

## **SIRKULASI DAN PENGEDARAN MAJALAH MELAYU SELEPAS PERANG**

### ***CIRCULATION AND DISTRIBUTION OF MALAY MAGAZINE AFTER WAR***

*Hamed Mohd Adnan  
Universiti Malaya  
hamed@um.edu.my*

#### **ABSTRAK**

Untuk membolehkan sebuah majalah bertahan di pasaran, tiga elemen perlulah bantu-membantu untuk mengukuhkannya, iaitu kandungan editorial, sirkulasi atau pengedarannya, dan sumber daripada iklan. Kandungan editorial bertanggungjawab untuk menarik pembaca dan dengan demikian akan meningkatkan sirkulasi. Peningkatan sirkulasi pula selalunya menyebabkan meningkatnya pendapatan daripada iklan. Dengan demikian, ketiga-tiga tiang itu, iaitu editorial, sirkulasi, dan periklanan amat penting untuk survival majalah. Sirkulasi merujuk pada jumlah edaran majalah kepada audiens. Majalah yang sirkulasinya baik banyak bergantung pada kecekapan dan keberkesanan teknik pemasarannya, di samping kecekapan sistem pengedaran yang digunakan penerbit untuk menyampaikan majalahnya kepada pembaca. Seperti pada periode sebelum perang, para penerbit majalah Melayu selepas perang bergantung sepenuhnya pada sirkulasi majalah untuk menampung perbelanjaan penerbitan dan mengharapkan untung. Artikel ini akan mengupas kedudukan sirkulasi dan pengedaran yang diamalkan dalam penerbitan majalah Melayu selepas perang dan kesannya terhadap kedudukan majalah di pasaran.

**Kata Kunci:** Majalah Melayu; sirkulasi dan pengedaran majalah; sistem pemasaran media; ekonomi penerbitan; sejarah majalah; media selepas perang dunia kedua

#### **ABSTRACT**

For a magazine to survive in the market, three elements must be strengthened—the editorial content, circulation or distribution, and income from the advertisement. The editorial content is responsible for attracting readers and thus will improve circulation. Increased circulation also often results in the increased revenue from advertising. Thus, these three pillars, namely editorial, circulation, and advertising are very important for the survival of the magazine. Circulation refers to the number of copies sold to the readers. A good mmagazine circulation depends on the efficiency and effectiveness of marketing techniques, as well as the efficiency of distribution system used by publisher to deliver magazine to the reader. The publishers of Malay magazines after the Second World War are entirely dependent on circulation of the magazine to cover expenses and to expect profit. This article will discusses on the status of circulation and distribution practices of Malay magazine publishing after the war and its impact on magazine in the market.

**Keywords:** Malay Magazine, Circulation and Distribution of Magazine, Media marketing System, Publishing economy, history of magazine, media after World War II.

## **Pengenalan**

Dalam perusahaan majalah Melayu sebelum Perang Dunia II, penerbit bergantung sepenuhnya pada sirkulasi atau jualan naskah untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan itu digunakan untuk menampung perbelanjaan penerbitan dan percetakan dan lebihannya dianggap sebagai keuntungan. Satu lagi punca pendapatan, iaitu jualan ruang majalah kepada pengiklan lazimnya sukar diterokai oleh penerbit kerana kesukaran untuk memperolehnya (Hamedi, 2014:68-74). Majalah atau akhbar dalam bahasa Melayu, apatah lagi dalam tulisan Jawi dilihat terlalu asing kepada para peniaga yang berpotensi menjadi pengiklan. Kebanyakan mereka yang umumnya terdiri daripada peniaga Cina atau Eropah memilih penerbitan dalam bahasa Inggeris atau Cina untuk mempermosikan barangan atau perkhidmatan masing-masing.

Ketiadaan sumber pendapatan daripada jualan iklan menyebabkan majalah dalam bahasa Melayu tidak stabil. Sesebuah majalah yang stabil perlulah memiliki keseimbangan dalam tiga tiang yang mendirikannya, iaitu kandungan editorial, sirkulasi atau pengedaran, dan pendapatan iklan (Daly, Henry & Ryder, 1998; Wharton, 1992). Inilah yang dinamakan konsep *three legs of a stool*, iaitu bagaimana ketiga-tiga elemen itu saling membantu untuk membolehkan majalah terus bertahan di pasaran. Majalah yang mantap adalah yang kandungan editorialnya mampu menarik pembaca sehingga sirkulasinya meningkat, dan dengan demikian akan menarik pengiklan pula yang mahu mesej iklannya disampaikan kepada pembaca tersebut.

Namun tugas menjual ruang majalah kepada pengiklan bukanlah mudah bagi penerbitan dalam bahasa Melayu. Sejak dahulu sehingga kini, tarikan komersial terhadap majalah Melayu sentiasa ditewaskan oleh majalah dalam bahasa Inggeris atau Cina. Meskipun jumlah sirkulasi majalah berbahasa Melayu jauh lebih tinggi, namun pengiklan lebih percaya kepada segmen pembaca Inggeris dan Cina yang dilihat lebih berkemampuan dari segi daya beli (Hamedi & Heng, 2011:13-34). Hal ini lebih dirasakan pada periode sebelum Perang Dunia II tatkala jumlah pembaca Melayu masih rendah dan kedudukan ekonomi mereka jauh ketinggalan daripada kaum yang lain.

