

DARIPADA UMUM KEPADA KHUSUS: ORIENTASI PASARAN MAJALAH MELAYU

HAMEDI MOHD ADNAN

ABSTRACT

The concept of progression cycle was introduced by Wilson & Wilson (1995:5-6). The medium of mass media, they said, will go through a cycle of process before it achieved a level of progress. However, the conceptual meaning of the cycle was first introduced by two renowned communication experts, John Merrill and Ralph Lowenstein. They introduced a theory of EPS (elitist-popular-specialized) to describe a cycle that any medium will go through before it achieved a level of maturity. The media, due to its disadvantages publishing factors, will start as a medium for selected few before it managed to attract a significant number of audiences. However, popularity will put the media into troubles, especially on the media which depend so much on the circulation as well as on the advertising revenue. Popularity will normally be followed by the drop of advertising revenue since advertisers could not concentrate to their focus target group, while the publishers will tend to focus their effort to please their readers than their advertisers. As a consequence, the media will return to do specializing to their niche market. How this concept of progression cycle and EPS theory affect the magazine publishing in Malaysia? This article will discuss this cycle in the Malay magazine publishing and how magazine publishers adjust their editorial contents to suit the demand from the reader and their advertisers.

Keywords: *Malay magazine, magazine publishing, editorial content, advertisements*

PENGENALAN

Media massa, sama ada bercetak atau elektronik, akan mengalami situasi yang dinamakan oleh Wilson & Wilson (1998) sebagai *media progression cycle* (Wilson & Wilson 1995:5-6). Pendapat Wilson & Wilson itu sebenarnya meneguhkan lagi Teori EPS (*elitist-popular-specialized*) yang pertama kali dikemukakan oleh dua orang

sarjana media, John Merrill dan Ralph Lowenstein. Menurut Merrill & Lowenstein (1963:6-9), media massa akan cenderung untuk mengalami tiga tahap penerimaan dalam kalangan khalayak, iaitu tahap elitis, tahap popular, dan yang terakhir, tahap *specialized* atau pengkhususan. Media massa biasanya akan bermula pada penerimaan elit, dinikmati oleh sebahagian kecil daripada anggota masyarakat, iaitu mereka yang celik huruf dan berkemampuan. Setelah sesebuah masyarakat itu mampu melepasi benteng kemiskinan dan buta huruf, media massa akan memasuki tahap popular, iaitu diterima oleh khalayak massa. Akhirnya, apabila elemen seperti pendidikan menjadi semakin tinggi, pengaruh masa senggang, minat yang berbeza, dan peningkatan dalam pertumbuhan penduduk, media akan cenderung untuk dinikmati oleh pecahan segmen penduduk yang lebih khusus, yang setiap satunya mempunyai minat dan aktiviti budaya yang tersendiri. Pada tahap ini, media akan mencapai tahap pengkhususan.

Tidak sukar untuk menghubungkan kesejajaran Teori EPS itu dalam konteks permajalahan Melayu. Sebelum dekad 30-an, majalah Melayu hanya dibeli dan dibaca oleh segelintir khalayak yang celik huruf, yang berkemampuan, dan yang berpendidikan. Mereka ini kebanyakannya tinggal di kawasan bandar dan pinggirnya serta lebih terdedah kepada gaya hidup bandaran. Majalah seperti *Al-Imam*, *Tunas Melayu*, *Neracha*, *Mujalah Guru*, dan sebagainya hanya dinikmati oleh segelintir kelas Melayu yang sedemikian. Lama-kelamaan, apabila bilangan penduduk yang celik huruf semakin bertambah di samping kedudukan ekonomi yang semakin meningkat, khalayak pembaca Melayu mula berkembang.

Pembacaan majalah tidak lagi dilihat sebagai hak milik segelintir kelas tertentu dalam masyarakat, sebaliknya hak universal untuk semua orang. Majalah-majalah umum yang ditujukan kepada sebanyak mungkin khalayak diterbitkan dengan banyaknya. Tanpa saingan yang serius daripada medium lain, pembacaan majalah menjadi aktiviti pengisi masa senggang yang utama. Apabila siaran radio nasional mula beroperasi, majalah dan akhbar masih mengekalkan statusnya sebagai medium komunikasi yang terpenting sehinggalah selewat-lewatnya apabila negara mencapai kemerdekaan pada tahun 1957. Selepas itu, meskipun kedudukan majalah tidak banyak terjejas, radio mula mengambil alih peranan majalah sebagai medium pengisi masa senggang yang utama, sehinggalah dekad 70-an apabila televisyen yang diperkenalkan pada tahun 1963 mula mengambil tempat.

