

HAMEDI MOHD ADNAN

Penerbitan-penerbitan Majalah Wanita di Malaysia Dekad 1980-an

IKHTISAR: Sekitar tahun 1980-an adalah dekad pembangunan bagi majalah wanita Melayu. Sejak majalah moden wanita Melayu pertama, “Wanita”, yang diterbitkan pada tahun 1969, tidak kurang daripada sepuluh majalah wanita lain yang diterbitkan untuk memenuhi pembaca Melayu di Malaysia. Orientasi kandungan dalam majalah ini telah berubah dengan pesat, daripada bahan bacaan ringan untuk berkhidmat sebagai wanita suri-rumah kepada panduan berkhidmat bagi wanita kerjaya sebagai pembacanya. Oleh itu, peningkatan jumlah jenis majalah berkenaan merupakan manifestasi daripada pembangunan wanita Melayu dalam kehidupan seharian mereka. Walaupun tahun 1970-an adalah dekad pembangunan moden awal bagi wanita dalam mendapat pendidikan, tahun 1980-an masih lagi tempoh peralihan dimana wanita mula mengisi semua jawatan strategik dalam pasaran kerja tradisional yang berkaitan dengan lelaki. Ia hanya pada tahun 1990-an, dimana kehadiran mereka dirasai dalam hampir semua bidang kerjaya. Perkembangan ini diwakili dalam majalah wanita yang diterbitkan sepanjang dekad. Artikel ini akan memberi tumpuan kepada pembangunan majalah wanita Melayu pada dekad 1980-an, terutamanya trend dan sejarah beberapa majalah dominan.

KATA KUNCI: Majalah wanita, wanita Melayu moden, editorial, wanita suri-rumah, wanita kerjaya, dan pembangunan moden.

ABSTRACT: “The Publications of Women Magazine in Malaysia in 1980s”. About 1980’s is the decade of development for women Malay magazine. Since the first modern Malay women magazine, *Wanita*, published in 1969, not less than ten other women magazines published to cater Malay readership in Malaysia. The orientation in content of these magazines has change rapidly, from as to serve the light reading materials to house-hold women to serve as the guide to the career of its readers. As such, the increasing number of these types of magazines has itself a manifestation of the development of Malay women in their daily life. While 1970’s is the decade of early modern development for women in gaining education, 1980’s is still a period of transition whereby women started to fill all strategic posts in job market traditionally related to men. It is only in 1990’s where their presence is felt in almost all areas of the careers. This development is represented in the women magazines published throughout the decades. This article will focus on the development of women Malay magazines in the decade of 1980’s, especially the trend and the history of several dominant magazines.

KEY WORD: Women magazines, modern Malay women, editorial, house-hold women, career women, and modern development.

PENDAHULUAN

Seperti juga dengan perubahan yang melanda masyarakat umum di negara Malaysia ini, kedudukan kaum wanita

turut mengalami peningkatan pada dekad 1980-an. Bilangan kaum wanita yang memperoleh pendidikan tinggi semakin bertambah. Sikap ibu bapa

About the Author: Prof. Madya Dr. Hamed Mohd Adnan ialah Pensyarah Kanan di Jabatan Pengajian Media UM (Universiti Malaya), 50603 Kuala Lumpur, Malaysia. Bagi urusan sebarang akademik, penulis boleh dihubungi dengan nombor talifon: +6013-3622010 dan alamat email: hamedim@um.edu.my

How to cite this article? Mohd Adnan, Hamed. (2014). “Penerbitan-penerbitan Majalah Wanita di Malaysia Dekad 1980-an” in *SUSURGALUR: Jurnal Kajian Sejarah & Pendidikan Sejarah*, Vol.2(2), September, pp.141-154. Bandung, Indonesia: Minda Masagi Press and UBD Bandar Seri Begawan, Brunei Darussalam, ISSN 2302-5808. Available online also at: <http://susurgalur-jksps.com/penerbitan-penerbitan-majalah-wanita/>

Chronicle of the article: Accepted (April 29, 2014); Revised (June 29, 2014); and Published (September 24, 2014).

terhadap pendidikan anak perempuan masing-masing menjadi semakin positif. Kesan paling penting daripada perubahan dan peningkatan dalam pendidikan ini adalah meningkatnya bilangan kaum wanita yang bekerja dan yang mempunyai karier. Sebaliknya, bilangan kaum wanita yang menjadi suri rumah sepenuh masa semakin berkurangan. Pendedahan yang semakin luas kaum wanita terhadap nilai dan pandangan dunia sekeliling yang semakin moden dengan sendirinya memerlukan suatu medium khusus untuk mereka menyertai dan mengembangkan sosialisasi yang semakin berubah itu. Majalah merupakan medium yang paling sesuai untuk memenuhi keperluan itu (Za'ba, 1941; Roff, 1975; dan Adam, 1992).

Justeru, peningkatan bilangan majalah Melayu dan sambutan yang diberi terhadap setiap satunya oleh audiens wanita cukup dirasakan pada dekad ini. Peranan majalah wanita dalam segmen permajalahan Melayu menjadi semakin penting. Selain sambutan daripada pembaca yang bertambah ekoran faktor-faktor yang disebutkan itu, faktor yang paling besar menyumbang pada peningkatan itu ialah hakikat bahawa majalah wanita paling mudah menarik iklan berbanding jenis majalah Melayu yang lain (Adnan, 2001 dan 2013).

Peningkatan taraf hidup wanita yang diiringi dengan kemampuan beli yang semakin baik menjadikan wanita, dengan sifat semula jadinya, sebagai segmen pembaca yang paling bernilai kepada pengiklan. Produk-produk kecantikan dan kesihatan yang melambangkan ciri hidup moden berlumba-lumba membeli ruang iklan di majalah wanita, di samping pelbagai produk pengguna yang lain. Dengan pendapatan yang diperoleh penerbit daripada iklan, maknanya kos pengeluaran majalah dapat dikurangkan. Kesannya harga majalah dapat terus kekal dalam lingkungan

kemampuan kaum wanita dan tidak perlu dinaikkan (*cf* Mott, 1938; Tebbel, 1967; dan Adnan, 2003).

Tulisan ini akan membincangkan perubahan orientasi majalah wanita yang berlaku pada dekad 1980-an, berbanding dengan dekad-dekad sebelumnya. Dekad 1980-an menyaksikan perubahan yang ketara dalam senario penerbitan majalah wanita dengan kandungannya mula diarahkan untuk pembacaan golongan wanita yang sudah memiliki kerjaya, berbanding orientasi sebelum ini yang tertumpu untuk pembacaan golongan suri rumah (*cf* Dato' Muda, 1941; Roff, 1972; Iskandar, 1973; Adam, 1992; dan Adnan, 2002). Perubahan tersebut bukan setakat memberi kesan terhadap kandungan editorial majalah, malahan turut mengubah orientasi iklan yang tersiar di dalamnya.

PENGUASAAN MAJALAH WANITA DAN JELITA

Penerbitan dua buah majalah wanita yang paling penting, *Wanita* dan *Jelita*, sudah pun mantap dan *feasible* pada dekad 1980-an. Majalah *Wanita* terpaksa mengubah konsepnya sedikit untuk memberi penyesuaian kepada pembacanya yang kian berubah — daripada suri rumah pada awal dan pertengahan 1970-an kepada wanita bekerja pada akhir dekad itu. Susutan sirkulasi yang diterima, ekoran penerbitan majalah *Jelita* pada Ogos 1976, sudah kembali normal, malahan kemunculan majalah *Jelita* memberi saingan yang positif kepada majalah *Wanita*.

