup>147</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofiqoh pada 8 Agustus 2023

Terakhir, melakukan komunikasi secara efektif juga menjadi aspek penting dalam mengarahkan individu yang berada di organisasi. Pada Majalah *ANCAS*, komunikasi dilakukan melalui pertemuan saat rapat dan komunikasi melalui grup WhatsApp. Jika terdapat hal-hal yang mendesak/penting mereka akan membahasnya di luar agenda rapat redaksi.



Gambar 20. Tangkapan layar Pembagian Tugas Majalah *ANCAS*  
(Dok. Sekretaris Redaksi Siti Rofikoh)

Dari uraian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Majalah *ANCAS* dalam melaksanakan tahapan *actuating* dengan baik. Hal tersebut dapat terlihat dari pelaksanaan yang dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pengarahan juga dilakukan dalam membantu mekanisme kerja seperti pembagian tugas isu yang akan diliput oleh wartawan (tim redaksi).

d. *Controlling* (pengawasan)

Pengawasan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui apakah kinerja sesuai dengan rencana atau tidak.

Pengawasan dilakukan dengan mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen yang telah berlangsung dalam organisasi.<sup>148</sup> Pengawasan penting dilakukan untuk mengetahui apakah proses yang dilakukan dan hasil yang diperoleh telah berjalan dengan baik atau tidak. Jika dirasa dibutuhkan perubahan maka pemimpin akan kembali pada proses *planning* dimana akan merencanakan sesuatu berdasarkan hasil dari *controlling*.

Pengawasan yang dilakukan secara teratur memberi manfaat bagi organisasi dalam rangka mengetahui tantangan dan hambatan yang dialami oleh organisasi.<sup>149</sup> Dalam manajemen media massa, pengawasan menjadi penting agar kualitas media tetap terjaga. Dengan pengawasan yang baik, kualitas media akan terjaga sehingga terpenuhi kebutuhan khalayak dalam mengonsumsi media.

Majalah ANCAS dalam melakukan pengawasan melihat pada mekanisme kerja yang baik, karena melaksanakan rapat evaluasi sebulan sekali dan audit keuangan setiap 6 bulan sekali. Rapat evaluasi dilakukan untuk perkembangan Majalah ANCAS, memperbaiki kekurangan, serta sebagai acuan dalam mengambil keputusan pada edisi berikutnya. Sementara itu audit keuangan dilaksanakan untuk memaparkan kondisi keuangan di Majalah ANCAS.

*“Setelah terbit menjadi acara rutin dan harus dievaluasi kelemahan2 agar tidak terulang pada episode kedepan dan secara umum agar terus meningkatkan kualitas.”<sup>150</sup>*

*“Nanti dari keuangan memaparkan apa surplus apa minus pemasukan pada bulan itu. Dari keuangan melaporkan berapa dana masuk dan keluar.”<sup>151</sup>*

*“Biasanya Pak Bambang kepala pemimpin perusahaan mendelegasikan seorang untuk melakukan audit per 6 bulan sekali kaitannya dengan pemasukan dan pengeluaran Majalah*

---

<sup>148</sup> Fajar Junaedi, *Manajemen Media Massa Teori, Aplikasi dan Riset*, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2014), hlm 46

<sup>149</sup> Fajar Junaedi, *Manajemen Media Massa Teori, Aplikasi dan Riset*, (Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2014), hlm 47

<sup>150</sup> Hasil Wawancara dengan Ahmad Tohari

<sup>151</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

ANCAS.”<sup>152</sup>

Dalam redaksional Majalah ANCAS melakukan *controlling* pada isi majalah dengan editing sebanyak dua kali sebelum melakukan proses pencetakan untuk meminimalisir kesalahan pada majalah sebelum dicetak.

“Naskah masuk, kemudian diselaraskan sama saya, dilayout, terus di print diaturaken Pak Ahmad Tohari di finishing sambil saya share di grup Whatsapp untuk dikoreksi juga sama yang lain, dibenarkan. Kalau sudah fix baru kemudian di plat/di film. Kemudian dicetak. Terus di pasarkan.”<sup>153</sup>

Hal tersebut dilakukan Majalah ANCAS dalam menjaga mekanisme kerja sebagai manajemen yang mendukung untuk menjaga eksistensinya. Pada Majalah ANCAS dalam menyelesaikan masalah biasanya diselesaikan saat rapat redaksi atau komunikasi melalui grup WhatasApp. Akan tetapi jika mendesak anggota dapat melakukan pertemuan sewaktu-waktu untuk menyelesaikan masalah secara bersama-sama.

Dengan demikian, majalah ANCAS dalam melakukan proses pengawasan telah melakukan dengan baik. Hal tersebut dapat terlihat dari segi keredaksian yaitu bagaimana proses editing sebelum penerbitan, melakukan pengecekan kembali sehingga menghindari kesalahan sebelum naik cetak agar pembaca tidak menerima informasi yang faktual. Dan dari segi perusahaan, Majalah ANCAS telah melakukan evaluasi seperti audit keuangan dan melakukan rapat evaluasi yang dilakukan usai rapat redaksi.

