

SIRKULASI MAJALAH MELAYU SELEPAS PERANG: PERTIMBANGAN EKONOMI PENERBITAN

HAMEDI MOHD ADNAN

ABSTRACT

This article deals with three main elements in magazine publishing, namely editorial, advertising and circulation. The focus of the study is on Malay magazines, published between 1900 to 1957, the year Malaya got their independent from the British. Two hundred and sixty five magazines were published during the period, with 120 magazines published before the Second World War, while the rest published between 1945 up to August 1957. This study shows that only editorial were given serious attention by the publishers, while elements of advertisement and circulation were almost ignored. As such, the life span of most magazines were short, especially those published before the War. However, aspects of economic publishing were given more serious attention after the War, where consequently, the life span of the magazines were much longer.

PENDAHULUAN

Pada umumnya, ekonomi penerbitan merujuk kepada pertimbangan yang dilakukan oleh para penerbit—lazimnya pertimbangan dari sudut ekonomi—apabila menerbitkan sesebuah majalah. Pertimbangan ini dibuat secara berterusan pada sepanjang hayat majalahnya dan bukan hanya apabila ia mahu mula menerbitkan majalah. Berapakah modal yang disediakan untuk penerbitan majalah? Bagaimanakah caranya untuk mengurangkan kos pengeluaran tanpa menjejaskan kualiti majalah? Apakah pendekatan editorial yang seharusnya digunakan untuk memikat pembaca? Daripada sekian banyak jumlah populasi, cukupkah segmen pembaca yang dituju untuk memastikan majalah bertahan lama? Bagaimana pula ruangan-ruangan majalah dapat dijual kepada pengiklan? Apabila majalah siap dicetak, apakah saluran yang terbaik untuk mengedarkannya kepada para pembaca? Bagaimana pula harga majalah ditentukan? Demikian antara soalan yang perlu difikirkan penerbit sepanjang masa program penerbitan majalahnya dijalankan.

Untuk membolehkan sesebuah majalah mantap dan *viable* diterbitkan, tiga elemennya yang penting iaitu editorial, sirkulasi, dan iklan harus memainkan peranan masing-masing dengan berkesan. Bahan-bahan editorial yang dipaparkan dalam majalah harus dapat menarik minat pembaca. Bentuk fizikal majalah harus mampu menawan orang ramai. Kulit (*cover*) majalah harus berupaya mencuit mata mereka sehingga mampu pula menggerakkan hati mereka mendekati dan seterusnya membeli majalah itu. Kandungan majalah akan memainkan peranan selepas itu. Gaya persembahan, teknik perekaan, manipulasi gambar, kewibawaan penulis, dan

maklumat yang terkandung di dalamnya, semuanya harus dapat meyakinkan pembacanya bahawa mereka tidak silap membelanjakan sejumlah wangnya untuk membeli majalah tersebut.

Pada masa yang sama atau lebih awal lagi, penerbit harus mempunyai perancangan tentang bagaimana majalahnya akan dipasarkan. Bagaimana caranya untuk menarik langganan daripada pembaca? Bagaimana pula untuk meyakinkan para pekedai agar mereka membuat pesanan? Apakah sistem penjualan yang layak sekali diamalkan? Selepas itu, bagaimana caranya untuk meningkatkan jumlah sirkulasi majalah atau bagaimana untuk mempertahankan tahap sirkulasi yang sedia ada? Wajarkah promosi besar-besaran dilakukan untuk memperkenalkan majalah? Bagaimanakah cara untuk memberitahu kewujudan majalah itu kepada orang ramai? Di bahagian lain pula, bagaimana caranya untuk meneroka pendapatan daripada jualan ruang iklan majalah? Bagaimanakah cara untuk meyakinkan pengiklan bahawa segmen pembaca majalah cukup bernilai kepada perniagaan mereka? Perlukah penerbit menubuhkan sebuah bahagian yang khusus untuk menguruskan jualan ruang-ruang iklan?

Semua persoalan yang merangkumi tiga perkara—editorial, sirkulasi, dan iklan—yang diajukan di atas merupakan pertimbangan yang dikonsepsikan sebagai ekonomi penerbitan. Persoalannya, bagaimanakah ketiga-tiga perkara ini dilayani oleh para penerbit majalah Melayu pada period selepas Perang? Pada period sebelum Perang, kesimpulan yang telah dibuat tentang hal ini ialah soal ekonomi—walaupun tidak dapat dinafikan memang menjadi salah satu dorongan kepada penerbit—bukanlah segala-galanya dalam penerbitan majalah Melayu. Matlamat yang lebih dipentingkan ialah spiritual, iaitu mengajak pembaca ke arah amar makruf dan nahi mungkar, dan sosial iaitu kesedaran untuk membaiki dan meningkatkan kemaslahatan bangsa dan nusa. Di samping berusaha untuk mencapai matlamat tersebut, soal ekonomi turut dipentingkan oleh para penerbit, cuma pemberatannya jauh berkurangan daripada kedua-dua matlamat itu.

Kecenderungan itu berubah pada period selepas Perang. Meskipun tidak drastik, perubahan itu cukup membuktikan bahawa persoalan ekonomi penerbitan mula diberi pertimbangan yang sewajarnya dalam program penerbitan majalah. Perkara-perkara yang melibatkan penyediaan produk (majalah) yang dapat memenuhi cita rasa pembaca, strategi penembusan dan pengedaran produk di pasaran, dan seterusnya manipulasi peluang pendapatan lain selain jualan naskhah-naskhah majalah mula diberi pertimbangan yang munasabah oleh para penerbit. Dalam period ini, langkah-langkah editorial juga semakin dipergiat oleh para penerbit untuk menyediakan naskhah majalah yang mampu menawan pembaca. Bentuk fizikal diperkemas dengan hiasan dan mekap yang lebih menggoda pembaca, dan isi majalah juga turut dibaiki dan dipastikan supaya memenuhi keinginan mereka. Pada bahagian yang lain, usaha-usaha yang lebih agresif dilakukan untuk menambahkan langganan di samping pengemasan yang dilakukan dalam sistem pengedaran, pemilihan wakil penjual, promosi jualan, dan juga penetapan syarat urus niaga yang lebih berkesan. Langkah-langkah itu disokong pula dengan usaha yang lebih bersungguh-sungguh untuk menarik pengiklan. Antaranya dengan melantik agensi iklan untuk mengurus jualan ruang-ruang majalah atau sekurang-kurangnya pengekhasan seorang kakitangan untuk mengurus jualan ruang iklan sepenuh masa.

Umumnya, kemunculan majalah-majalah sebelum Perang lebih banyak ditentukan oleh faktor dalaman para penerbitnya sendiri, manakala majalah-majalah yang muncul selepas Perang banyak ditentukan oleh faktor pasaran. Namun, ini tidak bermakna keseluruhan majalah yang diterbitkan pada period ini memberatkan soal ekonomi penerbitan kerana masih terdapat juga majalah (meskipun bilangannya sedikit) yang diterbitkan untuk mengetengahkan idealisme penerbitnya kepada pembaca massa, dan tidak berhasrat sangat untuk mengejar keuntungan.