Kehadiran majalah *Jelita* memaksa majalah *Wanita* sentiasa bersedia menghadapi sebarang kemungkinan herotan pasaran, di samping sentiasa memerah tenaga editorialnya untuk sentiasa bergerak ke hadapan dalam momentum yang tidak dapat dikejar oleh majalah saingannya itu. Bagi majalah *Jelita* pula, audiensnya sejak awal adalah wanita berkerjaya, golongan

muda, dan tinggal di bandar — audiens yang sama semakin cuba ditarik oleh majalah *Wanita*.

Selepas Nik Rahimah Hassan meninggalkan majalah *Wanita* pada 1980, majalah itu dipimpin oleh Faridah Idris dan dibantu oleh antaranya Nor Einai Mohd Amin, Tajaiyah Ihsan, Ramnah Yassin, Normala Hamzah, Delaila Hussein, Khatijah Buyung, dan Meran Abu Bakar. Bagi majalah *Jelita* pula, Zaharah Nawawi terus menjadi pengarangnya sehingga 1985, apabila Siti Bidayah Ahmad menggantikannya dalam tempoh yang singkat sebelum Rohani Pawan Chik mengambil alih jawatan itu sehingga tahun 2000-an.

Sebelum 1982, majalah *Jelita* mengalami satu situasi yang sukar untuk bersaing dengan majalah *Wanita*. Mujurlah, A. Samad Ismail yang dibebaskan daripada tahanan ISA (*Internal Security Act*) tampil memberi bantuan untuk mengukuhkan majalah itu. Menurut A. Samad Ismail:

Bila saya mengendalikan semula kumpulan akhbar NST (*New Strait Times*) pada 1982, saya perhatikan *Jelita* tidak begitu maju. Isinya kurang memuaskan, kerana ia tidak memperlihatkan sebuah majalah wanita. Malah kalaupun majalah wanita, kandungannya terlalu mementingkan selera golongan atasan. Barangkali satu sebabnya ialah penulis-penulis majalah itu kurang pengalaman, bahasanya kurang lancar, gaya bahasa kaku dan tegang, hal-hal yang dikemukakan tidak menepati selera pembaca, bahkan membosankan [...]. Majalah itu ternyata kian merosot nilainya dari kacamata pembaca. Maka, kita cuba membaikinya dan mengubah konsepnya. Kami mulai menjalin hubungan dengan pembaca dan mencari penulis-penulis luar. *Jelita* mulai menyiarkan rencana-rencana yang menjadi bualan hangat atau yang diminati oleh pembaca, supaya dengan itu kita dapat mendekati pembaca. Alhamdulillah, cara itu berhasil dan jualan *Jelita* bertambah maju (dalam *Jelita*, Ogos 1986).

Kedua-dua majalah saling saing-menyaingi — dalam gaya persembahan teks dan gambar, tenaga penulis terbaik, perekaan, dan sehingga

aspek *cover girl*. Majalah *Jelita* menjadikan ciri-ciri “cantik, manis, dan *photogenic*” sebagai syarat utama. Gadis yang memenuhi syarat tersebut boleh membuat permohonan dengan “menghantarkan dua keping gambar muka penuh sahaja; satu wajah depan (*front view*) dan satu lagi wajah rusuk (*side view*)” untuk dinilai, sebelum dihubungi bagi menetapkan tarikh *test-shot*.

Disebabkan tidak semua gadis yang menghadiri *test-shot* sesuai menjadi *cover girl* majalah *Jelita*, tenaga editorialnya sendiri akan mencari gadis yang sesuai. Seperti kata editornya:

Pandangan perlulah liar dan tajam supaya gadis-gadis cantik tidak terlepas dari mata kami. Pantang ternampak gadis cantik, kami akan menghampiri mereka, bertanyakan sama ada mereka berminat menjadi gadis gambar kulit (dalam *Jelita*, Ogos 1986).

Setelah memperoleh gadis yang sesuai, mereka akan menghubungi butik atau pusat membeli-belah bagi meninjau pakaian dan aksesori untuk dipakai gadis berkenaan. Syarikat alat-alat solek atau dandanan rambut juga akan dihubungi. Semua pihak yang membantu menjayakan penggambaran *cover girl* itu akan diberikan kredit dalam catatan pengenalan di muka surat kandungan.

Kalau majalah *Jelita* lebih cenderung menggunakan gadis-gadis “cantik, manis, dan *photogenic*”, majalah *Wanita* masih cenderung menggunakan selebriti ternama, di samping puteri-puteri raja istana sebagai *cover girl*-nya. Hal ini disebabkan, mengikut editor majalah *Wanita*:

[...] setiap kali personaliti dari istana dipaparkan, rakyat jelata cukup gemar membacanya. Inilah peluang untuk mereka mengenali dengan lebih dekat lagi puteri-puteri raja itu; dan jika kebetulan siarannya bersempena hari perkahwinan diraja, maka gambar warna-warni dari istiadat perkahwinan pasti memukau orang ramai (dalam *Wanita*, September 1987).

Sepanjang dekad 1980-an, antara tokoh yang pernah menjadi gambar *cover* majalah *Wanita* ialah Tunku Dara Naquiah (Februari 1981); puteri Sultan Perak, Raja Zarith Sofia (Oktober 1983); isteri Tengku Abdullah Pahang, Tunku Azizah (September 1986); isteri Raja Muda Selangor, Nurlisa Abdullah (Januari 1989); dan Raja Permaisuri Agong, Tuanku Bainon (April 1984).

Selain itu, tokoh-tokoh lain seperti Datin Maria Musa, Sharifah Aini, Marina Chin, Dato' Seri Rafidah Aziz, dan Dr. Siti Zaharah Sulaiman pernah turut menghiasi gambar kulit majalah *Wanita*. Selain itu, majalah *Wanita* mempelbagaikan kandungan teksnya. Kalau pada dekad 1970-an, kandungan majalah *Wanita* lebih cenderung memenuhi tuntutan pembaca wanita dalam kalangan suri rumah, pada dekad 1980-an ini kandungannya lebih beragam. Soal penjagaan kesihatan, peranan wanita dalam profesional, penjagaan keluarga, penjagaan kecantikan, psikologi, makanan dan pemakanan, dan soal-jawab agama menjadi antara keperluan yang utama. Penulis tetap seperti Prof. Dr. Abdul Hamid Arshat, Dr. Mat Saat Baki, pakar kecantikan Clara L. Chee, dan Dr. Muhammad Ello menyumbang tetap dalam kolum masing-masing.

Persaingan yang sihat ini membawa manfaat kepada kedua-dua majalah. Sirkulasi majalah *Wanita* menjangkau 103,862 naskah pada Mac 1981, kali pertama sesebuah majalah di Malaysia mencapai sirkulasi setinggi itu (Anonim, 1981:38). Angka-angka daripada ABC (*Audit Bureau of Circulation*), bagaimanapun, sedikit rendah dengan 93,432 naskah pada 1985, sementara majalah *Jelita* agak ketinggalan dengan 29,537 naskah (Anonim, 1985:50-65).

Pada 1988, sirkulasi kedua-duanya semakin meningkat kepada 109,000 naskah bagi majalah *Wanita* dan 35,000 naskah bagi *Jelita* (Anonim, 1988). Pada 1989, pembaca majalah *Wanita* meningkat 8.5 peratus kepada 604,000

orang, berbanding tahun sebelumnya seramai 519,000 orang. Dari segi komposisi pembaca pula, 587,000 orang adalah pembaca Melayu, sedangkan 32,000 pembaca Cina, dan 17,000 orang pembaca India (Anonim, 1988).