Dalam manajemen media, teori POAC memiliki fungsi mengontrol dan mengatur jalannya organisasi atau perusahaan media. *Planning, organizing, actuating* dan *controlling* telah dilakukan Majalah ANCAS sebagai upaya pengelolaan sumber daya, baik itu

---

<sup>152</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

<sup>153</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Siti Rofikoh pada 8 Agustus 2023

sumber daya manusia, sumber daya alam, sumber daya dana maupun sumber daya informasi yang ada untuk mencapai tujuan.

Majalah *ANCAS* kedepannya dapat memperluas pemasaran maupun menambah platform digital sehingga dapat mencapai audiens yang lebih luas. Dengan manajemen distribusi yang tepat di era digital dapat menjangkau lebih banyak pembaca khususnya generasi muda yang melek digital.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan di lapangan dari penelitian mengenai eksistensi media lokal di era digital dalam hal ini manajemen Majalah *ANCAS* sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan di atas yaitu bagaimana manajemen Majalah Banyumasan *ANCAS* dalam mempertahankan eksistensi di era digital. Dari penelitian ini ditemukan beberapa hasil yaitu :

1. Unsur-unsur manajemen yang mendukung majalah *ANCAS* dalam mempertahankan eksistensi di era digital adalah :
  - a) Man yaitu anggota majalah *ANCAS* yang berjumlah 25 orang.
  - b) Money yaitu modal, iklan dan penjualan majalah.
  - c) Material yaitu berita dan artikel pada rubrik majalah.
  - d) Methods yaitu kerjasama dan promosi di media sosial.
  - e) Market yaitu sekolah, kalangan penggemar dan desa-desa.

Dari hasil penelitian yang telah didapatkan, diketahui bahwa Majalah *ANCAS* telah menerapkan unsur-unsur manajemen walaupun belum secara maksimal. Penerapan unsur-unsur manajemen di Majalah *ANCAS* difokuskan kepada pengabdian anggota majalah *ANCAS*, pembagian kerja, penjualan majalah, kerja sama dan pemasaran produk ke sekolah-sekolah.

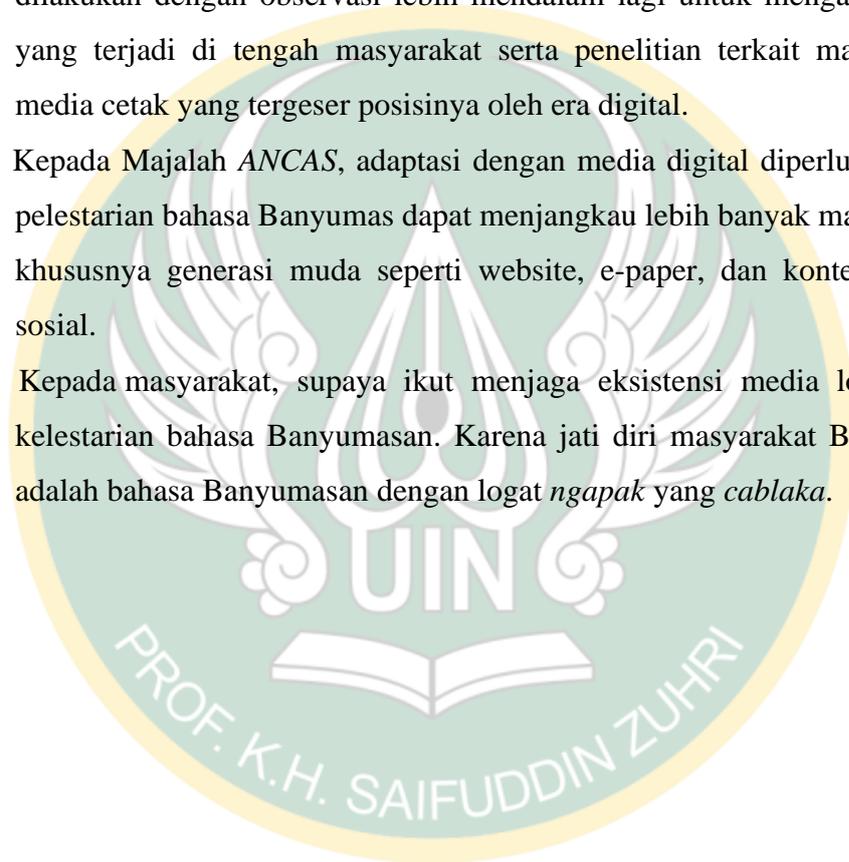
2. Manajemen Majalah *ANCAS* dianalisis menggunakan teori *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC). Pada tahap *planning*, pemimpin dan seluruh anggota dari Majalah *ANCAS* melakukan perencanaan sebelum majalah *ANCAS* terbit yakni saat rapat redaksi yang dilaksanakan sebulan sekali untuk merencanakan konsep majalah, tema, isi, cover dan lain-lain. Pada tahap *organizing*, pengorganisasian dilakukan dengan dibentuknya struktur organisasi dan adanya pembagian kerja yang membagi anggota sesuai dengan kemampuan dan keahliannya. Pada tahap *actuating*, pengarahan dilakukan oleh pemimpin dan setiap anggota melaksanakan tugasnya sesuai dengan pembagian yang diterima saat rapat redaksi termasuk

melakukan liputan. Terakhir, *controlling* dilakukan dengan adanya rapat evaluasi setiap bulan dan audit keuangan setiap 6 bulan sekali.

