

HAMEDI MOHD ADNAN

Majalah-majalah Humor Melayu dan Cabaran Pemasarannya

Pendahuluan

Penerbitan majalah di negara ini mempunyai hubungan rapat dengan penerbitan akhbar. Pada tahap awal abad ke-20 ini, penerbit majalah juga merupakan penerbit akhbar. Walau bagaimanapun, perkembangan penerbitan majalah Melayu lebih pesat daripada penerbitan akhbar. Menjelang tahun 1940, sebanyak 129 buah periodikal diterbitkan dengan 76 daripadanya majalah (Muhammad Dato Muda, 1940). Penyelidikan oleh Roff pula mendapati sebanyak 172 periodikal diterbitkan di antara 1876 sehingga 1941 dengan 114 daripadanya merupakan majalah (Roff 1972). Jumlah ini bertambah kepada 241 pada tahun 1968 (Iskandar, 1968). Menjelang tahun 1997, sebanyak 834 buah majalah dalam bahasa Melayu telah diterbitkan (Hamedi, 1997a). Ini menunjukkan bahawa sejak tahun 1968 hingga 1997, penerbitan majalah-majalah dalam bahasa Melayu telah bertambah sebanyak 288 peratus.

Dalam tempoh tujuh tahun dalam dekad 90-an, sebanyak 143 buah majalah telah diterbitkan dan jumlah ini mengatasi jumlah majalah yang diterbitkan dalam tahun 1980-an. Hal ini menunjukkan bahawa jumlah majalah yang diterbitkan semakin bertambah walaupun saingan yang terpaksa dihadapi sama ada daripada majalah yang lain atau media yang berhubung dengannya semakin sengit. Yang jelas, pengembangan media lain seperti buku, akhbar, radio, dan televisyen serta pengenalan media baru seperti internet tidak banyak menjejaskan penerbitan majalah di negara ini. Malahan dalam beberapa keadaan, media-media itu turut berperanan untuk melahirkan majalah-majalah baru.

Majalah yang berasal daripada kata Arab *makhazin* merupakan campuran pelbagai jenis tulisan dan gambar yang dipersembahkan untuk memberi pengetahuan, maklumat, atau hiburan. Atas sifatnya sebagai *storehouses* yang mengandungi pelbagai maklumat yang ringkas dan tepat, majalah mudah dijadikan bahan bacaan ringan dan ringkas yang tidak dapat disediakan oleh buku dan menyiarkan analisis serta preview yang tidak dapat disuguhkan oleh akhbar. Sifat majalah cukup sesuai dengan masyarakat yang rata-rata bukan "masyarakat pembaca". Oleh sebab itu, majalah yang paling laris lazimnya kurang menyiarkan teks, tetapi gambar-gambar dan lukisan kartun.

Dalam perusahaan penerbitan majalah Melayu kini, terdapat lima faktor utama yang menentukan arah dan alirannya. Faktor-faktor itu ialah kejayaan majalah *Gila-Gila*, kejayaan *Wanita*, kebangkitan semula Islam, kejayaan *URTV*, dan kejayaan *Roda-Roda* (Hamedi, 1977b). Kelima-lima faktor itu menentukan arah aliran dan perkembangan majalah-majalah Melayu semasa dan mungkin sehingga suku abad akan datang. Secara kebetulan pula, faktor-faktor majalah yang disebutkan itu kini memimpin majalah-majalah yang sejenis dengannya.

Gila-Gila sudah hampir 20 tahun memimpin majalah humor, *Wanita* pula terus mendahului majalah-majalah wanita lain, *URTV* terus mengepalai majalah-majalah hiburan, dan *Roda-Roda* mampu mengetuai majalah-majalah berbentuk hobi dan sukan, walaupun kedudukannya tidak sekukuh tiga majalah yang disebutkan tadi. Satu faktor lagi, iaitu kebangkitan semula Islam, tidak dikepalai mana-mana majalah, sebaliknya lebih kurang 12 majalah berbentuk agama bersaing sesama sendiri untuk menarik minat pembaca.

Penerbitan majalah-majalah Melayu sekurang-kurangnya sejak awal tahun 1980-an, banyak ditentukan daripada faktor-faktor itu. Jadual di bawah menunjukkan majalah-majalah Melayu yang berada di pasaran atau diterbitkan dan diberhentikan dalam masa tujuh tahun sejak 1990.

Daripada jadual di atas, jumlah majalah Melayu yang terdapat di pasaran negara ini bertambah daripada 60 buah pada tahun 1990 kepada 93 buah pada Oktober 1997. Secara purata, 18 buah majalah baru diterbitkan setiap tahun dengan sembilan buah diberhentikan. Sejak tahun 1995, jumlah majalah baru yang diterbitkan setiap tahun melebihi 20 buah.

JADUAL 1. Majalah-majalah Melayu yang berada di pasaran atau diterbitkan dan diberhentikan dalam masa tujuh tahun sejak 1990.

Jenis	1990			1991			1992			1993			1994			1995			1996			1997				
	Ada	Baru	Mati	Ada	Baru	Mati	Ada	Baru	Mati	Ada	Baru	Mati	Ada	Baru	Mati	Ada	Baru	Mati	Ada	Baru	Mati	Ada	Baru	Mati		
General interest	6	1	1	6	1	1	7	0	0	8	2	*1	8	3	2	*1	11	4	0	12	1	4	*2	12	3	0
Women	11	1	2	12	4	0	13	4	2	14	1	0	11	3	0	13	3	0	14	2	1	*1	16	4	0	
Humour	7	3	1	7	3	3	*1	6	1	4	6	1	*1	6	1	0	7	3	*1	7	3	3	*1	8	6	2
Children	44	0	7	3	1	9	1	1	10	0	*1	5	2	5	6	2	1	7	3	2	10	2	0			
Education	3	0	0	3	0	0	3	0	0	3	0	0	2	0	1	2	1	0	3	2	1	5	1	0		
Sports	4	0	2	*1	3	0	1	2	2	1	4	0	0	2	1	0	3	1	0	4	2	*1	6	1	0	
Busin/ Technic	2	1	0	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	0	3	1	0	4	2	*1	6	1	0		
Religion	7	1	1	8	0	0	7	2	1	9	1	0	9	3	1	11	0	1	8	0	3	*1	8	2	1	
Hobby	4	0	0	2	0	2	2	2	1	3	2	*1	4	0	2	*1	3	1	1	3	4	1	6	2	1	
Entertainment	7	2	1	9	0	0	8	0	1	7	0	1	6	2	2	*1	5	4	1	*1	9	0	9	4	0	0
Organization	5	.1	0	6	0	0	06	3	0	9	1	0	10	0	*1	8	0	2	6	1	2	7	1	0		
JUMLAH	60	14	8	65	13	9	65	16	13	74	9	4	65	16	13	72	20	5	68	29	17	93	27	4		

* Terbit dan mati pada tahun yang sama

Angka-angka tersebut menunjukkan bahawa walaupun terdapat kenaikan dari segi kos pengeluaran majalah, terutamanya akibat kenaikan kos kertas mulai Julai 1995, pengeluaran majalah-majalah baru tidak terjejas.