Dari segi peringkat usia, majoriti pembaca majalah *Wanita* berumur 15-24 tahun dengan 241,000 orang, diikuti 25-29 tahun dengan 119,000 orang, dan 30-39 tahun dengan 161,000 orang. Majalah *Wanita* juga mempunyai 124,000 orang pembaca lelaki (*Wanita*, Ogos 1989). Angka-angka itu masih mampu dikembangkan lagi berdasarkan situasi ekonomi negara yang lebih baik dan semakin bertambahnya bilangan wanita bekerja yang menjadi sasaran pembaca utama majalah sedemikian. Mengulas kejayaan majalah *Wanita* memperoleh sirkulasi yang tinggi itu, editornya menyatakan:

Apakah hikmat di sebalik kejayaan dan keupayaan *Wanita* untuk terus menjadi pilihan pembaca? Jawabannya mudah sahaja, kerana *Wanita* telah berjaya menambat hati semua golongan masyarakat, baik dari golongan istana mahupun dalam kalangan masyarakat desa. *Wanita* jarang sekali gagal untuk mendapatkan kerjasama dari mana-mana pihak, sekalipun apabila mahu mendapatkan maklumat untuk dijadikan bahan rencana, termasuklah mendapatkan personaliti untuk dijadikan *cover girl* atau penghias kulit setiap bulan (dalam *Wanita*, Ogos 1989).

Tiga majalah wanita lain yang terus bertahan sejak tahun 1970-an ialah majalah *Keluarga* (April 1976), majalah *Alam Wanita* (April 1978), dan majalah *Selecta Femina* (Januari 1978). Pembaca majalah *Keluarga* yang diterbitkan oleh Amir Enterprise meningkat kepada 177,000 orang pada 1985 (Anonim, 1985:58). Pada 1986 pula, edarannya meningkat kepada 45,000 naskah dan jumlah pembacanya meningkat kepada 200,000 orang (Anonim, 1986:62).

Harun Hassan masih memimpin penerbitan majalah *Keluarga* itu sehingga 1983, apabila ia digantikan

oleh menantunya, Abdul Jalil Ali, untuk memberi tumpuan yang lebih terhadap penerbitan filem. Lembaga di jabatan pengarangnya masih dianggotai oleh Nik Rahimah Hassan yang membantu majalah *Keluarga* sejak 1979, sebelum turut disertai oleh M. Jusof Taib (1984-1988), Salmah Mohsin (1985-1987) yang menyertai Amir Enterprise semula daripada majalah *Jelita*; Webah Salleh (1985-1987); dan Mohd Yusuf Harun (1986-1989). Mulai 1984, Noor Hashimah Harun dilantik menjadi pengarang majalah *Keluarga* – jawatan yang dipegangnya sehingga majalah *Keluarga* diambil-alih oleh Kumpulan Karangkraf pada 1991.

Bagi majalah *Alam Wanita* pula, M. Ghazali masih dipertanggungjawabkan sebagai pengarang dan ia dibantu oleh Zon Hasyim, S. Munajat, Drs. Darwis Harahap, S. Denak (1980) dan W.S. Uzala, Sharifah Abu Salem, Shalina Hj. Umar, Zaiton Hj. Ahmad (1982). Setelah M. Ghazali diserang lumpuh, Ashidah Minin diberi kepercayaan oleh penerbit, Datuk Abdul Aziz Ahmad, untuk menjadi editor majalah *Alam Wanita*.

Bagaimanapun, sambutan pembaca terhadap majalah *Alam Wanita* itu semakin merosot, antaranya disebabkan kecenderungan majalah tersebut mengambil banyak bahan editorialnya daripada majalah Indonesia. Tambahan pula, sidang pengarang majalah itu dianggotai sebahagian besarnya oleh penulis yang berasal dari negara jiran itu (Indonesia); dan kedudukan itu menjarakkan majalah daripada pembaca. Akibatnya, majalah *Alam Wanita* terpaksa diberhentikan pada Disember 1984.

Sementara itu, majalah *Selecta Femina* yang diterbitkan di Pulau Pinang oleh Syarikat Warta Negara Press, pada Januari 1978, dipindahkan ke Kuala Lumpur pada Mac 1979, apabila penerbitannya diambil-alih oleh Utusan Melayu Press. Pengasasnya, Dato' Seri Hussein Nordin, telah dilantik sebagai pengarah urusan Utusan Melayu Press

dan semua penerbitan Warta Negara Press diserapkan ke dalam organisasi media yang lebih besar itu. Daripada berkonsepkan “Bulanan Wanita Setiap Peringkat”, majalah *Selecta Femina* diubah sedikit kepada “Majalah untuk Remaja”, meskipun citra keperempuanannya masih mendominasi kandungan majalah tersebut. Hampir serentak dengan itu, Roseminah Ahmad dilantik menjadi pengarang bagi menggantikan Latifah Hamzah.

Sirkulasi majalah *Selecta Femina* pada awal dekad 1980-an adalah Jun 1982 = 26,048 naskah; Disember 1982 = 20,983 naskah; Jun 1983 = 18,355 naskah; Disember 1983 = 19,669 naskah; Jun 1984 = 15,498 naskah; dan Disember 1984 = 15,931 naskah (Anonim, 1982 dan 1986). Sirkulasi majalah *Alam Wanita* pula tidak dapat dikesan kerana tidak diaudit. Berdasarkan kedudukan pasaran ketika itu, sirkulasinya mungkin tidak lebih 20,000 naskah.

Selain lima buah majalah lama itu, 15 buah majalah baharu untuk wanita diterbitkan pada dekad 1980-an ini. Di antaranya ialah majalah *Dewi* (Ogos 1980) yang diterbitkan oleh Khalid Jafri menerusi Jasika Corporations; majalah *Dunia Fesyen* (Januari 1982) oleh Qamada Publishing House; majalah *Famili* (Jun 1982) oleh Mustafa Ton di Variapop Group-nya; majalah *Timang* (Julai-September 1986) oleh Lembaga Penduduk dan Pembangunan Keluarga Negara (LPPKN); dan majalah *Ibu* (Mac 1989) oleh bekas pengarang majalah *Wanita* dan majalah *Timang*, Rahmah Saad, di Pustaka Wira Sdn Bhd (Sendirian Berhad) yang dimilikinya.

Majalah wanita Islam juga diterbitkan, iaitu majalah *Muslimah* (November 1984) oleh Parti Islam se-Malaysia (PAS); dua buah majalah wanita terbitan Al-Arqam, iaitu: majalah *Al-Mukminah* (Februari 1986) dan majalah *An-Nasihah* (Disember 1987); dan majalah *Ummi* (November 1986) oleh Ummah Media Sdn Bhd.

Sebuah akhbar tabloid untuk wanita turut diterbitkan pada tahun itu, iaitu tabloid *Mingguan Wanita* (27 Ogos 1982). Penerbitnya, Amir Enterprise, juga merupakan penerbit majalah wanita, *Keluarga*. Tabloid itu banyak memaparkan unsur kekejaman dan keganasan yang dihadapi golongan wanita akibat kedurjanaan kaum lelaki. Pemiliknya, Harun Hassan, dapat menarik editor majalah wanita terkenal, Nik Rahimah Hassan, yang gagal di majalah *Dewi* untuk menyertai Amir Enterprise bagi menangani tabloid *Mingguan Wanita*, di samping mengawasi majalah *Keluarga*.

Sebelum itu, tabloid *Mingguan Perdana* (10 Januari 1982) dan tabloid *Mingguan Tanahair* (20 Januari 1982) telah turut diterbitkan sebagai akhbar tabloid yang masing-masing mempunyai sekurang-kurangnya dua halaman untuk segmen wanita. Ini diikuti tabloid *Bacaria* (27 November 1982) dan, agak lama kemudian, akhbar *Harian Nasional* (10 Januari 1984).

Apakah keutamaan kemunculan akhbar-akhbar tabloid itu dengan majalah wanita? Sebagai akhbar tabloid mingguan dengan harga yang lebih murah, iaitu RM 0.50 (lima puluh sen Ringgit Malaysia), kehadiran akhbar-akhbar itu dengan sendirinya menyusutkan pembaca majalah wanita. Majalah yang tidak cukup tinggi untuk menghirup udara dan cahaya di tengah-tengah hutan persaingan akan mendapati dirinya dalam kedudukan sukar bernafas.

