

Beri Apa yang Pembaca Mahu : Zaman Emas Mastika

WAWARAH BINTI SAIDPUDIN
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor, Malaysia
wawarah@kuis.edu.my

ABSTRAK

Majalah mastika adalah majalah bahasa Melayu yang mempunyai nilai sentimental dan mampu bertahan di persada media cetak Malaysia selama tempoh 77 tahun. Mastika juga memegang rekod sebagai majalah tertua dengan jumlah jualan tertinggi selama lebih sepuluh tahun berturut-turut sejak tahun 2007. Maka, kajian ini bertujuan untuk membincangkan zaman kegemilangan Mastika melalui dasar, ekonomi media dan proses editorial sepanjang majalah mastika ini diterbitkan. Kajian menggunakan kaedah temubual mendalam bersama Bekas Penolong Pengarang majalah Mastika. Hasil kajian mendapati majalah Mastika mempunyai keunikan dan keistimewaan kandungan penerbitannya yang tersendiri untuk menarik perhatian pembaca tanpa mengenyahkan dasar kerajaan yang ditetapkan. Walaupun perlu menghentikan operasinya kerana tidak mampu bersaing dengan ledakan teknologi yang ada, namun tidak dapat dinafikan suatu ketika dahulu, majalah Mastika mampu menjadi majalah paling laris di Malaysia kerana memegang kepada prinsip '*Berikan apa yang pembaca mahukan*'. .

Kata kunci : media cetak , majalah Melayu, Mastika, proses editorial, ekonomi media, dasar media

PENGENALAN

Media Malaysia terbahagi kepada dua iaitu media percetakan dan media elektronik. Media percetakan seperti surat khabar, majalah, buku dan sebagainya. Majalah adalah media percetakan yang mempunyai cara tersendiri dalam penerbitannya untuk menyampaikan maklumat kepada pembaca termasuklah dengan isi kandungannya, gaya penceritaan, kaedah pemasaran dan seumpamanya. Berbeza dengan akhbar, majalah lebih menumpukan kepada maklumat yang tertentu dan spesifik sahaja. Majalah perlu dipersembahkan dengan cara yang menarik minat pembaca, kreatif, menghiburkan, menggunakan laras bahasa tersendiri dan menggunakan bahan cetak yang lebih berkualiti (Zakaria, 2013) .

Sebelum perang dunia kedua, syarikat penerbitan majalah melayu bergantung sepenuhnya pada edaran atau jualan cetakan majalah untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan itu digunakan untuk menampung perbelanjaan penerbitan dan percetakan dan lebihannya dianggap sebagai keuntungan (Mohd Adnan, 2014). Sesebuah majalah yang stabil perlulah memiliki keseimbangan dalam tiga perkara iaitu kandungan editorial, sirkulasi atau pengedaran, dan pendapatan iklan (Daly, Henry & Ryder, 1998; Wharton, 1992).

Ekonomi media di Malaysia sangat dipengaruhi oleh periklanan. Syarikat penerbitan majalah di Malaysia dapat meneruskan operasi dengan meletakkan matlamat kejayaan berasaskan

kepada edaran cetakan dan pendapatan. Maka, keuntungan sesebuah organisasi media majalah itu adalah melalui pendapatan periklanan. Dengan adanya iklan yang memenuhi ruang media (Yahya dan Sidik 2011), maka syarikat penerbitan majalah itu dilihat lebih berjaya dan mampu mempertahankan edaran majalah mereka.

Polisi media Malaysia menggalakkan kepada media tempatan agar berfungsi sebagai pembentukan utama untuk identiti budaya negara yang sudah tentu sukar dilakukan oleh program dari negara asing (Md Sidin & Amira 2010). Makanya setiap kandungan majalah itu amat digalakkan untuk menimbulkan rasa cinta dan ingin tahu terhadap budaya dan warisan negara kita. Kandungan begini yang sering diketengahkan oleh organisasi media terutama milik kerajaan.

Perkembangan Majalah di Malaysia

Pada zaman awal penerbitan majalah, kegiatan penerbitan majalah amat perlahan memandangkan kebanyakan penduduk masih buta huruf dan keadaan ekonomi mundur. Penerbitan majalah Melayu di negara ini dimulai dengan kemunculan Bustan Ariffin, terbitan Anglo Chinese Press. Selain faktor latar belakang pendidikan yang masih rendah di kalangan orang Melayu, kedudukan ekonomi yang lemah juga menghalang penerbitan lebih banyak majalah Melayu pada awal abad ini (Hashim, 2004).