Jadual di atas juga menunjukkan bahawa dalam tempoh tujuh tahun sejak 1990, sebanyak 28 buah majalah humor telah berada di pasaran. Daripada jumlah itu, 13 buah majalah tidak dapat bertahan dengan empat buah daripadanya hanya dapat bertahan kurang setahun. Selain majalah wanita yang dalam tempoh itu bilangannya 34 buah, majalah berbentuk humor cukup banyak diterbitkan. Kertas kerja ini akan melihat perkembangan majalah-majalah humor itu di samping melihat signifikannya terhadap arah dan aliran pembacaan majalah-majalah Melayu.

Sejarah awal penerbitan majalah humor

Penerbitan majalah berbentuk humor masih terlalu baru di negara ini. Majalah humor yang dikatakan pertama dalam bahasa Melayu ialah *Ha Hu Hum* yang hanya mula diterbitkan pada tahun 1974 (Muliyadi Mahmood, 1984).¹ Sebelum itu, terdapat dua buah penerbitan, sebuah berbentuk akhbar dan sebuah lagi majalah yang seolah-olah berbentuk humor. Akhbar *Warta Jenaka* (7 September 1936) tidaklah memaparkan hal-hal yang menimbulkan kelucuan seperti yang seharusnya tergambar pada namanya. Akhbar terbitan Sayyid Hussein Ali Alsagoff bagi pihak *Warta Malaya Press Limited* itu lebih berupa sebuah akhbar hiburan dengan gambaran humor hanya terdapat daripada karikatur yang disiarkan di samping sesekali ulasan terhadap berita aneh yang berlaku.

Pada bulan yang sama, iaitu September 1936, sebuah terbitan yang kemungkinan berbentuk majalah humor turut diterbitkan. Sulaiman Ahmad yang penglibatannya dalam penerbitan banyak memainkan sensasi dan seks (Hamedi, 1996b) seperti yang ditunjukkan dalam *Shorga Dunia* (Mac 1936), *Melayu Muda* (13 Julai 1936) dan *Dunia Sekarang* (14 Julai 1934) menerbitkan majalah *Penggeli Hati*. Dalam iklan di *Majalah Guru*, 1 September 1936 dinyatakan bahawa majalah ini "... penuh dengan gambar-gambar kartun, cerita-cerita jenaka, pantun dan gurindam buat melapang, menyuka dan menggelikan hati". Malangnya, tidak ada sebuah naskhah pun majalah itu yang dapat diperoleh kini, hatta di British Museum dan dengan itu, dakwaan tersebut sukar dibuktikan.

Seperti kebanyakan penerbitan Melayu lain, *Warta Jenaka* terpaksa diberhentikan akibat Perang Dunia Kedua. *Penggeli Hati* sudah mati lebih awal lagi, selewat-lewatnya pada Mac 1937 apabila Sulaiman Ahmad tidak aktif lagi. Tahun-tahun selepas perang menyaksikan meledaknya gelombang penerbitan majalah hiburan yang berkisar di sekitar filem dan artis. Pembaca bahan terbitan Melayu ketika itu terdiri daripada pelajar sekolah dan lepasan sekolah yang rata-rata bilangannya yang sedikit itu tertumpu di bandar-bandar besar, terutamanya Singapura dan Pulau Pinang. Majalah-majalah hiburan mudah diterima dalam masyarakat Melayu yang secara relatif hidup dalam kesukaran untuk bersaing dengan bangsa-bangsa lain di kota-kota yang sedang cuba dibangunkan oleh penjajah British. Majalah-majalah tentang artis, gosip, gambar-gambar aksi lakonan yang kadang-kala cukup ghairah dari Hollywood atau Bollywood atau dari Jalan Ampas sendiri menjadi resepi yang cukup mudah untuk menarik pembaca (Hamedi, 1996a).

Walau bagaimanapun, majalah-majalah seperti *Filem* (Jun 1954), *Filem Juita* (Mei 1953), *Filem Rakyat* (15 Mac 1957), *Filem Raya* (20 April 1951), *Gelanggan Filem* (15 Mac 1958), *Belia* (8 April 1955), *Bintang* (Januari 1953) *Bulanan Filem Raya* (November 1952), *Majalah Bintang* (Mei 1955), dan sebagainya ini memberi ruang yang memadai untuk penyiaran bahan-bahan humor seperti cerita atau pengalaman lucu dan lukisan-lukisan kartun. Malahan, jumlah majalah yang ada ketika itu cukup banyak sehingga ruang-ruang yang diperuntukkan kepada bahan humor tidak mampu diisi oleh para penulis atau kartunis. Walau bagaimanapun, peranan lukisan kartun amat penting sebagai penyendal atau escapism daripada bahan-bahan hiburan yang lebih dominan.

Namun ada juga usaha untuk menerbitkan sebuah majalah yang menjerus kepada humor. Pada Jun 1958, Geliga Limited di Singapura menerbitkan sebuah majalah yang sebenarnya merupakan terbitan kembali *Warta Jenaka* yang mati akibat perang dahulu. Majalah yang juga dinamakan *Warta Jenaka* ini adalah dalam bentuk bulanan dengan motto "Bulanan Seronok dan Gelak Ketawa". Terdapat sedikit perubahan daripada konsep jenaka yang mahu diketengahkan melalui majalah ini daripada yang sebelumnya. Dalam keluaran Jun 1958 itu dinyatakan bahawa "... menyajikan majalah ini untuk pembaca-pembaca dengan tulisan-tulisan,

rencana-rencana, cerita-cerita rekaan dan kelakar yang menggelikan yang semata-mata tujuan besar kami ialah untuk bacaan hiburan ...". Namun demikian, konsep humor yang mahu diketengahkan pada ketika itu lebih didominasi teks, iaitu dengan pemaparan cerita-cerita yang dianggap lucu pada ketika itu atau ulasan-ulasan peristiwa semasa secara kritis sehingga seolah-olah peristiwa itu dipaksa-paksakan lucu kepada pembaca. Lukisan kartun yang mendefinisikan konsep majalah humor pada waktu ini (Reidelbach, 1992) walaupun ada, tetapi tidak menjadi bahagian yang penting.

Majalah *Warta Jenaka* ini tidak dapat bertahan lama memandangkan kecenderungan pembaca atau pasaran utama ketika itu adalah majalah hiburan picisan. Pemberhentian majalah ini pada akhir tahun 1958² meninggalkan ruangan kosong dalam penerbitan majalah humor dalam bahasa Melayu sehinggalah terisi dengan terbitkan *Jenakarama* dan *Gelaketawa* pada tahun 1973 dan seterusnya *Ha Hu Hum* pada awal tahun 1974.