## B. Saran

Setelah meneliti Eksistensi Media Lokal di Era Digital (Studi Manajemen Majalah Banyumasan *ANCAS*) penulis hendak memberikan saran kepada :

1. Peneliti selanjutnya, supaya penelitian ini dapat terus dikembangkan dan dilakukan dengan observasi lebih mendalam lagi untuk mengamati apa yang terjadi di tengah masyarakat serta penelitian terkait manajemen media cetak yang tergeser posisinya oleh era digital.
2. Kepada Majalah *ANCAS*, adaptasi dengan media digital diperlukan agar pelestarian bahasa Banyumas dapat menjangkau lebih banyak masyarakat khususnya generasi muda seperti website, e-paper, dan konten media sosial.
3. Kepada masyarakat, supaya ikut menjaga eksistensi media lokal dan kelestarian bahasa Banyumasan. Karena jati diri masyarakat Banyumas adalah bahasa Banyumasan dengan logat *ngapak* yang *cablaka*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Rustam. 2016. Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital), *Islamic Communication Journal Voll. 01, No. 01 Mei-Oktober 2016*. Semarang : UIN Walisongo
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen (Fungsi-Proses-Pengendalian)*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2017. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ayunita, Vidya. 2014. Strategi Manajemen Suara Merdeka untuk Mempertahankan Eksistensi Perusahaan dalam Menghadapi Media Kompetitor di Jawa Tengah (Studi Kasus pada PT. Suara Merdeka Press). *Skripsi*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Azmie, Muhammad Faula. 2015. Manajemen Pengelolaan Portal Berita [www.goriau.com](http://www.goriau.com) dalam Menarik Minat Baca Pada Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* (Pekanbaru: Universitas Riau.
- Bagus, Lorens. 2005. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, Hafield. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Pengertian Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Fadillah S, Riska. 2018. Eksistensi Media Online terhadap Pemasaran Media Cetak Haluan Riau. *Skripsi*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Gishella, Miranda. 2017. Studi Mengenai Majalah Mingguan Mangle dalam Meregenerasi Redaktur untuk Mempertahankan Eksistensi Sebagai Majalah Berbahasa Sunda. *Skripsi*. Bandung : UIN Sunan Gunung Djati.
- Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gunawan, Ruby. 2021. Strategi Manajemen Media Guo Ji Ri Bao dalam menghadapi Disrupsi untuk Menjaga Eksistensi Media. *Skripsi*. Banten : Universitas Multimedia Nusantara Tangerang.
- Habibie, Dedi Kusuma. 2018. Dwi Fungsi Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 7, No. 2, pp 79-86, Dec 2018*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasibuan. 2018. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Huberman M, dan Miles, M. B. 2007. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia.
- Ispriadi, Bella Dwi Syahputri, Devy Anggita Putri, dan Prahasti Ken Dewani. 2020. Eksistensi Media Cetak pada Masa Pandemi Covid-10. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol 9 No 2*. Malang: Universitas Tribhuwana

Tunggadewi.

Issakh, Henki Idris dan Zahrida Wiryawan. 2015. *Pengantar Manajemen*. (Jakarta: In Media).

Junaedi, Fajar. 2014. *Manajemen Media Massa Teori, Aplikasi dan Riset*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.

Mardhiyani, Nur Laili. 2015. Kebijakan Redaksional Suara Merdeka tentang Pemberitann Kearifan Lokal Semarang di Edisi Lokal Semarang Metro. *Tesis*. Semarang : Universitas Diponegoro.

McQuail, Denis. 2004. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, terj. Laswani. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Mufid, Muhammad. 2015. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Muhammad, Yaumi. 2018. *Media dan Teknologi Pembelajaran*. Jakarta: Pranada Media Group.

Munif, Ahmad. *Kuliah Manajemen Pers*. 2005. Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga.

Novianti,Teti. 2016. Eksistensi Harian Tribun Timur di Tengah Arus Perkembangan Media Online. *Skripsi*. Makassar : UIN Alauddin Makassar.

P. Siagian, Sondang. 2007. *Fungsi-Fungsi Manajerial*. Jakarta : Bumi Aksara.

Pamuji, Eko. 2019. *Media Cetak vs Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*. Surabaya : Unitomo Press.

Rachelita, Yosephine Laura. 2014. Fungsi Media Massa Lokal sebagai Pewarisan Nilai Budaya. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Rahmawati, Ikah. 2020. Strategi media Cetak di Era Refolusi Industri 4.0 : Studi Kualitatif pada Media Cetak Tribun Jabar. *Skripsi*. Bandung : UIN Sunan Gunung Djati.

Rumata, Vience Mutiara. 2018. Digitalisasi dan Eksistensi Media Cetak (Studi Kualitatif Majalah GoGirl dan Harian Suara Pembaruan), *Jurnal Komunikologi Volume 15 Nomor 2*, Jakarta : Universitas Esa Unggul.

Samsu. 2017. *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Methods, serta Research & Development)*. Jambi: Penerbit Pusaka.

Sari, Sapta. 2013. Potret Surat Kabar Lokal di Indonesia sebagai Basis Informasi, *Jurnal Kominfo Vol. 11, Nomor 1 Tahun 2013*. Bandung: Universitas Sangga Buana.