Disebabkan majalah terlalu bergantung pada sirkulasi, pelbagai masalah terpaksa dihadapi penerbitnya. Dengan terbatasnya jumlah pembaca sasaran, pergantungan kepada sirkulasi semata-mata akan menyebabkan penerbitan majalah menjadi tidak viable. Justeru banyak majalah diberhentikan penerbitannya kerana penerbitnya merasakan tidak berkemampuan menarik pembaca yang munasabah untuk membolehkannya bertahan di pasaran. Artikel ini membincangkan status sirkulasi dan pengedaran majalah Melayu selepas Perang

Dunia II dan amalan yang menjadi kelaziman penerbit majalah dalam menjual majalah masing-masing.

### **Khalayak Pembaca Melayu Selepas Perang**

Periode selepas Perang menyaksikan perubahan yang positif terhadap demografi pembacaan masyarakat Melayu. Jumlah yang celik huruf semakin bertambah dan kemampuan beli mereka juga semakin meningkat. Jumlah sekolah Melayu telah meningkat kepada 2,238 buah pada 1957 berbanding 1,861 pada 1952. Selaras dengan itu jumlah murid juga turut meningkat kepada 431,544 orang pada 1957 berbanding 311,099 orang pada 1952 (*Federation of Malaya Annual Report on Education 1952*: 88-89; *Federation of Malaya Annual Report on Education 1957*: 92-93).

Sudah tentu peningkatan celik huruf dan jumlah pelajar sekolah memberikan kesan yang positif terhadap sirkulasi majalah Melayu. Kalau pada dekad 30-an purata sirkulasi majalah Melayu ialah 1,000 naskhah, pada dekad 50-an puratanya meningkat kepada 3,000 naskhah. Sementara terdapat majalah yang sirkulasinya masih cukup rendah, iaitu 400 naskhah, terdapat pula yang cukup tinggi dengan 30,000 naskhah. Sirkulasi *Pengasoh* adalah seperti berikut: 400 naskhah (Okt-Dis 1952), 500 naskhah (Jan-Mac 1954), 1,000 naskhah (Apr-Jun 1954), 500 naskhah (Jul-Sep 1954), 1,500 naskhah (Okt-Dis 1954), 600 naskhah (Jan-Mac 1955), dan 800 naskhah (Jan-Mac 1957). Jumlah sirkulasi *Hiboran Kanak-Kanak* pula adalah seperti berikut: 3,000 naskhah (Apr-Jun 1951), 1,000 naskhah (Apr 1952), 10,000 naskhah (Okt-Dis 1952), dan 30,000 naskhah (Jan-Mac 1954).

Bagi surat khabar pula, meskipun sirkulasi *Warta Negara* masih berkisar di sekitar 6,000 naskhah, sirkulasi *Utusan Melayu* sudah mencapai 25,000 naskhah, dan harian *Melayu Raya* yang pendek hayatnya pernah mencapai 30,000 naskhah, iaitu tatkala memuncaknya isu Nadra pada 1950. Dengan mengambil kira sirkulasi 25,000 naskhah *Utusan Melayu*, Abdul Aziz Hussain (1959:63) menganggarkan jumlah pembaca pada dekad 50-an di sekitar 100,000 orang. Jumlah itu diperolehi dengan mengandaikan setiap naskhah akhbar itu akan turut dibaca oleh tiga orang yang lain. Daripada jumlah 100,000 orang pembaca itu, Aziz menyatakan bahawa 40 peratus terdiri daripada askar dan polis, 30 peratus guru dan pemuda, 15 peratus kaum wanita, 10 peratus kanak-kanak, dan lima peratus lagi orang dewasa. Tujuh puluh lima peratus daripadanya terdapat di Tanah Melayu, 20 peratus di Singapura, dan lima peratus di Kalimantan Utara. Bilangan pembaca mengikut susunan negeri ialah Singapura, Perak, Selangor, Pulau Pinang, Johor, Kedah, Kelantan, Kalimantan Utara, Negeri Sembilan, Terengganu, Melaka, Pahang, dan Perlis (1959:64-5).

Pada umumnya, semua majalah sudah bersifat nasional. Orang ramai di seluruh Tanah Melayu, Sarawak, Borneo Utara, dan Singapura sudah boleh mendapatkan majalah yang digemari masing-masing di kedai-kedai buku di bandar atau pekan terdekat. Jumlah kedai buku atau gerai yang menjual penerbitan

berkala semakin bertambah, meskipun beberapa buah kedai buku utama sebelum Perang seperti Haji Muhammad Siraj dan Federal Rubber Stamp (Proudfoot 1993) sudah memberhentikan operasinya. Berdasarkan jumlah kedai buku yang menjadi wakil majalah ketika itu yang jumlahnya antara 30 hingga 40 buah, jumlah keseluruhan kedai buku dianggarkan berjumlah 90 hingga 120 buah. Ini berdasarkan andaian setiap wakil majalah mempunyai tiga buah gerai atau kedai buku lain untuk menerima majalah yang diedarkannya.

### **Sirkulasi Majalah Selepas Perang**

Rekod-rekod yang diperoleh daripada *Federal Government Gazette 1948-1957* dan *Singapore Government Gazette 1946-1957*<sup>1</sup> serba sedikit memberikan penjelasan tentang jumlah sirkulasi majalah Melayu pada periode selepas Perang. Memandangkan terdapat majalah Melayu yang tidak berdaftar di bawah kedua-dua undang-undang, maka semua maklumat sirkulasi 145 majalah Melayu yang diterbitkan selepas Perang tidak dapat diperoleh. Hanya 25 buah majalah yang berdaftar di Tanah Melayu dapat dikesan dengan yang paling banyak sirkulasinya *Hiboran Kanak-Kanak* (Januari-Mac 1954) dengan 30,000 naskhah, dan yang paling sedikit sirkulasinya, *Pengasoh* sebanyak 400 naskhah (Oktober-Disember 1952).