Dua buah majalah yang kurang subur, iaitu majalah *Selecta Femina* dan majalah *Alam Wanita*, terpaksa mengaku kalah apabila masing-masing terpaksa menarik diri dari pasaran pada Julai dan Disember 1984. Bagi majalah *Alam Wanita*, ketidakmampuannya meneruskan perjalanan, mungkin dapat difahami atas kedudukan penerbitnya. Pustaka Antara mengalami keadaan yang kurang sihat, lebih-lebih lagi setelah kegagalan akhbar *Watan* dan

penangkapan dibawah ISA (*Internal Security Act*) terhadap pemiliknya, Abdul Aziz Ahmad, dan seorang wartawannya, Halim Mahmood. Kedua-dua mereka ditangkap pada November 1981, ekoran pemberitaan akhbar *Watan* yang dianggap mengancam keselamatan negara.

Tetapi keputusan memberhentikan majalah *Selecta Femina* oleh penerbitnya yang perkasa, Utusan Melayu Press, sudah pasti dilakukan setelah mempertimbangkan semasak-masaknya akan tidak *viable*-nya majalah itu, sehingga modal syarikat tidak perlu digunakan untuk menyelamatkannya. Usaha itu sendiri tentu ada kaitannya dengan langkah untuk mengurangkan saingan dalaman bagi memberi ruang yang lebih selesa kepada majalah kesayangan akhbar perdana *Utusan Melayu*, iaitu majalah *Wanita*, untuk terus mendahului pasaran.

Pada 1 Januari 1986, lima buah majalah wanita, iaitu: *Wanita*, *Jelita*, *Keluarga*, *Famili*, *Muslimah*, dan sebuah tabloid *Mingguan Wanita* berada di pasaran. Jumlah majalah itu tampaknya sudah cukup banyak untuk melayani para pembaca wanita, apatah lagi dengan kesibukan mereka dengan kerjaya masing-masing, belum lagi dengan kerja-kerja menguruskan rumah tangga. Tambahan pula, soal-soal berhubung kewanitaan turut mendapat liputan tetap di akhbar perdana, sekurang-kurangnya seminggu sekali.

Namun, kesibukan itu dengan sendirinya melowongkan ruang baharu yang boleh diterokai. Kesibukan mendorong seseorang pembaca memilih bahan bacaan yang benar-benar diminati atau diperlukan mereka. Mereka mendambakan bahan bacaan yang lebih khusus, yang dapat memenuhi keperluan masing-masing.

MAJALAH WANITA BERORIENTASIKAN ISLAM

Sejak akhir dekad 1970-an, kebangkitan semula Islam, atau

Islamic revivalism, mula dirasakan. Kebangkitan ini menjana penerbitan pelbagai buku dan majalah agama yang mentafsirkan agama dalam kerangka yang lebih luas, khususnya yang berhubung dengan kehidupan sehari-hari. Pandangan bahawa agama terbatas pada soal mati, syurga-neraka, dan dosa-pahala semata-mata semakin digantikan dengan kesedaran yang semakin bertambah bahawa agama itu syumul dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Tafsiran dan kesedaran yang baharu ini dengan sendirinya memberi kesan terhadap perkembangan bahan bacaan, termasuklah majalah. Justeru, pada dekad 1980-an inilah buat kali pertamanya, muncul majalah agama yang lebih praktikal kepada pembaca, termasuklah majalah untuk pembaca wanita.

Majalah wanita Islam berbeza sedikit dengan majalah wanita biasa. Dari segi fizikal, *cover* majalah wanita biasa lazimnya dihiasi dengan gambar-gambar selebriti yang cantik jelita, yang beraksi dalam gaya yang menggoda. Itulah resipi penting untuk menarik pembaca. Majalah wanita Islam masih menggunakan gambar perempuan yang cantik jelita, tetapi penampilannya lebih sopan; lazimnya memakai tudung dan dengan gaya yang bersahaja. Ruangan fesyen majalah wanita Islam tidak dipenuhi gambar model dengan fesyen yang tidak menutup aurat.

Dari segi falsafah pula, majalah wanita Islam bukan setakat memberi maklumat dan pengetahuan kepada pembaca, tetapi mahu mendidik mereka menjadi seorang solehah. Itulah matlamat paling besar majalah seperti itu, bukannya keuntungan dalam bentuk kewangan yang menjadi *bottom line* majalah wanita biasa.

Pada dekad 1980-an ini, terdapat lima buah majalah diterbitkan yang dapat digolongkan sebagai majalah wanita Islam. Kelima-limanya ialah majalah *Muslimah* (November 1984),

majalah *Al-Mukminah* (Februari 1986), majalah *Fatima* (Mei 1986), majalah *An-Nasihah* (Disember 1987), dan majalah *Ummi* (November 1988). Tiga daripada majalah itu diterbitkan atau didukung oleh gerakan Islam. Majalah *Muslimah* mempunyai hubungan rapat dengan parti PAS (Parti Islam se-Malaysia), sementara majalah *Al-Mukminah* dan majalah *An-Nasihah* oleh gerakan Al-Arqam.

Dengan moto “Majalah Wanita Islam”, majalah *Muslimah* muncul sebagai bacaan alternatif kepada kaum wanita yang alam pembacaan mereka terkongkong dengan majalah *Wanita* dan majalah *Jelita* sejak dekad 1970-an lagi. Dipimpin oleh seorang peniaga yang simpatik dengan perjuangan PAS, Syed Mohamed Syed Hassan, majalah wanita Islam yang pertama itu disunting oleh Ahmad Lutfi Othman — seorang bekas pemimpin mahasiswa yang baharu disingkirkan daripada UTM (Universiti Teknologi Malaysia) di Johor, Malaysia, ekoran konfrontasinya dengan pihak pengurusan, ekoran isu pemakaian purdah. Inilah majalah pertama yang memberi pengalaman paling berguna buat Ahmad Lutfi Othman, yang pada dekad 1990-an muncul sebagai salah seorang tokoh penting dalam dunia permajalahan Melayu.

Pada peringkat awal, seperti juga majalah *Wanita*, majalah *Muslimah* ditangani oleh lelaki. Ahmad Lutfi Othman dibantu oleh Mashudi Bunyani dan kemudiannya Zin Mahmud. Konsep majalah *Muslimah* tergambar daripada rencana pengarangnya yang sulung, bahawa majalah itu:

[...] muncul ke pangkuan ummat untuk bersama-sama meneruskan cita-cita menegakkan yang makruf dan mencegah yang mungkar, berlandaskan Al-Qur'an yang mulia dan As-Sunnah yang terpuji. Kemunculan *Al-Muslimah*, di sisi anda, diharapkan mengukuhkan tali silaturrahim antara sesama ummat dan juga mengetengahkan pengertian Islam kepada sesama Islam (dalam *Muslimah*, Mei 1984:4).

Konsep editorialnya dimantapkan dari semasa ke semasa, dan kecenderungannya semakin jelas. Dinyatakan kemudiannya bahawa:

[...] *Al-Muslimah* cuba mengemukakan sesuatu yang berbeza dengan menampilkan bahan-bahan bacaan yang diharapkan dapat mencernai kembali kejernihan fikrah Islami. Meskipun demikian, kami sungguh khuatir perangkap-perangkap yang terpasang, merintang haluan kami, berjaya menjebak kami di dalamnya. Kami cuba berhati-hati agar tidak condong ke kiri atau ke kanan, mengikut desakan-desakan yang bukan-bukan daripada golongan tertentu (dalam *Muslimah*, November 1985:3).

