

## **SEJARAH DAN PERKEMBANGAN MAJALAH MATAN SURABAYA TAHUN 2006-2018**

**Frisca Rachmadani**

friscarachmadani@gmail.com

**Abstract:** This article examines the history of the development of Matan Magazine in Surabaya in 2006-2018. The problems discussed in this study are: 1) What is the background for the publication of Matan Magazine in Surabaya 2) How is the development of Matan Magazine in Surabaya 3) What are the supporting and inhibiting factors for Matan Surabaya Magazine? The writing of this article was compiled using historical research methods by taking the steps of Heuristics (Source Gathering), Verification (Source Criticism), Interpretation (interpretation of sources, and Historiography (historical writing). While the approach used is a historical approach and uses the theory of continuity and change Continuity and change theory according to John Obert Voll is continuity/sustainability and change From the results of the research conducted it can be concluded that: 1) Matan Magazine was published on the recommendation of the 13th Muhammadiyah Regional Conference in the city of Madiun in 2005. This recommendation was given because Suara magazine Muhammadiyah, which is based in Jogjakarta, cannot reach remote areas. 2) The development of Matan Magazine can be seen in terms of rubric development, circulation development, distribution development, and sources of funds. 3) In its development so far Matan magazine has not been separated from supports or obstacles.

**Keywords:** *magazine, Muhammadiyah, Surabaya*

### **PENDAHULUAN**

Arus modernisasi yang terjadi dewasa ini mendorong berkembangnya peradaban manusia ke arah yang lebih baik. Faktor penting dari hal ini adalah karena adanya perkembangan media informasi bagi masyarakat. Di era modern seperti sekarang, informasi menjadi komoditas primer dan menjadi kebutuhan masyarakat. Dengan informasi inilah masyarakat menjadi berkembang. Pada dasarnya informasi tidak dapat disebarluaskan tanpa adanya perantara alat komunikasi, sehingga informasi memerlukan alat penunjang lainnya. Salah satu media informasi yang populer dan efektif adalah Pers. Dalam ensiklopedia pers Indonesia secara umum yang disebut dengan pers adalah sebuah sebutan bagi penerbitan, perusahaan atau kalangan yang berkaitan dengan media massa atau wartawan (Kurniawan, 1999: 206).

Pada perkembangannya istilah ini diberi pengertian dengan penerbitan Pers. Pers telah menjadi sumber sejarah yang dapat direkonstruksikan. Pers mempunyai kontribusi dalam pembentukan karakter bangsanya, mempunyai andil saat melawan kolonialisme dan berjuang dalam mempertahankan kemerdekaan bangsanya yang masih muda usianya (Emi, 2016) Nusantara dikenalkan karya Pers sejak abad ke 18 oleh Belanda dan keterlibatan bangsa Indonesia pada pers secara langsung dimulai sejak abad ke 19.

Surat kabar yang diterbitkan oleh bangsa Indonesia pertama kali adalah mingguan Bromartani terbit 1855 di Surakarta dan Djawi Kanda pada 1981 (Rosyid, 2013: 1). Demikian halnya dengan Pers Islam, Pers Islam muncul seiring dengan menguatnya semangat nasionalisme (Emi, 2016: 1). Pers Islam adalah penerbitan yang bernafaskan atau yang melakukan syiar Islam (Alia, 2006). Menurut Dedi Djamaludin Malik, Pers Islam adalah menerapkan kaidah jurnalistik yang memiliki karakteristik tertentu bila dibandingkan dengan jurnalistik umum sehingga lahirlah istilah jurnalistik islami. Pers Islam dikelola oleh Muslim dengan visi dan misi untuk mengembangkan Islam dengan isi yang terkait nilai-nilai keislaman dan menjadikan pembaca Muslim dan masyarakat pada umumnya sebagai sasaran pasar (Aprini, 2006). Salah satunya media masa Islam adalah Majalah. Majalah adalah sebuah penerbitan berkala (buku harian) yang terbit secara teratur dan sifat isinya tak menampilkan pemberitaan atau sari berita, melainkan berupa artikel, atau bersifat pembahasan yang menyeluruh dan mendalam (Kurniawan, 1995: 2).

Pada awal abad ke- 20 tumbuh media masa Islam diawali terbit di Sumatera pada 9 Januari 1904 bernama Alam Minangkabau berbahasa Melayu dan bahasa Arab Jawi. Pada tahun 1911 terbit Al-Munir di Padang, Alam Minangkabau dan Al Munir merupakan cikal bakal majalah Islam di Nusantara. Media Massa Islam yang menyusul terbit adalah Suara Muhamadiyah pada tahun 1912 yang diterbitkan oleh Muhamadiyah. Pada 1917 oleh Persyarikatan Ulama dan Al-Irsyad, dan oleh Serikat Islam (SI) pada 1920 bernama Fajar Asia. Tumbuhnya Majalah Islam di Indonesia atas inisiatif warga Indonesia yang berhaji

sebagaimana Syekh Ahmad Khatib yang menjadi Imam masjidil Haram yang membawa ajaran pemurnian Islam di Minangkabau yang dipengaruhi oleh gerakan pemurnian di Timur Tengah pada abad ke- 19 yang diusung oleh Muhamad Abduh dan Rasyid Ridhla di Mesir (Rosyid, 2013: 3).

Sejarah Perkembangan Pers Di Jawa Timur dimulai dengan terbitnya *Soerabajasch Adverstentieblad* bulan Maret 1836. Surat Kabar yang hanya memuat iklan ini mulai diajukan izin terbitnya oleh C.F.Smith bulan Juli 1835. Di samping iklan barang-barang konsumsi di Surabaya, juga dimuat berita keberangkatan dan kedatangan kapal, kelahiran, perkawinan, kematian, dan sebagainya. Surat kabar ini berada dibawah pengawasan residen Surabaya (Serikat, 1964: 12).

Pada tahun 1915 Muhammadiyah menerbitkan sebuah Majalah bernama Suara Muhammadiyah. Suara Muhammadiyah inilah yang menjadi cikal bakal diterbitkannya Majalah MATAN Surabaya, jika Majalah Suara Muhammadiyah berpusat di Nyogjakarta, maka MATAN berpusat di Surabaya Jawa Timur. Majalah MATAN yang diterbitkan atas rekomendasi Musyawarah Wilayah ke 13 di Madiun tahun 2005.

Rekomendasi ini diberikan karena majalah Suara Muhammadiyah yang diterbitkan oleh Pimpinan Pusat yang berkantor di Nyogjakarta kurang bisa menjangkau seluruh lapisan Masyarakat, dengan adanya sebuah bacaan yang diterbitkan di Wilayah bisa menjangkau seluruh daerah pelosok-pelosok (Lilis, 2012: 50). Dengan modal awal sebesar 15 juta yang merupakan pinjaman dari PWM, sekarang oplahnya sebanyak 30000 eksemplar. Tanpa retur karena produksi berdasarkan pemesanan dari seluruh agen.