Rekod sirkulasi majalah selepas Perang adalah seperti yang berikut: *Mujallah Guru* (3,000 naskhah), *Juita* (1,500 naskhah), *Dunia Film* (3,000 naskhah), *Majalah Comic Melayu* (3,000 naskhah), *Mujallah Murid* (2,000 naskhah), *Filem Juita* (3,000 naskhah), *Pahlawan*

(4,000 naskhah), *Chermin Pengetahuan* (2,500 naskhah), *Dewasa* (3,000 naskhah), *Pedoman Kanak-Kanak* (6,000 naskhah), *Taman Bahasa* (2,000 naskhah), *Kenangan* (1,000 naskhah), *Seruan Majlis* (1,300 naskhah), *Suara Islam* (600 naskhah), *Lidah Penuntut* (2,000 naskhah), *Pembina* (1,500 naskhah), dan *Sinar Baru* (600 naskhah).

Bagi majalah yang diterbitkan di Singapura pula, hanya 28 buah yang didaftarkan dengan yang paling rendah 2,500 naskhah untuk *Kesatuan Islam* (Disember 1945) dan yang paling banyak 15,000 naskhah bagi *Film Raya* (Jun-Sep 1952). Bagi majalah dari Singapura, antara yang penting ialah *Hiboran* (3,500 naskhah), *Kenchana* (4,500 naskhah), *Majallah Tawarikh* (1,000 naskhah), *Sinaran* (5,000 naskhah), *Qalam* (3,000 naskhah), *Film Raya* (15,000 naskhah), *Kanak-Kanak* (1,500 naskhah), *Film* (2,500 naskhah), *Aneka Warna* (6,000 naskhah), *Rumaja* (3,500 naskhah), *Samudera* (1,500 naskhah), *Belia* (3,000 naskhah), *Dunia* (8,500 naskhah), *Majalah Kehidupan* (5,000 naskhah), *Fajar*

---

<sup>1</sup> Maklumat tentang sirkulasi dan maklumat lain seperti tarikh terbit, harga, nama penerbit, nama editor, nama pencetak, saiz majalah, dan jumlah halaman majalah yang diterbitkan di Tanah Melayu dapat diperoleh di dalam *Federal Government Gazette*, iaitu daripada senarai majalah atau buku yang didaftarkan di bawah *Preservation of Books Ordinance, 1950*. Untuk maklumat yang sama tentang majalah yang diterbitkan di Singapura pula, rujukan yang digunakan ialah *Singapore Government Gazette* di dalam *Memoranda of Books Registered in the Catalogues of Books Printed at Singapore under the Provision of The Printers and Publishers Ordinance*.

(1,000 naskhah), *Kesah* (3,500 naskhah), *Pelajar* (1,000 naskhah), dan *Album Malaya Merdeka* (8,000 naskhah).

Jumlah sirkulasi majalah yang didaftarkan di dalam kedua-dua gazet tidaklah melambangkan jumlah sirkulasi majalah Melayu yang sebenar. Sementara lebih banyak majalah lain, hatta yang berpengaruh seperti *Mastika*, *Utusan Film & Sports*, dan *Majallah Bintang* yang tidak didaftarkan, jumlah “sirkulasi” yang didaftarkan adalah jumlah majalah dicetak, bukannya jumlah naskhah yang laku dijual. Di halaman-halaman majalah sendiri, kadang-kadang penerbitnya membuat kenyataan tentang jumlah sirkulasi majalahnya, sama ada dalam bentuk iklan atau nyataan di halaman pengarangnya. Majalah *Dunia*, 29 Januari 1956 menyatakan majalah itu “Setiap terbitnya menggemparkan dunia Tanah Melayu dan Singapura. Kata wakil2 penjual kita, orang selalu maki2 kita kerana tak kecukupan. Kata pembaca2, kita tidak ada majalah2 lain macam *Dunia*. Nyataan iklan itu disertai satu salinan telegram (nama pengirimnya dikosongkan) yang meminta penerbit *Dunia*, Harmy menghantar 10,000 naskhah *Dunia* Bil. 3.

Pada umumnya sirkulasi majalah hiburan jauh mengatasi majalah jenis lain. Dalam keluaran sulungnya *Film Raya* (28 April 1951) dicetak 3,000 naskhah. Setahun kemudiannya, pada keluaran 19 April 1952 penerbitnya menyatakan, “... ternyata benar 3,000 naskhah itu tidak dapat memenuhi keperluan masyarakat pembaca kita. Dalam sehari sahaja 3,000 naskhah itu terjual dan permintaan terus datang untuk ditambah. Maka pada bilangan kedua dan seterusnya naskhah *Film Raya* terus ditambah hingga berada pada angka 17,000 naskhah seminggu dewasa ini. Seterusnya, pada 29 September 1953, *Film Raya* dalam satu halaman iklannya menyiarkan surat daripada juru auditnya, Smalley & Co. yang menyatakan jumlah sirkulasi majalah tersebut. Dinyatakan oleh juruaudit itu “*This is to certify that the net circulation of Film Raya published twice monthly for the year ended 31 March 1953, was 19,609 copies per issue*” (*Film Raya*, 29 September 1953: 20).