Ahmad Lutfi Othman pada mulanya menghadapi kesukaran untuk menggerakkan majalah *Muslimah*. Majalah itu bergantung semata-mata pada pendapatan sirkulasi, ekoran keengganan pengiklan membeli ruangan-ruangannya. Malahan edaran majalah *Muslimah* terbatas kepada ahli-ahli muslimat PAS. Mujur, Syarikat *Muslimah* tidak menanggung kos *overhead* yang besar, dan malahan majalah *Muslimah* seharusnya telah dikuburkan kalau tidak ada semangat dan tarbiah dalam kalangan penggerakannya bahawa ada matlamat yang lebih penting di sebalik kain majalah *Muslimah*, bukannya soal komersil.

Justeru, majalah *Muslimah* bergerak kerana dijana semangat dan tarbiah itu, biarpun penggerakannya terpaksa berkorban dengan menerima imbuhan yang sedikit. Namun, apabila kedudukan tidak dapat diselamatkan lagi, majalah *Muslimah* terpaksa berhenti sebentar pada Oktober 1985, sebelum diterbitkan semula pada Julai 1986, apabila modal baharu disuntik. Ahmad Lutfi Othman terus memimpin majalah itu, sementara usaha diambil untuk mencari pengarang wanita yang sesuai untuk menyunting majalah *Muslimah* — yang hanya ditemui pada 1990, apabila Rohana Ahmad

menggantikan Ahmad Lutfi Othman.

Majalah wanita yang sebenarnya lebih menepati kehendak Islam ialah majalah *Al-Mukminah* (Februari 1986) yang diterbitkan oleh gerakan Al-Arqam. Majalah ini dinaungi oleh pengasas Al-Arqam sendiri, Hj. Ashaari Muhamad, dan tenaga editorialnya dipimpin oleh salah seorang isterinya, Khadijah Aam. Majalah ini mengandungi pelbagai nasihat dan panduan, di samping pengajaran tentang bagaimana untuk menjadi seorang Muslimah yang mukminah — yang setia kepada Khaliq dan juga suaminya. Dinyatakan bahawa majalah ini merupakan:

[...] majalah bulanan yang menjadi penyuluh kepada peranan wanita Islam sebenar ke arah membina alam rumah tangga dan kehidupan masyarakat yang diredai Allah SWT. Ilmu dan panduan yang disajikan ini semoga akan menjadi bahan penyuluh, sejauh mana kaum wanita Islam kita telah melaksanakan peranannya yang telah digariskan oleh Islam sebagai seorang wanita, isteri, dan ibu yang solehah (dalam *Al-Mukminah*, Februari 1986:5).

Selanjutnya dinyatakan juga bahawa majalah *Al-Mukminah* ini adalah:

[...] dilahirkan untuk semua wanita Islam, khususnya sebagai alternatif mereka menggantikan majalah karut yang laris hari ini. *Al-Mukminah* akan memandu wanita hidup sebagai seorang mukminah yang diredhai Allah dan *Mukminah* akan mencabar kebiadaban majalah lucah dan karut agar mereka berhenti daripada memperkatakan maksiat dan kepalsuan untuk digantikan dengan perjuangan mereka untuk menegakkan kebaikan dan kebenaran (dalam *Al-Mukminah*, Februari 1986:5).

Dengan sentuhan ilustrasi oleh Rosdin Sadin, yang sebelum menyertai Al-Arqam merupakan salah seorang pengilham majalah *Gila-Gila*, majalah *Al-Mukminah* begitu senang menempatkan diri di pasaran. Meskipun sasaran utamanya adalah kaum muslimat Al-Arqam sendiri, namun kehadirannya turut menarik kaum wanita biasa. Majalah *Al-Mukminah*

bagaikan seorang wanita Muslimah sejati, kehadirannya dinantikan, disenangi, dan kata-katanya didengar. Dinyatakan bahawa majalah ini:

[...] banyak menumpukan usahanya ke arah membentuk akhlak kaum wanita, khususnya kaum ibu. Dari awal lagi, ruangan “Ibu Mithali” yang mengemukakan contoh-contoh wanita yang berakhlak tinggi untuk memberi panduan dan tingkah adat sopan serta sifat wanita (dalam *Al-Mukminah*, Februari 1986:5).

Di samping tulisan-tulisan yang menyejukkan fikiran dan merangsang ke arah kebaikan, tarikan majalah *Al-Mukminah* juga pada perekaannya yang kemas, inovatif, dan ilustrasinya yang menawan. Sepucuk surat pada Februari 1986 menyatakan sebagai berikut:

[...] gambar-gambarnya menarik dan berbentuk pendidikan, tidak seperti majalah lain yang boleh membawa kerosakan kepada masyarakat [...]. Kulit muka hadapannya hidup dengan lukisan-lukisannya yang mempunyai mesej tertentu. Ia juga merupakan majalah yang berpendirian, tidak seperti majalah lain yang tidak tahu maksud atau mesejnya (dalam *Al-Mukminah*, Februari 1986).

Dalam tempoh yang relatif singkat, kehadiran majalah *Al-Mukminah* dalam senario pembacaan majalah wanita cukup dirasai. Sirkulasinya meningkat kepada 80,000 naskah menjelang setahun kemunculannya di pasaran, dan melonjak kepada 100,000 naskah pada penghujung 1987.

Bersama-sama penerbitan Al-Arqam yang lain, seperti akhbar *Al-Arqam*, *Al-Ain*, dan *Fardhu Ain*, majalah *Al-Mukminah* menjadi panji-panji yang mengangkat pertubuhan itu. Populariti yang semakin meningkat itu bagaimanapun tidak berkekalan. Penampilan imej wanita solehah dengan kelubung dan purdah hitam, serta gesaan-gesaan kepada pembaca untuk kembali pada zaman kegemilangan Islam, dilihat sebagai suatu ancaman kepada *status quo* liberal yang cuba dipertahankan. Suara-suara sumbang

yang mempertikaikan kesempurnaan dan kesyumulan imej wanita Islam yang ditaja oleh Al-Arqam mula disebar, khususnya oleh dua akhbar arus perdana, *Utusan Malaysia* dan *Berita Harian*.

Yang ironis, kedua-dua akhbar itu, *Utusan Malaysia* dan *Berita Harian*, punya kaitan yang rapat dengan majalah *Wanita* dan *Jelita* — dua buah majalah wanita yang tetap dengan *status quo*-nya, mahu menjadikan pembaca sebagai wanita moden dan berkerjaya. Suara-suara bahawa “*Al-Arqam dan majalahnya mendewa-dewakan pemimpin*” atau “*Aurad Muhammadiyah yang menjadi pegangan Al-Arqam sesat*” akhirnya disertai cadangan supaya penerbitannya diharamkan.

Susulan daripada suara-suara yang berkepentingan itu, Kementerian Dalam Negeri (KDN) Malaysia, yang bertanggungjawab meluluskan permohonan permit tahunan sesebuah penerbitan, bertindak pantas dengan tidak meluluskan pembaharuan permit majalah *Al-Mukminah*, di samping permit majalah-majalah Al-Arqam lain. Justeru, seperti saranan majalah *Al-Mukminah* agar Muslimah pembacanya patuh dan taat setia, tidak membantah suami, Al-Arqam terpaksa menerima keputusan kerajaan dengan berat hati.