Seperti halnya dengan *Jenakarama* dan *Gelaketawa*, tidak ada masa yang spesifik tentang tarikh penerbitan pertama *Ha Hu Hum*, tetapi pada tahun 1974 itu enam keluaran *Ha Hu Hum* telah diterbitkan. Dengan menggunakan cogan kata "Menghibur Anda Tua dan Muda", *Ha Hu Hum* merupakan cetusan hati para kartunis dan pelukis yang cukup dahagakan suatu medium khusus untuk mengasah atau mengembangkan bakat masing-masing. Walaupun ruangan di majalah-majalah lain sememangnya ada, tetapi golongan ini memerlukan suatu wadah yang khusus, yang tidak menumpang mana-mana majalah lain. Dalam keluaran pertamanya, dinyatakan bahawa "Ha Hu Hum ialah hati, dari hati ke hati, yang lama menjerit, yang lama terpendam, mau tunjuk sesuatu, sejak berbunga. Ha Hu Hum ialah suara, malah suara suara, yang mau membelah rasa, pada kita yang suka tawa, pada kita dahaga senda..."

Ha Hu Hum mengumpulkan beberapa orang kartunis Melayu yang ada ketika itu. Nama-nama kartunis seperti Tetty Zamrud, Nasah, Dino, Rossem, Wahidi, Abe Rashid, M. Daud Syukur, dan Rejabhad sendiri sebagai editornya merupakan barisan kartunis yang terawal mahu meneroka kartun sebagai suatu usaha mencari rezeki. Pada masa yang sama atau kemudiannya apabila penerbit, Syarikat Suarasa menerbitkan majalah-majalah komik seperti *Bambino*, *Bujal*, *Rina*, *Anak Rusa Nani*, *Dewi Sakti*, *Scope*, *Pendita*, dan *Spektra*, nama-nama lain

yang mula menerokai dunia komik dan kemudiannya mendefinisikan dunia perkatunan Melayu mula muncul untuk berjuang bersama-sama mereka. Antaranya ialah Rosdin, Raja Hamzah, Sulaiman Awang, Mishar, Lat, Jaafar Taib, Zainal Buang, Nan, Mohd Zohri, dan Azman.

Walau bagaimanapun, *Ha Hu Hum* tidak dapat bertahan lama. Terdapat pertentangan pendapat di antara editornya, Rejabhad dengan pengarah urusannya, Tajul Ariffin tentang konsep kartun yang mahu ditonjolkan di majalah itu. Sementara Tajul Ariffin (yang apabila menyertai gerakan Al-Arqam kemudiannya menjadi sidang pengarang beberapa buah majalah terbitan gerakan itu) berpendapat bahawa kartun untuk kanak-kanak sahaja dan tidak melihat peluang pasaran yang cerah pada masa hadapan, Rejabhad tetap dengan pendiriannya bahawa kartun adalah sesuai untuk semua golongan masyarakat.

Syarikat Suasana berpecah dengan Mishar, Jaafar Taib, Zainal Buang, Rejabhad, dan Rosdin bersama-sama menubuhkan Penerbitan Murni pada awal tahun 1975. Selain menerbitkan komik *Murni*, mereka turut menerbitkan *Bambino*, *Medan Pelajar*, dan *Guntur*. Razali MHO, yang sebelumnya menjadi pengarah Syarikat Suasana, menubuhkan Raz Studio yang menerbitkan *Bujal* dan *Salina* - dua buah majalah komik. Pemberhentian majalah *Ha Hu Hum* ini meninggalkan aspek humor dalam penerbitan majalah kepada majalah-majalah komik yang sedikit sebanyak turut memuatkan lukisan-lukisan atau tulisan humor walaupun hanya sebagai penyendal. Pada masa yang sama, pelbagai majalah lain yang ada di pasaran seperti lazimnya menyediakan ruangan-ruangan tetap untuk diisi dengan komik atau kartun sebagai penyendal atau sebagai alat untuk merehatkan bacaan pembaca setelah membaca sebahagian besar atau keseluruhan majalah itu. Oleh sebab itu, lazimnya ruangan-ruangan humor seperti ini diletakkan di bahagian-bahagian akhir majalah.

Munculnya Gila-Gila

Penerbitan Murni diubah kepada Creative Enterprise pada tahun 1976 dan berpejabat di Tynton View, Cheras sebelum berpindah ke Jalan Pantai Baru, Kuala Lumpur pada tahun 1978. Gabungan ilustrator dan kartunis muda seperti Mishar yang juga penulis, Jaafar Taib, bekas ilustrator di Syarikat

Utusan Melayu dan Syarikat Variapop, Zainal Buang, bekas ilustrator di Syarikat Utusan Melayu bersama-sama Azman Yusof yang pernah menjadi ilustrator di Variapop, Rosdin, Rejabhad yang selepas menjadi tentera cuba menerokai bidang perkatunan, dan Nan yang juga ilustrator di Utusan Melayu telah melahirkan *Gila-Gila* pada April 1978. Penerbitan *Gila-Gila* ini menjadi *turning point* terhadap perkembangan majalah-majalah humor yang sehingga kini mendominasi majalah-majalah Melayu, bersama-sama majalah wanita dan hiburan.

Gila-Gila terbit daripada pengaruh *Mad* dari Amerika dan nama majalah itu sendiri diperoleh daripada *Mad*. Pada peringkat awal terbitannya, banyak kartun dan teknik perkatunan *Gila-Gila* yang divedok atau diubah suai daripada *Mad* sehingga jelas bahawa *Gila-Gila* pada peringkat awal merupakan *carbon copy* kepada *Mad*. Namun, kandungan *Gila-Gila* cukup sesuai dengan pembaca Melayu yang rata-rata kurang sedar akan kehadiran *Mad* dalam lingkungan pembacaan mereka.

Minat pembaca Melayu yang ketika itu masih didefinisikan dengan majalah berbentuk hiburan dieksploitasi dengan bijak oleh para penulis dan kartunis awal *Gila-Gila*. Majalah itu masih mahu memaparkan mesej hiburan dengan imej kartun kerana itulah yang diminati pembaca pada ketika itu. Kartun-kartun utama dalam keluaran awal *Gila-Gila* lazimnya merupakan tayangan semula filem-filem Melayu yang popular dalam bentuk kartun. Dalam keluaran pertama umpamanya, populariti pelawak A.R. Badul yang ketika itu sedang top dengan filem *Si Badulnya*, dikartunkan oleh *Gila-Gila*. Dengan berbuat demikian, kartunis mempunyai rujukan cerita humor yang mahu dipaparkannya, cuma memerlukan ubah suai babak-babak yang menarik perhatian.

Gila-Gila keluaran pertama diterbitkan sebanyak 9,000 naskhah, tetapi dalam tempoh seminggu sahaja, majalah itu habis dijual sehingga memaksa penerbitnya mengulang cetak majalah itu - suatu hal yang amat luar biasa dalam penerbitan majalah Melayu (Sabri Said, 1996). Atas permintaan ramai, *Gila-Gila* mula diterbitkan secara dwimingguan mulai 1 Februari 1978 sehinggalah kini yang edaran puratanya melebihi 100,000 setiap keluaran dengan purata sirkulasi pada 1993 mencapai 150,000 naskhah (ABC Media Index, 1993).