*Utusan Film & Sports* (6 November 1952) tidak didaftarkan, tetapi mendakwa sirkulasinya “berbelas-belas ribu” (*Utusan Film & Sports*, 3 November 1953:2). Sebuah majalah hiburan lagi, *Bintang* (10 Mac 1953) dikatakan oleh pengurusnya, Abdullah Hussain (Abdullah Hussain, 1982:354):

Apabila bilangan pertama *Bintang* terbit, berkocak juga kedudukan *Film Raya* dan *Utusan Film & Sports* yang diterbitkan oleh *Utusan Melayu*. Bilangan pertama dicetak 5,000 naskhah itu habis sebelum sampai ke Johor Bahru. Penjual2 surat khabar di Singapura, terutama di Geylang Serai berebut-rebut mengambilnya apabila mereka mendengar majalah itu diterbitkan oleh P. Ramlee... Keluaran keduanya kami cetak 7,500, ketiga 10,000, dan keempat 5,000 mengatasi majalah *Film Raya*. Walaupun kami hanya majalah kecil, tetapi menimbulkan kegelisahan juga kepada pengurus Syarikat Melayu Raya dan Syarikat Utusan Melayu kerana memikirkan pengaruhnya.

Majalah selain hiburan jarang menyatakan jumlah sirkulasi atau naskhah cetaknya. Hal ini disebabkan sirkulasinya rendah. Tindakan pengarang atau penerbit mendedahkan angka sirkulasinya akan sekadar menjatuhkan imej majalah di mata pembaca. Hal ini samalah juga dengan majalah yang sering menawarkan

naskhah-naskhah lama yang tidak laku kepada pembaca dengan potongan harga. *Juita* umpamanya sering mengiklankan naskhah keluaran yang lepas kepada pembacanya. Dinyatakan umpamanya, “Tuan2 sekiranya belum membaca *Juita* tahun satu hingga tahun yang ketiga kirimlah wang RM5.00. Boleh dapat 12 bilangan bersih post kepada Sentausa Store.” (*Juita*, September 1952:16).

Selain itu, jumlah sirkulasi yang rendah akan menyebabkan pengiklan lari kepada majalah lain yang sirkulasinya lebih besar. Wakil penjual pula tidak akan menaruh minat untuk mengedar atau menjualkannya. Namun terdapat juga majalah yang membuat pendedahan secara tidak langsung akan sambutan pembaca, dan dengan demikian membuka pekung di halaman majalahnya sendiri. Sungutan oleh pengarang *Suloh Kemajuan*, M. Karim Ghani wajar kita teliti. Beliau menyatakan:

*Suloh Kemajuan* ini sebuah surat khabar (?) jenis baru yang menyiarkan makalah2 buah fikiran pengarang sendiri. Dunia sekarang sudah pelik, sudah terbalik.

Jikalau kita siarkan cerita asyik mahsyuk, cerita mata2 gelap atau menyiarkan gambar2 separuh telanjang pada tiap2 minggu kita tahu sekarang juga surat khabar boleh laku seperti goreng pisang panas. Ketua Pengarang kita telah bekerja lama di dalam surat khabar... Seorang pengarang yang mempunyai pengalaman 23 tahun. Tetapi untuk surat khabar ini tidaklah dikehendaki laku dengan banyak. Yang dikehendaki ialah sekumpulan bangsa Melayu yang boleh berfikir dan boleh menuntut ilmu bertambah2 lagi. Surat khabar ini berhaluan memberi pengajaran. Dengan kerana itulah surat khabar ini mendapat kemajuan yang perlahan” (*Suloh Kemajuan*, 12 Jun 1948:3).

Seorang pembaca *Majalah Perkawalan* pula menyatakan “Perkembangan *Majalah Perkawalan* amat sedikit bilangannya. Di Federation langsung tidak bersua, ertinya *Majalah Perkawalan* tidak ditatap oleh sesetengah polis di Federation dan mereka tidak tahu akan adanya majalah itu” (*Majalah Perkawalan*, Januari 1955:557). Nyataan sedemikian yang dibuat oleh pengarang kerana kecewa dengan sambutan pembaca dan ingin meraih simpati daripada orang ramai ternyata tidak dapat membantu survivaliti majalah.

### **Sistem Pemasaran Majalah Selepas Perang**

Sirkulasi majalah banyak bergantung pada sistem pemasaran yang digunakan oleh penerbit. Seperti juga halnya sebelum Perang, sistem pemasaran penerbit selepas Perang lazimnya terbahagi dua, iaitu jualan terus kepada orang ramai melalui sistem langganannya, dan yang lebih utama, hubungan dagang antara penerbit dengan kedai-kedai buku yang dipilih menjadi wakilnya. Jumlah langganan majalah dalam kalangan pembaca amat terbatas, meskipun bagi majalah yang diterbitkan oleh pertubuhan. Sirkulasi *Mujallah Guru* hanyalah 3,000 naskhah

sedangkan jumlah ahlinya pada tahun 1950/51 ialah 6,488 orang. Yang terbanyak ialah ahli di Perak (1,257 orang), diikuti Johor (907 orang), dan Kelantan (631 orang). Jumlah langganannya yang kecil menyebabkan pengarangnya sering memohon kepada pembaca, khususnya kalangan guru supaya melanggan majalah itu (Ali Hj. Ahmad 1970: 88). Pada Jun 1951, *Mujallah Guru* menyatakan, “Keluaran *Mujallah Guru* semenjak mula2 memijak Pulau Pinang ialah 1,500 naskhah, tetapi hari ini adalah telah meningkat 3,500 naskhah yang bermakna ada lagi hampir 4,500 orang guru yang patut berlanggan, tetapi tidak berlanggan.”