Gaya hidup dan persekitaran budaya yang dinamis turut mengubah penerimaan khalayak terhadap majalah. Majalah umum yang ditujukan kepada sebanyak mungkin khalayak mula merosot, dan gantinya ialah majalah yang mendukung tema atau persoalan yang lebih khusus dan ditujukan kepada pembaca yang tertentu pula. Menurut Merrill dan Lowenstein lagi, kesemua majalah dapat digolongkan kepada *unit specialization* atau *internal specialization*. *Unit specialization* merujuk pada majalah yang sasaran pembacanya mempunyai minat dan kecenderungan tertentu. Minat dan kecenderungan itulah yang cuba dilayani oleh majalah. *Internal specialization* pula merupakan majalah umum (*general interest*) yang cuba menarik sejumlah audiens yang besar dengan menawarkan pelbagai pilihan artikel. Para pembaca akan memilih artikel-artikel daripada majalah itu untuk dibacanya sesuai dengan minat dan kecenderungan masing-masing. Tulisan ini membincangkan perubahan awal yang berlaku dalam dunia permajalahan Melayu, daripada yang berorientasikan umum kepada khusus. Majalah yang dibincangkan hanyalah yang

bercorak *human interest*, meskipun perubahan orientasi itu sebenarnya melibatkan pelbagai corak majalah yang lain.

PENGGHUSUSAN MAJALAH YANG AWAL

Dalam senario permajalahan Melayu, perubahan daripada popular atau *internal specialization* kepada pengkhususan atau *unit specialization* mula berlaku pada dekad 70-an dan semakin subur kehadirannya pada dekad 80-an. Pada dekad 70-an umpamanya, telah muncul majalah yang khusus berhubung perniagaan dan majalah komik dan humor. Majalah-majalah yang khusus tentang kesusasteraan dan bahasa pula telah pun muncul sejak selepas Perang Dunia Kedua lagi. Begitu juga dengan majalah khusus untuk wanita, yang meskipun telah muncul buat pertama kalinya pada dekad 30-an apabila *Bulan Melayu* diterbitkan. Namun begitu, hanya pada dekad 70-an sahaja kehadirannya dalam dunia permajalahan Melayu benar-benar dirasakan, khususnya dengan kehadiran *Wanita* pada akhir dekad 60-an dan *Keluarga*, *Jelita*, dan *Alam Wanita* pada dekad 70-an. Kehadiran majalah yang khusus untuk segmen pembaca tertentu atau khusus meliputi minat dan kecenderungan tertentu ini semakin giat dan mula menghakis majalah-majalah umum yang sejak awal lagi mendominasi permajalahan Melayu.

Pada dekad ini, tidak lebih daripada 10 majalah umum baharu diterbitkan di pasaran. Kebanyakannya tidak mampu bertahan lama. Tiga buah majalah yang kehadirannya agak dominan ialah *Mastika* yang mula diterbitkan pada tahun 1941 lagi, *Sarina* yang mula muncul sebagai daiges politik pada tahun 1976, dan *Dewan Masyarakat* yang mula diterbitkan pada tahun 1963. Ketiga-tiga majalah ini mengalami perubahan orientasi, meskipun sasaran pembacanya tidak berubah. *Mastika* sudah lama di pasaran (mula diterbitkan pada Jun 1941), namun majalah ini terus mencari jati dirinya pada dekad 70-an. Konsepnya berubah-ubah mengikut keperluan dan minat pembaca, khususnya yang nostalgik dengan majalah itu. *Mastika* bermula sebagai majalah umum sebelum diarahkan kecenderungannya kepada kesusasteraan pada dekad 50-an. Pada dekad 60-an, apabila *Mastika* diubah daripada Jawi kepada Rumi, konsepnya diubah kepada pengetahuan dan pendidikan, sebelum ditukarkan pula kepada daiges pengetahuan pada awal dekad 80-an.

Sarina pula yang pada peringkat awal begitu berjaya dengan resipi daiges politiknya mula bertukar kepada pengetahuan umum pada awal 80-an, dan apabila saiznya diubah kepada A4 pada tahun 1983, konsepnya diubah pula kepada popular ringan. *Dewan Masyarakat* tidak banyak mengubah konsepnya sebagai majalah umum meskipun condong kepada ilmiah. Cuma, sasaran pembacanya pada peringkat awal ialah generasi muda yang kurang berpendidikan, golongan pelajar, dan mereka yang mahu meningkatkan penguasaan bahasa Melayunya. Sasaran pembacanya berubah dengan perubahan pendidikan yang diterima mereka. Mulai akhir dekad 70-an, gaya penulisan dan persembahan *Dewan Masyarakat* dilihat lebih condong untuk memuaskan hati pembacanya yang rata-rata berpendidikan tinggi. Majalah itu menjadi bacaan pegangan kepada para mahasiswa dan pelajar prauniversiti yang menjadikannya sebagai bahan bacaan wajib untuk persediaan menghadapi peperiksaan Kertas Am dalam STP.