Selepas perang pula, terutamanya dalam dekad 50an, nama-nama majalah seperti Mastika, Mutiara, Hiburan dan selanjutnya dalam dekan 60an hingga sekarang di samping Mastika, muncul banyak lagi majalah (Ali, 2009). Pada dekad 70 an dan 80 an, majalah yang lebih khusus segmen pembacanya mula diteroka seperti majalah agama, hiburan, wanita, pendidikan, majalah perniagaan dan majalah sukan dan rekreasi. Dekad 80-an menunjukkan perkembangan yang ketara dalam dunia permajalahan Melayu. Organisasi media massa utama—New Straits Times Press dan Utusan Melayu Press semakin berkembang dengan pertambahan pendapatan jualan akhbar sehingga mampu menubuhkan anak-anak syarikat untuk menjalankan perniagaan lain yang berkaitan media. (Mohd Adnan, 2008)

Kemudian pada dekad 90an, faktor peningkatan penduduk Melayu, teknologi penerbitan dan percetakan yang beralih kepada *desktop publishing*, serta bilangan pencetak yang semakin banyak dan harga yang berpatutan telah menyumbang kepada aktiviti penerbitan majalah Melayu. Pada dekad 90-an ini juga, majalah *human interest* semakin meningkat permintaannya seperti Mastika yang berkonsep baharu pada tahun 1995 telah berjaya meraih sirkulasi tertinggi, iaitu sebanyak 320,000 naskhah pada edaran Ogos 2000 (Adnan dan Koon 2010). Sehubungan dengan itu, kajian ini bertujuan untuk mengkaji zaman kegemilangan Mastika melalui dasar, ekonomi media dan proses editorial sepanjang majalah mastika ini diterbitkan.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan kaedah temubual mendalam bersama Encik Sahidan Jaafar, bekas penolong pengarang Mastika, merangkap ketua penerbitan majalah Mastika untuk mendapatkan sumber rujukan yang utama berkenaan penerbitan majalah Mastika ini. En Sahidan Jaafar memulakan kerjayanya sebagai wartawan di Utusan Melayu dan pada tahun 1997 beliau dipindahkan ke unit majalah untuk menjadi wartawan Mastika.

HASIL KAJIAN

Penubuhan Majalah Mastika

Mastika adalah sebuah majalah berbahasa Melayu dan ditubuhkan pada 1 Jun 1941 yang diterbitkan secara bulanan. Pada awal penerbitannya, Mastika menggunakan tulisan jawi. Namun, pada akhir tahun 1960, kebanyakan majalah Melayu yang diterbitkan di Singapura telah menukar trend tulisannya kepada tulisan rumi termasuklah Mastika (Md Jais dan Omar, 2019).

Pengarang yang bertanggungjawab pada ketika itu merupakan penulis yang banyak memberikan sumbangan kepada pembangunan masyarakat Melayu melalui tintanya iaitu, Rahim Kajai. Kronologinya bermula apabila tertubuhnya Utusan Melayu Jawi pada 29 Mei 1939 diikuti dengan Utusan Zaman pada 5 Disember 1939 dan kemudian pada tahun 1941, majalah Mastika mula diterbitkan. Rahim Kajai merupakan pengarang bagi permulaan ketiga-tiga penerbitan media percetakan ini.

Penerbitan majalah Mastika mampu bertahan sehingga 77 tahun membuktikan Mastika adalah majalah tertua di Malaysia. Pelbagai transformasi telah dilakukan untuk bersaing dengan pelbagai cabaran dan majalah ini berjaya melepasi beberapa tahap yang penting bermula daripada zaman pra kedatangan Jepun, semasa Jepun menjajah, pasca pendudukan Jepun, kemerdekaan dan pasca kemerdekaan (Azimah 2002) .

Walaupun bagaimanapun, Mastika juga pernah tergendala penerbitannya akibat Perang Dunia ke Dua. Namun selepas itu, Mastika berjaya diterbitkan kembali di Singapura pada November 1946. Kemudian, tokoh Utusan Melayu seperti Yusof Ishak dan A.Samad Ismail berpendapat bahawa orang Melayu perlu didedahkan dengan bahan bacaan umum di samping menyelitkan pembacaan yang menaikkan rasa semangat kebangsaan. Maka pada Februari 1959, Mastika mula diterbitkan di Kuala Lumpur kerana Syarikat Utusan Melayu Press yang berpusat di Singapura telah berpindah ke Kuala Lumpur.