Pengaruh Gila-Gila

Kejayaan *Gila-Gila* ini membuka mata para pengusaha penerbitan di negara ini bahawa majalah bercorak humor boleh diterokai untuk memperoleh untung, bukan lagi majalah-majalah hiburan yang menjadi dominan sebelum kemunculan *Gila-Gila* itu. Hasilnya, pelbagai jenis dan nama majalah humor lain diterbitkan dan walaupun sebahagian besar majalah itu tidak mampu bertahan lama di pasaran, namun beberapa buah majalah humor telah dapat bertahan sehingga lebih 20 atau 10 tahun. Ini menunjukkan bahawa penerbitan majalah-majalah yang dapat bertahan lama itu menguntungkan atas fahaman umum bahawa keuntungan yang selesa dalam penerbitan majalah dapat diperoleh jika dapat bertahan di pasaran lebih empat tahun.³

Satu hal yang menarik ialah kebanyakan majalah humor sama ada yang pernah diterbitkan atau masih dalam penerbitan kini mempunyai hubungan langsung atau tidak langsung dengan *Gila-Gila*. Kedudukan ini samalah dengan kedudukan majalah-majalah tentang wanita yang mempunyai hubungan langsung atau tidak langsung dengan *Wanita* (Hamedi, 1997b). Umpamanya, majalah-majalah *Batu Api* (Januari 1984) yang kemudiannya menjadi *Falsafah Batu Api* (Mac 1991) diasaskan oleh Mishar, bekas pengasas *Gila-Gila*. "Batu Api" adalah nama sisipan untuk *Gila-Gila*. Ujang pula pernah dipimpin oleh Ujang yang sebelumnya menjadi ketua kartunis di *Gila-Gila* dan Ujang kini menerbitkan *Lanun* yang asalnya dinamakan *Varia Lawak*. "Varia Lawak" adalah sisipan kepada Ujang.

JADUAL 2. Senarai lengkap majalah-majalah humor Melayu sejak *Gila-Gila* sehingga kini adalah seperti berikut:

Majalah	Tarikh	Harga	Penerbit	Pemilik/Ketua Editor
Alam Ria Disney*	Nov 1997	RM3.30	Comic Land Sdn Bhd	Kumpulan Delta
Batu Api	Jan 1984	RM2.00	Creative Holdings	Mishar (MD)
Bingo*	Julai 1995	RM1.80	Classic Comic	-
BIP	Nov 1996	RM3.50	Berita Publishing Sdn Bhd	Berita Publishing Sdn Bhd
Boom	Julai 1996	RM3.20	The Ahadiat Akashah Sdn Bhd	Ahadiat Akashah (MD) Dr Dino (ed)
Bugs Bunny*	Mei 1996	RM3.50	Evergreen Publisher Sdn Bhd	Poon Chee Kin (MD) Nazan Mohd Nor (KE)
Cabai	Jan 1997	RM3.50	Cabai Productions	Cabai (Penerbit) Meizura Yunus (ed)
Co-Co	Feb 1996	RM3.00	Sanjung Pintar Sdn Bhd	Mr. CoCo (ed)
Din Beramboi	Julai 1996	RM3.20	Tempo Publishing Sdn Bhd	Lim Kim Wah (Penerbit) Syed Mohd Termidzi (KE)
Din Lawak	Mac 1997	RM3.20	Tempo Publishing Sdn Bhd	Lim Kim Wah (Penerbit) Syed Mohd Termidzi (KE)
Falsafah Batu Api	Mac 1991	RM2.00	Creative Masters	Mishar (MD) Azran Abd Rahman (KE)
Falsafah Batu Api	Okt 1997	RM3.90	Creative Corporation Sdn Bhd	Mishar (MD) Nan (ed)
Gadis	April 1990	RM3.50	Creative Enterprise	Jaafar Taib (MD) Ayu Adiratna Zainal (ed)
Gado-Gado	Jan 1995	RM2.00	Kmpuln Akhbar Watan Sdn Bhd	Dato' Tengku Adnan (MD) Abd.RazakZabidin (ed)
Gelagat	1989	RM1.80	Galeri Cipta Enterprise Sdn Bhd	Azizan Abd Aziz (KE) Amang (ed)

Majalah	Tarikh	Harga	Penerbit	Pemilik/Ketua Editor
Gelak	Tidak jelas	RM1.80	Tidak jelas	Tidak jelas
Gila-Gila	1 Apr 78	RM1.00	Creative Enterprise Sdn Bhd	Mishar (MD) Jaafar Taib (Pengurus Studio)
Humor	Jan 1989	RM1.50	Creative Enterprise Sdn Bhd	Jaafar Taib (MD) Lee Inas (ed)
Jambo*	1995	RM0.70	Comic Classic Sdn Bhd	Kumpulan Delta
Jenaka	Tidak jelas	RM2.00	Evergreen Publisher Sdn Bhd	Nazan Mohd Noor (KE) Azzam Supardi (ed)
Jenakarama	Ogos 1989	RM1.50	Evergreen Publish & Distributors	Foo Sin Cheong (Penyelia) JR (ed)
Krtn Seram Sejuk	Tidak jelas	RM1.80	Magazine Distributors Sdn Bhd	Nordin Mohamed (ed)
Kawan	Sept 1994	RM3.00	Utusan Melayu Bhd	Ismail Husin (MD) Johan Jaaffar (KE)
Komedi	Mei 1985	RM1.50	Shinbun Media Sdn Bhd	Ismail Asban (Pengerusi) Hashim Alias (ed)
Komedi	Tidak jelas	RM3.00	Teguh Kreatif Sdn Bhd	J.D. Fauzi (MD) Azmee A.R. (KE)
Kreko	Sept 1984	RM1.50	Rima Communication House	Kamal Amir (MD) Poe (ed)
Kreko	Jan 1989	RM1.60	Citarasa Enterprise	Hamzah Mohamad (Operasi) Kamal Amir (Perunding)
Kreko	Nov 1994	RM3.00	Percikan Stewart Chang Sdn Bhd	Nortam (ed)
Lanun	1 Ogos 97	RM3.90	Multi Triple Vision Sdn Bhd	Ujang (KE) Din Beramboi (ed)
Maj Doraemon*	1993	RM2.00	Eastern Honour Sdn Bhd	-
Maj Garfield*	1995	RM1.00	Penerbit Tora Aman	-
Manis2 Pahit	Janc 1991	Percuma	Bhg Pencegah, BPR Malaysia	ShamsuddinMohd Aris Mohd Yusof Bahir (ed)

