

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM MAJALAH TRUBUS**

#### **A. Sejarah dan Perkembangan Majalah Trubus**

Majalah Trubus didirikan pertama kali oleh Yayasan Bina Swadaya. Yayasan Bina Swadaya semula bernama Yayasan Sosial Tani membangun yang didirikan di Jakarta pada 24 Mei 1967 oleh Ikatan Petani Pancasila, Yayasan Sosial Tani didirikan sebagai badan hukum dan pengelolah proyek-proyek dari Ikatan Petani Pancasila (IPP). Pada tahun 1969 ketika diterbitkan majalah pertanian Trubus, Yayasan Sosial Tani Membangun (YSTM) menjadi penerbit yang menerbitkan majalah Trubus (Binaswadaya.org, diakses tanggal 5 Januari 2019).

Pada Tahun 1966-1998 era kedua yang ditandai dengan naiknya Rezim Orde Baru ke panggung kekuasaan, pemerintah membuat kebijakan untuk menyederhanakan Organisasi Politik dan Organisasi Sosial Kemasyarakatan, termasuk Organisasi Tani, suatu kebijakan yang mengutamakan stabilitas politik untuk pertumbuhan ekonomi. (Binaswadaya.org, diakses tanggal 5 Januari 2019)

Dengan adanya Organisasi Tani, pada tahun 1973 IPP Himpunan Kerukunan Tani Indonesia (HKTI) terbentuk. Dengan demikian pendekatan organisasi massa, termasuk kegiatan advokasi diintegrasikan kedalam HKTI, sementara pendekatan manajemen proyek dan perkembangan partisipasi masyarakat lokal dalam kelompok Swadaya Masyarakat dikelola oleh Yayasan Sosial Tani Membangun (YSTM) yang selanjutnya bertransformasi menjadi Yayasan Bina Swadaya. Sebagai penerus IPP, YSTM mengawali kegiatan dengan mengelola 2 kegiatan, yaitu :

1. Pengembangan Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM)/ Self Help Group (SHG) kearah pemberdayaan ekonomi rakyat lemah dan miskin.
2. Penerbitan Majalah Trubus untuk informasi pertanian yang kemudian berkembang menjadi media komunikasi pembangunan.

Penerbitan majalah pertanian Trubus pada awalnya menghadapi banyak masalah karena selama ini di Indonesia belum pernah ada penerbit majalah pertanian. Kesulitan pertama berhubung dengan tim penulis, banyak penulis yang tidak paham tentang pertanian, sementara banyak ahli pertanian tetapi tidak lancar menulis. Mengkombinasikan kedua keterampilan itu pada suatu individu memerlukan investasi yang tidak sedikit (Binaswadaya.org, diakses 5 Januari 2019).

Target audience majalah ini yaitu para petani sederhana yang kebanyakan buta huruf atau yang tidak bisa membaca, menempatkan kebutuhan membaca majalah pada skala prioritas yang rendah. Biaya yang diperlukan untuk mengirim majalah ke para pembaca di desa-desa relatif mahal, karena tempatnya terpencar di pelosok-pelosok. Sementara penerimaan iklan dari produsen pupuk, benih, alat-alat pertanian maupun jasa-jasa pertanian dan lain-lain praktis nihil, karena kepercayaan terhadap majalah ini belum ada dan juga karena kebutuhan-kebutuhan sarana pertanian pada waktu itu disalurkan melalui Dinas Pertanian di daerah-daerah. (Binaswadaya.org, diakses tanggal 5 Januari 2019).

Kesulitan itu mendorong Bina Swadaya melakukan deversifikasi usaha. Pertama-tama dengan memperluas bidang penerbitan yang tidak hanya terbatas pada majalah bulanan, tetapi juga buku-buku pertanian, peternakan, perikanan, perkebunan, gardening, kesehatan, teknologi tepat guna dan lain-lain. Kemudian

disamping jasa penerbitan, masyarakat memerlukan berbagai pelatihan dan konsultasi seturut tema materi yang dibahas majalah Trubus setiap bulan.