Kadar bayaran pos ketika itu tidaklah begitu tinggi untuk menyalahkannya sebagai faktor yang menyebabkan kerendahan jumlah langganan. Kadar bayaran penghantaran untuk majalah atau surat khabar pada 1952 ialah 4 sen untuk 2 ouns dan 4 sen lagi untuk tambahan setiap 5 ouns. Untuk bungkusan pula kadarnya ialah 60 sen untuk tidak melebihi tiga paun, RM1.00 tidak lebih tujuh paun, RM1.40 sen tidak lebih sebelas paun, dan RM2.20 untuk tidak lebih 22 paun (*The Malayan Post Office Guide and Telegraph Malaya*, 1952:10-15). Dalam sistem langganan yang lazim, orang ramai yang berminat untuk membeli secara langganan perlu membayar kepada penerbit terlebih dahulu akan nilai majalah dalam tempoh langganan yang dipilihnya, sama ada tiga bulan, enam bulan, atau dua belas bulan. Terdapat penerbit, umpamanya *Qalam Press*—penerbit *Qalam*, *Aneka Warna*, *Film*, *Kanak-Kanak*, dan *Wanita* yang tidak menerima langganan untuk tempoh tiga bulan (mulai Julai 1950) dan kemudian tidak menerima langganan yang tempohnya kurang enam bulan (mulai Februari 1951).

Seperti lazimnya, wang itu akan menjadi cagaran pelanggan kepada penerbit. Dalam kes *Mujallah Guru*, langganannya bergantung pada pertubuhan guru negeri. Inisiatif pertubuhan guru tertentu, umpamanya di Kelantan banyak membantu meningkatkan sirkulasi majalah tersebut. *Mujallah Guru* (Februari 1949: 3) menyatakan terima kasih yang tidak terhingga kepada Mohd Yusof Mustaffa, Setiausaha Agung Persekutuan Guru2 Melayu Kelantan kerana “telah berusaha benar2 menyerukan kepada cik2 guru2 Kelantan supaya tiap2 orang berlanggan tetap dengan *Mujallah Guru*. Sehingga pada mulanya hanya 99 naskhah sahaja, tetapi hari ini naik kepada 229 naskhah sebulan.” Menerusi sistem itu, penerbit akan menghantar naskhah majalah secara tetap kepada persekutuan dahulu sebelum menuntut bayarannya kemudian. *Tunas* juga cuba membuat strategi yang sama, iaitu menghantarkan naskhah majalah dahulu kepada individu tertentu sebelum menagih bayarannya. Bagaimanapun langkah ini hanya dijalankan pada peringkat awal, iaitu pada waktu majalah itu belum cukup dikenali. Mulai 12 Februari 1953, *Tunas* mula menagih bayaran daripada mereka. *Mujallah Guru* juga membuat tindakan yang sama. Dinyatakan, “...Bahawa *Mujallah Guru* masih mempunyai piutang yang berjumlah beribu ringgit. Sekarang *Mujallah Guru* hanyalah dapat dicetak oleh kerana ketugasan dan keberanian pengurusnya semata2.” Pada 25 April 1949, *Mujallah Guru* memberikan ingatan pula, “Adalah pekerjaan *Mujallah Guru* ialah pekerjaan Persekutuan. Oleh itu patutlah kita sama menjalankan kerja-kerja itu secara

Persekutuan di negeri masing-masing. Bila telah diterima majalah, silalah pula menghantar wang harganya itu kepada Setiausaha dan Bendahari.”

Dengan menjual naskhah majalahnya secara langganan, penerbit tidak perlu memberikan diskaun seperti yang terpaksa diberinya kepada wakil penjual. Maknanya penerbit mendapat untung yang lebih besar kerana tidak memberi dalai 20-30 peratus daripada harga majalah. Namun kadang-kadang harga langganan boleh dikurangkan kepada pembaca tertentu, umpamanya kepada murid-murid sekolah seperti yang dilakukan oleh *Ar-Raja*. Majalah agama tersebut memberi potongan harga RM2.50 setahun (kadar biasa RM3.75) dan RM1.50 untuk enam bulan (kadar biasa RM1.90).

Cara pembayaran harga langganan dibuat dengan beberapa cara sehingga kadangkala agak mengelirukan, dan hal ini memaksa penerbitnya membuat penjelasan. Sabirin Hj. Mohd Ani, penerbit *Majalah Comic Melayu*, umpamanya mula memberikan penjelasan kerana para pelanggannya didapati tidak selaras dalam membuat urusan. Antara penjelasan yang diberi ialah:

1. Tulislah alamat yang cukup dan terang supaya jangan jadi kekeliruan.
2. Tiap-tiap surat bubuhlah dengan *stamp* yang cukup yakni 10 sen.
3. Di dalam surat janganlah dibubuh mata wang perak.
4. Pengiriman wang cukuplah dengan Malayan Postal Order (MPO) yang boleh dibeli pada mana-mana *post office*, dan tulislah di atasnya nama Zawyah Publishing House, Post Box 29, Johor Bahru.
5. Pengiriman wang memang selamat dan aman dengan jalan register, tetapi belanjanya ada mahal. Cukuplah hantar dengan MPO sebagai diterangkan di atas.

Terdapat majalah yang diberi secara percuma meskipun tujuan sebenar penerbitnya adalah untuk merangsang perniagaannya yang lain. Yahya Ariff yang menerbitkan bulanan *Ibu Melayu* umpamanya memberikan naskhah majalah itu secara percuma selama sembilan keluaran. Bagaimanapun isu percuma itu hanya diberi kepada para pelajar yang mengikuti pengajian bahasa Inggeris dan Arab melalui pos dengan penerbit, dan malahan tawaran majalah percuma ini menjadi salah satu promosi kepada Yahya Ariff untuk mengembangkan business pengajian secara posnya itu.