Majalah	Tarikh	Harga	Penerbit	Pemilik/Ketua Editor
Mat Jenin	Tidak jelas	RM1.40	Katuna Sdn Bhd	Mas Indra (KE)
Mat Kerinting	Nov 1997	RM3.90	Penerbit Oasis Sdn Bhd	Mat Johan (MD)
Mickey*	Julai 1991	RM3.50	Evergreen Publisher & Distributors	Poon Chee Kin (MD)
OK	Okt 1995	RM3.50	Karya One Sdn Bhd	Azzam Supardi (KE)
Ragam Artis	Feb 1986	RM1.20	Penerbitan Karyacipta	Tamrin Ghaffar (Pengerusi)
Rileks	Jan 1997	RM4.90	Tatsun Publishing	Amar Matson
Seloka 21	Okt 1989	RM1.80	TV AM Publications Sdn Bhd	Tatsun (MD) Mr. Rileks (KE)
Senda-Ria	Tidak jelas	RM1.00	Perniagaan Wangi	Shahrom Md Dom (Penerbit)
Senyum Kampus	Sept 1993	RM3.00	Kolej Perwaja, UUM	Lee Inas (ed kreatif)
Suka-Suka	Tidak jelas	RM1.50	Mastika Publishers	Zoom (ed)
Telatah	Jan 1981	RM1.20		Jafar Talib (KE) Alina Isa (ed)
Telatah	April 1990	RM1.80	Bistari Communications Sdn Bhd	Ibrahim Ahmad (Penerbit)
Telatah Olok2	Sept 1983	RM1.20		Johan (ed)
Tom & Jerry*	Dis 1994	RM2.00	Sho Kan Sei Publishing Sdn Bhd	Hishamuddin Yaakob (MD)
Toyol	Julai 1985	RM1.50	Penerbitan Mediaseni	-
Ujang	1 Jan 1994	RM2.20	Kharisma Publications	Yamin Daud (ed)
Usop Sontorian	April 1996	RM2.80	Kharisma Publications	Ujang (KE) Din Beramboi (ed)
Varia Lawak	15 Apr 97	RM3.80	Multi Triple Vision Sdn Bhd	Ujang (KE) Mazemie Maz (ed)
				Ujang (KE) Din Beramboi (ed)

* Majalah asing yang diubah suai ke bahasa Melayu

Nama *Din Beramboi* yang digunakan sebagai nama majalah oleh Tempo Publishing Sdn Bhd adalah berasaskan nama editor Ujang. Editor *Varia Lawak* dan *Lanun* juga menggunakan nama *Din Beramboi* walaupun nama *Din Beramboi* yang sebenar adalah editor Ujang. Bagaimanapun, nama majalah ini ditukar kepada *Din Lawak* mulai Mac 1997. Kemudiannya kartunis Cabai, seorang kartunis wanita yang popular di *Gila-Gila* menerbitkan majalahnya sendiri dengan nama *Cabai*. Don dan Long, dua orang kartunis yang awal di *Gila-Gila* telah menyertai *Batu Api* dan kemudiannya *OK*, sebuah majalah humor berbentuk agama yang diterbitkan oleh bekas pengikut Al-Arqam. Rosdin yang turut terlibat dalam penerbitan awal *Gila-Gila* membantu penerbitan *OK*. Kartunis-kartunis di *Batu Api* kebanyakannya pernah menjadi kartunis di *Gila-Gila*.

Secara umum, kemunculan *Gila-Gila* yang meniru konsep *Mad* dari Amerika pada 1 April 1978 telah menyemarakkan penerbitan humor dalam bahasa Melayu. Daripada *Gila-Gila* inilah kebanyakan majalah humor yang lain diasaskan. Namun begitu, sementara *Gila-Gila* terus menjadi majalah humor yang paling utama dan teguh di pasaran, majalah-majalah yang lain masih terus mencari-cari ruang untuk bernafas kerana sifatnya yang *circulation based* dan sukar menarik iklan.

Cabaran pemasaran majalah-majalah humor

Disebabkan majalah-majalah humor Melayu terlalu bergantung kepada sirkulasi, maka cabaran dan persaingan yang terpaksa dihadapinya cukup hebat dan sengit. Mana yang tidak mampu bersaing akan terpaksa berundur dari pasaran, sambil mencari-cari jalan bagaimana untuk bersaing lagi pada masa hadapan.⁴

Secara umum, cabaran-cabaran yang terpaksa dihadapi oleh penerbit dalam penerbitan majalah humor dapat dikategorikan kepada empat perkara, iaitu berhubung dengan *product*, *price*, *physical distribution*, dan *promotion*. Dalam ilmu pemasaran, inilah konsep 4P yang masih terus dianggap penting. Konsep-konsep ini dikemukakan oleh Kotler, dan kemudiannya diperkukuhkan lagi oleh McCarthy (Kotler, 1984) dan (McCarthy, 1975).

Kejayaan atau kegagalan penerbit banyak bergantung kepada empat elemen itu kerana setiap satunya saling berhubung. Gagal salah satu daripada empat perkara itu, bermakna penerbit majalah tidak mampu untuk terus bersaing dalam pasaran yang terbatas di samping bersaing dengan media elektronik seperti radio dan televisyen dan media baru seperti internet.

Kandungan majalah

Sebagai suatu *product*, majalah haruslah dapat menarik perhatian orang ramai sama ada dari segi isi ataupun bentuk. Kandungan majalah humor harus lebih menjurus kepada sesuatu perkara memandangkan majalah humor berbentuk umum kurang mendapat tempat pada masa ini. Penerbit, terutamanya editor harus dapat memahami dan seterusnya melayani segmen pembacanya. Mereka harus arif dengan demografi pembacanya dan kandungan majalah harus mampu memenuhi keinginan mereka.

Atas sebab itu, kita perhatikan kini banyak majalah yang diterbitkan untuk pembaca yang khusus. Umpamanya sasaran pembaca *Gila-Gila*, *Gelagat*, *Geli Hati*, dan *Ujang* adalah golongan remaja, walaupun *Gila-Gila* cenderung memaparkan humor yang natural sementara tiga majalah yang lain itu cenderung mengetengahkan humor yang dipaksa-paksa sehingga kadang-kala tidak logik dan memperbodoh-bodohkan pembacanya. *Lanun* pula cuba menonjolkan imej Islam walaupun nama majalah itu kurang sesuai dengan imej dan mesej yang mahu dibawanya.

Lanun mahu menarik segmen pembaca majalah OK yang terpaksa diberhentikan pada Julai 1996 apabila isu menghidupkan semula Al-Arqam timbul. Pada masa yang sama ia mahu mengekalkan golongan remaja awal yang sebelumnya menjadi pengikut kartunis Ujang. Untuk menarik perhatian suatu segmen pembaca lagi, iaitu mereka yang gemar memancing, *Lanun* memperkenalkan sisipan *Buletin Lubuk* yang mengandungi kartun-kartun dan maklumat di sekitar hobi memancing. *Cabai* pula khusus untuk perempuan walaupun *Gila-Gila* sendiri sebenarnya mempunyai sisipan yang dinamakan *Minah Leter*.

Walaupun lazimnya editor majalah humor terdiri daripada bukan kartunis, tetapi penulis, namun mereka harus

memahami konsep dan imej kartun atau humor di samping mesej yang mahu disampaikan oleh majalah. Editor perlu kritis di samping mampu menjadi pemberi idea kepada kartunis dan penapis yang berkesan untuk pembaca. Di samping itu, kemampuan editor untuk menanggapi kehendak dan apa yang diinginkan pembaca juga merupakan suatu cabaran yang cukup besar. Lebih-kebih lagi dalam pasaran majalah humor Melayu yang terlalu bergantung kepada sirkulasi dan keadaan pasaran yang sangat sengit. Masing-masing cuba menarik perhatian khalayak sasaran yang sama.

Kemampuan editor untuk menarik pembaca yang baru di samping mengekalkan pembaca yang lama merupakan anugerah. Tidak ramai editor yang mampu berbuat demikian, hatta di negara-negara Barat. Oleh sebab itu, salah satu faktor kegagalan majalah ialah ketidakmampuan editor untuk menyunting atau menulis dengan menarik untuk segmen pembacanya yang sentiasa berubah itu.