Ragam Materi yang dimuat dalam Majalah MATAN secara umum sebagai sarana dakwah lewat media. Media merupakan faktor yang sangat penting bagi pembentukan image, citra maupun stigma, sebab dari media lah seseorang memperoleh informasi mengenai realitas yang tengah berlangsung di tempat lain (Antoni, dkk, 2011: 40). Terdapat beberapa alasan mengapa media massa yang berbentuk surat kabar atau majalah ini menarik untuk diteliti yaitupertama, pers

merupakan cerminan kebudayaan sehingga dengan mempelajari perkembangan pers dapat diketahui dan dipahami keadaan masyarakat tempat pers tersebut beredar. Perkembangan sistem komunikasi dan bahasa juga dapat diamati dari perkembangan pers ini, bahkan secara khusus Jhon Corner menjelaskan bahwa media mencerminkan sebuah reproduksi ideologis dari organisasi tertentu (Ichsan, 2014: 3-4). Kedua, pers merupakan cerminan intelektual yang biasanya digunakan sebagai ajang penuangan dan penyampaian ide-ide, oleh karena itu melalui pers yang terbit dapat diketahui corak dan sifat pemikiran, dasar yang melandasi serta sasaran dan tujuan dari pemikiran. Sartono Kartodirjo memberikan pemaparan fungsi surat kabar dalam organisasi pergerakan untuk menyosialisasikan pergerakannya kepada rakyat karena surat kabar bersifat kontinyu dan intensif (Sartono, 1993: 16). Ketiga, pers merupakan rekaman berbagai peristiwa-peristiwa sezaman sehingga dengan mempelajari pers dapat diketahui gambaran nyata peristiwa tertentu beserta latar belakang dan cara mengatasinya.

Majalah ini penting diteliti karena Majalah ini sesuai dengan namanya MATAN yang berarti isi atau substansi, majalah ini menjadi sarana dakwah untuk masyarakat umum dan rubrik-rubrik yang dimuat mengenai persoalan sehari-hari seperti masalah aktual, wawasan pengetahuan. Selain itu Organisasi Masyarakat (ORMAS) Muhammadiyah sebagai ormas keagamaan modern tak lepas dari arus informasi.

## **METODE**

Pendekatan dan Kerangka Teori merupakan suatu elemen penting yang wajib dimiliki dalam setiap penulisan penelitian. Pendekatan merupakan carapandang yang terdapat pada suatu bidang ilmu atau biasanya disebut paradigma. Pendekatan historis yaitu sebuah konsentrasi yang berfokus pada persoalan asal mula, perkembangan atau peradaban berbagai peristiwa dengan memperhatikan unsur tempat, waktu, objek, dan pelaku dari peristiwa tersebut dibahas di dalamnya. Penggambaran dalam menyajikan sebuah hasil dari penelitian sejarah mengenai suatu peristiwa sangat tergantung pada pendekatan yang digunakan oleh

seorang peneliti atau sejarawan (Sartono, 1993: 4). Hasil penelitian akan sangat ditentukan oleh jenis pendekatan yang digunakan. Dalam Penelitian ini, sebagai konsekuensi logis dari tema maka menggunakan pendekatan historis. Dengan pendekatan historis penulis memaparkan sejarah dan perkembangan pers Islam di Surabaya secara kronologis yaitu perkembangan Majalah MATAN.

Selain menggunakan pendekatan diatas penulisan ini juga menggunakan teori. Teori adalah suatu perangkat kaidah yang menuntun sejarawan dalam melakukan penelitiannya, menyusun data dan juga mengevaluasi penemuannya (Dudung, 1999: 7). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *teori continuity and change*. Menurut Zamaksyari Dhofir *Continuity and Change* adalah kesinambungan/keberlanjutan dan perubahan (Syamsul, 2010: 36). *Continuity* adalah sesuatu yang terus berlanjut dan berlangsung berdasarkan periode-periode tertentu sedangkan *change* adalah sesuatu yang sudah mengalami perubahan dan pergeseran yang diakibatkan oleh perkembangan zaman ataupun perubahan budaya, ekonomi pada masyarakat. Dalam hal ini maka akan dijelaskan perkembangan Majalah MATAN dari periode pada waktu didirikannya pada tahun 2006 berbentuk tabloid dan mengalami perubahan di tahun 2006 pada edisi kedua menjadi sebuah majalah MATAN. Perubahan ini dimaksudkan untuk lebih spesifik menunjukkan identitas sebagai majalah yang dikelola oleh Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWMU) Jawa Timur. Selain itu nama MATAN dipilih karena sesuai dengan namanya yang berarti Isi atau Subtansi, diharapkan menjadi majalah yang mengedepankan Isi atau Kualitas Isinya (Lilis, 2012: 49).

Metodologi penelitian adalah cara yang digunakan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis laporan (Cholid, 2007: 1). Metodologi penelitian juga bisa diartikan suatu cara yang teratur dan terpikirkan baik-baik untuk mencapai maksud dalam melakukan pemeriksaan, penyelidikan yang dilakukan untuk mencari kebenaran obyektif yang disimpulkan melalui data-data terkumpul (Mu'in, 2017: 3).

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk menghasilkan tulisan sejarah, lebih khususnya lagi untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai “ Sejarah Dan Perkembangan Majalah MATAN Tahun (2006-2017) Di Surabaya”. Sebagai akibat dari tujuan tersebut secara otomatis untuk mereliasikannya sudah barang tentu upaya merekonstruksi masa lampau obyek yang diteliti tersebut ditempuh melalui metode penelitian sejarah. Dalam Penelitian Sejarah prosedur yang harus dilalui ada empat tahap yaitu heruistik, kritik, interpretasi dan historiografi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Latar Belakang Terbitnya Majalah MATAN Surabaya.**

Perkembangan Pers Indonesia, sebagian dipengaruhi oleh adanya usaha percetakan dan penerbitan Belanda, sebagian lagi karena lahirnya bangsa Indonesia yang memerlukan media komunikasi Massa. Ini merupakan tanda kemajuan masyarakat di Indonesia. Pada waktu penjajahan Belanda karena pertumbuhan ekonomi dengan banyaknya usaha-usaha Belanda di bidang Industri dan Perkebunan. Lahir dan tumbuhnya Pers Indonesia sebagai pers perjuangan didorong pula karena adanya Pers Kolonial untuk kebijakan Pemerintah Belanda.

Pers Jawa Timur sepanjang masa adalah bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan nasional. Dengan demikian Pers yang lahir di Jawa Timur Pun pada awal sejarahnya mempunyai ciri-ciri yang khusus, sesuai dengan keadaan masyarakat, kebudayaan dan politik (Serikat, 1964: 12).

Seperti halnya dengan Pers Belanda, Pers Islam juga memandang perlu adanya sebuah informasi. Salah satu Organisasi Masyarakat yang sangat konsen dalam media informasi, diantaranya adalah Muhammadiyah. Dalam hal ini PWM Jawa Timur memandang perlu adanya media informasi, maka dirancanglah sebuah majalah yang diharap bisa memberi informasi paling tidak kepada seluruh anggotanya Matan (Serikat, 1964: 12). Majalah Matan merupakan salah satu

majalah yang berbasis Islam yang diterbitkan oleh Pimpinan Wilayah (PWM) Jawa Timur, sejak 12 tahun yang lalu, tepatnya bulan agustus 2006. Majalah ini terbit atas rekomendasi dari Musyawarah Wilayah (Musywil) ke 13 di Madiun tahun 2005 (Antoni, dkk, 2011: 40). Musyawarah Wilayah atau disingkat Musywil diselenggarakan oleh atas tanggung jawab serta dipimpin oleh Pimpinan Wilayah (Kholid, wawancara, 2 Maret 2018).