Untuk menarik langganan, pelbagai cara digunakan oleh penerbitnya, termasuklah memberikan tawaran hadiah yang lumayan yang kadang-kadang tidak munasabah dengan kemampuan penerbitnya. *Al-Ikhyā* yang diterbitkan oleh Madrasah El-Ehya As-Syariff, Gunung Semanggol menawarkan hadiah RM6,000 setahun kepada para pelanggan majalah itu. Bagaimanapun, cara yang lazim ialah dengan mengiklan di surat khabar atau majalah penerbit yang lain. Dalam iklan-iklan itu nyataan tentang kehebatan majalah dikemukakan. *Warta Jabatan Agama Johor* (WJAJ) dalam iklannya sendiri di majalah itu menyatakan enam alasan mengapa para pembaca harus melanggan majalah itu.



Penjualan melalui langganan terus memberikan banyak kelebihan kepada penerbit. Wang langganan yang diterima dapat digunakan sebagai modal pusingan untuk menerbitkan majalah. Dengan demikian penerbit dapat merancang penerbitan majalahnya dengan lebih baik. Jumlah pendapatan yang diterimanya juga jauh lebih banyak berbanding dengan jika ia menjual majalahnya melalui orang tengah. Dengan langganan terus, penerbit tidak perlu membayar dalal atau membuat potongan harga. Harga majalah akan dibayar sepenuhnya oleh pelanggan. Selain itu, jumlah langganan akan menjadi indikator kepada penerbit untuk menentukan jumlah naskah yang perlu dicetak dalam sesuatu keluaran. Disebabkan jumlah langganan ini menjadi pembeli yang pasti, penerbit dapat membuat anggaran yang lebih realistik dan risiko naskah tidak terjual dapat dikurangkan.

Namun demikian, pengurusan langganan terus kadangkala terlalu remeh dan menjadi beban kepada penerbit. Penerbit terpaksa membuat pelbagai tugas seperti membuat promosi untuk langganan, memproses langganan, menerima dan merekodkan bayaran, mengemaskinikan rekod langganan, menghantar naskah, dan sebagainya. Dengan itu tumpuan penerbit terhadap kerja yang lebih penting seperti pemantapan isi majalah dan aktiviti pemasaran dan pengedaran teralih kepada kerja yang remeh-temeh ini. Disebabkan organisasi penerbit masih *simple* dengan jumlah kakitangan yang terbatas, tugas rutin berhubung dengan langganan terpaksa dilakukan oleh kakitangan editorial, sedangkan pada masa yang sama mereka harus menyiapkan kopi majalah untuk keluaran seterusnya. Akibatnya banyak majalah yang lewat pengeluarannya. *Pengasoh* (21 Jun 1955) menyatakan, “Kepada para pelanggan dan peminat *Pengasoh*, kami nyatakan rasa penyesalan dan dukacita kami kerana *Pengasoh* sering terlambat terbitnya dan tetap sampai ke tangan para langganan yang setia mengikutinya.”

### **Penggunaan Ejen Penjual**

Langganan terus kepada pembaca bukanlah saluran pengedaran majalah yang utama. Saluran yang paling penting ialah ejen penjual yang terdiri daripada kedai-kedai buku di bandar atau pekan. Amalan biasa pada periode sebelum Perang ialah para penerbit membuat tawaran secara terbuka di dalam majalah untuk sesiapa sahaja menjadi ejennya. Amalan terbuka ini semakin kurang pada periode selepas Perang meskipun masih dilakukan oleh penerbit. Pada periode ini, lazimnya kedai buku akan menghantar surat kepada penerbit dan menawarkan diri untuk menjadi wakil penjual atau ejen majalahnya. Para penerbit juga akan menulis surat kepada kedai buku untuk mempengaruhinya menjadi ejen. Surat itu menjelaskan konsep majalah dan kandungannya secara umum dan kekuatan atau kehebatan majalah, di samping nyataan tentang syarat dagang yang perlu dipatuhi.

Surat-surat seperti itu atau maklumat lain tentang majalah baharu yang akan diterbitkan itu menjadi rangsangan kepada kedai atau ejen untuk membuat pesanan kepada penerbit. Jumlah naskah yang dipesan oleh kedai atau ejen akan

menjadi indikator tentang bilangan naskhah yang akan dicetak oleh penerbit. Untuk memenuhi pesanan daripada setiap ejen, penerbit menghantar naskhah melalui pos atau dengan pengangkutan darat. Cara penghantarannya pelbagai. Yang biasa di Singapura adalah dengan menggunakan kereta kecil atau van. Untuk ke Tanah Melayu pula, yang lazim digunakan ialah van atau lori dan kereta api. Para penerbit majalah utama di Singapura umpamanya mengupah syarikat pengangkutan, sama ada secara persendirian atau berkongsi untuk membawa majalah kepada ejen atau wakil penjual. *Bintang* umpamanya menggunakan lori Syarikat Pengangkutan Hock Cheong yang turut mengangkut majalah terbitan Melayu Raya Press, termasuklah *Film Raya* yang menjadi saingan *Bintang*. Masalah penghantaran timbul apabila syarikat pengangkutan itu enggan membawa *Majalah Bintang* kerana "... mereka (syarikat saingan) akan membatalkan pengiriman dengan kami kalau kami membawa majalah tuan." Masalah itu diselesaikan apabila penerbit memberi rasuah kepada pemandu syarikat tersebut untuk turut membawa *Majalah Bintang* (Abdullah Hussain, 1985: 355. Meskipun demikian, perkhidmatan pos lebih banyak diberi perhatian penerbit. Perbelanjaan penghantaran lazimnya ditanggung oleh penerbit.