Penerbitan majalah Trubus yang semula dikelola oleh Yayasan kemudian dibentuk badan pengelola baru:

- PT Trubus Swadaya sebagai perusahaan penerbit majalah dan berperan dalam teknis pembuatan desain.
- PT Trubus Media Swadaya sebagai perusahaan yang memasarkan majalah berperan dalam mencari dan mengelola konsumen pemasang iklan.

Dalam Perkembangannya majalah Trubus mengalami pasang surut. Dalam 14 tahun pertama majalah Trubus mengalami kerugian. Barulah di tahun ke-15 Majalah Trubus bangkit dan menunjukkan geliatnya dan menjadi majalah *trensetter* pertanian dan masih terus terbit selama 33 tahun dari lahir pertama pada tahun 1969 (Binaswadaya.com, diakses 5 Januari 2019).

## **B. Konglomerasi Media di Indonesia**

Media pada era otonomi daerah (desentralisasi) ini berangkat dari asumsi bahwa perusahaan media pasca Orde Baru mengalami perubahan mendasar, terutama perubahan pada aspek industrialisasi media dan pola relasi antara institusi pemerintah. Dimensi industrialisasi akan dilihat dari perspektif pertumbuhan media lokal dan problem industrialisasi yang menyertainya, sedangkan relasi antarinstansi dibahas dari hubungan media dan pemerintah lokal atau pemerintah daerah, dengan mengajukan usulan pendekatan baru untuk membongkar relasi kedua institusi tersebut (Mukhiyab, 2015:100).

Pada pemerintahan Orde Baru pada tahun 1997 perkembangan media bagaikan jamur di musim hujan. Banyak kelompok kepemilikan media seperti data di bawah ini :

**Tabel 2.1** Kelompok Konglomerasi Media di Indonesia

No	Kelompok Media	Surat Kabar	Majalah	Radio	Televisi	Media Online
1.	Kompas Gramedia Group	Kompas, Jakarta Pos, Warta Kota, dan 11 Surat Kabar Lokal	37 majalah dan tabloid, 5 penerbit buku	Sonora dan Otomotion	Kompas TV	Kompas.com, Kompasiana.com
2.	MNC (Media Nusantara Citra)	Seputar Indonesia	Genie, Mom & Kiddy, Realita, Majalah Trust	Trijaya FM, Radio Dangdut TPI, ARH Global, Women Radio	RCTI, Global TV, MNC TV, Indovision	Okezone.com
3.	Jawa Pos	Jawa Pos, Fajar, Riau Pos, Rakyat Merdeka, dan 90 Surat Kabar Lokal	23 Majalah Minggu	Fajar FM	JTV dan 3 TV lokal	
4.	Mugi Reka Aditama (MBA)		Cosmopolitan, Harper's Bazaar, Esquire, FHM, Good House Keeping, dan 10 majalah lain	Hard Rock FM, MTV Sky	O Channel	

5.	Bali Post	Bali Post, Suluh Indonesia, dan 2 koran lain	Tabloid Tokoh	Bali Tv dan 8 TV lokal lain	Bali Post, Bisnis Bali	
6.	Mahaka Media	Harian Republika	Golf Digest, Arena, Parents Indonesia, A+	Jak FM	Jak TV, TV One (bersama Bakrie Group)	
7.	Femina Group		Femina, Gadis, Ayahbunda, Dewi, dan 10 majalah lain	Radio U FM		
8.	Bakrie Group				ANTV, TV One	Viva-news.com
9.	Lippo Group	Jakarta Globe, Investor daily, Suara Pembaruan	Majalah Investor, Globe Asia, Campus Asia			Beritasatu.com
10.	Trans Corp				Trans TV, Trans 7	Detik.com
11.	Media Group	Media Indonesia, Lampung Post, Borneo News			Metro TV	Media Indonesia.com

Sumber : (Raharjo,2012: 89)

Keragaman perusahaan pers menimbulkan nilai positif tertentu, seperti jenis media heterogen dan konten media mengarah ke pluralistik, yang berorientasi

pada pemenuhan harapan dan kebutuhan publik. Disisi lain, era media membangkitkan para kapitalis media berkantong tebal, yang perusahaannya berkembang pesat (Mukhijab,2015:104).