Dua daripada tiga majalah yang disebutkan itu—*Mastika* dan *Dewan Masyarakat*—mempunyai kedudukan yang agak istimewa dalam sejarah permajalahan Melayu. Yang pertama diterbitkan oleh Utusan Melayu Press—sebuah penerbit besar yang penting kedudukannya dalam dunia permajalahan Melayu. Syarikat Utusan Malayu Press Ltd. ditubuhkan untuk menerbitkan

... sebuah surat khabar Melayu yang diterbitkan tiap2 hari yang dimodalkan oleh orang Melayu dikeluarkan semuanya serta ditadbir oleh orang Melayu belaka. Tujuan surat khabar ini ialah mengagung dan meninggikan keadaan dan muslihat2 orang Melayu.

(*Al-Hikmah* 28 Julai 1938: 5)

Buat permulaan para pengasas Utusan Melayu Press Ltd. mengumpulkan RM2,000 sebagai perbelanjaan permulaan dan syarikat itu didaftarkan pada 18 Jun 1938. Ahli-ahli lembaga pengarah yang awal ialah Daud Mohd Shah, Hj. Ambok Suluh Hj. Omar, Abdul Hamid Hj. Mohamad, Tengku Abdul Tahir Tengku Mohamad, Hj. Ismail Mohd Taib, Embok Abdul Ghani Hj. Omar, Abdul Jalil Hj. Haron, dan Yusof Ishak. Setelah menghadapi beberapa rintangan, keluaran sulung *Utusan Melayu* diterbitkan pada 29 Mei 1939 dan diikuti *Utusan Zaman* pada 5 Disember 1939 (Abdul Latiff Abu Bakar 1998: 50-54).

Yang kedua pula diterbitkan oleh Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP)—sebuah agensi berkanun kerajaan yang ditugaskan untuk mengembangkan bahasa Melayu dan kesusasteraan. Dalam usaha itu, DBP membabitkan diri dalam penerbitan buku dan majalah (Hamedy 1996: 13-15). DBP ditubuhkan pada tahun 1956 sebagai sebuah badan pembinaan dan pengembangan bahasa dan kesusasteraan. Pada tahun 1959, DBP berubah tarafnya daripada sebuah jabatan kerajaan kepada sebuah badan berkanun apabila Akta Dewan Bahasa dan Pustaka diluluskan. Matlamat DBP yang termaktub dalam akta tersebut adalah untuk memperkembang dan memperkaya bahasa kebangsaan; memperkembang bakat sastera, khususnya dalam bahasa kebangsaan; menerbit atau membantu dalam percetakan atau penerbitan buku, risalah, majalah dan bentuk kesusasteraan yang lain; membakukan ejaan dan sebutan; dan membentuk istilah teknik yang sesuai dalam bahasa kebangsaan. Selepas *Dewan Bahasa* (September 1957), DBP turut menerbitkan sembilan buah majalah lain, iaitu *Dewan Masyarakat* (15 September 1963), *Dewan Pelajar* (Januari 1967), *Dewan Sastera* (Januari 1971), *Dewan Siswa* (Januari 1979), *Dewan Budaya* (Januari 1979), *Pelita Bahasa* (Mac 1989), *Dewan Kosmik* (Januari 1993), dan *Dewan Ekonomi* (Januari 1994).

Kedua-dua majalah diterbitkan oleh organisasi yang besar dan dihormati. *Mastika* menikmati ekonomi bidang penerbitnya kerana Utusan Melayu pada masa yang sama turut menerbitkan pelbagai majalah lain, di samping akhbar harian dan mingguan. Saluran pengedarannya yang dibina sejak tahun 1939 lagi apabila organisasi itu mula menerbitkan akhbar, cukup luas, dan dengan adanya majalah lain dalam senarai produknya, *Mastika* mudah dipromosikan kepada pengedar, peniaga, orang ramai, dan pembeli institusi. *Dewan Masyarakat* juga disertai oleh majalah DBP yang lain, dan pengedarannya yang dilakukan oleh pengedar buku teks DBP cukup meluas. Malahan dalam keadaan tertentu, DBP boleh menjadikan

perniagaan pengedaran buku teksnya sebagai umpan kepada para pengedarnya untuk berusaha keras bagi mengedarkan majalah terbitannya.