Menurut Pak Kholid AS, selaku Pimpinan Redaksi Majalah MATAN saat ini, Matan ini terbit atas dasar rekomendasi Musywil ke 13 yang bertempat di Madiun yang termaktub dalam buku agenda Muhamadiyah tahun 2005. Dulu ketika Majalah ini baru berdiri, Matan mendapat pinjaman dari PWM, dan setelah berusia setahun, modal itu dikembalikan dan MATAN saat ini tidak lagi bergantung pada PWM, artinya berdiri sendiri. Proses bagaimana sejarah terbitnya Majalah Matan ada di Edisi Pertama tahun 2006 pada bulan Agustus yang masih berupa tabloid itu, lalu ada di Edisi Agustus tahun 2011, berupa laporan Khusus, ada di buku agenda 2005-2010, serta di Laporan PWM Jawa Timur 2015 berupa Muktamar 2010, Muktamar 2015, Tanwir 2012, 2015, Laporan Musywil 2010, 2015, Laporan Muspwil 2010-2015 (Kholid, wawancara, 2 Maret 2018).

Menurut Pak Fathikuddin, selaku pimpinan redaksi pada tahun 2006, sekaligus Kepala Lembaga Pustaka dan Informasi, mengungkap hal yang sama bahwa Matan ini hadir atas rekomendasi Musywil ke 13, dan beliau termasuk menjadi salah satu peserta di Musyawarah tersebut, selain itu Muhamadiyah sebagai Organisasi Masyarakat (Ormas) keagamaan Modern tidak lepas dari yang namanya arus informasi, harus mampu menyerap sebanyak-banyaknya informasi, diolah menjadi lembaran kertas, kemudian dilempar kembali kepada publik secara optimal. Sebelum Matan terbit pak Fathikuddin sebagai Ketua Lembaga Pustaka dan Informasi mendirikan Penerbitan Hikmah Press, lalu dirancanglah sebuah Majalah yang diharap bisa memberi sebuah informasi paling tidak untuk warga Muhamadiyah, maka hadirilah Matan itu sebagai sumber informasi (Fathichuddin, 3 Juli 2018).

Hal ini juga diungkapkan oleh Prof Syafiq A.Mughni, yang mengatakan bahwa jika Suara Muhamadiyah kurang mampu menjangkau seluruh pelosok-pelosok (Syafiq, wawancara, 20 Juli 2018). Akhirnya dibentuklah tim dari beberapa orang yang ada di pengurus majelis dan pimpinan wilayah Muhamadiyah Jawa Timur yang terdiri dari Nadjib Hamid selaku Sekretaris PWM, A.Fathikuddin selaku ketua majelis Pustaka, Imam Robandi dari Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah (Dikdasmen), Nur Kholis Huda selaku Wakil Ketua PWM dan Syafiq A. Mughni selaku ketua. Tim tersebut dibentuk untuk membuat langkah awal majalah yang bisa menjangkau sampai pelosok-pelosok.

Dari rapat tim itu banyak usulan dari peserta rapat untuk memberikan nama majalah ini, tetapi akhirnya nama *Matan* tercetus dari ketua PWM saat itu, Syafiq A. Mughni. *Matan* merupakan kata dalam bahasa Arab yang artinya isi atau substansi. Dengan diberi nama ini, *Matan* diharapkan menjadi majalah yang mengedepankan isi atau kualitas isinya, bukan hanya dari sampul luarnya saja. Dalam pedoman Muhamadiyah, kata *Matan* dapat dijumpai dalam kalimat *Matan* keyakinan dan cita-cita Hidup Muhamadiyah. Sesuai dengan slogannya ‘‘Inspiratif dan Mencerdaskan’’, *Matan* diharapkan menjadi bacaan yang mencerdaskan bagi warga Muhamadiyah serta masyarakat pada umumnya (Lilis, 2012: 50). Muhamadiyah sebagai Organisasi Keagamaan Modern, tak lepas dari informasi dan arus informasi. Karena itu mampu menyerap sebanyak-banyaknya diolah dan kemudian dilempar kembali ke publik secara optimal.

Selain amanah Musyawarah Wilayah Jawa Timur XIII di Madiun 10-11 Desember 2010, kehadiran *MATAN* sesungguhnya tidak lepas dari kebutuhan zaman. Sebab, era informasi membuat informasi menjadi primadona yang mampu menciptakan citra diatas fakta. Mengelak dari informasi akan tenggelam digilas sejarah (Antoni, dkk, 2011: 40). Media merupakan faktor yang sangat penting bagi pembentukan image, citra maupun stigma. Seabdengan medialah seseorang memperoleh informasi mengenai realitas yang tengah berlangsung di tempat lain. Sementara realitas yang dihadirkan media belum tentu realitas yang

sesungguhnya, tetapi realitas yang sudah dibentuk, dibingkai, dan dipoles sedemikian rupa oleh media.

Terhitung sejak pertama kali terbit MATAN kini berusia dua belas tahun dengan seratus tujuh puluh terbitan. Ketahanan ini tentu patut disyukuri, karena jika disimak secara kuantitatif, keberadaan media Islam berformat media cetak seperti buletin, tabloid, majalah dan lainnya boleh disebut hanya bisa dihitung dengan jari. Kalaupun dikatakan berjumlah banyak, media-media Islam itu hanya mampu bertahan seumur jagung.

Kondisi ini setidaknya berkuat pada persoalan manajemen pengelolaan dan lebih krusial lagi adalah faktor biaya produksi. Para media Islam yang kebanyakan lahir dari rahim organisasi keagamaan atau komunitas muslim tersebut seolah hanya mampu dilahirkan lalu sulit bernapas untuk hidup (Antoni, dkk, 2011: 40).

Selain itu, media sekarang lebih takluk pada kapitalisme pers. Sulit sekali mencari media Islam yang benar-benar berjuang atau melakukan perjuangan. Melihat kondisi sekarang ini, media Islam cenderung bergerak dikelompok-kelompok sendiri. Jika NU ada Aula, ternyata di Muhammadiyah ada MATAN. Kondisi ini cukup bagus karena ditengah kapitalisme media umat Islam memang ditantang untuk pintar-pintar mencari celah.

Pimpinan Perusahaan MATAN, Nadjib Hamid mengatakan bahwa bahkan ada yang lahir kemudian mati, tak heran jika pada masa-masa awal, banyak yang berkomentar MATAN hanya akan terbit tiga atau enam edisi. Dalam catatan salah satu Penasehat Ahli MATAN, Nur Cholis Huda, ketika akan terbit, Matan mendapat pinjaman modal dari PWM Jawa Timur sebesar Rp 65 juta, setelah berusia setahun, modal itu dikembalikan. Hal ini juga ditegaskan kembali oleh pak Kholid AS sebagai pimpinan Majalah MATAN saat ini (Antoni, dkk, 2011: 41).

Melalui Matan, orang luar diharapkan bisa melihat sosok Muhamadiyah Jawa Timur dengan rekaman kegiatan, gagasan dan perkembangan pemikiran warga persyarikatan. Tak heran jika tuntutan MATAN untuk menghadirkan Islam tengahan(*Ummatan Washatan*) selalu menjadi salah satu pertimbangan terpenting dalam menurunkan sebuah tulisan. Jadi, Majalah Matan lahir berkat rekomendasi dari adanya Musyawarah Wilayah Muhamadiyah ke 13 yang diadakan di Madiun Jawa Timur.