Kegiatan menjalin hubungan dengan media merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan atau organisasi untuk menciptakan citra korporasi maupun produk. Hubungan media yang baik akan sangat membantu perusahaan meningkatkan kesadaran terhadap eksistensi korporasi dan/atau produknya (Raharjo,2012:67).

Majalah Trubus didirikan oleh organisasi Ikatan Petani Pancasila untuk memberikan informasi seputar pertanian. Sehingga terjalinlah hubungan baik antara majalah Trubus dengan organisasi Petani Indonesia. Dengan adanya majalah Trubus banyak para produsen produk pertanian menemukan media yang tepat untuk memasarkan produknya. Dan para petani mendapatkan jangkauan informasi dari majalah Trubus.

### **C. Profil Majalah Trubus**

Majalah Trubus berdiri sejak tahun 1969, dilatarbelakangi oleh ketiadaan informasi khusus dibidang pertanian saat itu. Kini majalah Trubus menjadi *trend maker* dibidang pertanian Indonesia. Majalah Trubus terbit setiap bulan dan selalu dinantikan oleh para penggemar dan pelaku agribisnis. Pemasaran majalah Trubus tidak hanya di Indonesia saja, namun juga menjangkau negara tetangga seperti Malaysia dan Brunei Darusalam ([www.Trubus-online.co.id](http://www.Trubus-online.co.id), akses 20 Januari 2019).

Informasi yang disediakan majalah Trubus berhubungan dengan pertanian. Pertanian disini tidak hanya sebatas hal yang berhubungan dengan tanaman pangan saja, namun juga menjangkau tanaman obat, tanaman hias, dan juga

mencakup informasi tentang peternakan. Majalah Trubus menyajikan setiap pesan yang berhubungan dengan pertanian secara rinci mulai dari cara bercocok tanam, perawatan dan pemeliharaan, khasiat suatu tanaman, sampai kepada peluang pemasarannya disajikan secara lengkap dan mendalam.

Majalah trubus memiliki rubrik yaitu, rubrik topik, Eksplorasi, laporan khusus, obat tradisional, buah, perkebunan, sayuran, tanaman hias, ikan hias, ikan konsumsi, pakar menjawab. ([www.Trubus-online.co.id](http://www.Trubus-online.co.id), diakses 20 Januari 2019)

Selain itu majalah Trubus menyajikan iklan warna di dalamnya. Berdasarkan data 2006, jumlah konsumen pemasang iklan Trubus mencapai 300 perusahaan. Produk iklan di majalah Trubus dikategorikan menjadi beberapa kelompok, yaitu tanaman hias, tanaman tanaman buah, tanaman sayur, tanaman obat-obat alternatif, perkebunan, perikanan, dan peternakan, alat mesin pertanian, sarana produksi pertanian, serta lain-lain ( pelatihan, pameran, buku, tokoh). Jenis iklan terdiri dari iklan display warna dan hitam putih dalam ukuran 1 halaman, 2/3 halaman, 1/2 halaman, 1/3 halaman, 1/4 halaman dan 1/8 halaman, iklan advertorial ( bentuk artikel), dan iklan baris(Binaswadaya.com, diakses 5 Januari 2019).

Selain memberikan informasi mengenai pertanian Majalah Trubus juga banyak melakukan pelatihan. Pelatihanpun cukup besar permintaanya. Jumlah alumnus pelatihan yang diselenggarakan oleh Majalah Trubus lebih dari 13 ribu alumnus. Berbagai pelatihan yang diselenggarakan Majalah Trubus antara lain Penggembukan Sapi, Bisnis dan Budidaya Sengon dan Jabon, Minyak Asiri, Budidaya Itik Pedaging dan Petelur, Teknologi Produksi VCO, Kupas Tuntas Aglaonema, Bisnis Ayam Kampung Petelur dan Pedaging, Produksi Bioethanol dengan Bahan Baku Limbah dan Sampah, Memacu Produksi Ikan Gurami, Patin

dan Nila, Budidaya Cabai dan Kupas Tuntas Buah Merah (Binaswadaya.org. diakses 22 Maret 2019).