Silvia, Irene, Elok Perwirawati, dan Besti Rohana Simbolon. 2021. *Manajemen Media Massa*. Surabaya : Scopindo Media Pustaka.

Siswanto. 2008. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Suhandang, Kustadi. 2007. *Manajemen Pers Dakwah: Dari Perencanaan Hingga Pengawasan*. Bandung: Maria.

Sujaweni, V Wiratna. 2020. *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustakabaru Press.

Suryabrata, Sumadi. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT

RajaGrafindo Persada.

Susanto, Eko Harry. 2011. Dinamika Media Massa Lokal dalam Membangun Demokratisasi di Daerah, *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 9. No 2. Mei-Agustus 2011*. Yogyakarta: Universitas Veteran Yogyakarta.

Suyasa, I Made dan I Nyoman Sedana. Mempertahankan Eksistensi Media Cetak di Tengah Gempuran Media Online. 2020. *Jurnal Komunikasi dan Budaya Volume 01 Nomor 01 Juni (2020)*. Bali: Universitas Pendidikan Nasional Denpasar.

Syafaruddin, 2005. *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*. Jakarta: Ciputat Press.

Tondo, Fanny Henry. 2009. Kepunahan Bahasa-Bahasa Daerah: Faktor Penyebab dan Implikasi Etnolinguistik, *Jurnal Masyarakat & Budaya, Volume 11 No. 2*. Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (PMB – LIPI)

W.T, Ade Putranto Prasetyo. 2020. *Manajemen Media Massa (Konsep Dasar, Pengelolaan dan Etika Profesi)*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.

Wijayani, Isna dan Karerek. 2021. Eksistensi Majalah Gatra Sumatera Bagian Selatan Menghadapi Era Digitalisasi 4.0, *Jurnal Komunikasi dan Budaya Volume 02 Nomor 01 Juni 2021*. Palembang: Universitas Bina Darma.

Yusuf, Iwan Awaluddin. 2011. Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol 14 Nomor 3 (2011)*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.

#### **Internet :**

Admin, “*Daftar Majalah di Indonesia*”, diakses pada 9 November 2022 [https://p2k.unkris.ac.id/en3/3073-2962/Daftar-Majalah-Di-Indonesia\\_64817\\_p2k-unkris.html#Bahasa\\_Jawa](https://p2k.unkris.ac.id/en3/3073-2962/Daftar-Majalah-Di-Indonesia_64817_p2k-unkris.html#Bahasa_Jawa)

Arti kata Era – Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, diakses pada 6 Desember 2022 <https://kbbi.web.id/era>

Asep Setiawan, “*Media Online Perlu Berbenah Diri*”, diakses pada 11 November 2022 [https://dewanpers.or.id/publikasi/opini\\_detail/173/Media-Online-Perlu-Berbenah-Diri](https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/173/Media-Online-Perlu-Berbenah-Diri)

Asmono Wikan, “*Wajah Perusahaan Pers Cetak di Masa Pandemi Covid-19 Pedapatan Turun Drastis Hingga Merumahkan Karyawan*”, diakses pada 8 April 2023 <https://en.spsindonesia.org/press-release/4wp14m0c0yt327nh/wajah-perusahaan-pers-cetak-di-masa-pandemi-covid-19-pendapatan-turun-drastis-hi>

Diskominfo Prov. Jateng, “*Data Media Massa di Jawa Tengah*”, diakses pada 11 November 2022 <https://ppid.diskominfo.jatengprov.go.id/data-media-massa-di-jawa-tengah/>

KBBI Daring, *Eksistensi*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/eksistensi> diakses pada 16 November 2022

M Ivan Mahdi, “*Media Online, Sumber Berita Utama Masyarakat Indonesia*”, diakses pada 14 April 2022 <https://dataindonesia.id/digital/detail/media-online-sumber-berita-utama-masyarakat-indonesia>

Miladinne Lubis, “*Konsumen Digital Menunjukkan Tren Positif*”, diakses pada 15 November 2020 <https://www.nielsen.com/id/news-center/2020/konsumen->

[digital-menunjukkan-pertumbuhan-tren-positif/](#)

Nurur R. Bintari, *Empat Strategi agar Media Cetak Tetap Eksis*, 10 Februari 2017, <https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/empat-strategi-agar-media-cetak-tetap-eksis/>, diakses pada 6 November 2022

Rezza Aji Pratama, “Jumlah Media Cetak Terus Merosot, Pers Hadapi Tantangan Distribusi”, diakses pada 20 Juli 2023 <https://katadata.co.id/rezzaaji/berita/63ddda9326a15/jumlah-media-cetak-terus-merosot-pers-hadapi-tantangan-distribusi>

Simon Kemp, “The Global State Of Digital In July 2022”, diakses pada 6 November 2022 <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/07/the-global-state-of-digital-in-july-2022/>

Sugiyono, *Perlindungan Bahasa Daerah dalam Kerangka Kebijakan Nasional Kebahasaan* diakses pada 21 Juli 2023 <https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/artikel-detail/797/pelindungan-bahasa-daerah-dalam-kerangka-kebijakan-nasional-kebahasaan>

Universitas Minnesota. *Understanding Media and Culture*. (University of Minnesota: Minneapolis. 2016. Dari <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/>, diakses pada 21 November 2023