### **Rubrik Majalah Matan**

Sejak lahir manusia dibekali dua sifat hakiki yang menunjukkan identitasnya selaku makhluk sosial. Pertama, selalu ingin tahu keadaan alam sekitarnya; dan kedua selalu ingin memberitahukan keadaan dirinya, terutama pengalamannya yang baru dan sangat berkesan pada dirinya. Sangat boleh jadi kedua sifat tersebut mendasari hasrat manusia untuk menyatu dengan manusia lain yang berada disekelilingnya, dan untuk menjadi satu dengan suasana alam sekelilingnya (Kustadi, 2004: 100).

Untuk menghadapi dan menyesuaikan diri dengan kedua lingkungan tersebut manusia selalu melakukan sosialisasi dengan menggunakan pikirannya. Salah satu upaya yang dilakukannya adalah berinteraksi dengan saling menyampaikan informasi baru. Jurnalistik merupakan salah satu seni dalam upaya tersebut. Diawali dengan kegiatan mencari dan mengumpulkan fakta (untuk bahan berita), kemudian mengolahnya, dan selanjutnya memberitakan atau menyiarkannya melalui media massa. Dengan informasi yang baru itu pada hakikatnya muncul dengan isi yang didasarkan pada sifatnya yang terbagi kedalam tiga golongan, yaitu informasi yang bersifat *habitual*, *periodikal*, dan *Inovatif*.

Informasi yang bersifat *Habitual* berisi hal-hal yang menjadi kebiasaan hidup khalayak sehari-hari atau yang menyentuh keterlibatan perilaku khalayak sepanjang waktu. Misalnya, mengenai harga-harga sembilan bahan pokok (sembako) sehari-hari-jadwal perjalanan kendaraan umum, dan lain-lain. Sedangkan Informasi yang bersifat *Periodikal* berisi hal-hal yang hanya

memerlukan perhatian dan keterlibatan perilaku khalayak secara berkala. Namun Peristiwa atau data yang diinformasikannya itu tidak terjadi tiap minggu atau bulan, bahkan tiap tahun, melainkan sewaktu-waktu saja yang melibatkan khayalaknya.

Adapun informasi *Inorvatif* berisi hal-hal atau sesuatu yang baru, yang tidak bisa atau sama sekali tidak pernah dikenala sebelumnya. Misalnya, tentang penemuan-penemuan baru di bidang Ilmu Pengetahuan dan/ Teknologi, penjelasan tentang obat-obatan yang baru diproduksi, pengenalan kendaraan bertenaga Surya dan sebagainya (Kustadi, 2004: 101).

Komposisi yang ditawarkan Matan memang tidak menekankan pada berita, tetapi lebih kepada analisa dari sebuah dinamika masyarakat yang terjadi. Meski demikian, Matan tetap memberi porsi dinamika Muhammadiyah di daerah-daerah yang dirangkum dalam kiprah daerah. Dibandingkan dengan rubrik lainnya, halaman yang disediakan untuk berita kegiatan Persyarikatan di daerah, cabang, bahkan ranting ini mendapat porsi terbesar. Perkembangan rubrik dari tahun ke tahun mengaalami sebuah kemajuan (Antoni, 2011: 40). Biasanya di dalam sebuah majalah terdapat rubrik atau yang menjadi konten dari majalah tersebut

Rubrik menurut KBBI adalah kepala karangan yang memiliki tempat yang tetap dalam surat kabar, atau majalah untuk menampung pendapat pembaca. Tajuk adalah kalimat pendek atau frasa yang ditempatkan secara mencolok pada sebuah berita dengan menggunakan huruf yang menonjol yang menjadi berita utama. Selain tajuk ada pula surat untuk redaksi, rubrik ini berisi pujian, saran ataupun sebuah kritikan dari para pembaca majalah. Lalu ada rubrik kolom atau yang disebut juga karangan khusus, disini rubrik kolom di majalah Matan ada yang menarik yaitu pada edisi 139 bulan Februari dimana ditulis oleh Nur Cholis Huda dengan judul ‘Menggairahkan Hidup’, mengangkat seorang tokoh inspiratif Steve Jobs, dimana pelajaran penting yang bisa dipetik dari tokoh tersebut adalah hidup itu singkat, mengingat mati, bukan langkah pesimis, sebaliknya membakar semangat untuk bisa memberi yang terbaik dari waktu yang

sempit, dan kematian menjadi pengungkit semangat hidup (Cholis, 2018: 15). Selain itu ada resensi buku.

Proses dari keputusan mengenai tema Matan setiap rubrik itu melalui hasil rapat bersama dewan direksi serta pimpinan Matan dan Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWM). Proses dari pencarian tema berdasarkan sebuah Momentum yang ditarik benang merahnya melalui sejarah yang terjadi, ataupun melalui *Grand Sesion* yaitu kita sebagai penulis harus bisa memberikan sebuah informasi yang baik dan benar dan sebagai ajang berdakwah untuk warga Muhammadiyah khususnya dan khalayak umum.” (Fatichuddin, wawancara, 3 Juli 2018).

### **Pendistribusian Majalah Matan**

Ketika Sebuah Majalah telah selesai dicetak berarti, majalah tersebut telah siap untuk didistribusikan atau siap untuk dipasarkan. Rekanan utama dari penerbit dalam kegiatan memasarkan sesuatu majalah adalah:

1. Pelanggan, yang terdiri perorangan, perpustakaan, sekolah, institut,, dan lembaga, industri, Pemerintah, dan
2. Saluran Distribusi yang terdiri dari: toko, buku, pusat penjualan buku secara masal, grosir, penjaga Keliling, dan *rukun-baca*.

Dalam meningkatkan sebuah penjualan majalah biasanya perusahaan majalah tersebut melakukan sebuah kegiatan seperti Promosi, sebuah kegiatan yang sangat penting dalam seluruh kegiatan Publisitas. Masalah pemasaran itu pada awal-awal memang sudah dijual, dan dalam sebuah pemasaran ada namanya sebuah strategi pemasaran, jadi ketika matan ini sudah siap untuk dipublikasi, majalah ini sudah diperjual belikan, dan strategi pemasaran ini juga melalui para dai-dai yang berdakwah di pelosok-pelosok desa karena Matan ini peredarannya sampai ke pelosok desa (Fatichuddin, wawancara, 3 Juli 2018).

Tidak hanya Promosi yang kita kenal, kita juga sering mengenal istilah Pemasaran yang kegiatannya mirip dengan promosi. Seseorang dikatakan memasarkan sesuatu jika ia memperkenalkan dan menjual produk itu dengan

menerapkan kiat-kiat tertentu (Sofia dan Solihin, 1993: 141). Dalam hal majalah, kegiatan pemasarannya bertumpu dengan promosi dan penjualan. Jadi Penerbit memperkenalkan majalah terbitanya melalui berbagai cara promosi, misalnya dengan memasang sebuah periklanan, memberikan informasi mengenai majalah kepada toko khusus yang menjual majalah dan buku (Kustadi, 2004: 49). Lain halnya yang dilakukan oleh Penerbit Majalah Matan ini, mereka tidak menggunakan iklan sebagai media untuk menarik pelanggan melainkan dengan cara berdakwah, jadi ketika ada tokoh Muhamadiyah yang mau berdakwah, mereka dititipi untuk memperkenalkan bahwa ada majalah Muhamadiyah yang bernama ‘Matan’.