SIRKULASI MAJALAH MELAYU SELEPAS PERANG

Pada period sebelum Perang, penerbit bergantung sepenuhnya pada sirkulasi majalah untuk menampung perbelanjaan penerbitan dan mengharapkan untung.¹ Pada umumnya, pendapatan daripada iklan kurang diberi perhatian kerana ia sukar untuk diperoleh. Penerbitan dalam bahasa Melayu, apatah lagi dalam tulisan jawi, dilihat terlalu asing kepada para pengeluar produk yang umumnya bukan terdiri daripada bangsa Melayu. Meskipun terdapat juga majalah yang mampu menarik iklan dalam kadar yang munasabah seperti *Sinar Malaya*² (Julai 1931) dan *Dunia Akhirat*³ (25 Julai 1936), kebanyakan majalah lain tidak pernah menyiarkan iklan (melainkan iklan produknya sendiri). Disebabkan terlalu bergantung pada sirkulasi, penerbit terpaksa menghadapi pelbagai masalah. Pergantungan pada sirkulasi semata-mata menyebabkan penerbitan tidak *viable* kerana jumlah pembaca ketika itu masih terbatas.⁴ Justeru, banyak majalah segera diberhentikan penerbitannya kerana penerbitnya merasakan majalah itu tidak akan berkemampuan untuk menarik pembaca yang munasabah untuk membolehkannya bertahan di pasaran.

Pada period selepas Perang, sudah tentu keadaan sedikit berubah. Jumlah masyarakat Melayu yang celik huruf semakin bertambah⁵ dan kemampuan membeli mereka juga semakin meningkat. Jika pada dekad 30-an purata sirkulasi majalah Melayu ialah 1,000 naskhah, pada dekad 50-an puratanya meningkat kepada 3,000 naskhah. Namun terdapat juga majalah yang sirkulasinya masih amat rendah, iaitu sebanyak 400 naskhah⁶ dan ada pula yang sangat tinggi, iaitu 30,000 naskhah.⁷ Bagi surat khabar pula, meskipun sirkulasi *Warta Negara* masih pada sekitar 6,000 naskhah, sirkulasi *Utusan Melayu* sudah mencapai 25,000 naskhah, dan harian *Melayu Raya* yang pendek hayatnya pernah mencapai 30,000 naskhah tatkala memuncaknya isu Natrah. Dengan mengambil kira sirkulasi 25,000 naskhah *Utusan Melayu*, Abdul Aziz Hussain (1959) menganggarkan jumlah pembaca pada dekad 50-an ialah sekitar 100,000 orang. Jumlah itu diperoleh dengan mengandaikan bahawa setiap naskhah akhbar itu akan turut dibaca oleh tiga orang yang lain.⁸ Pada umumnya, semua majalah sudah bersifat nasional. Orang ramai di seluruh Tanah Melayu, Sarawak, Borneo Utara, dan Singapura sudah boleh mendapatkan majalah yang digemari di kedai-kedai buku di bandar atau pekan terdekat. Jumlah kedai buku atau gerai yang menjual penerbitan berkala semakin bertambah⁹, meskipun beberapa buah kedai buku utama sebelum Perang seperti Haji Muhammad Siraj dan *Federal Rubber Stamp* sudah memberhentikan operasinya.

Rekod-rekod yang diperoleh daripada *Federal Government Gazette 1948-1957* dan *Singapore Government Gazette 1946-1957*¹⁰ serba sedikit memberikan penjelasan tentang jumlah sirkulasi majalah-majalah Melayu pada period 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 *Hiboran Kanak-Kanak* (Januari-Mac 1954) mempunyai sirkulasi yang paling banyak iaitu 30,000 naskhah, dan yang paling sedikit sirkulasinya ialah *Pengasob* sebanyak 400 naskhah (Oktober-Disember 1952).¹¹ Bagi majalah yang diterbitkan di Singapura pula, hanya 28 buah yang didaftarkan dengan yang paling rendah ialah sebanyak 2,500 naskhah untuk *Kesatuan Islam* (Disember 1945) dan yang paling banyak ialah 15,000 naskhah bagi *Film Raya* (Jun-September 1952).¹² Jumlah sirkulasi majalah yang didaftarkan di dalam kedua-dua gazet tidaklah melambangkan jumlah sirkulasi majalah Melayu yang sebenar. Ini kerana terdapat banyak majalah lain, hatta yang berpengaruh seperti *Mastika*, *Utusan Film & Sports*, dan *Majallah Bintang* yang tidak didaftarkan, memaparkan jumlah “sirkulasi” yang diambil daripada jumlah cetakan, bukannya jumlah naskhah yang laku dijual. Di halaman-halaman majalah sendiri, kadang-kadang penerbitnya membuat kenyataan

tentang jumlah sirkulasi majalahnya, sama ada dalam bentuk iklan¹³ atau kenyataan pada halaman pengarangnya.¹⁴

Pada umumnya, sirkulasi majalah-majalah hiburan jauh mengatasi majalah lain. Dalam keluaran sulungnya, *Film Raya* (28 April 1951) dicetak sebanyak 3,000 naskhah. Setahun kemudiannya, pada keluaran 19 April 1952 penerbitnya menyatakan perkara seperti yang berikut:

... 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 juruauditnya, Smalley & Co. yang menyatakan jumlah sirkulasi majalah tersebut: *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.*¹⁵

Utusan Film & Sports (6 November 1952) tidak didaftarkan tetapi mendakwa sirkulasinya “berbelas-belas ribu”.¹⁶ Sebuah lagi majalah hiburan, *Bintang* (10 Mac 1953) dikatakan oleh pengurusnya, Abdullah Hussain:

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. Penjual surat khabar di Singapura, terutama di Geylang Serai berebut mengambalnya 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.¹⁷

Majalah-majalah selain hiburan jarang menyatakan jumlah sirkulasi atau naskhah cetakannya. Ini kerana jumlah sirkulasinya adalah rendah dan tindakan pengarang atau penerbit mendedahkan hal itu akan sekadar menjatuhkan imej majalah di mata pembaca.¹⁸ Selain itu, jumlah sirkulasi yang rendah akan menyebabkan pengiklan lari kepada majalah lain yang sirkulasinya lebih besar. Wakil-wakil penjual pula tidak akan berminat untuk mengedarkan atau menjualnya. Namun terdapat juga majalah yang membuat pendedahan secara tidak langsung tentang sambutan pembacanya, dan dengan demikian membuka pekung di halaman-halaman majalahnya sendiri.¹⁹ Kenyataan-kenyataan sedemikian yang dibuat oleh pengarang kerana kecewa dengan sambutan pembaca dan ingin meraih simpati daripada orang ramai, ternyata tidak dapat membantu survivaliti majalah.