## LAMPIRAN

### A. Pedoman Wawancara

- Bagaimana sejarah berdirinya majalah *ANCAS*?
- Apa tujuan didirikannya Majalah *ANCAS*?
- Perencanaan apa yang dilakukan agar Majalah *ANCAS* tetap eksis?
- Dari mana sumber pendanaan yang dimiliki Majalah *ANCAS*?
- Bagaimana strategi Majalah *ANCAS* agar tetap eksis di era digital?
- Bagaimana pembagian tugas pada anggota Majalah *ANCAS*?
- Apa saja tugas di bidang redaksional?
- Apa saja yang dilakukan sebelum Majalah *ANCAS* terbit?
- Bagaimana cara memotivasi anggota pengurus di Majalah *ANCAS*?
- Bagaimana sistem *controlling* di Majalah *ANCAS*?
- Bagaimana mengontrol pendanaan pada majalah *ANCAS*?
- Apa saja upaya yang dilakukan majalah *ANCAS* tetap terbit setiap bulan?
- Bagaimana cara menjaga daya tarik pembaca pada Majalah *ANCAS*?
- Bagaimana Majalah *ANCAS* melihat selera atau target pasar ?
- Apakah majalah *ANCAS* memiliki versi online atau hanya versi cetak saja?
- Bagaimana menjaga kepercayaan masyarakat terhadap Majalah *ANCAS*?
- Bagaimana Majalah *ANCAS* menyikapi era digital?
- Data distribusi majalah *ANCAS* satu tahun terakhir.

### B. Hasil Wawancara

No. Wawancara	:	1
Narasumber	:	Siti Rofikoh/Sekretaris Redaksi
Perihal	:	Manajemen Majalah <i>ANCAS</i>
Tipe Wawancara	:	Tidak Terstruktur
Hari dan Tanggal	:	Senin, 7 Agustus 2023
Waktu	:	10.15 WIB
Lokasi	:	Kantor Majalah <i>ANCAS</i>

Pertanyaan	<b>Apa tujuan didirikannya Majalah <i>ANCAS</i>?</b>
Bu Ikoh	<i>Untuk melestarikan bahasa ibu. Karena bahasa ibu itu seperti di Indonesia sendiri kan banyak dialek yang sudah punah, kalau misal bahasa panginyongan tidak didokumentasikan nanti lama-lama juga akan punah. Dengan adanya dokumentasi ini, ada yang bisa dipelajari. Dialek-dialek di Indonesia kan banyak yang punah. Ada ratusan yang hilang. Nah majalah <i>ANCAS</i> itu mengantisipasi seperti itu. Disamping itu sekarang sudah ada undang-undangnya tentang pelestarian bahasa ibu. UU No 24 tahun 2009. Jadi</i>

	<i>pertama untuk pelestarian bahasa ibu, kedua untuk implementasi dari undang-undang tentang pelestarian bahasa ibu.</i>
Pertanyaan	<b>Perencanaan seperti apa yang dilakukan pemimpin umum Majalah ANCAS?</b>
Bu Ikoh	<i>Berusaha melakukan kerja sama dengan pihak ke 3. Selama ini kan ANCAS melakukan kerja sama dengan Institut Teknologi Telkom Purwokerto Fakultas Desain Komunikasi Visual (DKV). Majalah ANCAS kan dulu tampilannya masih kaku, nah untuk kekinian kita butuh anak muda supaya memberikan wajah baru. Nanti dari sana memberikan semacam seminar untuk tukang layout yang disini. Disana juga kadang menurunkan mahasiswanya untuk Program Pengalaman Lapangan (PPL) disini. Jadi membantu mengelola media sosial biar ngga monoton.</i>
Pertanyaan	<b>Kenapa memilih kerja sama dengan IT Telkom?</b>
Bu Ikoh	<i>Karena ingin memperbaiki covernya dan terutama layout isinya. Karena pertama biar pembaca ngga jenuh, terus yang kedua orientasi kita kan ingin mencari pelanggan yang muda lho rata-rata kan tua. Jadi bagaimana menggaet anak muda kalau tampilannya kurang.</i>
Pertanyaan	<b>Upaya yang dilakukan agar majalah tetap eksis?</b>
Bu Ikoh	<i>Saat ini masih menggunakan promosi di medsos seperti Facebook, Instagram. Sebenarnya kepengen web tapi SDM-nya belum ada.</i>
Pertanyaan	<b>Apa saja yang dibahas dalam rapat redaksi?</b>
Bu Ikoh	<i>Ada rapat redaksi dan evaluasi majalah baik dari isi, tampilan, pemasarannya. Dievaluasi setiap bulan, pemasukan dan pengeluaran, satu bulan satu kali. Di minggu pertama.</i>
Pertanyaan	<b>Dari mana sumber pendanaan majalah ANCAS?</b>
	<i>Sumber pendanaan di ANCAS itu dari penjualan majalah. Iklan tapi jarang sekali. Dan kadang-kadang iklan tapi sangat jarang.</i>
Pertanyaan	<b>Apa saja tugas dari tim redaksi?</b>
	<i>Tim redaksi ini biasanya mengacu kepada kewilayahan. Tugasnya yang pertama untuk mengisi rubrik yang diampu, yang kedua untuk melakukan liputan sesuai dengan wilayah pembagian tugasnya. Disini kan ada beberapa rubrik yang harus liputan seperti jantra, kreasiswa, kembang bale,</i>