Strategi Pemasaran agar majalah Matan ini bisa diminati oleh warga Muhamadiyah khususnya dan Khalayak pada umumnya adalah :

**a. Men-create Pemasaran**

Pemasaran itu sangat penting dalam mendistribusikan majalah Matan ini agar dikenal oleh khalayak umum yaitu dengan memperkenalkan bahwa ada sebuah Majalah yang memberikan informasi berupa analisis dinamika masyarakat, opini, berita dinamika khususnya *ormas* Muhamadiyah. Ketika redaksi atau redaktur bisa mencreate bagaimana kita memasarkan, kita tak perlu iklan maka ketika muhamadiyah maka ketika ada para kader Muhamadiyah yang ingin berdakwah di pelosok-pelosok desa itu kita beritahu bahwa ada majalah Matan, maka ketika ada pengajian di desa-desa para tokoh Muhamadiyah dititipi untuk disebarkan matan ini, dan awal di Launching ini langsung dijual dan kalau ada pemberitahuan bahwa matan ini ada beberapa eksemplar yang belum terjual, maka matan ini diberikan secara Cuma-Cuma (Matan, majalah, 2005-2010).

Sebagai Majalah Komunitas, Matan disebar melalui jaringan Muhamadiyah seluruh Indonesia. Di Luar Muhamadiyah, Matan disebar ke beberapa kantor Kedutaan Besar dan Konsulat, kantor Pemerintah, Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta, sejumlah Perusahaan, dan kantor-kantor lain.

Saat ini Pendistribusian Majalah Matan tidak hanya pada lingkup Jawa Timur sampai ke tingkat kecamatan serta desa-desa, akan tetapi juga menyebar sampai ke Yogyakarta dan Jawa Tengah oleh Kantor Pimpinan Pusat Muhammadiyah, seluruh kantor Amal Usaha Muhammadiyah ( Lembaga Pendidikan dan rumah sakit se-Jawa Timur dan 1 beberapa di luar Jawa Timur, Sejumlah Kantor Pemerintah maupun Swasta yang terdapat kader Muhammadiyah, seluruh Kantor Kedutaan Besar dan Konsulat negara sahabat yang berada di Indonesia, semua Perguruan Tinggi Negeri di Jawa Timur, dan beberapa Rumah Sakit pemerintah di Jawa Timur.

**b. Meng-create Konkret Rubrik**

Dalam sebuah majalah isi tersebut menjadi acuan para pembaca agar mau membaca majalah tersebut. Beberapa rubrik yang ada di Matan pada waktu awal berdiri adalah Fokus, kolom, Persyarikatan, Ekonomi, Fenomena, Opini, Sosok, Kesehatan, Konsultasi Agama, Khutbah Jumat, Tafsir Agama, Pendidikan, Nasional, Tarikh, Laporan Khusus, Budaya, Pelosok, Pelesir, Resensi Buku, Geliat Daerah, siapa dan siapa, risalah, dan fenomena. Kesemua rubrik tersebut tidak hanya memberikan sebuah informasi akan tetapi memberikan sebuah motivasi, pengetahuan baru, solusi karena ada sebuah rubrik konsultasi.

Dalam menentukan sebuah tema yang menjadi pokok utama sebuah majalah biasanya para penulis yang terdiri dari pimpinan, beserta para editor, reporter sekaligus penasihat ahli yang dari PWM yang biasanya mengutus salah seorang diantara mereka yang menjadi penasihat ahli untuk menentukan tema. Biasanya dalam menentukan tema dilihat dari sebuah momentum atau peristiwa yang terjadi yang ditilik dari sejarah, lalu dari sesuatu yang dikehendaki oleh warga Muhammadiyah khususnya, dan dalam menentukan sebuah tema harus memberikan sebuah informasi yang relevan juga sebagai media dakwah (Fatichuddin, wawancara, 3 Juli 2018).

**c. Meng-*create* tampilan yang bagus dan menarik**

Pada Matan edisi agustus 2011, jika pembaca mencermati cover MATAN dari edisi perdana hingga terakhir, setidaknya terdapat tiga kali perubahan yang telah dilakukan .Dimulai dengan edisi perdana Agustus 2006, kemudian berubah pada edisi 18 Januari 2008, dan terakhir September 2010. Ditengah –tengah perubahan-perubahan tahap kedua, Matan juga memodifikasi cover sedemikian rupa terkait kedatangan iklan (Antoni, 2011: 40).

Jadi, dalam Pendistribusian Majalah Matan ini sudah sampai ke seluruh Indonesia, walaupun pada awal terbitnya proses pendistribusianya melalui para tokoh Muhammadiyah yang mau berdakwah di pelosok-pelosok desa.

**Perkembangan Oplah**

Bagian Produksi di sebuah Penerbit adalah bagian yang bertugas memproduksi sebuah naskah menjadi majalah .Naskah yang diterima harus sudah selesai disunting di bagian Penyuntingan yaitu, naskah yang sudah siap untuk diproses lebih lanjut dan diperbanyak menjadi majalah (Sofia dan Solihin, 1993: 110). Bagian produksi menghitung jumlah halaman naskah untuk kemudian dihitung menjadi halaman majalah. Untuk itu ia memerlukan data dari perancang mengenai ukuran majalah dan ukuran huruf yang dipergunakan.

Ia juga perlu mengetahui jenis kertas yang akan dipergunakan baik untuk sampul, isi maupun halaman foto. Dengan mengetahui jumlah halaman buku dan halaman cetak, tahap selanjutnya dapat menghitung jumlah lembaran kertas yang diperlukannya (Sofia dan Solihin, 1993: 112).

Oplah adalah jumlah barang cetakan yang diedarkan atau didistribusikan, atau jumlah barang cetakan yang dicetak dari perangkat acuan pelat. Oplah majalah Matan ditahun pertama berdirinya sudah mencapoi 3000 eksemplar, hal ini diutarakan oleh Pimpinan Redaksi tahun 2006, Fatichuddin beliau mengatakan ketika Majalah Matan terbit oplah nya mencapai 3000 eksemplar, dan ketika itu awalnya langsung dijual per Rp 12000 per majalah. Matan sendiri pada saat itu

memang belum terkenal, jadi ketika ada tokoh Muhamadiyah yang akan berdakwah itu dititipi majalah untuk diperkenalkan karena kita tidak ada iklan jadi memperkenalkannya lewat dakwah itu tadi. Tapi ketika edisi selanjutnya terbit ada beberapa eksemplar yang tidak terjual, maka majalah tersebut diberikan secara Cuma-Cuma (Fatichuddin, wawancara, 3 Juli 2018).

Akan tetapi seiring berjalannya waktu Majalah Matan saat ini telah mencapai 30.000 eksemplar, tanpa retur karena produksi berdasarkan pemesanan dari seluruh agen. Apalagi sebaran pemesanan saat ini telah sampai ke seluruh Indonesia. Dari Tingkat pembaca di setiap edisi rata-rata 35.000 pembaca. Dari tingkat pendidikan mulai pasca sarjana mencapai 5 persen, sarjana atau akademi 60 persen. Jumlah Eksemplar mempengaruhi tingkat penghasilan diatas Rp.20.000.000 per tahun. Jadi untuk perkembangan oplah yang pada awal terbitnya hanya mampu mencetak 3000 eksemplar, saat ini majalah Matan mampu mencetak 30.000 eksemplar tanpa retur karena produksi berdasar pesanan dari seluruh agen.