Sirkulasi majalah banyak bergantung pada sistem pemasaran yang digunakan oleh penerbit. Seperti juga halnya sebelum Perang, sistem pemasaran penerbit selepas Perang lazimnya terbahagi kepada 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 di kalangan pembaca amat terbatas²⁰ walaupun kadar bayaran pos ketika itu tidaklah begitu tinggi.²¹ Dalam sistem langganan yang lazim, orang ramai yang berminat untuk membeli secara langganan perlu membayar nilai majalah dalam tempoh langganan yang dipilihnya²²—sama ada tiga bulan, enam bulan, atau dua belas bulan—kepada penerbit terlebih dahulu.²³ Lazimnya, wang itu akan menjadi cagaran pelanggan kepada penerbit. *Mujallah Guru* yang langganannya bergantung pada pertubuhan-pertubuhan guru negeri,²⁴

menghantar naskhah majalah secara tetap kepada persekutuan terlebih dahulu sebelum menuntut bayarannya kemudian.²⁵ Namun, ternyata sistem ini menimbulkan masalah.²⁶

Dengan menjual naskhah-naskhah majalahnya secara langganan, penerbit tidak perlu memberikan diskaun seperti yang terpaksa diberikannya kepada wakil penjual. Maknanya, penerbit mendapat untung yang lebih besar kerana tidak perlu memberi dalai 20–30 peratus daripada harga majalah. Namun, kadang-kadang harga langganan boleh dikurangkan kepada pembaca tertentu.²⁷ Pembayaran harga langganan dibuat dengan beberapa cara sehingga kadangkala agak mengelirukan, dan ini memaksa penerbitnya membuat penjelasan.²⁸ Terdapat majalah yang diberikan secara percuma meskipun tujuan sebenar penerbitnya adalah untuk merangsang perniagaannya yang lain.²⁹ Untuk menarik langganan, pelbagai cara digunakan oleh penerbitnya, termasuklah memberikan tawaran hadiah lumayan³⁰ yang kadang-kadang tidak munasabah dengan kemampuan penerbitnya.³¹ Walau bagaimanapun, cara yang lazim adalah dengan mengiklankannya dalam surat khabar atau majalah-majalah penerbit yang lain. Dalam iklan-iklan itu, kehebatan majalahnya dikemukakan.³² Selain itu, ia juga dibuat pada halaman rencana pengarangnya, khususnya dakwaan bahawa majalahnya mendapat sambutan yang cukup menggalakkan.³³

Penjualan melalui langganan terus memberikan 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 jika ia menjual majalahnya melalui orang tengah. Melalui langganan terus, penerbit tidak perlu membayar dalai atau membuat potongan harga. Harga majalah akan dibayar sepenuhnya oleh pelanggan. Selain itu, jumlah langganan akan menjadi indikator kepada penerbit untuk menentukan jumlah naskhah yang perlu dicetak dalam sesuatu keluaran. Ini kerana langganan menjadikan sesuatu pembelian itu adalah pasti. Oleh itu, penerbit dapat membuat anggaran yang lebih realistik dan risiko naskhah-naskhah 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 naskhah-naskhah, dan sebagainya. Ini menyebabkan tumpuan penerbit terhadap kerja-kerja yang lebih penting seperti pemantapan isi majalah dan aktiviti pemasaran dan pengedaran teralih kepada kerja yang remeh-temeh ini. Memandangkan organisasi penerbit masih bersifat *simple* dengan jumlah kakitangan yang terbatas, tugas-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.³⁴

Langganan terus kepada pembaca bukanlah saluran pengedaran majalah yang utama. Saluran pengedaran yang paling penting ialah ejen penjual yang lazimnya terdiri daripada kedai-kedai buku di bandar atau pekan. Lazimnya, penerbit akan mendapatkan pesanan daripada ejen-ejen yang dilantikannya. Amalan biasa pada period sebelum Perang ialah para penerbit membuat tawaran secara terbuka dalam majalah untuk sesiapa sahaja menjadi ejennya. Amalan terbuka ini semakin kurang pada period selepas Perang meskipun masih dilakukan oleh penerbit.³⁵ Pada period ini, lazimnya kedai-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-kedai buku untuk mempengaruhinya menjadi ejen. Surat itu akan menjelaskan konsep majalah dan kandungannya secara umum dan kekuatan atau kehebatan majalah, di samping syarat dagangan yang perlu dipatuhi. Surat-surat seperti itu atau maklumat

lain tentang majalah baru yang akan diterbitkan menjadi rangsangan kepada kedai atau ejen untuk membuat pesanan kepada penerbit. Jumlah naskhah yang dipesan oleh kedai atau ejen akan menjadi indikator kepada bilangan naskhah yang akan dicetak oleh penerbit. Untuk memenuhi pesanan daripada setiap ejen, penerbit akan menghantar naskhah melalui pos atau dengan pengangkutan darat. Cara penghantarannya adalah pelbagai. Di Singapura, lazimnya penghantarannya adalah dengan menggunakan kereta kecil atau van sendiri atau yang disewa. Untuk ke Tanah Melayu pula, yang lazim digunakan ialah van atau lori³⁶ dan kereta api, tetapi perkhidmatan pos lebih banyak diberi perhatian oleh penerbit. Perbelanjaan penghantaran lazimnya ditanggung oleh penerbit.

Ejen atau kedai buku memperoleh keuntungan kerana mereka diberi dalal atau potongan harga oleh penerbit. Dalal yang lazim untuk period selepas Perang masih sama dengan period 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 period sebelumnya, urus niaga penerbit dengan ejen dijalankan secara pesanan (*on-orders*) dan kirim jual (*consignment*). Bagi urus niaga secara pesanan (ejen memesan sejumlah naskhah daripada penerbit, ejen atau penjual), mereka tidak dibenarkan memulangkan naskhah-naskhah majalah yang tidak laku kepada penerbit. Untuk kirim jual pula (penerbit menghantar naskhah terus kepada ejen tanpa menunggu pesanan), ejen-ejen dibenarkan memulangkan majalah yang tidak laku. Kos penghantaran semula bergantung pada persetujuan kedua-dua pihak. Namun lazimnya, ia 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, bukan wakil tunggal. Dengan cara itu, penerbit dapat mengawal pengedaran majalah-majalahnya dan mempunyai kuasa untuk melantik wakil penjual lain di kawasan yang sudah ada wakil. Kuasa seperti ini penting terutama jika wakil penjual yang sedia ada menimbulkan masalah, khususnya dalam prestasi pengedarannya atau prestasi pembayarannya kepada penerbit. Seandainya wakil tunggal dilantik, penerbit akan terlalu bergantung padanya. Dan penerbit akan menerima akibatnya sekiranya wakil tunggal menghadapi atau menimbulkan masalah.

Wakil penjual lazimnya dilantik di bandar-bandar atau pekan besar. Kebanyakannya merupakan kedai buku Melayu atau India Muslim. Disebabkan kedai buku mereka paling besar di pekan atau bandar masing-masing, beberapa buah penerbit akan melantiknya menjadi wakil penjualnya. Tidak ada faktor yang khusus di kalangan penerbit untuk menarik kedai-kedai buku di Tanah Melayu³⁷ dan Singapura³⁸ untuk menjadi ejen majalahnya meskipun populariti penerbitnya mungkin menjadi pendorong mereka untuk turut menjadi ejen.³⁹ Selain itu, terdapat juga wakil penjual di Brunei, Borneo Utara, dan Sarawak.⁴⁰ Ada majalah seperti *Majalah Bintang* mendakwa mereka mempunyai wakil penjual di Jakarta, Bandung, dan Medan.⁴¹ Selain kedai-kedai buku, ejen majalah juga terdiri daripada pejabat-pejabat agama seperti yang digunakan oleh *Warta Jabatan Agama Johor*⁴² dan kakitangan kerajaan seperti yang digunakan oleh *Maju*.⁴³ Pengedar tunggal (*sole distributor*) juga sudah mula digunakan penerbit pada period ini. Antara pengedar yang utama pada dekad 50-an ialah Malayan Magazine Distributors yang bertempat di Singapura yang mengedarkan majalah-majalah terbitan Geliga Publications Bureau seperti *Asmara*, *Rumaja*, dan *Irama* serta News Distributors, Johor Bahru yang mengedarkan *Kritik*, *Pedoman*, dan *Pati* yang diterbitkan oleh Pedoman Press—yang turut juga mengedarkan majalah-majalah Geliga Publications Bureau. *Pengasoh* pula melantik Abu Bakar Al-Ahmadi di Kota Bharu sebagai “pembahagi tunggal ke seluruh Tanah Melayu, dan mana2 wakil penjual silalah berurusan dengan beliau.”⁴⁴

Untuk melindungi urusan niaga majalahnya daripada sebarang risiko, kebanyakan penerbit mensyaratkan wakil tunggal agar membayar deposit. Wang cagaran akan dipegang oleh penerbit dan kadar nilai urusan niaga wakil penjual dengan penerbit pada satu-satu masa 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. Walau bagaimanapun, syarat pendepositan wang ini tidaklah terlalu rigid. Begitu juga dengan nilai transaksi majalah pada satu-satu waktu. Lazimnya, penerbit memberikan kelonggaran kepada wakil-wakil penjual. Hubungan peribadi atau percaya-mempercayai kejujuran masing-masing menjadi perkiraan yang lebih penting.