	<p><i>pojok desa, plesiran, klenganan, profil, regeng, itu harus terjun ke lapangan dan wilayahnya kan beda-beda.</i></p> <p><i>Rubrik tersebut nanti dibagi ke tim redaksi. Muter sesuai wilayahnya. Dan setiap bulan rolling. Misal bulan ini Banyumas, bulan berikutnya Kebumen, bulan depannya Banjar. Yang profil juga begitu. Tiap bulan dibagi muter, jadi semua kabupaten terliput.</i></p>
Pertanyaan	<b>Bagaimana tugas dan alur redaksional Majalah ANCAS?</b>
Bu Ikoh	<p><i>Tugasnya kalau saya di sekretaris redaksi ya semua naskah yang dari lapangan masuknya itu ke saya. Nanti sama saya diedit, diselaraskan (ada yang bahasanya kurang tepat, tidak urut), nanti diedit lagi sama pak Yusmanto. Jadi, naskah masuk, diselaraskan sama saya, diedit pak Yus, dilayout, terus di print diaturaken pak Ahmad Tohari dikoreksi, sambil saya share di grup untuk dikoreksi juga sama yang lain, dibenarkan, kalau sudah fix di plat/di film, baru dicetak. Terus di pasarkan.</i></p>
Pertanyaan	<b>Bagaimana cara memotivasi anggota Majalah ANCAS?</b>
Bu Ikoh	<p><i>Mereka sebenarnya karena ini kan majalah ANCAS itu majalah pengabdian, orientasinya bukan profit oriented. Jadi rata-rata yang bekerja disini semuanya mempunyai pekerjaan lain. Mereka punya basic pekerjaan masing-masing. Karena ANCAS ini sebagai wadah untuk pengabdian mereka untuk melestarikan bahasa ibu. Jadi orang-orang yang disini ya paribasane ora dibayar gitu cuman kadang-kadang dikasih transport tok dan mereka happy. Karena motivasinya apa sih yang bisa saya lakukan supaya bahasa ibu tidak punah. Karena mereka rata-rata penulis, bisanya menulis dan bisa liputan ya mereka berusaha liputan dan mengisi. Kaya saya juga ngurusi penerbitan klo ngurusi ANCAS terus ga bisa, karena pendapatan cuma dari penjualan majalah aja, dan ongkos cetak kan mahal.</i></p> <p><i>Karena punya rasa cinta dan rasa memiliki bahasa ibu dan rasa mempunyai tanggung jawab untuk melestarikan bahasa ibu. Motivasinya berakar dari kesadaran bahwa bahasa ibu itu harus dilestarikan. Jadi kami bekerja bukan untuk mencari uang tapi untuk mengabdikan.</i></p>
Pertanyaan	<b>Rapat redaksi berapa bulan sekali?</b>
Bu Ikoh	<p><i>Rapat satu bulan sekali dan kalau ada hal-hal penting yang harus dibahas. Rapat kadang hadir semua, tapi kadang</i></p>

	<i>engga, kaya pak dokter sudah sepuh, ada yang DPR, dosen, kadang-kadang ada kesibukan jadi ngga rawuh. Tapi tetep nulis, dan mereka sesibuk apapun mereka tetep nulis. Semangatnya tinggi. Jadi seneng ketika tulisan sudah terbit.</i>
Pertanyaan	<b>Bagaimana sistem <i>controlling</i> di majalah ANCAS?</b>
Bu Ikoh	<i>Dilakukan setiap bulan pada saat rapat redaksi dan evaluasi membahas tampilan cover, isi, kebahasaan, dan lain-lain untuk bulan depan diperbaiki. Kadang juga ada bahasa baru nanti dibahas. Kontroling keuangan juga disitu laporan keuangan.</i>
Pertanyaan	<b>Bagaimana cara mengontrol pendanaan?</b>
Bu Ikoh	<i>Setiap 6 bulan itu ada audit dari pak Bambang Purwoko kan kepala kantor pimpinan Perusahaan sekaligus menerima laporan keuangan. Nanti pak Bambang mendelegasikan seorang untuk melakukan audit per 6 bulan sekali pemasukan dan pengeluarannya.</i>
Pertanyaan	<b>Bagaimana cara menjaga daya tarik pembaca?</b>
Bu Ikoh	<i>Melalui medsos berinteraksi atau melalui WhatsApp. Berusaha untuk mengikuti tren, request pembaca, jika memang cocok nanti dimasukkan.</i>
Pertanyaan	<b>Bagaimana menjaga kepercayaan masyarakat terhadap majalah ANCAS?</b>
Bu Ikoh	<i>Berusaha terbit tepat waktu, menjaga kualitas tulisan, menjauhi unsur SARA, pornografi dan politik. Menyikapi era digital dengan mengusahakan web.</i>

No. Wawancara	: 2
Narasumber	: Pak Ahmad Tohari/Pemimpin Umum
Perihal	: Manajemen Majalah ANCAS
Tipe Wawancara	: Tidak Terstruktur
Hari dan Tanggal	: Senin, 18 September 2023
Waktu	: 13.10 WIB
Lokasi	: Kantor Majalah ANCAS