Kemudian, bermulalah era penerbitan Mastika sebagai penyebar agenda untuk meningkatkan taraf pendidikan orang Melayu dan menyeru orang Melayu agar bersatu dalam bidang sosio-politik. Pelbagai perubahan konsep yang telah berlaku dalam majalah Mastika semata-mata untuk menepati kehendak pembaca. Pada mulanya Mastika adalah majalah yang diterbitkan untuk pendidikan rakyat, kemudiannya selepas perang, aliran editorial Mastika terbahagi kepada tiga fasa iaitu bersifat politik (1946-1947), penulisan kreatif (1948-1953), seterusnya kebudayaan (1954-1956) dan kemudian isi kandungan Mastika telah berubah sepenuhnya iaitu ia lebih tertumpu kepada penulisan peristiwa dan sejarah masyarakat yang berkaitan dengan alam ghaib (Md Jais dan Omar, 2019).

Mastika yang dahulunya merupakan satu unit majalah di bawah Utusan Melayu Berhad tetapi kemudiannya telah berada dibawah Utusan Karya Sdn Bhd anak syarikat Utusan Melayu Berhad bersama-sama dengan majalah lain seperti Wanita, Iman, URTV, Mangga dan

sebagainya. Antara nama-nama besar yang tidak asing dalam dunia kewartawanan dan akhbar pernah menjadi pengarang Mastika adalah Abdul Rahim Kajai, Hamdam, Keris Mas, Usman Awang, Zainol Fakir, Munir Ghazali, Zulkarnain Zakaria dan Sahidan Jaafar.

Dasar Majalah Mastika

Dasar utama Mastika adalah menyokong perlembagaan Malaysia seperti Utusan Melayu. Ia termasuklah mempertahankan Raja-Raja Melayu, Bahasa Melayu, hak-hak Bumiputera, kontrak sosial, agama Islam sebagai agama rasmi dan seumpamanya. Hal ini menyebabkan dasar Mastika perlu selari dengan dasar Utusan Melayu dengan menyokong kerajaan yang memerintah di dalam majalah Mastika. Segala isu sensitif yang melibatkan kepada permasalahan kaum perlu dielakkan dan ditapis.

Istimewanya Mastika ini dalam memenuhi kehendak pembaca tanpa perlu mengeneipkan dasar utamanya iaitu medium penyebaran agenda kerajaan. Dasar-dasar tersebut disiarkan secara tidak langsung dengan gaya pengolahan tulisan yang berbeza daripada majalah politik yang lain. Encik Sahidan menerangkan bahawa ada antara ruang yang dibeli oleh RTM untuk memaparkan agenda kerajaan contohnya kisah Tunku Abdul Rahman tetapi ditukar gaya penulisannya mengikut kepada gaya Mastika yang cenderung sebagai sebuah cerita pendek kepada pembaca.

Ekonomi Majalah Mastika

Dasar Mastika pada awalnya adalah untuk mencari keuntungan perniagaan, tetapi isi kandungannya kemudian mula berkembang kepada mendefinisikan apa dan siapa itu Melayu, membersihkan orang-orang Melayu daripada amalan-amalan serta kepercayaan kolot, meningkatkan keyakinan diri mereka, mengajak orang Melayu memajukan ekonomi dan menyuburkan semangat kebangsaan bagi mencapai kemerdekaan. Semua dasar penerbitan Mastika ini disebarkan dalam pelbagai bentuk karya, khususnya cerpen (sebenarnya pada ketika itu agak panjang) dan puisi, khususnya syair serta gurindam (Zakaria, 2013). Perkara ini turut diperakui oleh En Sahidan, Mastika pada mula penubuhannya sememangnya adalah bertujuan komersil dan perniagaan mencari keuntungan. Azimah (2002) menyatakan selain daripada menjadi medium peniup semangat kebangsaan orang Melayu ketika itu, Mastika juga adalah usaha untuk menambah pendapatan syarikat Utusan Melayu ketika itu selepas penerbitan Utusan Melayu dan Utusan Zaman.

En Sahidan turut berkongsi, antara keuntungan bersih yang pernah dicatatkan oleh Mastika adalah lebih daripada satu juta pada tahun 1997. Manakala pada tahun 2000 mencatatkan keuntungan sebanyak 2 juta hingga ke 3 juta. Seterusnya pada tahun 2012, Mastika masih mengekalkan keuntungan iaitu mampu menerima 2.3 juta hasil daripada jualan majalah tersebut.