Citarasa pembaca

Kakitangan editorial pula haruslah cukup peka dengan cita rasa dan kehendak pembacanya. Mereka harus berubah selaras dengan perubahan pembaca. Pada masa yang sama mereka juga harus mampu menarik pembaca yang baru.

Editor perlu menyelami perasaan pembacanya. Oleh sebab itu, di hadapan meja editor yang peka akan terpampang gambar seorang atau beberapa orang yang mewakili keseluruhan pembacanya. Di hadapan meja editor majalah *Teen* di London umpamanya, terpampang sekeping gambar seorang gadis yang memakai baju T dan berseluar jeans, sedang ketawa dengan riang. Editornya, Sally Herbert akan sentiasa memandang gadis itu: dia akan menulis untuk gadis itu, akan menyunting tulisan orang lain untuk bacaan gadis itu, akan memilih gambar yang sesuai untuk tatapan gadis itu. Sally sentiasa menyelami perasaan gadis itu dan cita rasanya. Sally sentiasa membayangkan dirinya sebagai gadis itu. Baginya, gadis itu adalah pembacanya.

Kandungan majalah pula harus diperkuat dengan bentuk, iaitu elemen-elemen yang bersifat sebagai mekap majalah seperti penggunaan empat warna, perekaan yang menarik, gambar-gambar yang sesuai, *cover* majalah yang menonjol, kertas yang baik, penggunaan rupa taip yang tepat,

dan sebagainya. Gabungan daripada faktor-faktor itu akan dapat menghasilkan sebuah majalah yang baik, bermutu, dan mampu bertahan di pasaran.

Harga majalah

Walau bagaimanapun, *product* yang baik sahaja tidak memadai. Untuk bertahan di pasaran, majalah yang baik harus disokong dengan harga yang tepat. Harga yang tepat, ialah harga yang sesuai kepada pembaca sehingga mereka tidak berasa keberatan untuk membelinya dan sesuai kepada penerbit sehingga mampu memperoleh untung dalam projek penerbitan majalahnya. Harga yang murah sahaja tidak memadai, sebaliknya perlu diambil kira kos untuk menerbitkan majalah supaya akhirnya nanti penerbit memperoleh sedikit untung untuk membolehkannya bertahan di pasaran.

Untuk majalah yang pendapatan penerbit terlalu bergantung kepada sirkulasi, harga majalah yang rendah menyebabkan marjin untung penerbit rendah. Oleh itu, penerbit harus menjual majalah dengan naskhah yang banyak. Bagi majalah yang menikmati kadar iklan yang tinggi pula, harga majalah tidak semestinya direndahkan semata-mata kerana pendapatan daripada iklan sudah memadai. Dalam banyak keadaan harga majalah yang rendah akan menggambarkan kerendahan mutu majalah itu. Oleh yang demikian, majalah seperti itu mungkin sukar menarik pembaca yang baru.

Berhubung harga, penerbit perlu mengambil kira pendapatan sebenar yang mungkin diperolehnya daripada sesuatu naskhah majalah. Harga majalah RM5 tidak bermakna pendapatan penerbit juga RM5. Penerbit terpaksa menolak kos pengeluaran majalah itu yang mungkin RM1.90. Selain itu, ia juga harus menolak diskaun yang diberi kepada pengedar atau penjual yang lazimnya 40 peratus atau RM2. Jumlah RM1.10 yang berbaki bukan lagi untung kepada penerbit kerana ia terpaksa pula menolak bayaran kepada penyumbang dan belanja promosi. Akhirnya, untung penerbit daripada jualan satu naskhah majalahnya hanyalah 20-70 sen. Jika majalah itu dapat dijual sehingga 100,000 naskhah, penerbit mungkin memperoleh RM70,000 untuk satu keluaran. Jumlah itu mungkin cukup untuk membayar gaji, sewa dan

penyelenggaraan pejabat, dan pinjaman. Tetapi jika majalah yang laku hanya 10,000, pendapatan kasar penerbit hanya RM7,000 - suatu jumlah yang agak kecil yang mungkin memaksa penerbit menghentikan penerbitannya. Jumlah itu pula hanya akan diperoleh setelah sekurang-kurangnya tiga bulan, iaitu tempoh kredit yang lazimnya diberi kepada pengedar atau penjual majalah.

Oleh yang demikian, dalam peletakan harga, pelbagai faktor harus diambil kira. Hukum permintaan bahawa semakin tinggi harga semakin sedikit kuantiti yang dibeli harus benar-benar difahami penerbit untuk disesuaikan dengan majalah terbitannya.

Pengedaran

Selain *product* dan *price*, *physical distribution* merupakan cabaran besar yang perlu dihadapi oleh penerbit dalam tahun-tahun akan datang. Soal pengedaran yang kurang cekap merupakan kelaziman dalam penerbitan majalah sejak bertahun-tahun. Pengedaran fizikal majalah dari pencetak kepada penerbit, dari penerbit kepada pengedar, dan dari pengedar kepada kedai atau gerai buku kini walaupun lebih cekap sejak kebelakangan ini, namun soal-soal yang melibatkan *paperwork* sering menjadi masalah. Hal ini lebih ketara jika pengedaran majalah diusahakan sendiri oleh penerbitnya selain pengedaran yang dilakukan secara pos kepada langganan tetap.

Walau apa pun alasannya, majalah bulanan harus tersedia di kedai atau gerai jualan sekurang-kurangnya pada dua hari bulan setiap bulan. Banyaknya majalah dan akhbar tabloid mingguan atau dwi mingguan di pasaran sering menjadikan majalah berbentuk bulanan cepat basi daripada yang sepatutnya. Pada satu-satu masa, sesebuah majalah terpaksa bersaing dengan hampir 100 buah majalah atau akhbar tempatan di kedai atau gerai buku. Mujurlah populariti majalah-majalah humor sering mendorong para peniaga melatakan majalah-majalah itu di tempat yang lebih strategik, lazimnya berhampiran kaunter sehingga mudah dilihat berbanding majalah-majalah lain seperti Dewan Budaya, Dewan Sastera, Dewan Masyarakat, Mutiara Malaysia, Saji, dan Dakwah yang dibiarkan bertindihan di antara satu sama lain di bahagian dalam kedai atau gerai dan di tempat yang cahaya lampunya malap pula.

Sememangnya terdapat diskriminasi dalam soal pengedaran ini. Pengedar yang mendapat diskaun yang tinggi, lebih 40 peratus, sudah tentu akan berusaha dengan bersungguh-sungguh untuk mengedarkan atau menjual sesuatu majalah berbanding majalah yang diskaunnya lebih rendah. Diskaun kepada pengedar yang rendah akan memaksa pengedar memberi diskaun yang rendah juga kepada penjual. Sudah tentu penjual pula akan mengutamakan atau memberi perhatian yang istimewa kepada majalah yang menawarkan diskaun yang tinggi.

