ABSTRAK

Majalah ANCAS Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung hampir 2 tahun ini makin mendorong dimanfaatkannya teknologi informasi berbasis internet untuk kegiatan bisnis. Hal tersebut juga dimanfaatkan oleh salah satu majalah *Panginyongan* di Purwokerto untuk berbagi kegiatan mereka yaitu ANCAS. Majalah ANCAS merupakan media yang dibuat sebagai upaya untuk turut melestarikan budaya Banyumasan. Majalah ANCAS diterbitkan oleh Yayasan Carablaka Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah sejak tanggal 1 April 2010. Saat ini, ANCAS memiliki kekurangan dalam menerapkan strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan saat ini baru melaui media sosial Instagram. Jenis pendekatan yang penulis lakukan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian pengumpulan data dilakukan dengan data primer berupa wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka. Metode dalam perancangan ini menggunakan melalui observasi, wawancara, dan metode analisis SWOT. Strategi promosi melalui media *instagram* ini diharapkan mampu memberikan dampak positif dan hasil maksimal terhadap majalah ANCAS dengan strategi penyusunan tema pada setiap postingan *instagram*. Penyampaian informasi dan promosi yang dilakukan melalui media-media pendukung yang telah ditentukan.

Kata Kunci: Majalah, Majalah ANCAS, Promosi