Ejen atau kedai buku memperoleh untung kerana mereka diberi dalal atau potongan harga oleh penerbit. Dalal yang lazim untuk period selepas perang masih sama dengan periode sebelumnya, iaitu antara 20 hingga 30 peratus daripada harga jualan majalah. Kadar dalal yang diberi bergantung pada bilangan naskhah yang dapat dijual oleh ejen. Seperti juga pada periode sebelumnya, urus niaga penerbit dengan ejen dijalankan secara *on-orders* (pesanan) atau *consignment* (kirim jual). Untuk urus niaga secara pesanan (ejen memesan sejumlah naskhah daripada penerbit, ejen atau penjual tidak dibenarkan memulangkan semula kepada penerbit jika naskhah majalah tidak laku. Untuk kirim jual pula (penerbit menghantar naskhah terus kepada ejen tanpa menunggu pesanan), dan ejen dibenarkan memulangkan semula majalah yang tidak laku. Kos penghantaran semula bergantung pada persetujuan kedua-dua belah pihak dan lazimnya ditanggung bersama. Bayaran harga majalah setelah ditolak dalal akan dibuat oleh ejen kepada penerbit mengikut masa yang ditetapkan, sama ada sebulan sekali bagi majalah mingguan atau tiga dan enam bulan sekali untuk majalah bulanan.

Kebanyakan penerbit menggunakan ejen sebagai wakil penjual dan tidak wakil tunggal. Pada awal tahun 50-an, antara wakil penjual yang aktif di Tanah Melayu ialah Al-Habsyee (Mile Road, Melaka), Hj. Abdullah Fakeh (Riverside, Melaka), Aneka Store (Seremban), M.N. Abdul Hamid (Batu Road, Kuala Lumpur), H.M. Amin (Main Street, Kajang), A. Yusof Hj. Ibrahim (Banting), S.A. Aziz Brothers (Railway, Kelang), Omar Hj. Ali (Kuantan), Toko Md. Mokhtar Bakrie (Ipoh), Buyung Yunos (Teluk Anson), Az-Ziniah Press (Pasar Melayu, Taiping), Timur Store (Pulau Pinang), H.A. Abdul Majeed (Alor Setar), Yahya Basheer (Pekan Rabu, Alor Setar), A. Abdul Rahim (Jalan Ibrahim, Johor Bahru), N.S. Sulaiman (Jalan Maharani, Muar), Alias A. Bakar (Segamat), N.A.H. Maideen (Port Dickson), dan Zainab Store (Kota Bharu, Kelantan). Di Singapura pula, antara yang aktif ialah Antara kedai buku yang utama di Singapura ialah Hasyim Abdullah (Arab Street (Kampung Baru Road), S.M. Shariff M.M. Ibrahim

(Kampung Baru Road), M. Abdullah (Bussorah Street), dan Mohamad Bookstore (Serindit Road).

Dengan menggunakan ejen sebagai wakil penjual, penerbit dapat mengawal pengedaran majalahnya dan mempunyai kuasa untuk melantik wakil penjual lain di kawasan yang sudah ada wakil. Kuasa seperti ini penting jika wakil penjual yang ada menimbulkan masalah, khususnya dalam prestasi pengedarannya atau prestasi pembayarannya kepada penerbit. Seandainya wakil tunggal dilantik, penerbit akan terlalu bergantung padanya. Akibatnya jika wakil tunggal menghadapi atau menimbulkan masalah, penerbit akan menerima akibatnya.

Wakil penjual lazimnya dilantik di bandar atau pekan besar. Kebanyakan mereka merupakan kedai buku Melayu atau India Muslim. Disebabkan kedai buku mereka paling besar di pekan atau bandar, beberapa buah penerbit akan melantiknya menjadi wakil penjualnya. Tidak ada faktor yang khusus di kalangan penerbit untuk menarik kedai-kedai buku di Tanah Melayu dan Singapura untuk menjadi ejen majalahnya meskipun populariti penerbitnya mungkin menjadi pendorong mereka untuk turut menjadi ejen. *Bintang* (10 Mac 1953) yang diterbitkan oleh Bintang Publishing House umpamanya menarik sejumlah besar ejen dari seluruh Tanah Melayu dan Singapura. Majalah yang dimodali oleh sekumpulan pelakon yang diketuai oleh P. Ramlee itu menarik 50 wakil penjual dengan sembilan buah daripadanya di Singapura, sebelas ejen di Johor, lapan buah di Perak, enam buah di Negeri Sembilan, empat buah di Melaka, dan 13 buah di Selangor.