Namun nadi majalah *Al-Mukminah* terus berdenyut. Sewaktu majalah *Al-Mukminah* menanti keputusan KDN Malaysia akan nasib hayatnya, bekas staf Al-Arqam, Abdul Aziz Ismail, telah menubuhkan syarikat penerbitannya sendiri, Penerbitan Al-Munir. Pada Disember 1987, sewaktu majalah *Al-Mukminah* menanti hukuman gantung, majalah *An-Nasihah* diterbitkan. Seperti tahu akan kematian majalah *Al-Mukminah*, majalah *An-Nasihah* seolah-olah diterbitkan sebagai pengganti untuk meneruskan agenda gerakan Islam yang lebih menyeluruh. Dalam keluaran sulungnya dinyatakan bahawa:

An-Nasihah muncul buat pertama kalinya, khusus untuk menyuluh peranan wanita Islam sebenar. Kaum wanita merupakan tiang negara dan sayap kiri dalam perjuangan menegakkan Islam. Oleh itu, jiwa, akal, dan perasaan mereka mestilah dididik dan dipimpin dengan memiliki sifat-sifat wanita solehah sejati. *An-Nasihah* adalah teman wanita solehah (dalam *An-Nasihah*, Disember 1987:3).

Lebih lanjut dinyatakan juga bahawa:

[...] dengan terbitnya *An-Nasihah*, diharapkan sebagai satu pengisian ke arah kefahaman dan penghayatan Islam, khusus kepada golongan remaja kita [...] dapat membimbing golongan remaja yang kini sedang dalam pencarian, yang belum ditemui destinasi yang sebenar [...] dapat menambahkan lagi citarasa yang sebenar dan mujarab kepada para pembaca di tanah air kita ke arah suatu cara hidup yang berpandukan Al-Qur'an dan Sunnah (dalam *An-Nasihah*, Disember 1987:3).

Pada peringkat awal, majalah *An-Nasihah* cuba menjarakkan diri daripada pengaruh Al-Arqam, dan sasaran pembacanya adalah remaja. Namun apabila para pengasasnya menyedari nasib yang menimpa staf penerbitan Al-Arqam, yang hilang pekerjaan, dan yang lebih penting demi meneruskan kesinambungan perjuangan harakah Islamiah Al-Arqam, majalah *An-Nasihah* membuka pintunya sedikit demi sedikit sehingga lama-kelamaan, penerbitan Al-Munir menjadi rumah penerbitan (*publications house*) yang baharu kepada Al-Arqam.

Dalam masa yang singkat, *set back* cukup dirasakan oleh gerakan Al-Arqam, apabila semua penerbitannya yang digantung permit, dapat dipulihkan. Menjelang dekad baharu 1990-an, majalah baharu, iaitu majalah *Al-Qiadah* (Januari 1989), majalah *Anak Soleh* (Disember 1990), dan majalah *Generasi* (Ogos 1991), di samping majalah *An-Nasihah* sendiri, terus mendukung dan mengibarkan bendera perjuangan Al-Arqam.

Sebuah majalah lagi yang menggunakan Islam sebagai asas

perdiriannya ialah *Ummi* (November 1988). Nama *Ummi* sendiri menggambarkan sasaran pembaca wanita yang mahu diladeninya, meskipun konsep yang digunakan adalah kekeluargaan, khususnya dari perspektif keagamaan. Penerbitnya, Ummah Media Sdn Bhd, dibentuk secara perkongsian di antara Aznan Nik Abdullah, yang memegang saham terbesar dan bertindak menguruskan pemasaran, dengan Kamsani Nasir yang lebih cenderung pada aspek perekaan majalah. Majalah *Ummi* diterbitkan untuk “mendidik keluarga Islam dengan pelbagai aspek pembentukan keluarga bahagia”. Juga dinyatakan bahawa:

Ummi terus dengan keazamannya untuk lahir sebagai sebuah majalah pendidikan kekeluargaan untuk seluruh isi keluarga Muslim. Untuk itu, setiap ruangan yang dimuatkan dalam *Ummi* disesuaikan mengikut keperluan dan selera pembaca *Ummi* dan merangkumi segenap aspek kehidupan keluarga Muslim (dalam *Ummi*, November 1986:5).

Majalah *Ummi* mendukung cita-cita membentuk keluarga Muslim yang bahagia dan salih. Selanjutnya, majalah *Ummi* menyatakan bahawa:

Dalam *Ummi* bertemulah hampir seluruh spektrum utama kehidupan yang diperlukan oleh setiap keluarga bahagia. Ini terlihat pada ruangan-ruangan *Ummi* seperti semasa, pengurusan rumah tangga, projek keluarga, pendidikan anak-anak, fikrah Islam, kesihatan, tokoh, psikiatri, ilmu feqah, nasihat, dan personaliti keluarga (dalam *Ummi*, November 1986:5).

Untuk menguatkan kandungan editorialnya, majalah *Ummi* memberi ruang kepada tokoh-tokoh seperti Dr. Halimah Ali, Dr. Muhammad Hatta Shahaarom, Abdul Rahman Rukaini, Mohd Hamdan Adnan, dan Ustaz Safwan Fathy untuk menulis secara tetap dalam kolum masing-masing. Pencampuran pelbagai ruangan yang ditulis dari perspektif agama dan kekeluargaan itu berjaya membentuk

imej majalah *Ummi*; dan resipi itu membantunya mengekalkan diri di pasaran lebih 10 tahun, meskipun dalam saingan yang cukup sengit daripada majalah wanita dan kekeluargaan yang lain. Kejayaan *Ummi* telah sedikit-sebanyak membantu mengembangkan syarikat sehingga dapat menerbitkan dua majalah lain, iaitu *Adik* (Januari 1990) dan *Anak Sayang* (Mei 1993).

Kehadiran majalah wanita Islam yang dibincangkan di atas, dan termasuklah majalah *Fatima* (Mei 1986), dengan sendirinya menggambarkan perubahan yang berlaku dalam minat pembacaan kaum wanita Melayu. Sementara majalah wanita yang berorientasikan agama terus terubus dengan suburnya, minat dan pembacaan terhadap majalah wanita biasa pula terus meningkat. Pasangan suami isteri — Salleh Hamzah dan Rahmah Saad — menerusi Pustaka Wira yang dimilikinya sendiri, menerbitkan majalah *Ibu* pada Mac 1989. Salleh Hamzah, bekas editor *Berita Minggu* dan isterinya, Rahmah Saad, yang berpengalaman bertugas di majalah *Wanita* selama lima tahun sebelum menjadi editor di majalah *Timang*, mempertaruhkan modal dan nasibnya melalui majalah yang merupakan ringkasan kepada “Institut Bina Ummah” itu.

Dinyatakan bahawa majalah *Ibu* merupakan “satu-satunya majalah rumah tangga bahagia. Makalahnya dipilih begitu rapi demi mencapai matlamat itu, resepi dan fesyen istimewa menambah ceria majalah ini” (dalam *Ibu*, Mac 1989:5). Turut dinyatakan pula seperti berikut:

Ibu bapa tidak seharusnya meraba dalam kesamaran dan menggadai masa depan anak-anak, kerana kejahilan mereka dalam bidang ilmu keibubapaan. Kita telah muak mendengar cemuhan yang mencela dan mengkritik ibu-ibu kepada masalah sosial yang dihadapi oleh anak-anak masa kini. Menyedari hakikat ini, saya lahirkan *Ibu* semata-mata untuk membantu anda yang senasib dengan saya, melangkah ke alam

ini tanpa sebarang ilmu. Melalui merekalah segala ilmu ini kami perolehi dan melalui *Ibu*-lah segala ilmu ini kami sebar. *Ibu* adalah untuk anda melengkapkan diri dengan ilmu pengetahuan; dan sebagai Institut Bina Ummah, *Ibu* sentiasa sedar dengan tanggungjawabnya membina generasi yang sihat dan sejahtera (dalam *Ibu*, Mac 1989:5).

Resipi yang digunakan oleh majalah *Ibu* tidak banyak bezanya dengan majalah wanita yang lain. Gambar *cover* seorang ibu dengan anaknya tidaklah lebih menarik daripada gambar *cover* gadis dalam majalah *Wanita*, *Nona*, atau *Jelita* yang perawan dan menggoda. Perekaan dalam majalah *Ibu* tidaklah sekreatif majalah yang lain itu, dan gambar-gambar yang menghiasi teksnya tidaklah se-*catchy* gambar majalah saingannya itu.