Majalah Trubus juga memiliki banyak penghargaan yang telah diterima. Antara lain Penghargaan sebagai lembaga yang konsisten memberitakan informasi pertanian dari Institut Pertanian Bogor pada Desember 2015, Lalu Trubus memperoleh penghargaan bergengsi dalam ajang Indonesia Print Media Award 2011. Bersaing di kelas majalah khusus, Trubus memperoleh dua penghargaan Silver Winner sebagai The Best Special Interest Local Magazine. Dua gelar itu disematkan untuk edisi Maret 2010 dengan topik Ayam Kampung, Panen 30 Hari Lebih Cepat dan edisi November 2010 dengan judul topik The Super Fruit. ([www.Trubus-online.co.id](http://www.Trubus-online.co.id), diakses 22 Maret 2019).

#### **D. Visi dan Misi Majalah Trubus**

Seperti perusahaan lain majalah Trubus juga memiliki visi dan misi yang menjadikan dasar dari pekerjaan yang akan dilakukan.

##### **a. Visi**

Menjadi perusahaan penerbitan yang diakui unggul dan pelopor dalam menyediakan beragam informasi secara nasional dan internasional.

##### **b. Misi**

- Membangkitkan kesadaran masyarakat terhadap potensi flora dan fauna serta biodevirtasi dunia.
- Menyediakan informasi pertanian terlengkap, terpercaya, dan terkini untuk mendorong perkembangan agribisnis Indonesia.
- Mempengaruhi kebijakan pembangunan agar lebih berpihak pada perkembangan pertanian dan lingkungan hidup.

- Memperluas jangkauan pelayanan informasi secara berkelanjutan.

#### **E. Struktur Organisasi Majalah Trubus**

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| a. Pendiri                                   | : Bambang Ismawan                    |
| b. Pemimpin Umum                             | : Bambang Ismawan                    |
| c. Wakil Pemimpin Umum                       | : Koeswandi                          |
| d. Pemimpin Redaksi                          | : Utami Kartika Putri                |
| e. Redaktur Pelaksana                        | : Sardi Duryatmo'                    |
| f. Penanggung Jawab Rubrik                   | : Syah Angkasa                       |
|  | Imam Wiguna                          |
|  | Rosy Nur Apriyanti                   |
|  | Argohartono Arie Raharjo             |
| g. Wartawan                                  | : Andari Titisari                    |
|  | Riefza Vebriyansyah                  |
|  | Tiffani Dias Anggraeni               |
|  | Muhammad Fajar Ramadhan              |
| h. Artistik                                  | : Antonius Riyadi                    |
| i. Dokumentasi                               | : Agus Untung Suropati               |
| j. Penerbit                                  | : PT Trubus Swadaya                  |
| k. Direktur                                  | : Utami Kartika Putri                |
| l. Iklan                                     | : Kinanti Roospitasari (Koordinator) |
|  | Supri Handoyono                      |
|  | Teguh Suwartono                      |
| m. Pemasaran                                 | : Satjung Situmorang                 |
|  | Gino Alfredo                         |
| n. Pelatihan, tur, dan konsultasi agribisnis | : Imelda Damanik, Dian Saraswati     |

## F. Kantor Biro Majalah Trubus

Alamat Redaksi : Jl. Kapitan I No. 1A Kelurahan Sukatani, Kacamatan Tapos,  
Depok- 16454

Telephone : (021) 874 22 20, 874 55 11, 874 55 99

Faks : (021) 874 37 27

E-mail : [trubusmaya@trubus-online.co.id](mailto:trubusmaya@trubus-online.co.id)

[redaksi@trubus-online.com](mailto:redaksi@trubus-online.com)

[iklan@trubus-online.co.id](mailto:iklan@trubus-online.co.id)

Homepage : [www.trubus-online.co.id](http://www.trubus-online.co.id)