Pengedar tunggal (*sole distributor*) juga sudah mula digunakan penerbit pada periode ini. Antara pengedar yang utama pada tahun 1950-an ialah Malayan Magazine Distributors, Singapura yang mengedarkan majalah terbitan Geliga Publications Bureau seperti *Asmara*, *Rumaja*, dan *Irama* dan News Distributors, Johor Bahru yang di samping mengedarkan majalah Geliga Publications Bureau, turut mengedarkan *Kritik*, *Pedoman*, dan *Pati* yang diterbitkan oleh Pedoman Press. *Pengasoh* pula melantik Abu Bakar AlAhmadi, Kota Bharu sebagai “pembahagi tunggal ke seluruh Tanah Melayu, dan mana2 wakil penjual silalah berurusan dengan beliau” (*Pengasoh*, 15 Februari 1953:2). Untuk melindungi urusan niaga majalahnya daripada sebarang risiko, kebanyakan penerbit mensyaratkan wakil tunggal membayar deposit. Wang cagaran akan dipegang oleh penerbit dan kadar nilai urusan niaga wakil penjual dengan penerbit pada satu-satu masa akan bergantung pada nilai cagarannya. Jika nilai cagarannya besar, banyak naskhah majalah yang dapat diambilnya. Sebaliknya jika nilai cagarannya kecil, jumlah naskhah majalah yang boleh diambil atau dipesan menjadi terbatas. Bagaimanapun, syarat pendepositan wang ini tidaklah terlalu rigid, begitu juga dengan nilai transaksi majalah pada satu-satu waktu. Lazimnya penerbit memberikan kelonggaran kepada wakil penjual. Hubungan peribadi atau percayamempercayai kejujuran masing-masing menjadi perkiraan yang lebih penting.

## **KESIMPULAN**

Amalan sirkulasi dan pengedaran majalah Melayu selepas perang tidak banyak bezanya dengan perode sebelumnya. Meskipun sistem langganan terus menjadi semakin penting, namun penggunaan wakil atau ejen penjual terus mendominasi pengedaran majalah. Penerbit memerlukan tenaga mereka untuk membolehkan majalah tersedia di bandar atau pekan di seluruh Tanah Melayu. Wakil penjual bersifat bebas, dalam erti kata mereka mungkin menjadi wakil penjual beberapa buah majalah atau beberapa penerbit pada masa yang sama. Pada masa yang sama, penerbit sendiri menjalankan usaha lain untuk menjual naskhah majalahnya dan tidak semata-mata bergantung pada wakil penjual. Antaranya penerbit menjual majalah secara langganan terus kepada pembaca dan malahan kebanyakan penerbit membuka pintu untuk jualan terus secara runcit kepada pembaca.

Namun seperti hanya dengan sebelum perang, isu hutang tertunggak masih terus menjerat penerbit pada peride selepas perang. Mengikut amalan perniagaan yang ideal, apabila majalah siap diterbitkan sahaja, penerbit akan menghantar naskhah majalah kepada wakil penjual sama ada menerusi jalan pos atau jalan darat. Serahan dan penerimaan naskhah majalah dilakukan dengan kesedaran bahawa apabila masanya cukup (lazimnya sebulan bagi majalah mingguan atau tiga bulan bagi majalah bulanan) nanti, wakil penjual akan membayar nilai harga majalah yang dijualnya setelah ditolak komisyen yang disetujui bersama. Wakil penjual seharusnya tahu sendiri akan tugasnya dan tidak perlu menunggu sehingga penerbit membuat tuntutan.

Pada masa yang sama penerbit juga tertunggak wang daripada langganan terus. Banyak pembaca yang berlanggan terus daripada penerbit tidak menunaikan janji untuk membuat bayaran apabila tiba masanya. Dalam dunia permajalahan Melayu, soal pembayaran inilah yang menjadi cukup dominan. Soal hutang tertunggak atau tidak berbayar inilah masalah paling besar yang terpaksa dihadapi penerbit (Hamedi 2013:

96). Dan masalah inilah yang sering meragut nyawa majalah Melayu.

## **RUJUKAN**

- Abdul Aziz Hussain. (1959). *“Penerbitan buku2 dan majalah2 Melayu di Singapura di antara bulan September 1945 dengan bulan September 1958”* Latihan Ilmiah Jabatan Pengajian Melayu, Universiti Malaya, Singapura.
- Abdullah Hussain. (1985). *Sebuah Perjalanan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Ali Hj. Ahmad. (1970). *“Muhamad Yusuf Ahmad and Majallah Guru”* Tesis Ph. D, Universiti Monash.
- Daly, Charles P., Patrick Henry & Ellen Ryder. (1996). *Magazine Publishing Industry*. New York: Allyn & Bacon.
- Hamedi M. Adnan & Heng Gek Koon, *Trend Periklanan Majalah Melayu dan Inggeris di Malaysa*. Bangi: Medium Publications.

- Hamed M. Adnan. (2013). *Dunia Majalah Melayu Selepas Perang: Editorial, Sirkulasi dan Iklan*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Johnson, Sammie & Patricia Prijatel. (1998). *Magazine: From Cover to Cover*. Chicago: NTC Publishing Group.
- Mariah Hj. Salleh. (1976). "Akhbar Persahabatan 1936-37: Satu Tinjauan". Latihan Ilmiah Sains Kemasyarakatan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Md. Sidin Ahmad Ishak. (1998). *Penerbitan & Percetakan Buku Melayu 1807-1960*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Proudfoot, I. (1985). "Pre-war Malay periodicals notes to Roff's bibliography drawn from government gazettes" dlm. *Kekal Abadi*.
- Proudfoot, Ian. (1987). "A Nineteenth-century Malay bookseller's catalogue" dlm. *Kekal Abadi* 6.4 (1987), hlm. 1-11.
- Proudfoot, Ian. (1993). *Early Malay Printed Books*. Kuala Lumpur: Academy of Malay Studies & Library University of Malaya.
- Roff, William R. (1972). *Bibliography of Malay and Arabic Periodicals Published in the Straits Settlements and Peninsular Malay States 1876-1941*. London: Oxford Univ. Press.
- Roff, William R. (1975). *The Origin of Malay Nationalism*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- The Malayan Post Office Guide and Telegraph Malaya*. (1938).
- Wharton, John. (1992). *Magazine Publishing*. London: Blueprint.