Mastika pada dekad awal 80-an disunting oleh Azizah Ali sebelum digantikan dengan Wan Hamzah Awang. Kedua-duanya dibantu antaranya oleh Zainol Fakir, Abdul Rahman Osman, dan Zainal Rahman, sebelum digantikan dengan A. Latiff Yusoff dan Norhayati Hasyim pada pertengahan dekad itu. Diterbitkan dalam saiz daiges, *Mastika* cenderung menyiarkan kisah masyarakat yang menarik, termasuklah kisah jenayah dan misteri yang diubah suai daripada sumber majalah asing. Pada masa yang sama, isu-isu semasa politik, ekonomi, dan sosial turut diberi perhatian dan kesemuanya itu dipersembahkan untuk bacaan masyarakat umum sebagai pengisi masa senggang mereka. Pendekatan *Mastika* ini tidak banyak bezanya dengan *Sarina*.

Setelah menyedari isu-isu politik tidak lagi menjadi tarikan utama pembaca ketika itu, *Sarina* ditukarkan kepada *human interest* yang menyaksikan halaman-halamannya diisi dengan kisah-kisah pelik dan misteri. Ini terpaksa dilakukan kerana majalah itu menerima pukulan yang hebat ekoran kemunculan akhbar-akhbar tabloid yang semakin mendapat perhatian ketika itu. Ketua pengarangnya, A. Jalil Ali (1997) menyatakan:

Trend baru ini (tabloid) memberi pukulan hebat kepada *Sarina*. Mungkin kerana leka dengan bahan-bahan sensasi dan misteri, pembaca tidak tertarik lagi dengan apa yang dihidangkan oleh *Sarina*. Pembaca-pembaca muda lebih memilih tabloid yang menyiarkan bukan sahaja kisah menarik, tetapi juga gambar-gambar yang memberangsangkan. Beberapa percubaan dibuat pada kulit *Sarina*. Gambar bunga, rama-rama, menara masjid, dan lain-lain yang dianggap menarik. Bahan-bahan politik mula berkurangan, diganti dengan bahan yang mula cenderung kepada misteri, walaupun tidak menonjol. Tetapi semua usaha itu tidak berjaya.

Pada peringkat awal, konsep *Mastika* dan *Sarina* itu mendapat sedikit perhatian. *Sarina* umpamanya menyatakan:

Setelah beberapa keluaran yang membawa perubahan dari segi bentuk dan isi, *Sarina* nampaknya mula mengumpul peminat baru. Ini terbukti dari banyaknya surat-surat yang kami terima sebagai reaksi dari perubahan-perubahan yang telah dilakukan. Kebanyakan surat yang kami terima menyatakan rasa puas dengan perubahan isi majalah ini yang menurut mereka 'lebih sesuai untuk selera pembaca masa kini.' Mereka mahu diperbanyakkan rencana-rencana yang berbentuk misteri dan kisah-kisah ganjil yang menarik... Bagaimanapun ada juga yang mencadangkan agar *Sarina*, di samping menyiarkan kisah-kisah bercorak demikian, akan terus menyiarkan rencana dan ulasan-ulasan politik semasda, juga beberapa rencana yang serius.

(*Sarina* Jun 1984:4)

Pada masa yang sama kedua-dua majalah—*Mastika* dan *Sarina*—terpaksa bersaing pula dengan *Variasari* yang sudah mantap sebagai pemimpin pasaran majalah sedemikian selain akhbar tabloid seperti *Mingguan Perdana*, *Bacaria*, dan

Mingguan Wanita. Saingan yang tidak kurang sengitnya juga diterima daripada *Koleksi*. *Variasari* dan *Koleksi* yang mempunyai hubungan rapat dengan majalah sejenisnya di Indonesia tidak banyak menghadapi masalah dalam pengisian editorial kerana kandungan majalah sekutunya di negara jiran itu boleh diubah suai untuk dimasukkan ke dalamnya. Pengarang dan wartawan *Mastika* dan *Sarina* pula terpaksa bertungkus-lumus untuk mencari bahan yang sesuai dan kemudian menulis pula cerita-cerita *human interest* yang diperolehnya dalam bentuk yang boleh menarik pembaca.

Disebabkan konsepnya kekal sebagai majalah umum, pembaca yang meminati *human interest* tidak berasa puas dengan kedua-dua majalah itu dan beralih kepada *Variasari*. Akibatnya sirkulasi *Mastika* menurun kepada 20,000 naskhah dan pembaca *Sarina* merosot kepada 58,000 orang pada tahun 1985. Sejak tahun 1983 *Sarina* diterbitkan dua kali sebulan dan kandungan majalah diarahkan kepada politik. Ketua pengarangnya, A. Jalil Ali menyatakan tindakan mengubah majalah kepada dwimingguan dan bercorak politik itu sebagai "idea gila". Selepas itu, Jalil memutuskan supaya majalah itu mengikut trend tabloid, iaitu dengan menyiarkan kisah-kisah misteri dan tulisan popular ringan. Namun menurut Jalil: "Keghairahan meniru gaya tabloid satu langkah yang silap. Saya mengharapkan pembaca-pembaca baru untuk *Sarina*. Tetapi pembaca baru yang kebanyakannya golongan muda lebih tertarik dengan mingguan tabloid, sedangkan pembaca setia *Sarina* kecewa" (A. Jalil Ali 1997).