Barisan pakar perunding majalah *Ibu* juga tidak jauh bezanya dengan perunding majalah lain. Harga RM 3.00 (tiga Ringgit Malaysia) majalah *Ibu* sama dengan majalah *Timang*, *Nona*, *Wanita*, dan *Jelita*. Justeru, apa keistimewaan majalah *Ibu* sehingga mampu menempatkan dirinya dalam pasaran yang cukup sengit itu?

Kelebihan majalah *Ibu* hanya disebabkan saiznya yang kecil dan penglibatan persendirian pemiliknya. Salleh Hamzah dan Rahmah Saad menguruskan penerbitan majalah *Ibu* secara terus dengan segala kekurangan yang dihadapinya. Modal pusingan syarikat yang kecil memaksa mereka berjimat dan kesungguhan menjadi aset yang utama: “berjaya majalah *Ibu*, berjyalah syarikat, dan berjyalah hidup mereka sekeluarga”.

Kos pengurusan majalah *Ibu* dapat dikawal dengan mudah dan dengan pengawasan terus soal pemasaran oleh Salleh Hamzah sendiri, pusingan modal syarikat sentiasa lancar. Justeru, dalam kekerdilan syarikat beroperasi, majalah *Ibu* terus mengunjungi para pembaca, tanpa henti, sehingga kini. Malahan majalah *Ibu* bertanggungjawab melahirkan majalah lain Pustaka Wira

seperti majalah *Usahawan Malaysia* (Januari 1990), majalah *Cahaya Mataku* (Ogos 1993), dan majalah *Pesona* (Oktober 1994).

Komitmen dan kesungguhan Salleh Hamzah dan Rahmah Saad pasti dirangsang daripada hakikat bahawa Pustaka Wira adalah milik mereka sendiri dan mereka terlibat secara langsung dalam penerbitan majalah *Ibu*. Mereka tidak terlalu berharap kepada orang lain untuk mengeluarkan majalah. Salleh Hamzah sendiri berkemampuan menulis, apatah lagi Rahmah Saad yang punya pengalaman luas dalam penerbitan majalah *Wanita* dan majalah *Timang*. Keistimewaan pasangan suami-isteri itu tidak dimiliki oleh Ahmad Mahir Kamaruddin, pemilik Mahir Holdings Sdn Bhd yang anak syarikatnya, D' Enterprise, menerbitkan majalah *Sayang* (April 1989).

Sebagai sebuah syarikat yang mantap dalam industri penerbitan, khususnya buku, Ahmad Mahir Kamaruddin memiliki sumber kewangan yang jauh lebih banyak daripada Pustaka Wira. Tetapi kejayaan dalam penerbitan majalah bukan semata-mata terjamin dengan modal. Komitmen yang tinggi, kemampuan, kreativiti, kesungguhan, dan kesabaran menunggu hasil juga menjadi prasyarat yang tidak kurang pentingnya. Sikap itulah yang antara lain menyumbang kejayaan majalah *Ibu*, yang tidak dirasai oleh majalah *Sayang*, sehingga penerbitannya terpaksa diberhentikan hanya setelah empat keluaran di pasaran.

Dengan banyaknya bilangan majalah wanita yang diterbitkan pada dekad 1980-an ini, persoalan yang timbul ialah mengapakah majalah sedemikian terus mendapat perhatian daripada para penerbit? Kejayaan yang dicapai oleh majalah *Wanita* dan majalah *Jelita* mungkin menjadi rangsangan kepada mereka, tetapi yang lebih penting ialah hakikat bahawa majalah wanita memberi peluang yang lebih baik dari segi komersil berbanding

majalah jenis lain. Selain sasaran untuk meningkatkan sirkulasi majalah yang menjadi sumber pendapatan utama para penerbit, majalah wanita merupakan satu-satunya jenis majalah Melayu yang boleh diharap akan membawa pendapatan iklan.

Dengan jumlah sirkulasi dan pembaca yang tinggi, kadar iklan majalah Melayu jauh lebih murah daripada majalah yang sama dalam bahasa Inggeris atau bahasa China. Pada 1985, umpamanya, dengan pembaca 177,000 orang setiap bulan, kadar iklan hitam putih ROB majalah *Keluarga* hanyalah RM 1,050 (satu ribu lima puluh Ringgit Malaysia sahaja) atau RM 600 untuk setengah halaman. Bagi majalah *Female* yang pembacanya hanya 73,000 orang, kadarnya ialah RM 1,650 dan RM 1,070; sementara majalah *Feminine* yang pembacanya 69,000, kadarnya ialah RM 1,050 dan RM 600. Bagi majalah *Wanita* pula, dengan sirkulasi 93,432 naskah dan pembaca 455,000 orang, kadarnya ialah RM 3,080; sementara majalah *Jelita* dengan pembaca 147,000 orang, kadarnya RM 900 dan RM 525. Untuk iklan berwarna, kadar iklan ROB majalah *Wanita* ialah RM 4,347; sementara majalah *Jelita* = RM 1,610 dan *Keluarga* = RM 1,650 (Anonim, 1985:49-58).

Daripada angka-angka tersebut nyata bahawa kadar iklan yang ditawarkan oleh majalah Melayu kepada pengiklan agak murah berbanding majalah yang sama dalam bahasa Inggeris dan China. Meskipun kerendahan *cost per thousand* dengan sendirinya melambangkan rendahnya kedudukan medium berbahasa Melayu dalam kalangan pengeluar produk, berbanding majalah dalam bahasa lain; namun kesan positifnya, majalah wanita Melayu, khususnya yang dinaungi syarikat besar, agak mudah menarik iklan. Tidak hairanlah bila majalah *Wanita* dan majalah *Jelita* menjadi sasaran para pengiklan, sehingga penampilan iklan

yang keterlaluan banyaknya sering mendapat kritikan pembaca.

Sebagai menjawab kritikan pembacanya terhadap iklan yang terlalu banyak di halamannya, majalah *Wanita* menyatakan sebagai berikut:

Sebenarnya iklan adalah satu cara mendapatkan modal untuk kami bergerak (begitu juga dengan majalah lain). Dengannyalah kami terus bernafas untuk hidup dan masih terus berjaya menemui anda setiap bulan. Dengan bertambahnya sumber kewangan, maka banyaklah rancangan yang boleh disusun untuk faedah pembaca sekalian. Maka dengan ini bererti tidak ada sesiapa pun antara kita yang mendapat kerugian. Kita sama-sama saling memberi dan menerima. Lagipun *Wanita* tidak mengisi seluruh muka suratnya hanya dengan iklan belaka. Kerana sedarkan tanggungjawab kami kepada anda, maka kami telah menghadkan setakat 40% dari jumlah muka suratnya untuk iklan, sedangkan yang lainnya diisi dengan rencana-rencana yang berfaedah dan bermutu (dalam *Wanita*, Ogos 1982:5).

Majalah *Jelita* juga memberi alasan yang hampir sama, apabila menyatakan sebagai berikut:

Sebenarnya, jika ruang warna itu tidak dipenuhi iklan, ia mungkin ditiadakan terus sebab siapa hendak menampung belanjanya? Ruang warna ditetapkan berdasarkan jumlah iklan yang kami jual. Lagi banyak iklan, baharulah lebih ruang warna untuk tatapan pembaca. Sebagai majalah persendirian, kami bergantung sepenuhnya kepada iklan untuk menampung segala perbelanjaan percetakan dan proses pengeluaran di samping belanja pengurusan harian. Belanjanya sangat tinggi, kerana kami ingin mengekalkan mutu dengan menggunakan kertas jenis baik, *lay out* oleh artis-artis berpengalaman, dan penggambaran teliti oleh jurugambar berkebolehan. Malah setiap kali kami mengharap iklan bertambah, supaya *Jelita* dapat terus menemui pembaca tiap-tiap bulan selama-lamanya (dalam *Jelita*, Ogos 1985:7).