Kesan daripada sistem yang kurang profesional—seperti juga halnya dengan senario perniagaan majalah Melayu sebelum Perang—soal hutang terus menghambat dunia permajalahan Melayu selepas Perang. Mengikuti amalan perniagaan yang ideal ketika itu, apabila majalah siap diterbitkan sahaja, para penerbit akan menghantar naskhah-naskhah majalah kepada wakil penjual sama ada menerusi pos atau jalan darat. Serahan dan penerimaan naskhah majalah dilakukan dengan kesedaran bahawa apabila tiba masanya (lazimnya sebulan bagi majalah mingguan atau tiga bulan bagi majalah bulanan) nanti, wakil-wakil penjual akan membayar nilai harga majalah yang dijualnya setelah ditolak komisen yang dipersetujui bersama. Mereka beranggapan bahawa wakil-wakil penjual seharusnya tahu akan tugasnya dan tidak perlu menunggu sehingga tuntutan dibuat. Namun dalam dunia permajalahan Melayu, soal pembayaran inilah yang menjadi cukup dominan. Soal hutang tertunggak atau tidak berbayar inilah merupakan masalah paling besar yang terpaksa dihadapi oleh para penerbit. Dan masalah inilah yang sering meragut nyawa majalah-majalah Melayu.

Tanpa penerimaan wang jualan majalah daripada ejen, penerbit tidak mempunyai wang pusingan untuk menerbitkan keluaran-keluaran seterusnya. Kebanyakan penerbit ketika itu tidak mempunyai modal yang besar, sebaliknya bergantung semata-mata pada jualan naskhah penerbitannya untuk terus beroperasi. Kos pengeluaran terpaksa dibayar oleh mereka, khususnya upah cetak yang lazimnya dibayar secara tunai. Untuk mengelakkan penerbitan majalah tergendala, penerbit perlu menjalankan strategi supaya wakil-wakil penjualnya membuat pembayaran apabila tiba masanya. Strategi yang mungkin berkesan adalah dengan cara penerbit sendiri atau wakilnya mengunjungi wakil penjual.⁴⁵ Terdapat penerbit yang memberikan pengumuman di dalam majalahnya bahawa ia akan mengunjungi ejen-ejenjnya pada waktu-waktu tertentu.⁴⁶

Namun, kunjungan seperti itu mungkin tidak berhasil. Wakil penjual yang tidak jujur mungkin akan membuat helah agar penerbit tidak dapat menemuinya. Penerbit atau wakilnya mungkin akan berhadapan dengan alasan “tauke sudah keluar” atau “tauke balik India” jika kedatangannya untuk menuntut hutang diketahui. Jika berhasil pun, lazimnya ejen keberatan untuk membayar secara tunai. Mereka akan memberikan *post-dated cheque* untuk tempoh paling kurang sebulan lamanya dan cek itu mungkin “kena tendang.” Selain itu, langkah menagih hutang dengan mengunjungi wakil penjual ini mungkin terdedah kepada penipuan.⁴⁷

Selain membuat tuntutan terus dengan mengunjungi wakil penjual, hutang-hutang ejen yang tertunggak juga dituntut dengan membuat kenyataan umum di dalam majalah. Dengan cara itu mungkin wakil-wakil penjual yang mempunyai hutang akan menyedari kelalaian mereka lantas segera membuat pembayaran.⁴⁸ Kadangkala penerbit menggunakan alasan awam untuk menguatkan tuntutan itu.⁴⁹ Namun, kenyataan-kenyataan tuntutan kepada wakil penjual tidak boleh dibuat sewenang-wenangnya kerana kenyataan sedemikian akan membabitkan nama baik pihak lain.⁵⁰ Kenyataan secara terus-terangan tentang sikap wakil penjual yang semacam mengkhianati penerbit jarang dilakukan menerusi halaman-halaman majalah melainkan *Majalah Bintang*.⁵¹ Mungkin penerbit menggunakan cara lain yang lebih sopan seperti menulis surat

kerana masalah hubungan dagang antara penerbit dengan wakil penjual tidak perlu diketahui pembaca umum. Walau bagaimanapun, terdapat majalah yang membuat sindiran kepada wakil penjual yang bermasalah dengan cara membuat pujian kepada ejen yang cekap pembayarannya.⁵²

Sesungguhnya, soal hutang tertunggak dan tidak berbayar merupakan masalah besar dalam dunia permajalah Melayu. Masalah ini lebih dirasai oleh para penerbit kecil yang tidak memiliki senarai judul yang banyak dan mempunyai modal pusingan yang terbatas. Tanpa pendapatan daripada jualan naskhah-naskhah majalah, program penerbitan penerbit itu akan tergendala. Apabila pendapatan diterimanya, ia akan menerbitkan majalahnya semula. Keadaan yang tidak istiqamah ini menyebabkan majalah tidak mampu menarik pembaca yang setia, dan tanpa pembaca seperti itu, tiada majalah Melayu yang akan *survive* di pasaran.

KESIMPULAN

Secara umum, penelitian kita terhadap kandungan iklan, jumlah sirkulasi, dan kecenderungan editorial majalah-majalah Melayu menunjukkan bahawa perkiraan spiritual dan sosial yang wujud pada period sebelum Perang cukup dominan mula dihakis sedikit demi sedikit oleh perkiraan komersial pada period selepas Perang. Terdapat beberapa faktor yang mendorong berlakunya anjakan ini. Yang pertama, penerbitan majalah pada period selepas Perang sudah menjadi suatu usaha niaga yang serius dengan munculnya individu atau syarikat yang menceburinya semata-mata sebagai mata pencarian. Mereka membabitkan diri dalam penerbitan untuk memperoleh untung dari segi material kerana keuntungan materiallah yang akan menentukan hidup mati mereka dalam perniagaan tersebut. Dengan perkiraan itu, soal-soal perbelanjaan dan pendapatan diberi perhatian yang lebih daripada faktor-faktor bukan perniagaan.

Yang kedua, bilangan segmen pembaca majalah Melayu pada period itu juga telah bertambah disebabkan perkembangan dalam sistem pendidikan. Pada period ini, pendidikan bukan lagi terhad kepada kaum lelaki, malah terbuka kepada kaum wanita. Hasilnya, jumlah penduduk Melayu yang celik huruf semakin meningkat dan ini memberi kesan yang positif kepada penerbitan majalah. Segmen pembacanya meningkat dan untuk terus meningkatkan sirkulasinya, setiap majalah perlulah berusaha untuk menarik sebanyak mungkin pembaca. Dengan demikian, bahan-bahan editorial yang disiarkannya perlulah mengambil kira segmen pembaca.