Pada tahun 1941, Mastika berada di bawah unit majalah Utusan Melayu dan diterbitkan oleh Utusan Melayu Press—sebuah penerbit besar yang penting kedudukannya dalam dunia permajalahan Melayu (Hamedi 2007). Ia bermakna segala urusan kos percetakan, penerbitan, gaji pekerja dan keuntungan majalah diuruskan oleh Utusan Melayu.

Sehingga pada tahun 2003 Utusan Karya Sdn Bhd anak syarikat Utusan Melayu telah ditubuhkan bagi menguruskan penerbitan majalah dan beberapa produk lain termasuklah majalah Mastika. Maka bermula pada tahun 2003 segala kos penyelenggaraan dan gaji pekerja Mastika telah diuruskan oleh Utusan Karya dan keuntungan juga dikaut oleh Utusan Karya.

Encik Sahidan turut menjelaskan keuntungan Mastika tidak bergantung harap kepada periklanan semata-mata. Ia adalah perkara yang berbeza berbanding dengan penerbitan majalah yang lain. Keuntungan majalah Mastika sememangnya terletak kepada pendedaran jumlah majalah dan hasil jualannya dalam purata 200,000 hingga 300,000 naskhah sebulan. Hal ini membuatkan Mastika mampu berdiri dengan sendiri kerana bergantung secara langsung dengan jualan Mastika di pasaran. Selain itu, Mastika juga telah menetapkan syarat agar iklan tidak melebihi 20 hingga 30 iklan dalam masa sebulan.

Proses Editorial Mastika

Boleh dikatakan naik bangun Mastika terletak kepada bagaimana pengarangnya mereka konsep untuk menarik perhatian pembaca. Antara proses editorial Mastika adalah pengarang dan kumpulan wartawannya akan berbincang tentang satu tema dan kemudian mereka akan mendapatkan maklumat untuk bahan cerita tersebut. Sebagai contoh pada tahun 2005 pengarangnya, Zulkarnain Zakaria ingin mengengahkan isu fenomena masalah sosial dalam kalangan remaja dan Black Metal dipilih sebagai tema. Mereka akan mencari maklumat dan sumber untuk ditemu ramah sebagai bahan berita. Maklumat sumber akan dirahsiakan dan sememangnya ketelusan cerita itu dijaga untuk memastikan kebenaran sampai kepada pembaca.

Antara tanggungjawab utama yang dipegang oleh wartawan Mastika adalah menjaga kerahsiaan sumber maklumat mereka. Sekalipun kepada polis, maklumat sumber tetap dijaga. Bagi Mastika, kebenaran perlu didedahkan agar dapat membuka mata masyarakat terutama dengan isu masalah sosial seperti Black Metal. Tulisan berkenaan Black Metal seperti menyembah syaitan, kencing atas Al-Quran dan sebagainya dengan bukti-bukti yang sedia ada. Perkara ini telah mendapat perhatian dan dibahaskan di dalam parlimen berkenaan kerosakan anak muda ketika itu. Kemudian Majlis Fatwa pula bermuzakarah berkenaan hal tersebut dan mengharamkan Black Metal. Begitulah bagaimana sesuatu isu dalam Mastika itu disiarkan dan menjadi pencetus dengan mendapat perhatian masyarakat seterusnya menyumbang kepada pembangunan masyarakat dan negara.

Isu Black Metal ini juga merupakan kejayaan terbesar kerana menerima anugerah kewartawanan. Bermula daripada editor hingga wartawan, mereka menerima anugerah penulis terbaik daripada Malaysian Press Institute dan Petronas. Selain itu, isu tersebut akan diiringi dengan dua atau tiga artikel agar pembaca dapat melihat ia merupakan tema dan kempen Mastika pada bulan tersebut. Selalunya isu tersebut akan diceritakan tidak lebih daripada tiga bulan untuk mengelakkan pembaca bosan dengan isu yang sama.