Menyedari hakikat bahawa kedua-duanya tidak dapat bersaing, *Sarina* diberhentikan pada Februari 1986 apabila edarannya hanya mencapai 12,000 naskhah. Mulai Januari 1986, saiz *Mastika* diubah daripada daiges kepada saiz A4. Perubahan ini ada hubungannya dengan penurunan sirkulasi majalah itu daripada 23,582 naskhah pada Disember 1984 kepada 20,381 naskhah pada Jun 1985 dan kepada 21,982 naskhah pada Disember 1985 (*Media Index 1986*: 46-47). Dinyatakan:

Perubahan ini bukan kami buat secara melulu, tetapi selepas dikaji beberapa aspek tertentu seperti mutu persembahan dan penerbitan. Dengan bidang besar ini kami berharap akan dapat mengemukakan persembahan yang lebih menarik baik dari segi layout dan gambar-gambar yang dipersembahkan. Perubahan isi kandungan menjadi perhitungan utama kami. Kami akan mendapatkan bahan-bahan lebih menarik untuk tatapan anda..., dalam usaha membina mentaliti yang sihat melalui bahan-bahan bacaan yang sihat.

(*Mastika*, Januari 1986: 4).

Dalam reaksinya terhadap perubahan itu, seorang pembaca setia *Mastika* (Februari 1986: 4) menyatakan:

Perubahan bentuk susunan isi *Mastika* memberikan gambaran yang ianya menepati kehendak pembaca masa kini yang bukan sahaja menilai mutu bahannya, tetapi juga meliputi bentuk dan gaya persembahannya. Apa yang menarik ialah tajuk isi kandungannya tersusun begitu rapi. Ini amat memudahkan para pembaca memilih cerita yang mereka suka dan tidak seperti bentuk sebelumnya yang terlalu kecil serta menyukarkan mencari muka suratnya.

Dalam konteks *Dewan Masyarakat* pula, awal dekad 80-an ialah penerusan daripada dekad sebelumnya. Majalah itu menjadi bahan bacaan para pelajar menengah atas dan mahasiswa universiti yang memerlukan pengetahuan tambahan dalam isu-isu semasa politik, ekonomi, dan sosial di dalam negeri. Apabila M. Noor Azam yang menjadi editornya sejak tahun 1974 meletakkan jawatan untuk bertugas sebagai Setiausaha Politik Perdana Menteri, tempatnya digantikan secara singkat oleh A.F. Yassin, sebelum digantikan dengan Sulaiman Masri (1982–84) dan kemudiannya Jalil A. Rahman. Di bawah kepengarangan mereka, *Dewan Masyarakat* berkembang dengan momentum yang cukup perlahan. Meskipun bahan-bahan baharu yang sesuai dengan minat pembaca ditambahkan, imej majalah itu kekal sebagai majalah umum yang sesuai untuk pendidikan.

Apabila Johan Jaaffar dilantik memimpin majalah DBP, dan Nik Zainal Abidin dijadikan editor, barulah *Dewan Masyarakat* berupaya keluar dari kepompong yang sejak lama memenjaranya. Seorang yang berinovasi, Johan mahu melihat *Dewan Masyarakat* sebagai majalah popular yang menjadi bahan bacaan, menjadi pegangan, dan menjadi rujukan semua golongan. Usaha untuk menarik minat pembaca dilakukan. Isu utama yang menjadi fokus dikemukakan dalam setiap keluarannya. Setiap isu utama itu diulas dan dianalisis dari pelbagai perspektif.

Wartawan-wartawan mula dihantar ke lokasi tertentu untuk membuat penyelidikan dan memperoleh bahan secara *first hand*. Demikianlah isu-isu seperti Tragedi Natrah, Police Force 136, profil Shamsiah Fakeh, dan sebagainya dibongkar dan dipersembahkan dengan perspektif yang baharu. Kemuncak kejayaan *Dewan Masyarakat* adalah apabila edarannya mencapai 100,000 naskhah pada Julai 1989—suatu kejayaan yang luar biasa bagi sebuah majalah umum, pada waktu minat pembaca semakin beralih kepada majalah khusus. Pada tahun yang sama, wartawannya, Fatini Yaakub terpilih sebagai pemenang Hadiah Kewartawanan Majalah 1989—suatu yang tidak pernah berlaku kepada wartawan majalah DBP sebelum ini.