Yang ketiga, dua lagi faktor utama pendirian majalah, iaitu sirkulasi dan iklan turut mengalami perkembangan yang positif pada period ini berbanding period sebelum Perang. Sistem perniagaan, pemasaran, dan pengangkutan bahan penerbitan menjadi semakin maju. Peningkatan harga getah telah menambahkan daya beli masyarakat Melayu. Kesedaran tentang peranan bahan penerbitan terhadap pembinaan minda, pengetahuan, dan sahsiah diri, khususnya di kalangan mereka yang berpendidikan telah membantu usaha meningkatkan pasaran. Di samping itu, peningkatan ekonomi negara selepas Perang, khususnya yang berpusat di Singapura, sedikit sebanyak telah memberi kesan terhadap pendapatan iklan majalah-majalah Melayu. Syarikat-syarikat perniagaan sama ada milik tempatan atau asing mula menunjukkan minat untuk membeli halaman-halaman majalah bagi mempromosikan produk masing-masing, dan hasilnya, majalah Melayu memperoleh sokongan daripada pendapatan iklan.

NOTA

¹ Hamed Mohd Adnan, *Direktori Majalah Melayu Sebelum Merdeka*, Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya, 2002, hal 10.

² Kadar iklan denagn editorial majalah ini ialah 27:73 pada Julai 1931 dan meningkat kepada 36:64 pada Disember 1931.

³ Kadar iklan dengan editorial keluaran pertama majalah ini ialah 16:84.

⁴ Anggaran yang dibuat oleh pengarang *Dunia Akhirat* pada 10 November 1936 dapat menggambarkan jumlah potensi pembaca ketika itu. Menurut pengarang, “Orang yang suka membaca majalah dan surat-surat khabar Melayu dalam Malaya ini hanya lebih kurang 5,000 orang termasuk sekali di dalamnya orang-orang yang masih di bangku pelajaran. Kebanyakan daripada orang ini ialah pegawai-pegawai kerajaan, orang yang memakan gaji kepada saudagar-saudagar, guru-guru agama, dan sedikit daripadanya orang kebun dan saudagar-saudagar. Dan sejumlah besar daripada pembaca-pembaca itu orang yang berpengetahuan.”

⁵ Jadual di bawah menunjukkan bilangan sekolah dan murid-murid Melayu pada tahun 1952 dan 1957. Sumber: *Federation of Malaya Annual Report on Education 1952*, hal 88-89 dan *Federation of Malaya Annual Report on Education 1957*, hlm. 92-93.

Bilangan Sekolah-Sekolah dan Murid-Murid Melayu 1952 & 1957

NEGERI	1952		1957	
	Sekolah	Murid-murid	Sekolah	Murid-murid
Johor	346	43,342	463	64,639
Kedah	174	36,215	236	70,586
Kelantan	106	39,854	213	53,248
Melaka	102	19,782	105	24,377
Negeri Sembilan	124	18,681	138	20,564
Pahang	181	19,280	202	25,305
Pulau Pinang	106	21,426	89	27,284
Perak	274	54,716	390	63,690
Perlis	35	6,512	40	10,004
Selangor	150	28,165	159	38,570
Terengganu	163	28,256	203	33,317
JUMLAH	1,861	311,099	2,238	431,544

⁶ Sirkulasi *Pengasob* 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).

⁷ 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).

⁸ Abdul Aziz Hussain, “Penerbitan Buku2 dan Majalah2 Melayu di Singapura di antara Bulan September 1945 dengan Bulan September 1958”, Latihan Ilmiah Jabatan Pengajian Melayu, Universiti Malaya, Singapura, 1959, hal 63. 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. 75 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.

⁹ 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-majalah yang diedarkannya.

¹⁰ 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*.

¹¹ Sebagai perhatian kita, majalah-majalah penting selepas Perang dengan sirkulasinya 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), *Film Juita* (3,000 naskhah), *Pahlawan* (4,000 naskhah), *Cheermin Pengetahuan* (2,500 naskhah), *Devana* (3,000 naskhah), *Pedoman Kanak-Kanak* (6,000 naskhah), *Taman Babasa* (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).

¹² Bagi majalah-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* (1,000 naskhah), *Kesab* (3,500 naskhah), *Pelajar* (1,000 naskhah), dan *Album Malaya Merdeka* (8,000 naskhah).

¹³ Majalah *Dunia*, pada keluaran 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 (dikosongkan nama pengirimnya) yang meminta penerbit *Dunia*, Harny menghantar 10,000 naskhah *Dunia* Bil. 3.

¹⁴ *Sinaran*, 11 November 1950 umpamanya menyatakan “Kita tajakan permulaan keluaran *Sinaran* bilangan yang pertama dengan 3,130 naskhah. Kita sudah siarkan juga, iaitu naskhah2 yang dicetak telah bertambah lebih sekali ganda dan dengan demikian itu *Sinaran* telah dibaca oleh pembaca2 yang bilangannya lebih daripada 6,260 orang.” Sirkulasi yang didaftarkan untuk majalah itu ialah 5,000 naskhah.

¹⁵ *Film Raya*, 29 September 1953, hlm. 20.

¹⁶ *Utusan Film & Sports*, 3 November 1953, hlm 2.

¹⁷ Lihat Abdullah Hussain, *Sebuah Perjalanan*, (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustakan, 1984), hlm. 354.

¹⁸ Hal ini samalah juga dengan majalah yang sering menawarkan naskhah-naskhah lama majalah yang tidak laku kepada pembaca dengan potongan harga. *Juita* umpamanya sering mengiklankan naskhah-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.” Lihat *Juita*, September 1952, hlm. 16.

¹⁹ 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.” Lihat *Suloh Kemajuan*, 12 Jun 1948, hal 3. Seorang pembaca *Majallah Perkawalan* pula menyatakan “Perkembangan *Majallah Perkawalan* amat sedikit bilangannya. Di Federation langsung tidak bersua, ertinya *Majallah Perkawalan* tidak ditatap oleh setengah polis di Federation dan mereka tidak tahu akan adanya majalah itu.” Lihat *Majallah Perkawalan*, Januari 1955, hlm. 557.

²⁰ 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. *Mujallah Guru*, Februari 1949 umpamanya menyatakan, “... saya berseru jika ada di antara kita yang belum berlanggan, silalah berlanggan dari mula bilangan satu tahun ketiga kelak dan bukannya makin beransur berhenti.” Pada Jun 1951 pula, *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.”

²¹ Kadar bayaran penghantaran untuk majalah atau surat khabar pada tahun 1952 ialah 4 sen untuk 2 ouns dan 4 sen lagi untuk tambahan setiap 5 ouns. Untuk bungkusannya 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. Lihat *The Malayan Post Office Guide and Telegraph Malaya*, 1952, hlm. 10-15.

²² 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).