### **Sumber Dana**

Sumber Dana menjadi sangat penting dalam percetakan sebuah Majalah. Disini sumber dana dari Majalah Matan adalah yang pertama dari:

#### **1. Pinjaman Pimpinan Wilayah Muhamadiyah Jawa Timur**

Pimpinan Wilayah Muhamadiyah Jawa Timur atau yang lebih terkenal dengan nama PWM Jatim ini memang ketika Matan terbit menjadi penanggung jawab, yang menerbitkannya. Dalam laporan khusus edisi 61 Agustus 2011, Nur Cholis Huda, salah satu yang menjadi penasihat ahli Majalah Matan mengatakan bahwa ketika akan terbit majalah Matan mendapatkan sokongtan dana sebesar 65 Juta yang bersifat pinjaman (Antoni, dkk, 2011: 42). Dalam hal ini juga dibenarkan oleh Pak Fatichuddin, selaku Pimpinan Redaksi Matan tahun 2006-2011. Menurutnya Majalah Matan ini dari awal terbit mendapat pinjaman dana dari PWMU, mendapat pinjaman berapa saya tidak ingat tapi yang jelas ketika Matan pertama kali terbit, matan mendapat pinjaman dana dari PWMU. Tidak

sampai setahun Pinjaman tersebut telah dikembalikan lagi oleh pihak Matan kepada PWM (Fatichuddin, wawancara, 3 Juli 2018).

Ketika seseorang dikatakan dewasa adalah ketika ia sudah bisa mandiri. dan seseorang yang masih bergantung pada orang tuanya belum bisa dikatakan mandiri. Disini ketika dana pinjaman itu dikembalikan kepada pihak PWMU, Matan telah mandiri, karena sudah bisa membiayai proses penerbitannya sendiri.

## 2. Penjualan Majalah

Penjualan adalah suatu kegiatan dalam menjual produk perusahaan. Penerbit yang kecil biasanya menyatukan promosi, pemasaran, dan penjualan menjadi satu bagian yang disebut dengan bagian penjualan. Petugas dibagian ini merangkap sebagai tenaga yang mempromosikan, memasarkan sekaligus menjual majalah terbitannya. Dialah yang harus mengurus rencana promosi sambil sekaligus menghubungi agen toko buku atau majalah yang untuk menjual barang tersebut (Sofia dan Solihin, 1993: 112).

Di Majalah Matan ini selain mendapat sokongan atau pinjaman dana yang sudah dikembalikan, sumber dana untuk menunjang keberadaan majalah matan ini selanjutnya lewat penjualan majalah, sehingga ketika mendapat keuntungan dari penjualan Majalah Matan ini serta dari periklanan yang ada di Majalah Matan. Keuntungan tersebut tidak menjadi keuntungan pribadi melainkan diberikan kepada badan amal usaha Muhamadiyah. Tiap tahun penjualan Majalah Matan mendapat keuntungan sebesar Rp. 20.000.000 (Fatichuddin, wawancara, 3 Juli 2018).

Jadi, Sumber dana yang diperoleh oleh Majalah Matan ketika awal terbit mendapat pinjaman dana dari PWMU sebesar Rp.65.000.000, lalu kurang lebih setahun pinjaman itu dikembalikan dan dana yang diperoleh Majalah Matan ini bersumber dari Penjualan dan keuntungannya lalu diberikan kepada Bidang-bidang yang bernaung di Amal Usaha Muhamadiyah.

## **Faktor Pendukung Majalah Matan Tahun 2006-2018**

Majalah Matan bisa mengalami perkembangan sejak tahun 2006-2008 disebabkan oleh beberapa faktor yaitu:

### **1. Sumber keuangan**

Keuangan merupakan faktor yang penting dalam eksistensi sebuah majalah. Dengan adanya keuangan yang dapat membiayai segala proses dalam Majalah Matan baik dalam proses produksi (percetakan) maupun pendistribusian majalah. Adapun keuangan Majalah Matan berasal dari berbagai sumber, antara lain:

#### **a. Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWMU)**

Keuangan Majalah Matan agar bisa terbit pertama kali mendapat sokongan dana dari Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWMU) sebesar 65 juta rupiah. Dana tersebut digunakan untuk seluruh operasional Majalah Matan. Setelah Majalah Matan rutin terbit, dua tahun kemudian dana tersebut dikembalikan kepada PWMU tepatnya pada tahun 2008.

#### **b. Pembaca majalah Matan**

Pembaca menjadi salah satu sumber keuangan Majalah Matan. Dengan kontribusi pembaca yang bersedia berlangganan Majalah Matan, maka otomatis akan berdampak pada keadaan keuangan yang membaik. Setelah berhasil mengembalikan dana sokongan milik PWMU, maka keuangan sejak tahun 2008 sebagian berasal mengandalkan dari pembaca. Pembaca yang sudah berlangganan Majalah Matan harus membayar secara tertib. Dengan ketertiban pembayaran dari pembaca, maka penerbitan juga akan menjadi lancar. Jumlah pembaca tiap edisi rata-rata 35 ribu pembaca dengan penghasilan tiap tahun diatas 20 juta.

#### **c. Iklan**

Iklan merupakan salah satu sumber keuangan yang penting untuk Majalah Matan. Iklan yang diperbolehkan dalam Majalah Matan sudah ditetapkan sesuai dengan prosedur yang berlaku. Majalah Matan tidak menerima iklan yang merugikan atau berbahaya bagi kesehatan seperti rokok (Antoni, 2011: 42).

Seringkali Majalah Matan memuat iklan yang berkaitan tentang sekolah. Matan mematok tarif iklansesuai dengan kesepakatan yang berlaku.

d. **Amal Usaha Muhammadiyah**

Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) adalah program yang dilakukan oleh Perserikatan Muhammadiyah yang bertujuan untuk mencapai maksud dan tujuan Muhammadiyah dalam melaksanakan Dakwah Amar Ma'ruf Nahi Munkar dan tajdid yang diwujudkan dalam usaha di segala bidang kehidupan.

## **2. Sumber daya manusia**

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan satu-satunya sumber daya yang memiliki akal, perasaan, keinginan, ketrampilan, pengetahuan, dorongan, daya, dan karya (rasio, rasa, dan karsa). Sumber daya manusia dapat diartikan sebagai sumber dari kekuatan yang berasal dari manusia-manusia yang dapat didayagunakan oleh Organisasi. Semua potensi SDM tersebut berpengaruh terhadap upaya organisasi dalam mencapai tujuan. Betapapun majunya teknologi, perkembangan informasi tersedianya modal dan memadainya bahan, jika tanpa SDM sulit bagi organisasi itu untuk mencapai tujuannya (Edi, 2009: 3).

Sumber daya manusia berperan penting dalam kemajuan sebuah organisasi. Begitupun dengan Majalah Matan yang memerlukan sumber daya manusia yang mumpuni dalam bidang keredaksian majalah. Majalah Matan membutuhkan SDM yang berwawasan luas dan dapat diandalkan. SDM Majalah Matan terdiri dari semua pengurus yang mewujudkan terbitnya majalah. Pengurus terdiri dari penasehat ahli, pimpinan redaksi, dan dewan direksi. Sebagian dari pengurus merupakan orang-orang yang tidak hanya bekerja dalam dunia jurnalistik semata, namun sebagian merupakan tenaga pendidik. Pengurus sudah memiliki tugas masing-masing sesuai dengan bagiannya.