PENGGHUSUSAN MAJALAH UMUM PINGGIRAN

Pada dekad yang sama, tidak lebih 10 majalah umum baharu diterbitkan, dan kebanyakannya mempunyai hayat yang pendek. Majalah yang bersifat pinggiran ini diterbitkan dengan tidak serius dan ternyata tidak dapat memecahkan dominasi tiga majalah yang dibincangkan sebelum ini—*Mastika*, *Sarina*, dan *Dewan Masyarakat*. Antara majalah yang dimaksudkan ialah *Seleksi* (Januari 1980) yang diterbitkan oleh Wineka Publishing & Communication, *Saripati* (Julai 1980) oleh Mulya Utama Enterprise, *Pembina* (Mei 1981) oleh Pustaka Dahlia di Kota Bharu, *Daiges Malaysia* (Ogos 1983) oleh Media Intelek, *Elita* (Disember 1983) oleh Sarjana Enterprise, dan *Pembina Generasi* (November 1984) oleh Nurin Enterprise. Yang paling lama bertahan ialah *Daiges Malaysia* yang diterbitkan oleh Azran Abdul Rahman sebagai majalah ketiga Media Intelek setelah dua majalah pendidikannya, *Prisma* dan *Prestasi*. Dinyatakan sebagai “majalah bulanan pengetahuan untuk bacaan masyarakat umum”, *Daiges Malaysia*, meskipun dapat bertahan sehingga Mac 1988, penjualannya agak mengecewakan dengan sirkulasi sekitar 10,000 naskhah sahaja.

Saripati yang penerbitannya terhenti pada Oktober 1979 muncul semula pada Julai 1980. Majalah yang diterbitkan oleh Abu Bakar Ninggal ini merupakan daiges

pengetahuan untuk bacaan para pelajar menengah atas dan masyarakat umum. Dikatakan bahawa majalah ini mengandungi

“rencana yang bercorak ilmu pengetahuan umum untuk pelajar-pelajar, rencana dan ulasan politik tempatan dan antarabangsa sudah menjadi dasar dan konsep kami” dan dasar *Saripati* ialah “Berjuang demi kebenaran dan keadilan agar setiap anggota masyarakat bertambah ilmu pengetahuannya, semakin luas pandangannya atas dasar taat setia kepada ideologi negara dengan nasionalisme yang tahan uji dan terpuji.”

(*Saripati*, Julai 1980: 5)

Pada April 1981 dinyatakan “Di samping ruangan resipi masakan, *Saripati* juga dilengkapi dengan cara hiasan rumah yang menarik dan kerja tangan yang mudah diikuti oleh kaum wanita. Gambar-gambar warna mengenai ruangan wanita ini adalah dilakukan sebagai memenuhi saranan dari ramai pembaca wanita yang menghubungi pihak redaksi kami.” Bagaimanapun, majalah itu diberhentikan mulai Mei 1981 kerana kekurangan pembaca.

Selain itu, dua majalah bercorak *human interest* yang lebih kurang sama konsepnya antara satu dengan yang lain—*Koleksi* (September 1978) dan *Variasari* (Januari 1979)—masih diterbitkan dan mempunyai peminatnya sendiri. *Koleksi* yang diterbitkan oleh Pustaka Analisa dipimpin oleh Jamari Abdul Shukor dengan dibantu barisan sidang pengarang yang terdiri daripada Ismail Hamzah Nasution, Rohani Halib, dan Indra. Majalah ini nyata merupakan saduran daripada majalah-majalah *human interest* Indonesia kerana banyak menyiarkan tulisan yang berlatarkan masyarakat negara jiran itu. Kisah-kisah seram, pelik, dan luar biasa yang tersiar di *Koleksi* diubah suai daripada majalah terbitan negara itu atau daripada majalah antarabangsa.

Bagaimanapun, resepi *Koleksi* sedemikian nyata tidak mengecewakan pendukungnya, malahan pengedarannya bukan sahaja meluas di Malaysia, tetapi penerbitnya juga mendakwa majalah itu turut diedarkan di Indonesia, Singapura, dan Brunei. *Koleksi*, Mei 1980 menyatakan bahawa majalah itu diedarkan di Malaysia oleh Syarikat Usahasama Farouk-Subky, di Indonesia oleh Selecta Group, Kebon Kacang 29/4, Jakarta; di Sabah dan Sarawak oleh SRT Sdn Bhd, Arked Kota Kinabalu International Hotel. Mulai Mac 1979, ia mendapat keizinan untuk diedarkan ke Singapura oleh A. Karim Hj. Omar, No. 16, Bussorah Street, Singapura dan Brunei oleh Aik Bee Co., Peti Surat 2165, Bandar Seri Begawan. *Koleksi* dapat bertahan sehingga terhenti pada Oktober 1983 ekoran masalah modal yang dihadapi penerbitnya. Bagaimanapun *Koleksi* muncul semula pada Januari 1984. Kali ini diterbitkan oleh P.T. Nor yang mengambil alih majalah itu daripada Pustaka Analisa. Pada Mei 1984, *Koleksi* menyatakan dasarnya sebagai “... menyumbangkan bahan-bahan bacaannya yang bercorak misteri, agama, kisah benar, pendedahan, di samping bahan-bahan bersifat ilmiah, pengetahuan, dan pendidikan yang diharapkan dapat memenuhi selera para pencintanya.” Jamari Abdul Shukor masih menjadi pengarang majalah sehingga September 1984 apabila *Koleksi* terpaksa diberhentikan kerana tidak mampu bersaing dengan akhbar tabloid.