²³ *Al-Hedayah*, Jun 1923 umpamanya menyatakan, “Tiap-tiap langganan disifatkan ialah satu daripada bantuan dan ialah yang dikehendaki didahulukan apakala hendak berahli langganan. Demikian jua harga naskhah, jika tiada didahulukan tiadalah dapat kita menyempurnakan permintaan itu.” Majalah *Malaya*, Mei 1926 pula menyatakan seperti berikut: “Maka bagi tuan-tuan itu yang sudi berlanggan dengan *Malaya* haraplah kami supaya mengirimkan wang langganan sebanyak RM2.00 pada enam bulan (6 bilangan) sementara masa akan terbit bilangannya yang kedua kelak dan jika kami tiada menerima kiriman itu di dalam masa yang tersebut, maka tiadalah upaya rasanya *Malaya* akan meneruskan perlewatannya pada bilangan yang akan datang ini dan akan kali yang pertama ini haraplah kami akan dipandang sebagai hadiah yang ikhlas sahaja adanya.”

²⁴ Inisiatif pertubuhan guru tertentu, umpamanya di Kelantan banyak membantu usaha dalam meningkatkan sirkulasi majalah tersebut. Dalam *Mujallah Guru*, Februari 1949, hlm. 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. Kelantan negeri yang kedua banyak berlanggan dan tidak pula berhutang. Patut diingat bahawa inilah sebuah dari dua buah negeri yang langganannya masih di bawah anjuran setiausaha agungnya. Satu lagi negeri itu ialah Melaka, tetapi Melaka ada berhutang beberapa bilangan. Lain2 negeri semuanya diuruskan oleh setiausaha jajahan masing2, visiting teacher, dan guru2 kumpulan.”

²⁵ *Tunas* juga cuba membuat strategi yang sama, iaitu menghantar naskhah-naskhah majalah terlebih dahulu kepada individu tertentu sebelum menagih bayarannya selepas itu. Walau bagaimanapun, langkah ini hanya dijalankan pada peringkat awal, iaitu pada waktu majalah itu belum cukup dikenali. Pada 12 Februari 1953, *Tunas* menyatakan, “Dengan berharap daripada tuan2 yang sudi menerimanya kelak menjelaskan bayarannya bagaimana yang disebutkan dan sentiasalah insya-Allah akan dikirim pada tiap2 kali keluarnya hingga genap setahun. Janganlah tuan2 enggan daripada membayar harganya, maka dengan seberapa penuh terima kasih kepada tuan2 yang telah menjelaskan bayarannya lebih dahulu, demikian jua tuan2 yang akan menjelaskannya.”

²⁶ *Mujallah Guru*, 25 Mac 1948, hlm. 4 menyatakan, “Sesudah *Mujallah Guru* terbit (kali kedua) pada April 1947 maka pihak pengelola majalah ini yang di Kuala Lumpur bersungguh2 bekerja supaya kehidupan majalah lebih kemas dan subur... Namun sekali lagi kita terpaksa melafazkan dukacita oleh kerana beberapa banyak di antara ahli2nya yang telah mengaku sanggup berlanggan itu hanya sanggup menerima majalah dan membacanya, tetapi tidak mahu sanggup menunaikan harga langganannya...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 kerja2 itu secara Persekutuan di negeri masing2. Bila telah diterima majalah, silalah pula menghantar wang harganya itu kepada Setiausaha dan Bendahari *Mujallah Guru*. Janganlah kiranya dibuatkan Setiausaha *Mujallah Guru* sebagai tauke kedai—menuntut hutang ke sana dan ke mari—kerana demikianlah yang berlaku sekarang.”

²⁷ *Ar-Raja* umpamanya memberi potongan harga yang istimewa kepada murid-murid sekolah dengan harga langganan sebanyak RM2.50 setahun (kadar biasa RM3.75) dan RM1.50 untuk enam bulan (kadar biasa RM1.90). Namun, murid-murid sekolah hendaklah mengirinkan wang langganannya terus kepada penerbit dan tidak melalui wakil penjual. Lihat *Ar-Raja*, 3 Julai 1928, hlm. 3.

²⁸ Sabirin Hj. Mohd Ani, penerbit *Majalah Comic Melayu*, Bil. 5 1952 umpamanya mula memberikan penjelasan kepada para langganannya secara tetap 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. Tiap2 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 mana2 *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.” *Majalah Risalah*, Jun/Julai 1954, hal 3 mengingatkan pelanggan dan wakil-wakil penjualnya supaya “menghantar sebarang wang bayaran atau langganan kerana majalah ini dengan wang tunai dialamatkan kepada pengurus *Majalah Risalah*. Kiriman2 wang hendaklah *diragisterkan* wangnya sahaja, tiada payah dengan jalan *money order* atau Malayan Postal Order. Ini ialah bagi menolong memudahkan pengurus majalah ini yang bertempat jauh dari *post office* di tempat itu ataupun jika dihantar juga dengan jalan *money order*, maka hendaklah dialamatkan *post office* Bagan Datoh, bukan *post office* Teluk Anson.”

²⁹ Yahya Ariff yang menerbitkan bulanan *Ibu Melayu* umpamanya telah memberikan naskhah-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. Dinyatakan penerbitnya, “Lebih kurang 2,000 naskhah *Ibu Melayu* yang diberi percuma pada tiap2 keluarannya. Kalau menurut harga jualannya hari ini, maka sejumlah wang sebanyak RM1,000.00 adalah kita dermakan tiap2 bulan.” Lihat *Ibu Melayu*, Jun 1947, hlm. 10.

³⁰ *Majalah Comic Melayu*, Mei 1952 membuat tawaran begini: “Kita ada sediakan satu kupon diharapkan supaya pelanggan dan pencinta majalah ini mengirinkannya kepada kita kembali guna menjadi undian yang akan ditukar dengan sehelai resit yang di masa silam banyakkah kupon itu yang kita telah terima tetapi belum ditukar lagi kerana resitnya belum dicap dan hadiah apa belum kita putuskan. Tetapi sekarang resit itu sudah sedia dan hadiahnya... sebuah basikal. Pemegang resit yang kita hantar itu dianggap sebagai anggota bersekutu dan kewajipan tiap2 bulan mengirinkan lima keping setem yang berharga 10 sen. Jika kewajipan itu dipenuhi pada tiap2 akhir bulan akan masuk pula dalam undian wang sebanyak RM10.00 setiap bulan. Jika tidak hanyalah boleh mengharap undi basikal yang diadakan pada 30 Disember itu sahaja.” Lihat *Majalah Comic Melayu*, Bil 11, Tahun 2 (tarikh sebenar tidak jelas kerana majalah itu tidak menggunakan tarikh terbitan).

³¹ *Al-Ikhyia* yang diterbitkan oleh Madrasah El-Ehya As-Syariff, Gunung Semanggol menawarkan hadiah RM6,000 setahun kepada para pelanggan majalah itu. Dinyatakan, “Hadiah tersebut akan dikeluarkan manakala ahli2 langganan selama enam bulan bagi *Al-Ikhyia* genap bilangannya 3,000. Maka dengan hadiah berjumlah RM6,000 pada tiap2 tahun, bererti modal2 bangsa kita dalam perniagaan dan perusahaan akan bertambah teguh. Demikian pula mereka yang bernasib baik menerima hadiah2 itu akan bertambah seramai 12 orang setiap tahun.” Lihat *Al-Ikhyia*, 1 Februari 1947, hlm. 5.