Pemberian diskaun yang tinggi akan menyukarkan penerbit, terutamanya yang majalahnya terlalu bergantung kepada iklan. Untuk memperoleh pendapatan yang munasabah, penerbit terpaksa menaikkan harga majalah sedangkan harga majalah yang tinggi sering menjadi alasan kepada orang ramai untuk tidak membelinya atau membeli majalah saingan yang lebih murah.

Keadaan seperti ini banyak memberi kelebihan kepada penerbit yang besar atau yang mempunyai rangkaian pengedaran yang cekap seperti Utusan Melayu Berhad dan New Straits Times Sdn Bhd. Sementara penerbit yang kecil hanya bergantung kepada pendapatan jualan satu atau dua buah majalah yang edarannya terbatas dan tanpa pendapatan iklan, penerbit yang besar itu, dengan pendapatan iklan yang besar dan kemampuan pengedarannya yang cekap menjadi pemimpin harga sehingga berkeupayaan untuk membunuh para pesaingnya.

Tambahan pula, penerbit yang besar itu mempunyai rangkaian medianya sendiri yang dapat digunakan untuk mempromosikan majalah-majalah terbitannya. Dengan memiliki akhbar harian *Utusan Malaysia* dan *Utusan Melayu* di samping *Mingguan Malaysia* dan *Utusan Zaman*, majalah-majalah terbitan Utusan Melayu Berhad dapat diiklankan secara meluas dengan percuma atau kos subsidi. Hal ini ditambah pula dengan iklan di majalah-majalah lain yang diterbitkannya seperti *Wanita*, *Mangga*, *URTV*, *Rias*, *Mastika*, *Hai*, *Saji*, *Karya* dan *Kawan*.

Kelebihan yang sama dinikmati oleh New Straits Times dan Berita Publishing yang memiliki akhbar harian *Berita Harian*, *Berita Minggu*, *The New Straits Times* dan *Harian Metro* di samping majalah-majalah *Anjung Seri*, *Jelita*, *Dataniaga*, *Citra*, *Her World*, *The Malaysian Business* dan *Investor Digest*. Majalah-

majalah itu boleh menampung iklan di akhbar atau majalah lain secara percuma atau dengan kos subsidi. Kelebihan-kelebihan seperti ini tidak dapat dinikmati oleh penerbit kecil kerana lazimnya mereka tidak mampu mengeluarkan perbelanjaan untuk membeli ruang iklan.

Oleh yang demikian, elemen akhir yang penting untuk memastikan sesebuah majalah bertahan di pasaran, iaitu promosi tidak dapat dijalankan dengan berkesan. Para penerbit mungkin menggunakan teknik-teknik promosi lain seperti pelancaran, pameran, peraduan, promosi jualan, dan sebagainya, tetapi iklan ruang memberi pengaruh yang lebih kuat untuk menarik perhatian orang ramai. Walau bagaimanapun, beberapa buah majalah yang diterbitkan oleh penerbit yang kecil masih mampu mengiklankan majalah masing-masing di akhbar atau majalah lain.

Majalah-majalah *Gila-Gila*, *Falsafah Batu Api*, *Ujang*, dan *Lanun* umpamanya sering diiklankan di akhbar utama, terutamanya pada masa awal terbitannya. Sebelum majalah-majalah terbitan Karya One Sdn Bhd digantung penerbitannya, majalah-majalah *Ayu*, *Tatih*, *OK*, dan *Dunia Baru* sering diiklankan pada setiap hujung minggu sama ada di *Mingguan Malaysia* atau *Berita Minggu*. Penerbit itu dikatakan telah membelanjakan lebih RM500,000 untuk belanja promosi majalah-majalahnya sebelum timbulnya isu menghidupkan semula gerakan Arqam yang memaksa semua penerbitan Karya One Sdn Bhd diberhentikan.

Kesimpulan

Penerbitan majalah-majalah humor Melayu semasa banyak didorong oleh kejayaan *Gila-Gila*. Majalah itu menjadi pemimpin dalam pasaran majalah Melayu kini yang lebih dicirikan daripada perkiraan "ikut-ikut". Kejayaan sesebuah majalah di pasaran akan dengan pantas menjadi ikutan penerbit lain untuk menerbitkan majalah yang mempunyai konsep lebih kurang sama dengan majalah yang berjaya itu.

Walaupun banyak majalah sudah berkubur disebabkan kelemahan dalam salah satu atau semua elemen P (*product*, *price*, *physical distribution*, dan *promotion*) yang sudah dijelaskan, namun majalah-majalah *Gila-Gila* dan *Geli Hati* dapat bertahan hampir 20 tahun, sementara *Gelagat* pula bertahan hampir 10 tahun.

majalah itu boleh menampung iklan di akhbar atau majalah lain secara percuma atau dengan kos subsidi. Kelebihan-kelebihan seperti ini tidak dapat dinikmati oleh penerbit kecil kerana lazimnya mereka tidak mampu mengeluarkan perbelanjaan untuk membeli ruang iklan.

Oleh yang demikian, elemen akhir yang penting untuk memastikan sesebuah majalah bertahan di pasaran, iaitu promosi tidak dapat dijalankan dengan berkesan. Para penerbit mungkin menggunakan teknik-teknik promosi lain seperti pelancaran, pameran, peraduan, promosi jualan, dan sebagainya, tetapi iklan ruang memberi pengaruh yang lebih kuat untuk menarik perhatian orang ramai. Walau bagaimanapun, beberapa buah majalah yang diterbitkan oleh penerbit yang kecil masih mampu mengiklankan majalah masing-masing di akhbar atau majalah lain.

Majalah-majalah *Gila-Gila*, *Falsafah Batu Api*, *Ujang*, dan *Lanun* umpamanya sering diiklankan di akhbar utama, terutamanya pada masa awal terbitannya. Sebelum majalah-majalah terbitan Karya One Sdn Bhd digantung penerbitannya, majalah-majalah *Ayu*, *Tatih*, *OK*, dan *Dunia Baru* sering diiklankan pada setiap hujung minggu sama ada di *Mingguan Malaysia* atau *Berita Minggu*. Penerbit itu dikatakan telah membelanjakan lebih RM500,000 untuk belanja promosi majalah-majalahnya sebelum timbulnya isu menghidupkan semula gerakan Arqam yang memaksa semua penerbitan Karya One Sdn Bhd diberhentikan.

Kesimpulan

Penerbitan majalah-majalah humor Melayu semasa banyak didorong oleh kejayaan *Gila-Gila*. Majalah itu menjadi pemimpin dalam pasaran majalah Melayu kini yang lebih dicirikan daripada perkiraan "ikut-ikut". Kejayaan sesebuah majalah di pasaran akan dengan pantas menjadi ikutan penerbit lain untuk menerbitkan majalah yang mempunyai konsep lebih kurang sama dengan majalah yang berjaya itu.

Walaupun banyak majalah sudah berkubur disebabkan kelemahan dalam salah satu atau semua elemen P (*product*, *price*, *physical distribution*, dan *promotion*) yang sudah dijelaskan, namun majalah-majalah *Gila-Gila* dan *Geli Hati* dapat bertahan hampir 20 tahun, sementara *Gelagat* pula bertahan hampir 10 tahun.