Pertanyaan	<b>Menurut bapak kenapa majalah ANCAS masih eksis hingga saat ini?</b>
Pak Tohari	<i>Majalah ini masih eksis justru karena satu-satunya majalah bahasa Banyumasan yang pernah ada dan bisa bertahan sampai belasan tahun. Jadi rupanya banyak orang Banyumas menyadari bahwa bahasa adalah jati diri utama dari suatu masyarakat. Orang banyumas ciri utamanya adalah bahasa</i>

	<i>Banyumas.</i>
Pertanyaan	<b>Tujuan berdirinya Majalah ANCAS itu apa?</b>
Pak Tohari	<i>Tujuan lebih jauh adalah menjaga jati diri masyarakat Banyumas. Masyarakat Banyumas itu menempati daerah kabupaten Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara, Kebumen dan Cilacap. Itu yang mukim. Sedangkan yang di kota-kota besar kan banyak sekali. Jakarta, Semarang, Jogja, dll mereka juga ada yang berlangganan untuk menjaga ikatan batin dengan nenek moyang mereka.</i>
Pertanyaan	<b>Apakah Majalah ANCAS diperuntukkan sekolah-sekolah saja?</b>
Pak Tohari	<i>Itu realita pasar. Para guru seringkali mencari bahan untuk pengajaran bahasa lokal atau tradisi lokal. Mereka banyak menemukan bahan di majalah ini. Ada kalangan para penggemar. Orang-orang yang sudah 40 tahun ke atas ada kerinduan terhadap bahasa sendiri. Mereka juga membeli dan membaca majalah ini.</i>
Pertanyaan	<b>Bagaimana dengan <i>controlling</i> di Majalah ANCAS?</b>
Pak Tohari	<i>Majalah ini sebetulnya masih dibawah BEP (Break Even Point). Belum untung. Karena baru terbit 2.600. Kalau mau untung itu setidaknya terbit 2 kali lipatnya. Jadi kami ini masih mensubsidi diri kami. Misalnya gaji saya kecil sekali. Tapi seneng. Begitu. Minimal 4.000 eksemplar baru BEP. Gaji karyawan sedikit di bawah UMR, belum UMR. Belum kuat banyak-banyak. Kontributor punya gaji di luar sana, ada yang pensiunan, dll. Jadi tidak mengantungkan pada ANCAS.</i>
Pertanyaan	<b>Jadi orang-orang di ANCAS memiliki kesadaran yang tinggi untuk melestarikan bahasa Banyumas?</b>
Pak Tohari	<i>Mencintai ke-Banyumasan, mencintai bahasa Banyumas dan mereka tidak ingin bahasa Banyumas hilang. Majalah ini punya niatan sampingan untuk membangkitkan rasa percaya dirinya orang Banyumas untuk berbahasa ibu.</i>
Pertanyaan	<b>Bagaimana dengan evaluasi di Majalah ANCAS?</b>
Pak Tohari	<i>Setelah terbit menjadi acara rutin dan harus dievaluasai kelemahan atau kekurangan agar tidak terulang pada bulan edisi selanjutnya dan secara umum agar terus meningkatkan kualitas.</i>
Pertanyaan	<b>Bagaimana Majalah ANCAS melihat peluang di era digital?</b>

Pak Tohari	<i>Menggarap pembaca muda supaya mereka punya minat terhadap bahasa Banyumasan. Makannya kami tampilkan mereka-mereka ini di cover menggarap dengan lebih serius. Upaya ANCAS untuk hal ini adalah membuat segmen untuk anak muda menjadi segmen pembaca yang utama.</i>
Pertanyaan	<b>Bagaimana awal berdirinya Majalah ANCAS?</b>
Pak Tohari	<i>Dulu itu ada yayasan namanya Sendang Mas. Saya ketuanya. Sendang Mas itu mengelola sekolah karawitan di Banyumas. Kemudian oleh pemerintah berubah sekolah karawitan menjadi negeri. Maka agar dana operasional sekolah yang kehilangan bidang garapan, pengurus Sendang Mas saya mengusulkan dipakai untuk menerbitkan majalah untuk bahasa Banyumas. Dana kurang lebih 25 juta menjadi modal awal majalah ANCAS berasal dari Yayasan Sendang Mas.</i>

No. Wawancara	:	3
Narasumber	:	Yusmanto/Redaktur Pelaksana
Perihal	:	Manajemen Majalah ANCAS
Tipe Wawancara	:	Tidak Terstruktur
Hari dan Tanggal	:	Rabu, 27 September 2023
Waktu	:	14.00 WIB
Lokasi	:	Kantor Majalah ANCAS