³² *Warta Jabatan Agama Johor* (WJAJ) dalam iklannya sendiri dalam majalah itu menyatakan enam alasan mengapa para pembaca harus melanggan majalah itu. Antaranya ialah “1. WJAJ penuh berbagai2 nasihat agama yang berguna. 2. WJAJ mengandungi siaran agama, petua pengetahuan, dan pergaulan. 3. WJAJ suara Jabatan Agama Johor. 4. WJAJ menunjukkan jalan kebahagiaan, kesenangan dunia dan akhirat. 5. WJAJ menyediakan tuan2 beberapa hidangan makanan jiwa dan semangat. 6. WJAJ mutunya sentiasa mara ke hadapan.” Lihat *Warta Jabatan Agama Johor*, Mac 1950, hlm. 3.

³³ *Bintang*, 31 Oktober 1954 menyatakan “Para pembaca yang mengirinkan wangnya untuk berlanggan terus makin hari makin bertambah banyak juga. Ejen2 baru di mana2 juga makin bertambah. Semua ini sesungguhnya merupakan dorongan semangat yang bukan kecil kepada para pengasuh majalah ini. Mudah2an

akan bertambah banyak lagi para pembaca yang berlanggan terus.”

³⁴ *Pengasob*, 21 Jun 1955 menyatakan, “Kepada para pelanggan dan peminat *Pengasob*, kami nyatakan rasa penyesalan dan dukacita kami kerana *Pengasob* sering terlambat terbitnya dan tetap sampai ke tangan para langganan yang setia mengikutinya.” *Mutiara*, Januari 1955 pula menyatakan, “Majalah *Mutiara* sepatutnya seperti biasa telah sampai ke tangan para pembaca sebelum satu hari bulan pada tiap2 keluarannya, tetapi pada keluaran ini terpaksa terlewat sedikit daripada masanya kerana cuti hari raya dan kesibukan sidang pengarangnya menyelenggarakan Malam Fesyen.”

³⁵ Zawyah Publishing House yang menerbitkan *Majalah Comic Melayu* umpamanya menyatakan, “Dikehendaki dengan segera wakil penjual *Majalah Comic Melayu* ini di bahagian Kota Tinggi (Johor), Tampin (Melaka), Rembau, Bahau, dan Johol (Negeri Sembilan), Pekan, Temerloh, Kuala Lipis, dan Raub (Pahang), dan di mana yang belum ada wakil. Perjanjian menyenangkan, keuntungan bagus, silalah berutus kepada Zawyah Publishing House.” Lihat *Majalah Comic Melayu*, Bil 3, 1952, hlm. 13. *Majalah Bintang*, 25 September 1954 menyatakan “Berhubunglah dengan pengurus majalah ini sebagai wakil penjual. Saudara boleh mendapat 20 hingga 25 peratus keuntungan. Wakil2 penjual yang menghendaki tambah pesanan diharap agar segera memberitahu pengurus supaya dapat disediakan, kerana kami mencetak hanya cukup2 sebanyak yang dipesan oleh para ejen.”

³⁶ Para penerbit majalah utama di Singapura umpamanya mengupah syarikat pengangkutan, sama ada secara persendirian atau berkongsi untuk membawa majalah masing-masing kepada ejen atau wakil penjual. *Bintang* umpamanya menggunakan lori Syarikat Pengangkutan Hock Cheong yang turut mengangkut majalah-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*. Lihat, Abdullah Hussain, *Sebuah Perjalanan*, hal 355. Majalah *Waktu* pula menggunakan khidmat Keretapi Tanah Melayu untuk mengangkut naskhah-naskhah majalah itu kepada para ejennya. Lihat Abdullah Hussain, *Sebuah Perjalanan*, hlm. 500-01.

³⁷ Pada awal tahun 50-an, antara wakil penjual yang aktif 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-Ziniyah 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).

³⁸ Antara kedai buku yang utama di Singapura ialah Hasyim Abdullah (Arab Street), Malayan-Indonesian Books and Magazine Store (MIBS) di Arab Street, S.M. Yusof Ali Pitchay (Serangoon Road), Mohamed Ibrahim (Ballister Road), N.A. Mohamed Haniffa (Kampung Baru Road), S.M. Shariff M.M. Ibrahim (Kampung Baru Road), M. Abdullah (Bussorah Street), dan Mohamad Bookstore (Serindit Road).

³⁹ *Bintang* (10 Mac 1953) yang diterbitkan oleh Bintang Publishing House umpamanya dapat 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.

⁴⁰ Wakil-wakil penjual yang lazim di situ ialah Malaya & Co. (Brunei), Ibrahim Hussein (Jesselton, Borneo Utara), A. Rafei (Kampung Nyabor, Sibul), dan H.K. Abdul Rahman (India Street, Kuching).

⁴¹ Pada 16 Oktober 1955, *Majalah Bintang* menyatakan, “Dengan rasa sukacita kami khabarkan bahawa mulai keluaran yang lalu (Bil. 11), *Majalah Bintang* yang kami terbitkan ini mulai disiarkan ke Indonesia melalui wakil2 penjual kami yang telah mengaku sanggup mengedarkannya kepada pembaca2 di Indonesia yang tahu membaca tulisan jawi. Di antara tempat yang telah mulai menyiarkan *Majalah Bintang* ini ialah Jakarta, Bandung, dan Medan.”

⁴² Naskhah-naskhah *Warta Jabatan Agama Johor* boleh diperoleh orang ramai di “1. Pejabat2 kadi dan di

pejabat pelajaran agama daerah2 Johor. 2. Kedai2 penjual akhbar di Johor Bahru. 3. Abu Bakar Store, No. 26, Jalan Rahmat, Batu Pahat. 4. Abdul Kadir Ahmad, No. 2, Jalan Abdullah, Muar. 5. Sekolah Arab Kluang. 6. Hj. Mokhtar Majid, No. 26, Jalan Tambahan, Kota Tinggi. 7. Sekolah Agama Laki2 Pengerang. 8. Hasyim & Co., Malay Bazaar, Kuala Lumpur. 9. Aneka Store, No. 31, Jalan Tengku Husni, Seremban. 10. K.A.M. Haniffa Yusof & Co., Bunga Raya Road, Melaka. 11. B. Sulaiman & Co., No. 125, Arab Street, Singapura.” Lihat *Warta Jabatan Agama Johor*, Jun 1950, hlm. 12.

⁴³ *Maju* yang diterbitkan oleh RIDA, sebuah agensi kerajaan mempunyai lapan wakil penjual di Johor, dua di Kedah, masing-masing sebuah di Kelantan, Melaka, Negeri Sembilan, Pahang, Selangor, dan Sarawak, dua di Pulau Pinang, dan empat wakil di Perak. Pada Disember 1953, *Maju* menyatakan bahawa wakil-wakil penjual itu terdiri daripada kalangan peniaga buku dan Setiausaha Persatuan Pekebun Kecil, dan kakitangan Jabatan Pembangunan Kerjasama.

⁴⁴ *Pengasoh*, 15 Februari 1953, hlm. 2.