## **3. Kreativitas pembuatan majalah**

Kreativitas dibutuhkan pembuatan Majalah Matan. Dengan tampilan yang dibuat semenarik mungkin, maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pembaca. Sepertinya hal-nya manusia, yang menjadi daya tarik penampilan suatu media

massa, terutama media massa visual dan audio visual tergantung pada pada *make-up* wajahnya. Untuk Surat kabar *make-up* difokuskan pada riasan wajah halaman depan atau kulit (majalah ) depannya, namun tidak demikian berarti halaman berikutnya tidak penting untuk dirias. Justru untuk menarik minat pembaca adalah kenyamanan dan kesan yang ditinggalkan oleh para pembaca setelah membaca sebuah majalah (Kustadi, 2004: 199).

Hal ini juga terlihat dari majalah *Matan* dimana majalah tersebut melakukan sebuah gebrakan baru mengenai masalah penampilan dan isi. Jika sebelumnya hanya setengah dari majalah yang berisi *full colour* dan setengahnya hitam putih, maka sejak Januari tahun 2009, Majalah *Matan* sudah *full colour*. Penampilan atau *cover* majalah makin hari makin menarik. *Cover* yang semakin menarik terjadi pada edisi 23 dan 24. *Cover* depan Majalah *Matan* yang menarik mencerminkan pengelola majalah memerlukan kreativitas tinggi (Pembaca, majalah, 12 Agustus 2008).

#### **4. *Captive Market* ( Pasar yang sudah ada dalam cengkraman)**

*Captive Market* merupakan pasar dimana konsumen potensial menghadapi sejumlah pemasok kompetitif yang sangat terbatas. Satu-satunya pilihan mereka adalah membeli apa yang tersedia atau tidak melakukan pembelian sama sekali. Pasar *Captive* menghasilkan harga yang lebih tinggi dan keragaman yang lebih sedikit bagi konsumen (Pasar *Captive*. 2018).

Pada perkembangannya, pendistribusian majalah *Matan* pada awal terbit terbatas hanya melalui kader Muhammadiyah yang ingin berdakwah di pelosok-pelosok daerah. Namun saat ini, majalah *Matan* telah mempunyai pasar sendiri karena pendistribusiannya tidak hanya mengandalkan kader-kader Muhammadiyah. Penyebaran Majalah *Matan* hingga tahun 2018 sudah mencapai seluruh Indonesia Terdapat pasar yang sudah dipastikan bahwa Majalah *Matan* pasti terjual. Pasar yang dimaksud diantaranya yaitu, kantor Pimpinan Pusat Muhammadiyah di Jakarta dan Yogyakarta, semua perguruan tinggi yang ada di Jawa Timur, seluruh Kantor

Amal Usaha Muhamadiyah, Lembaga pendidikan dan Rumah Sakit) se- Jawa Timur dan beberapa di Luar Jawa Timur, dll.

### **Faktor Penghambat Majalah Matan Tahun 2006-2018**

Faktor penghambat adalah sebuah faktor yang mempengaruhi gerak cepat atau lambatnya sebuah organisasi, dalam hal ini yang menjadi penghambat berkembangnya majalah Matan diantaranya,

#### **1. Percetakan majalah**

Dalam hal menerbitkan sebuah majalah, biasanya ada penerbit dan pencetakan. Penerbit adalah pihak penulis dan penyunting yang menyiapkan naskah, sedangkan percetakan adalah pihak yang memperbanyak naskah yang disiapkan oleh penerbit (Sofia dan Solihin, 1993: 2). Percetakan merupakan unit kerja di mana naskah yang akan diterbitkan dicetak. Adapun proses pencetakannya merupakan metode pembuatan bentuk-bentuk dan huruf. Percetakan menjadi salah satu penghambat dalam perkembangan Majalah Matan pada tahun 2006 hingga 2015.

Majalah Matan diterbitkan sendiri oleh pihak Pimpinan Wilayah Muhamadiyah (PWMU) Jawa Timur, sedangkan urusan percetakannya ditangani oleh percetakan yang sudah bekerjasama dengan Majalah Matan. Menurut Anifatul Asfiyah, selaku sekretaris majalah Matan mengatakan bahwa yang menjadi kendala pada waktu awal-awal majalah Matan terbit yaitu mengenai masalah percetakan.

Masalah terjadi ketika naskah Majalah Matan telah siap untuk dicetak, namun harus menunggu antrian. Apabila tidak diawasi dalam percetakan, maka naskah tersebut akan terabaikan dan digantikan oleh naskah yang baru saja datang. Kendala inilah yang membuat pihak Majalah Matan menugaskan pengurusnya untuk mengawasi. Masalah percetakan juga membuat pendistribusian Majalah Matan terhambat (Anifatul, wawancara, 9 Maret 2018).

## **2. Komitmen dan kedisiplinan redaksi majalah Matan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komitmen adalah perjanjian, keterikatan, dan kesepakatan untuk melakukan suatu kontrak. Komitmen dari pengurus direksi sangat dibutuhkan dalam sebuah penerbitan majalah. Namun, lain halnya dengan pengurus-pengurus majalah Matan dibawah naungan Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWMU) Jawa Timur. Pengurus Majalah Matan tidak hanya bekerja di organisasi tersebut, akan tetapi juga mempunyai pekerjaan lain seperti tenaga pendidik atau dosen.

Komitmen dari dewan direksi inilah yang menjadi hambatan majalah Matan. Dari awal berdirinya sampai sekarang, dewan direksi mengalami pergantian. Hal ini menyebabkan kurang fokusnya dewan direksi terhadap rubrik yang ditulisnya (Syafiq, 2018).

Kedisiplinan adalah kesadaran seseorang dalam menaati peraturan dan norma sosial yang berlaku di sebuah organisasi (Malayu, 2015: 190). Kedisiplinan dalam majalah Matan berkaitan dengan pengumpulan naskah rubrik Matan. Pengumpulan naskah akan berpengaruh dalam penerbitan majalah terutama dalam penerbitan majalah terutama dalam proses (editing) pengeditan naskah.

## **3. Keterlambatan pembayaran majalah**

Sebuah majalah jika sudah dicetak dan siap untuk di diedarkan berarti siap untuk didistribusikan kepada pelanggan atau konsumen. Dengan begitu, maka produsen siap untuk melakukan kegiatan penjualan. Kegiatan Penjualan adalah kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi atau pembayaran.<sup>1</sup>

Keterlambatan pembayaran majalah menjadi salah satu hambatan dalam majalah Matan. Ketika majalah sudah didistribusikan kepada konsumen pasti terjadi sebuah transaksi atau pembayaran. Namun, beberapa konsumen melakukan keterlambatan pembayaran majalah. Keterlambatan pembayaran dapat berdampak

---

<sup>1</sup>Sofjan, Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta; Rajawali Press, 2015), 23.

pada sumber keuangan Majalah Matan. Apabila sumber keuangan tidak lancar, maka akan mengganggu operasional majalah