Alamat Surat : Kotak Pos 1456, Jakarta 10014

## G. Kategori Rubrik Dalam Majalah Trubus

Majalah Trubus memiliki penyajian rubrik berita bermacam-macam. Berikut macam-macam rubrik berita dalam majalah Trubus :

**Tabel 2.2** Tabel rubrik dalam majalah Trubus

NO	Rubrik	Isi
1.	Topik	Laporan utama majalah Trubus mempertimbangkan kepentingan pembaca seperti aktulisime, peluang bisnis komoditas tertentu, dan azaz manfaat. Ditulis secara mendalam, lengkap,lugas, dan dengan berbagai sudut pandang hingga amat menarik. Topik yang ditulis mencapai 18- 20 halaman dijabarkan melalui beberapa angel penuliasan agar lebih detail.
2.	Ekplorasi	Rubrik ekplorasi muncul pada edisi Febuari 2007 dan bertahan hingga kini. Rubrik ini untuk mewadahi

		keanekaragaman hayati Indonesia yang nomor 2 di dunia, sekaligus sebagai tanggung jawab moral terhadap konservasi. Umumnya isi rubrik Eksplorasi merupakan hasil liputan di alam seperti lautan, pantai, dasar samudra, gua, hutan , dan pegunungan.
3.	Laporan Khusus	Rubrik yang rutin hadir sejak 2002 ini untuk memenuhi dahaga informasi seputar pertanian bagi pembaca. Ditulis lengkap dengan beragam sudut pandang hingga total 10 halaman, aktual, dan lengkap.
4.	Obat Tradisional	Pengalaman empiris seseorang yang sembuh dari penyakit tertentu dengan ramuan herbal menjadi inspirasi bagi penderita lain. Tulisan disajikan secara menarik dengan menitikberatkan pada sisi daya tarik kemanusiaan, tanpa melupakan khasiat tanaman obat, senyawa aktif yang dikandung, dan cara kerja senyawa tersebut. Rubrik ini juga dilengkapi dengan pendapat dokter dan herbalis.
5.	Buah	Mencari informasi terbaru tentang peluang bisnis, jenis, cara budidaya, dan hal lain tentang buah lokal dan impor? Inilah rubrik yang pas buat Anda. Informasi seputar hama, penyakit, panen, pemasaran, profil perkebunan sukses, juga melengkapi rubrik buah.

6.	Perkebunan	Komoditas pekebunan skala besar dan kecil dibahas tuntas di rubrik ini. Prospek pasar, teknik budidaya, dan proses pasca panen dungkap lengkap.
7.	Sayuran	Informasi terbaru mengenai peluang bisnis, varietas, teknologi budidaya, penanganan hama dan penyakit, serta pascapanen disajikan dengan menarik, lengkap, lugas, dan cermat.
8.	Tanaman Hias	Rubrik ini menyajikan tren tanaman hias di Indonesia dan sentra-sentra di Asia seperti Thailand dan Taiwan. Jenis terbaru, cara budidaya, peluang bisnis, dan profil pekebun sukses diungkap secara lengkap dan lugas.
9.	Ikan Hias	Beragam jenis ikan hias tak hanya elok dinikmati. Dibalik keindahannya, ikan-ikan hias itu juga mendatangkan laba yang tidak sedikit bagi pengusaha. Jenis apa saja yang prospektif dikembangkan, bagaimana cara membesarkannya dan membiakkannya, serta bagaimana cara menembus pasar? Jawaban atas semua pertanyaan itu dipaparkan dirubrik ini.

10.	Ikan Konsumsi	Ikan apa yang berpeluang untuk dikembangkan untuk bisnis? Bagaimana teknologi budidayanya? Lalu bagaimana pembiakan, benih bermutu, cara mengemas, dan memasarkan? Semua jawabannya pun terungkap jelas di rubruk ini
11.	Pakar Menjawab	Beragam masalah bidang pertanian baik skala hobi maupun bisnis dipecahkan oleh 8 pakar yang berkompeten di bidangnya.

Sumber : [www. Trubus-online.co.id](http://www.Trubus-online.co.id), diakses Febuari 2019