⁴⁵ Abdullah Hussain menceritakan kunjungan Syed Omar Alsagoff, tuan punya Geliga Publications Bureau yang menerbitkan *Asmara*, *Rumaja*, dan *Irama* ke tempat para ejennya. “Setiap bulan Syed Omar akan menjelajah ke seluruh Semenanjung untuk mengutip wang harga majalah dan buku-bukunya dari ejen-ejen. Pada waktu itu dia akan mengajak beberapa orang kawan yang tidak bekerja ataupun yang mendapat cuti. Dia berangkat dalam satu rombongan kecil dengan motokar buruknya, tetapi tahan lasak...Mula-mula kami bertolak ke Pontian dan mengambil jalan tepi laut ke Batu Pahat. Dalam perjalanan itu makan minum serta penginapan adalah atas tanggungan Syed Omar dan biasanya yang dikuti dari ejen-ejen itulah yang digunakan. Di Kuala Lumpur kami menginap di sebuah rumah yang disewakan oleh Geliga Limited untuk ejennya yang terletak di Jalan Daud.” Lihat Abdullah Hussain, *Sebuah Perjalanan*, hlm 368-69.

⁴⁶ *Kenchana* yang diterbitkan oleh MIBS umpamanya menyatakan, “Mulai dari awal bulan ini Tuan Amir Hj. Omar, Pengurus Umum *Kenchana* telah berlepas dari Singapura menuju ke utara Tanah Melayu. Rancangan perjalanannya hingga ke Perlis kerana urusan dengan wakil2 amanah kita dan menyambungkan kasih mesra *Kenchana* kepada pembaca2 kita. Diharap perjalanannya berjaya.” Lihat *Kenchana*, 15 Oktober 1947, hlm 4.

⁴⁷ Penerbitan *Bintang* umpamanya lumpuh apabila salah seorang kakitangannya membuat pengutipan di wakil-wakil penjual tanpa pengetahuan penerbit. Abdullah Hussain menyatakan, “Dia (kakitangan yang membuat pengutipan haram itu) memulakan operasinya pada hari Khamis, sebab pejabat-pejabat kerajaan di Johor tutup pada hari Jumaat, Sabtu dia sudah sampai di Melaka, Ahad di Negeri Sembilan dan Selangor. Kami tidak mungkin mendapat maklumat pada hari-hari tersebut walaupun ada orang yang mencurigainya, kerana pejabat-pejabat kerajaan ditutup dan kami di Singapura juga tidak bekerja pada petang Sabtu dan hari Ahad. Kami hanya dapat berdoa agar dia tidak sempat melanggar sampai ke negeri Perak, sehingga hari Isnin ketika kami membuat pengumuman di dalam surat khabar.” Lihat Abdullah Hussain, *Sebuah Perjalanan*, hlm 362-63. Abdul Ghani Abdullah, tuan punya Sentausa Store yang menerbitkan *Juita*, *Filem Juita*, dan *Jambangan Juita* pula menyatakan, “Diberitahu oleh kerana ada sekarang penyamar2 yang merupakan sebagai wakil Pengurus Sentausa Store, Kuala Pilah pergi meminta wang dan sebagainya. Maka inilah dimaklumkan bahawa kita tidak ada mempunyai sebarang wakil jua pun selain daripada kita sendiri. Mana2 wakil kita yang telah kenal biasa dan mana yang belum kenal sekali pun, janganlah memberikan sebarang apa jua yang dikehendaknya melainkan kita sendiri yang menunjukkan segala kira2 dan tanda2 yang benar.” Lihat *Juita*, Januari 1950, hlm 3.

⁴⁸ *Mujallah Guru*, 25 April 1948 umpamanya menyatakan “Persekutuan2 yang berlanggan dengan *Mujallah Guru* dengan beberapa cermatnya diminta menjelaskan hutang2nya. Begitu juga kepada tuan2 yang berlanggan yang telah habis langganannya, maka jika masih sudi menyambungkan langganannya, kita jemputlah tuan2 itu mengirinkan wang langganannya yang baharu.” *Kenchana*, Januari 1948 pula menyatakan “Kita meminta dengan keluaran ini baharukanlah tenaga tuan2 menyokong *Kenchana* dalam bekerjasama menjadi wakil amanah yang betul2 amanah. Di sini terpaksa kita menyatakan ada beberapa wakil amanah yang tidak amanah dan menjadi pembunuh perusahaan bangsa sendiri. Kita ucapkan setinggi2 terima kasih kepada wakil2 amanah yang betul2 amanah, di atas bantuan tuan2 itu kita junjung tinggi.” Sebuah majalah lagi, *Majalah Bintang*, 16 Jun 1957 menyenaraikan 29 buah wakil penjual yang masih mempunyai hutang tertunggak.

Penerbitnya berharap “Dengan penyiaran ini kita mengharapkan agar mereka akan segera kembali mencari jalan ‘benar’.

⁴⁹ *Penyedar*, September 1946 umpamanya menyatakan “Sebagai mana tuan2 sedia maklum bahawa perdirian satu pekerjaan itu ialah di atas wang. Maka begitulah juga perdirian *Penyedar*. *Penyedar* adalah hak rakyat, maka wangnya pun wang rakyat. Oleh itu mana2 ejen atau ejen yang belum hantar wang lagi, silalah hantar dengan segera.”

⁵⁰ Untuk membuat kenyataan seperti itu, *Mujallab Guru* umpamanya perlu mendapat persetujuan daripada mesyuarat agung Persekutuan Kesatuan Guru2 Melayu Semenanjung (PKGMS) dahulu. Umpamanya Mesyuarat Agung Ke-8 KPGMS telah membuat keputusan bahawa *Mujallab Guru* harus menanggungkan siaran nama cawangan-cawangan yang berhutang sehingga satu tempoh yang akan ditetapkan.

⁵¹ *Majalah Bintang*, 1 Julai 1957 menyenaraikan 33 wakil penjual “yang telah agak begitu lama masih belum menjelaskan bayarannya kepada kita.” Antara wakil penjual itu ialah Foo Hee Foon (Kota Tinggi), Elias Abu Bakar (Segamat), Z.M.K. Sahibjan Brothers (Pagoh), All-News Agency (Labis), Ya’acob Bachik (Masjid Tanah), S.R. Muthusamy (Bahau), H.M. Zain Hitam (Kajang), Abdullah Mohd Salleh (Beranang), Leela News Agency (Kepong), R. Kandasamy (Port Swettenham), S.A. Azeez Bros (Klang), Mohd Bakhtiar Bakrie (Ipoh), A. Aziz Ahmad (Bagan Datoh), Idris & Brothers (Kampar), Avvai Book Store (Kampar), Saudara Book Store (Parit Buntar), S.S. Sutan Deman (Parit Buntar), Najmuddin Ahmad (Batu Kurau), Ahmad Azam (Bukit Mertajam), Aisya Book Store (Bukit Mertajam), Arrawiah (Alor Setar), Kedah Book Store (Alor Setar), G.R. Shaik Dawood (Kulim), Saad Rejab (Yan), Shaik Ibrahim Said (Besut), A.S. Moidunny (Jerantut), Sri Gopalan (Jerantut), H.M. Jamil Ismail (Pekan), dan S.H.S. Ahmad (Seria, Brunei).

⁵² Pada 25 Mac 1949 umpamanya, *Mujallab Guru* menyenaraikan cawangan yang tidak mempunyai hutang sama sekali dengan majalah itu. Sebanyak 14 cawangan yang cekap membuat pembayaran itu disenaraikan dan kenyataan itu disudahi dengan frasa: “Itulah cawangan2 yang cekap membayar hutang. Yang lain2 sama2 maklum.” Di sebelah kenyataan itu, majalah tersebut menyiarkan sebuah rencana bertajuk “Yuran: Tentang maksud, kepentingan dan peranan, tanggungjawab membayar yuran.” Lihat *Mujallab Guru*, 25 Mac 1949, hlm. 3.