Pada alaf akan datang, penerbitan majalah-majalah humor Melayu akan terpaksa berhadapan dengan cabaran yang lebih memeritkan. Kesukaran menjual ruangan masing-masing kepada pengiklan akan terus dihadapi penerbit. Sirkulasi akan terus memainkan peranan penting untuk meneruskan hayat majalah humor. Persaingan yang cukup sengit daripada komik-komik atau majalah humor asing yang diubah suai ke bahasa Melayu telah sedikit-sebanyak menjejaskan pasaran, terutamanya untuk pembaca kanak-kanak.

Selain itu, kos pengeluaran majalah juga semakin meningkat. Hal ini berlaku disebabkan kecenderungan menggunakan empat warna, kertas yang bermutu, gambar-gambar yang lebih dominan daripada teks, dan perekaan yang lebih releks, tetapi padat di dalam majalah. Kos yang meningkat harus ditampung iklan untuk membolehkan majalah dijual dengan harga yang mampu menarik pembelian. Seandainya kadar iklan yang rendah seperti kini berterusan dan majalah masih terus bergantung kepada sirkulasi, masa depan majalah-majalah humor Melayu akan menjadi lebih malap. Hal ini menjadi bertambah buruk lagi dengan saingan media cetak lain, terutamanya akhbar dan buku atau media elektronik radio dan televisyen, serta media baru internet.

Nota

- 1 Walau bagaimanapun, penemuan terkini menunjukkan bahawa sebelum *Ha Hu Hum* diterbitkan, terdapat dua buah majalah berbentuk humor dan komik yang diterbitkan setahun lebih awal, iaitu pada tahun 1973. Majalah-majalah itu ialah *Jenakarama* yang diterbitkan oleh Penerbitan Knight (Catur), Kuala Lumpur dan *Gelaketawa* yang diterbitkan dan diedarkan oleh Solo Enterprise, Katong, Singapura 15. Disebabkan keluaran kedua-dua majalah itu hanya menggunakan bilangan dan tidak menyatakan tarikh terbitan yang tepat, kesukaran timbul untuk menentukan tarikh yang tepat dan kekerapan majalah-majalah itu. Bagaimanapun kedua-duanya diterbitkan pada tahun 1973 dan nama pelukis yang paling dominan dalam kedua-duanya ialah S. Zain. Lihat Hamed Mohd Adnan 1997b, "Majalah-majalah humor Sebelum Gila-gila", (kertas penyelidikan yang belum diterbitkan).
- 2 Tarikh sebenar pemberhentian majalah ini di pasaran tidak dapat dipastikan. Naskhah paling akhir di Perpustakaan Dewan Bahasa dan Pustaka ialah pada Disember 1958. Tidak jelas sama ada

- majalah ini diterbitkan pada tahun 1959 dan kalau ada pun, tiada naskhah lagi yang dapat diperoleh melainkan *Warta Jenaka* edisi lama yang tarikh akhir penerbitannya ialah pada 4 September 1941.
- 3 Pendapat umum di kalangan penerbit majalah di negara ini menyatakan bahawa empat tahun merupakan masa yang munasabah untuk mengukur kejayaan sesebuah majalah dari segi komersil. Lazimnya penerbit akan mengalami kerugian pada tahun pertama, mencapai break-even point pada tahun kedua, dan memperoleh sedikit untung pada tahun ketiga. Bagaimanapun pada tahun ketiga itu digunakan untuk menampung kerugian pada tahun pertama.
 - 4 Kebanyakan majalah humor yang telah diberhentikan itu tidak sebenarnya terus mati. Penerbitan masih memegang permit KDN untuk majalah itu dan mereka akan menerbitkan majalah itu semula jika memperoleh modal atau jika mempunyai kakitangan yang cukup untuk menguruskan penerbitannya. Contohnya ialah Batu Api (Januari 1984) yang diterbitkan oleh Creative Holdings Sdn Bhd. Selepas penerbitannya berhenti pada akhir tahun 1990, Mishar yang memegang KDN majalah itu menerbitkannya semula dengan nama Falsafah Batu Api pada 15 Mac 1991 dengan Creative Masters yang diiongkosi oleh Kumpulan Melawar. Setelah berhenti pada tahun 1993, majalah itu diterbitkan semula pada Oktober 1997 apabila Mishar mendapat bantuan daripada Syarikat Al-Habshee yang mengedarkan majalah itu. Hal ini turut berlaku kepada Ujang terpaksa dihentikan penerbitannya oleh Kharisma Publications apabila Ujang dan rakan-rakannya menubuhkan Triple Vision untuk menerbitkan Varia Lawak. Ujang diterbitkan semula pada 1 Ogos 1997 setelah tidak terbit selama empat bulan.

Penulis adalah ahli akademik di Jabatan Pengajian Media, Universiti Malaya

Penulis

- Hamed Mohd Adnan 1996. *Penerbitan dan Pemasaran Buku di Malaysia*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Hamed Mohd Adnan 1996b. "Sulaiman Ahmad dan Penerbitan Majalah Beunsur Lucah dalam Bahasa Melayu" (kertas penyelidikan yang belum diterbitkan).
- Hamed Mohd Adnan 1997. *Majalah-majalah Melayu Abad Ke-20*. (manuskrip yang belum diterbitkan).
- Hamed Mohd Adnan 1997b. "Penerbitan Majalah-majalah Melayu: Cabaran Kini dan Akan Datang". kertas kerja dlm Seminar Komunikasi di Universiti Pertanian Malaysia pada 22 November 1997.

Rujukan

- Hamed Mohd Adnan 1997c. "Penerbitan dan Pemasaran Majalah-majalah Hiburan Selepas Perang" (kertas penyelidikan yang belum diterbitkan).
- Hamed Mohd Adnan 1997d. "Majalah-majalah Humor Sebelum Gila-Gila," (kertas penyelidikan yang belum diterbitkan).
- Iskandar Ahmad 1968. *Persuratkhabaran Melayu 1876-1968*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Kotler, Philip 1995. *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control*. New York: Prentice-Hall.
- McCarthy, Jerome 1975. *Basic Marketing*. Homewood, Illinois: Richard Irwin.
- Mohd Sarim Mustajab, et. al 1988. *Akhbar dan Majalah di Malaysia: Sejarah dan Perkembangan*. Bangi: Jabatan Sejarah UKM.
- Muhamad Dato Muda 1941. *Kitab Tarikh Suratkhobar*. Bukit Mertajam: Matbaah Azziniah.
- Muliyadi Mahamood 1984, "Sikap dan Sifat Melayu dari Kacamata Kartunis Melayu Malaysia Masa Kini". Latihan Ilmiah Diploma Senireka, Institut Teknolgi Mara.
- Reidelbach, Maria. 1992. *Completely Mad: A History of the Comic Books and Magazine*. New York: Waldenbooks.
- Roff, William R 1972. *Bibliography of Malay and Arabic Periodicals Published in the Straits Settlements and Peninsular Malay States 1876-1941*. London: Oxford University Press.
- Sabri Said 1996. "Kelangsangan dan Fungsi Sosial dalam Penerbitan Kartun: Tumpuan kepada Kartun-kartun di Majalah Gila-Gila". Tesis Sarjana Pengajian Penerbitan, Universiti Malaya.