Pertanyaan	<b>Majalah ANCAS dari sudut pandang bapak seperti apa?</b>
Pak Yus	<i>Majalah ANCAS itu merupakan majalah yang tidak berorientasi pada bisnis. Jadi ada unsur pelestarian dan pengembangan bahasa lokal bahasa Banyumasan / panginyongan.</i>
Pertanyaan	<b>Bagaimana tanggapannya terhadap eksistensi majalah di era digital?</b>
Pak Yus	<i>Mengapa majalah ANCAS di tengah era digital tetap mampu bertahan itu justru karena bahasanya bahasa lokal bahasa Banyumasan. Jadi kalau ANCAS dibuat digital mungkin malah ga laku. Karena di era digital ini lebih berbicara tentang hal-hal yang mudah dicerna, yang sifatnya kulit, sesuatu yg menyenangkan, menghibur. Sementara majalah ANCAS itu majalah yang relatif serius. Kenyataannya kita sudah 14 tahun terus ada. Tiap bulan terbit. Dan kita masih bisa membayar honor karyawan, penulis, semuanya.</i>
Pertanyaan	<b>Apa saja tugas redaksi di Majalah ANCAS?</b>
Pak Yus	<i>Tentang tugas saya sebagai redaktur itu sebenarnya tugas pokoknya mengoreksi kemudian mengarahkan tulisan sesuai</i>

	<i>dengan tema pokok yang diangkat pada setiap edisi dan substansi isi yang diinginkan sesuai dengan visi dan misi majalah ANCAS.</i>
Pertanyaan	<b>Bagaimana proses redaksional di Majalah ANCAS?</b>
Pak Yus	<i>Untuk redaksional kita mulai dari rapat redaksi. Rapat redaksi itu digunakan untuk evaluasi sekaligus kontroling tentang kualitas dan perwujudan dari majalah edisi yang lalu kemudian membuat rencana untuk edisi berikutnya sehingga melalui rapat redaksi biasanya ada usulan<sup>2</sup> yang sifatnya evaluasi majalah yang sudah terbit edisi sebelumnya dan rencana ke depan mau seperti apa. Misalnya cover, tema, dll. Tema yang diangkat biasanya isu-isu terkini atau hari-hari besar padd bulan majalah itu terbit.</i>
Pertanyaan	<b>Seperti apa manajemen redaksi di Majalah ANCAS?</b>
Pak Yus	<i>Dalam manajemen redaksi juga dalam setiap tahun biasanya kita 3 kali menggunakan cover orang-orang asing yang dari Jepang, Eropa, Amerika, yang belajar Banyumasan. Ada yang belajar kesenian, calung, ada yang penelitian di Banyumas, ada yang suka dengan bahasa Banyumasan, atau lama tinggal di Banyumas, itu setahun 3 kali. Kemudian setahun juga paling tidak 2-3 kali orang di luar kultur Banyumas yang menyukai budaya Banyumas.</i>
Pertanyaan	<b>Siapa saja pangsa pasar majalah ANCAS?</b>
Pak Yus	<i>Sekolah menjadi salah satu pangsa pasar yang utama meskipun di luar itu kita juga punya pasar yg lain. Orang Jogja di Jakarta, Surabaya, orang Banyumas di Jogja, Surakarta, dll. Dan mereka menjadi pangsa pasar utama juga karena ada perasaan chauvinism dalam diri mereka. Jadi saya orang Banyumas sehingga bacanya ya Banyumasan. Karena merasa rindu membaca bahasa Banyumasan.</i>
Pertanyaan	<b>Apakah di Majalah ANCAS ada iklan?</b>
Pak Yus	<i>Iklan sangat sedikit sekali bahkan sering kali tidak ada karena kita memang berbahasa Banyumasan. Sulit mendapatkan iklan. Wong yang berbahasa Indo aja susah sekali apalagi yang berbahasa Banyumasan. Sehingga kita tidak memaksakan ada atau tidak ada iklan tetap jalan.</i>
Pertanyaan	<b>Bekerja sama dengan siapa saja Majalah ANCAS ini?</b>
Pak Yus	<i>Kita terus mencoba bekerja dengan saling menguntungkan dengan siapa saja baik dalam bentuk pengembangan konten sampai dengan pendistribusian itu terus bekerja sama agar tetap eksis sampai kapan saja.</i>

## DOKUMENTASI WAWANCARA

### 1. Wawancara dengan Pemimpin Umum Majalah ANCAS



### 2. Wawancara dengan Sekretaris Redaksi Majalah ANCAS



### 3. Wawancara dengan Redaksi Majalah ANCAS



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Informasi Diri

Nama : Ulfatul Khoolidah  
Tempat, Tanggal Lahir : Purbalingga, 15 Mei 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Majapura, RT 03 / RW 05, Kecamatan Bobotsari  
Kabupaten Purbalingga  
Agama : Islam  
No. HP : 085799852919  
Email : [ulfatulkhoolidah.ips1@gmail.com](mailto:ulfatulkhoolidah.ips1@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 1 Majapura (2007 - 2012)
2. MTs Negeri 1 Bobotsari (2012 - 2015)
3. SMA Negeri 1 Bobotsari (2015 - 2018)
4. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2018 – sekarang)

### C. Pengalaman Organisasi

1. Divisi Usaha Dana *Communication Festival* Fakultas Dakwah (2019)
2. Divisi Pendamping Semarak Komunikasi Fakultas Dakwah (2019)
3. Bendahara Pondok Pesantren Darul Falah (2019-2020)
4. Pimpinan Umum Lembaga Pers Mahasiswa Saka (2020-2021)
5. Sekretaris Redaksi Tabloid Aspirasi (2021-2022)
6. Divisi Partership Abata Wisata (2023-sekarang)

Purwokerto, 1 Januari 2024

Yang membuat,



(Ulfatul Khoolidah)