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian tentang “ Sejarah dan Perkembangan Majalah Matan Tahun 2006-2018”, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Latar belakang terbitnya Majalah Matan adalah atas dasar rekomendasi Musywil ke 13 yang bertempat di Madiun yang termaktub dalam buku agenda Muhamadiyah tahun 2005. Rekomendasi ini diberikan karena majalah Suara Muhamadiyah yang diterbitkan oleh Pimpinan Pusat Muhamadiyah yang berkantor di Yogyakarta, kurang bisa menjangkau sampai ke pelosok-pelosok. Dengan adanya sebuah bacaan yang diterbitkan di wilayah diharapkan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat.
2. Perkembangan Majalah Matan dari mulai tahun 2006 sampai dengan 2018 terlihat mulai dari perkembangan rubrik, dari segi pergantian nama, jumlah rubrik, adapun peniadaan beberapa rubrik, lalu dari segi perkembangan oplah, sumber dana ataupun perkembangan distribusi majalah.
3. Dari penjelasan diatas majalah Matan tak lepas dari adanya faktor pendukung maupun penghambat.. Faktor Pendukung antara lain, sumber keuangan, kedua sumber daya manusia Muhamadiyah harus berwawasan luas, sehingga ketika menentukan tema dan rubrik sudah paham. Kedua dana atau modal yang diperoleh oleh majalah Matan, hal ini menjadi penunjang keberlangsungan majalah Matan. Ketiga kreatifitas pembuatan majalah menjadi daya tarik bagi pembaca dan yang keempat *captive market* dimana Matan memiliki pasar yang sudah ada dalam cengkraman, artinya tempat dimana majalah ini pasti terjual. Sedangkan untuk faktor penghambat majalah Matan yang pertama percetakan pada tahun 2006 sampai 2015 dan pada tahun 2016 untuk percetakan majalah diambil alih oleh PT DMU. Kedua, komitmen dan kedisiplinan redaksi majalah Matan dan ketiga keterlambatan pembayaran majalah.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Abdurahman, Dudung. *Metodologi Penelitian Sejarah Islam*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2011.

\_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Sejarah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1999.

\_\_\_\_\_. *Pendekatan Ilmu-ilmu Sosial dalam Metodologi Sejarah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993.

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press, 2015.

Hasibuan, Malayu. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.

Ismail, Muhammad. *Pengantar Sosiologi*. Surabaya: IAIN SA Press, 2013.

Jawa Timur, Serikat Penerbit. *Sejarah Pers Jawa Timur*. Jawa Timur: Serikat Penerbit, 1964.

Junaedhi, Kurniawan. *Ensiklopedia Pers Islam*. Jakarta: Gramedia, 1999.

Kartodirjo, Sartono. *Pengantar Sejarah Indonesia Baru*. Jakarta: Gramedia Mustaka Utama, 1993.

Kuntowijoyo. *Metodologi Sejarah 2*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2003.

Mansyur, Sofia dan Niksholihin. *Pengantar Penerbitan*. Bandung: ITB, 1993.

Salim, Abd. Muin. *Metodologi Penelitian Tafsir Maudui*. Makassar: Pustaka Al-Zikra, 2017.

Narbuko, Cholid. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007.

Sjamsuddin, Helius. *Metodologi Sejarah*. Nyogjakarta: Ombak, 2007.

Serikat Penerbit Surat Kabar Jawa Timur. *Sejarah Pers Jawa Timur*. Surabaya: 1964.

Subagyo, Joko. *Metodologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004.

Suhandang, Kustadi. *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi Produk, dan kode Etik*. Jakarta: Nuansa, 2004.

\_\_\_\_\_. *Pengantar Jurnalistik*. Bandung: Nuansa, 2004

Sutrisno, Edi. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana, 2011.

Usman, Hasan. *Metodologi Penelitian Sejarah*. Terj. Muin Umar. Jakarta: Depag RI, 1986.

## **Dokumen**

Buku Agenda Muhammadiyah Tahun 2010-2015.

Profil History Majalah Matan

## **Skripsi**

Erlina, Aprini. "Sejarah Pertumbuhan Pers Islam Indonesia Studi Kasus Panji Masyarakat Pada Masa Kepemimpinan Prof. Dr Hamka 1959-1981", Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2006.

Fajarwati, Lilis. "Konsultasi agama di Majalah MATAN edisi 62 September 2011: Analisis Framing", Skripsi: UINSA Surabaya, 2012.

Mu'taziroh, Emi. "Respon Majalah Suara Muhammadiyah terhadap Kebijakan Politik Dan ekonomi Presiden Soeharto, 1966-1974", Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

Setyawati, Aswin. "Sejarah Perjuangan Dan Peran KH. Isyad Djanawi Dalam Mengembangkan Islam Di Desa Tawar Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto 1919-1959", Skripsi: UINSA Surabaya, 2017.

Wibowo, Ichsan. "Peran Pers Persyarikatan Muhammadiyah Dalam pelaksanaan Pendidikan Agama Islam Bagi Warga Muhammadiyah: Studi Terhadap Surat Kabar Suara Muhammadiyah Tahun 1915-1945", Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

Zaini, Ahmad. "Dinamika Pers Nahdhatul Ulama (NU) : Studi Sejarah dan Perkembangan Harian Umum Duta Masyarakat tahun 1954-2016", Skripsi: UINSA Surabaya, 2012.

## **Majalah**

Aan, Ilmi. "Halal bi Halal dan Silaturahmi Muhammadiyah Jatim, Menghormati Perbedaan, utamakan persatuan". (Matan). 12 Agustus 2018.

Arif, el all. "Iktikaf Di Zaman Modern". (Matan). 12 Juli 2015.

Huda, Cholis. “Menggairahkan Hidup”. (Matan). 15 Februari 2018.

Nafi, et all.”Konflik Munal Tak kunjung Usai”. (Matan) 12 November 2018.

Pembaca. “Cover Matan Makin asyik aja”.(Matan).12 Agustus 2008.

Priambodo, Tjatur.”Kopi Mencegah Step”. (Matan) 13 November 2018.

Redaktur. “Gule Lahirkan Professor”. (Matan ). Agustus 2006

Sina Antoni,Haedar dan Zumrotul. “Istiqomah Menebar Dakwah Lewat Media”  
(Matan). 12 Agustus.2011.

Syamsuddin.”Batasan Dalam Berdagang”. (Matan ). 12 November 2018.

Zuhdi, Achmad.”Doa”. (Matan). 12 Agustus 2014.

### **Wawancara**

Asfiyah,Anifatul. *Wawancara*.Surabaya. 9 Maret 2018.

Fathicuddin. *Wawancara*.Surabaya. 3 Juli 2018.

Kholid AS, Muh.*Wawancara*.Surabaya. 2 Maret 2018.

Mughni, Syafiq. *Wawancara*. Surabaya.20 Juli 2018 dan 16 Oktober 2018.

### **Internet dan Jurnal**

<http://kbbi.co.id> diakses pada 27 Maret 2018

<https://uhamka.ac.id/khazanah-islam/lahirnya-pers-islam-di-indonesia/diakses>  
pada tanggal 27 Maret 2018.

[www.Kbbi.co.id](http://www.Kbbi.co.id), diakses pada tanggal 23 Agustus 2018.

[www.Kbbi.co.id](http://www.Kbbi.co.id), diakses pada tanggal 23 Agustus 2018.

[www.Kbbi.com](http://www.Kbbi.com) ,diakses pada tanggal 09 juli 2018.

<https://brainly.co.id> , diakses pada tanggal 09 Juli 2018.

Rosyid, Moh “Membingkai Sejarah Pers Islam Di Tengah Terpaan Era Digital”,  
*Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Volume 1 No 1*, Januari 2013.

Sawastika, Alia “Media Masa Islam Indonesia”, dalam [www.Kunci.ci.id](http://www.Kunci.ci.id), 2006.