Amalan menyadur majalah asing ini juga menjadi ikutan *Variasari*, malahan majalah terbitan Kumpulan Variapop ini mendakwa mempunyai ikatan dengan

penerbit di Indonesia untuk menyiarkan semula bahan-bahan yang telah diterbitkan di negara itu. Kumpulan Variapop ditubuhkan pada 1978 oleh Mustafa Hj. Ton dan beroperasi di Jalan Raja Alang, Kampung Baru, Kuala Lumpur. Syarikat penerbitan itu mengambil alih penerbitan *Variapop* (Oktober 1975), *Variasari* (Mac 1976), *Varia Filem* (Oktober 1976), dan *Varia Lagu* (November 1976) yang asalnya diterbitkan oleh Penerbitan Surat, *Famili* (Jun 1982), *Suasana* (September 1990), *Selera* (Oktober 1993), dan *Hidayah* (September 1998). Pada tahun 1993, Kumpulan Variapop diambil alih oleh Gagasan Baiduri Sdn. Bhd. yang turut menerbitkan akhbar *Watan* dan operasinya dipindahkan ke Taman Setiawangsa, Keramat sebelum dipindahkan lagi ke Taman Permata, dan akhirnya ke Taman Tun Dr. Ismail pada tahun 1997. Pada 27 Ogos 1977, syarikat ini mendapat petisyen daripada pencetak Art Printing Works kerana berhutang sebanyak RM177,615.88 sehingga 3 Mac 1997 termasuk faedah berjumlah RM46,093.94. Bagaimanapun, Kumpulan Variapop dapat terus beroperasi sehingga kini dengan meneruskan penerbitan majalah-majalahnya seperti *Variasari*, *Variapop*, dan *Hidayah*.

Variasari sendiri mempunyai sejarah penerbitan yang agak menarik. Kali pertama diterbitkan pada Mac 1976 sebagai majalah politik, majalah ini kurang mendapat sambutan dan terhenti setelah dua keluaran. Pada Oktober 1976, majalah ini diterbitkan buat kali kedua, tetapi terhenti lagi pada Jun 1977. Diterbitkan kembali pada Januari 1979 sebagai majalah daiges *human interest*, majalah ini mula mendapat sambutan meskipun bilangannya belum memadai untuk mengelakkan penerbitnya memberhentikan majalah itu pada Mei 1980. Pada April 1981, *Variasari* muncul kembali buat kali keempat dan sedikit demi sedikit berjaya menarik pembaca sehingga menjadi majalah utama yang menampungi minat terhadap hal-hal luar biasa, seram, misteri, dan aneh. Pada pertengahan dekad 80-an, edaran *Variasari* dianggarkan berjumlah 90,000 naskhah dan mencapai 120,000 naskhah pada akhir dekad 80-an. Bagaimanapun sirkulasinya agak menurun kepada sekitar 65,000 hingga 70,000 naskhah pada dekad 90-an, khususnya apabila konsep *Mastika* diubah kepada *human interest* mulai Ogos 1995.