Walau bagaimanapun, sementara majalah wanita yang *established* menjadi tumpuan para pengiklan,

majalah yang baharu gagal menarik pengiklan. Majalah itu harus membuktikan kemampuannya untuk menarik pembaca yang memadai jumlahnya sebelum pengiklan cukup yakin untuk membeli ruang di halaman-halamannya. Inilah tugas yang berat dan terpaksa dipikul oleh para penerbit majalah wanita yang baharu. Mereka perlu mempunyai modal pusingan yang besar untuk dapat bertahan, sementara menunggu pendapatan daripada iklan. Kalau mereka meletakkan harga majalah lebih tinggi daripada majalah yang disokong iklan, mereka akan menghadapi kesukaran untuk menarik pembaca. Justeru, banyak majalah wanita yang baharu tidak dapat bertahan dalam persaingan yang cukup didominasi oleh majalah *Wanita* dan majalah *Jelita*, yang diterbitkan oleh gergasi media cetak itu.

KESIMPULAN

Demikian pelbagai nasib yang dialami oleh majalah wanita pada dekad 1980-an. Perubahan yang berlaku dalam demografi penduduk, saingan yang dihadapi daripada media cetak lain dan juga media elektronik, masa senggang yang lebih kompleks dialami kaum wanita, kemampuan beli wanita yang semakin bertambah, ekonomi negara yang semakin meningkat, dan pelbagai faktor lain telah membentuk pasaran majalah buat kaum Hawa itu.

Dua gergasi — majalah *Wanita* dan majalah *Jelita* — terus menguatkan cengkaman kuku masing-masing ke alam pembacaan wanita; sedang pada ketika yang sama, majalah lain, termasuk yang mengibarkan mesej-mesej keagamaan, terus mencari lowongan yang ada untuk mengecapi kemanisan segmen pasaran yang paling bernilai ini. Sebahagian daripada mereka, umpamanya, majalah *Nona*, majalah *An-Nasihah*, majalah *Ummi*, dan majalah *Ibu*, berjaya mencuri cebisan pasaran yang semakin membesar itu; sementara sebahagian

yang lain, seperti majalah *Keluarga*, majalah *Dewi*, majalah *Dunia Fesyen*, majalah *Alam Wanita*, dan majalah *Sarina* tidak memiliki kekuatan yang memadai untuk bersaing sehingga akhirnya mati kelaparan.

Masa akan terus berlalu dan dengan suasana pasaran yang mungkin berubah, persaingan untuk merebut segmen pasaran pada dekad seterusnya akan menjadi lebih sengit.

Bibliografi

- Adam, Ahmat. (1992). *Sejarah dan Bibliografi Akhbar dan Majalah Melayu Abad Kesembilan Belas*. Bangi: Penerbit UKM [Universiti Kebangsaan Malaysia].
- Adik [majalah]. Kuala Lumpur: Ummah Media Sdn Bhd [Sendirian Berhad], Januari 1990.
- Adnan, Hamed M. (2001). "Ekonomi Penerbitan Majalah Melayu Sebelum Merdeka". Tesis Ph.D. Tidak Diterbitkan. Kuala Lumpur: Jabatan Pengajian Media UM [Universiti Malaya].
- Adnan, Hamed M. (2002). *Direktori Majalah Melayu Sebelum Merdeka*. Kuala Lumpur: Penerbit UM [Universiti Malaya].
- Adnan, Hamed M. (2003). *Dunia Permajalahan di Malaysia*. Shah Alam: Penerbit Karisma.
- Adnan, Hamed M. (2013). *Dunia Majalah Melayu Selepas Perang: Editorial, Sirkulasi, dan Iklan*. Kuala Lumpur: Penerbit UM [Universiti Malaya].
- Al-Mukminah* [majalah]. Kuala Lumpur: Al-Arqam, Februari 1986.
- Anak Sayang* [majalah]. Kuala Lumpur: Ummah Media Sdn Bhd [Sendirian Berhad], Mei 1993.
- An-Nasihah* [majalah]. Kuala Lumpur: Penerbit Al-Munir, Disember 1987.
- Anonim. (1981). *Laporan Tahunan Utusan Melayu*. Kuala Lumpur: Utusan Melayu Press.
- Anonim. (1982). *Media Index 1982*. Kuala Lumpur: Utusan Melayu Press.
- Anonim. (1985). *Media Index 1985*. Kuala Lumpur: Utusan Melayu Press.
- Anonim. (1986). *Media Index 1986*. Kuala Lumpur: Utusan Melayu Press.
- Anonim. (1988). *Media Index 1988*. Kuala Lumpur: Utusan Melayu Press.
- Cahaya Mataku* [majalah]. Kuala Lumpur: Pustaka Wira, Ogos 1993.
- Dato' Muda, Muhammad. (1941). *Kitab Tarikh Surat Khabar*. Bukit Mertajam: Az-Ziniah Press.
- Dewi* [majalah]. Kuala Lumpur: Jasika Corporations, Ogos 1980.
- Dunia Fesyen* [majalah]. Kuala Lumpur: Qamada Publishing House, Januari 1982.
- Famili* [majalah]. Kuala Lumpur: Variapop Group, Jun 1982.
- Ibu* [majalah]. Kuala Lumpur: Pustaka Wira Sdn Bhd [Sendirian Berhad], Mac 1989.
- Iskandar, A.M. (1973). *Persuratkhabaran Melayu, 1876-1968*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Jelita* [majalah]. Kuala Lumpur: Utusan Melayu Press, Ogos 1985 dan Ogos 1986.
- Keluarga* [majalah]. Kuala Lumpur: Amir Enterprise, April 1976.
- Mingguan Wanita* [tabloid]. Kuala Lumpur: Amir Enterprise, 27 Ogos 1982.
- Mott, Frank L. (1938). *A History of American Magazines*, Vol. 1-4. Cambridge: Harvard University Press.
- Muslimah* [majalah]. Kuala Lumpur: PAS [Parti Islam se-Malaysia], Mei 1984, November 1984, dan November 1985.
- Pesona* [majalah]. Kuala Lumpur: Pustaka Wira [Sendirian Berhad], Oktober 1994.
- 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.
- Roff, William R. (1975). *The Origin of Malay Nationalism*. Kuala Lumpur: Oxford University Press.
- Sayang* [majalah]. Kuala Lumpur: D' Enterprise, April 1989.
- Selecta Femina* [majalah]. Pulau Pinang: Syarikat Warta Negara Press, Januari 1978.
- Selecta Femina* [majalah]. Kuala Lumpur: Utusan Melayu Press, Mac 1979.
- Tebbel, John. (1967). *The American Magazine: A Compact History*. New York: Hawthorn Books.
- Timang* [majalah]. Kuala Lumpur: LPPKN [Lembaga Penduduk dan Pembangunan Keluarga Negara], Julai-September 1986.
- Ummi* [majalah]. Kuala Lumpur: Ummah Media Sdn Bhd [Sendirian Berhad], November 1986.
- Usahawan Malaysia* [majalah]. Kuala Lumpur: Pustaka Wira Sdn Bhd [Sendirian Berhad], Januari 1990.
- Wanita* [majalah]. Kuala Lumpur: Utusan Melayu Press, Ogos 1982, September 1987, dan Ogos 1989.
- Za'ba. (1941). "Malay Journalism in Malaya" dalam *JMBRAS [Journal of the Malaysia Branch Royal Asiatic Society]*, XIX, 2.