PERKEMBANGAN MAJALAH KHUSUS DEKAD 80-AN

Dekad 80-an merupakan dekad kesuburan majalah-majalah khusus. Untuk fesyen, terdapat *Dunia Fesyen* (Januari 1982) manakal untuk hiasan rumah, terdapat *Cipta* (November 1981). Untuk mereka yang meminati buku, terdapat majalah dwibahasa *Readers Arena* (1984), *Readers Archade* (Oktober 1984), dan *Berita Buku Malaysia* (Januari 1988). Khusus untuk berita, terdapat *Era* (Mac 1985) dan *Eksklusif* (Oktober 1989). Pembaca lelaki pula mempunyai majalahnya sendiri, *Lelaki* (Mei 1980). Bagi yang meminati bidang perniagaan, terdapat *Dunia Dagang* (Ogos 1983), *Usahawan* (Julai 1986), dan *Intisari Dagang* (April 1989). Peminat grafik boleh membaca *Fantasi* (September 1985), sementara mereka yang ingin menjaga kesihatan boleh membaca *Sihat* (September 1989). Pengkhususan majalah sukan juga semakin ketara pada dekad ini. Peminat bola sepak boleh membaca *Bolasepak* (Oktober 1980), sementara mereka yang meminati sukan motosikal boleh membaca *Mat Scrambler* (Ogos 1983) dan *Roda-Roda* (November 1986). Peminat kereta disediakan dengan *Sensasi* (Ogos 1988) sementara peminat silat disuguhkan dengan *Pendekar* (Oktober 1988). Majalah pada dekad 80-an sudah semakin disempitkan ruang lingkungannya dan semakin

cenderung untuk memuaskan minat pembaca dengan semaksimum mungkin. Inilah trend yang berlaku dan majalah hanya memenuhi keperluan itu.

Pada dekad ini, 26 majalah baharu yang khusus melayani pembaca khusus telah diterbitkan. Kesedaran dalam kalangan penerbit untuk meluaskan konsep majalah dan dengan demikian meluaskan skop khalayak pembacanya semakin digantikan dengan kesedaran bahawa melayani khalayak yang mempunyai minat tersendiri bukan sahaja dapat menawan taat setia mereka kepada majalah, tetapi akan dapat menarik pengiklan. Pengiklan lebih yakin bahawa mesej iklan mereka akan terus mengena sasaran pembaca majalah khusus berbanding majalah umum. Majalah yang disifatkan oleh Merril dan Lowenstien sebagai *unit specialization* dapat dipecahkan berdasarkan jenis khalayak yang dilayaninya atau bentuk majalah itu sendiri seperti majalah wanita, humor, pendidikan, agama, dan hiburan. Selain itu, terdapat pula beberapa buah majalah yang kehadirannya cukup penting disentuh dalam senario permajalahan Melayu dekad 80-an ini. Kehadiran majalah-majalah yang dimaksudkan itu agak unik sifatnya dan sesetengahnya mempunyai pengaruh serta bertindak menjadi pentakrif terhadap minat pembacaan semasa masyarakat ketika itu.

PENUTUP

Seperti juga dengan media massa yang lain, majalah Melayu turut mengalami lingkaran perubahan yang dinyatakan oleh Merril & Lowenstein (1963: 6-9). Menurut mereka, media massa akan cenderung untuk mengalami tiga tahap penerimaan dalam kalangan khalayak, iaitu tahap elitis, tahap popular, dan yang terakhir, tahap *specialized* atau pengkhususan. Tahap elitis dalam majalah Melayu berlaku sebelum Perang apabila majalah dibaca oleh segelintir masyarakat kota yang berpendidikan.

Selepas Perang, majalah mula mencapai tahap popular. Sistem pendidikan yang semakin maju di samping sistem pengedaran majalah yang semakin cekap membolehkan majalah dibaca oleh golongan massa di seluruh ceruk negara, meskipun pusat penerbitan majalah terletak jauh di selatan, di Singapura. Tahap popular ini tidak berkembang lama kerana setiap segmen majalah mendambakan medan yang dapat memuaskan kehendak pembacaan mereka yang lebih khusus. Dari sinilah majalah Melayu bergerak ke tahap khusus. Bagi majalah Melayu, dekad 70-an merupakan titik tolak terhadap bermulanya majalah yang bersifat khusus ini.

RUJUKAN

- Abdul Latiff Abu Bakar. 1997. *Peranan Media dalam Pilihan Raya Persekutuan*. Shah Alam: Penerbit Fajar Bakti.
- A. Jalil Ali. 1996. *Sarina: Daripada politik kepada wanita sebelum hilang tanpa kesan*. *Sasaran*. Jld. 8.
- Hamedi Mohd Adnan. 1996. *Penerbitan dan Pemasaran Buku di Malaysia*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.

- Hamed Mohd Adnan. 2000. Ekonomi penerbitan majalah-majalah Sebelum Merdeka. Tesis Ph.D, Jabatan Pengajian Media, Universiti Malaya.
- Hamed Mohd Adnan. 2003. *Dunia Permajalahan Melayu*. Shah Alam: Karisma Publications.
- Merril, John C. & Ralph Lowenstein. 1963. *Media, Messages and Man*. New York: McKay.
- Partridge, Robert S.B. 1938. *The History of the Legal Deposit of Books Throughout the British Empire*, London: The Library Association.
- Wilson, James & Stan Le Roy Wilson. 1995. *Mass Media Mass Culture: An Introduction*. 4th Edition. New York: McGraw-Hill Inc.