Selain itu, Mastika merupakan majalah yang sering menyelitkan mesej-mesej kepada pembacanya agar mengambil pengajaran daripada kisah yang dikongsikan. Sebagai contoh isu penderaan wanita, walaupun Mastika memaparkan beberapa artikel berkenaan kekejaman lelaki terhadap wanita namun, akhirnya akan diselitkan mesej yang mengatakan bahawa tidak

semua lelaki itu kejam dan masih lagi ada peluang untuk wanita mengecapi kebahagiaan kerana mungkin ada lagi lelaki yang berhati mulia di luar sana. Ia adalah untuk memberitahu masyarakat di luar sana terutama wanita yang pernah mengalami nasib seperti ini agar jangan berputus asa dan teruskan hidup sebaiknya tanpa menghukum semua lelaki sebegitu. Itulah kelebihan Mastika yang sering memberikan pesanan dan mesej yang positif kepada pembacanya agar berfikir dan menjadikan pedoman dalam hidup berbanding majalah lain.

Sebagai maklumat tambahan, kulit muka hadapan Mastika juga sering berubah mengikut kepada cita rasa pembaca pada waktu tersebut yang dirasakan sesuai oleh pengarang. Kita dapat melihat transformasi pada awal penubuhan Mastika kulit muka hadapan Mastika dihiasi dengan tulisan Jawi, tahun 70 an gambar tokoh politik, kemudian tahun 90 an dengan lukisan dan ilustrasi mayat, perkara ghaib atau misteri dan kini pada tahun 2000 penuh dengan gambar serta jenis tulisan yang berbeza. Ianya terpulang kepada kreativiti pengarang masing-masing.

PENUTUP

Seperti yang kita ketahui, kebanyakan pembaca Mastika adalah berlatarbelakangkan pembaca di luar bandar. Hampir setengah juta pembaca Mastika merupakan orang Melayu. Mastika mampu bertahan selama 77 tahun adalah kerana sokongan pembacanya terutama daripada luar bandar. Memegang kepada prinsip '**Berikan apa yang pembaca mahukan**' telah menjadi titik tolak yang utama kepada setiap pengarang untuk memenuhi kehendak dan kepuasan pembaca. Itulah prinsip editorial majalah Mastika ketika zaman kegemilangan atau zaman emas sehingga mampu menjadi majalah paling laris di Malaysia. Namun, berakhirnya operasi Mastika adalah kerana tidak mampu bersaing dengan teknologi yang terkini seperti majalah dan akhbar secara atas talian kerana kini penduduk luar bandar juga mampu dan mahu menggunakan teknologi kerana ingin mengikut arus era ledakan teknologi kini.

Rujukan

- Adnan, H. M., & Koon, J. H. G. (2010). Trend Pendapatan Iklan Bagi Majalah Melayu dan Inggeris: Advertising Revenue Trends for Malay and English Magazines. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 12(2), 97-112.
- Ali, A. W. (2009). Perkembangan Cerpen Melayu: Dari Cerita Moyang ke Dewan Sastera. SARI: Jurnal Alam dan Tamadun Melayu, 27, 109-123.
- Azimah Nuri. 2000. Perkembangan majalah Mastika sebagai satu wadah ilmu: Satu kajian antara tahun 1941-1999. Penulisan Ilimiah. Universiti Teknologi Malaysia.
- Daly, Charles P., Patrick Henry & Ellen Ryder.(1996). Magazine Publishing Industry. New York: Allyn & Bacon.
- Hamed Mohd Adnan. 2007. Daripada umum kepada khusus: Orientasi pasaran majalah Melayu. *Jurnal Pengajian Media Malaysia* 9 (1): 65-75
- Hashim, R. (2004). Penerbitan Majalah Ekonomi Melayu, 1917-2000: Publication of Malay Economics Magazine, 1917-2000. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 6(1), 81-96.
- Katz, E. & Blumler, J.A. 1973. Uses and gratification research. *Public Opinion Quarterly* 37(4): 509–523
- McKay.
- Md Jais, N. N., & Omar, R. (2019). Pemaparan Isu Wanita dan Bahasa Kebangsaan dalam Majalah Mastika, 1946-1980. *Jurnal Wacana Sarjana*, 3(1), 1 -12

Mohd Adnan, H. (2008). Profil Permajalahan Melayu Dekad 1980. *Jurnal Pengajian Melayu (JOMAS)*, 19(1), 37–51.

Mohd Adnan, H. (2014). Sirkulasi Dan Pengedaran Majalah Melayu Selepas Perang. *Jurnal Peradaban Melayu*, 9, 163-175.

Sahidan Jaafar. 2009. Mastika teruskan perjuangan agama, bangsa dan watan. *Tinta* Oktober-Disember : 46-47

Sahidan Jaafar. 2013. Transformasi Mastika sebagai majalah paling laris. Temu bual, 21 November 2013.

Zakaria, Z. (2013). Penerbitan popular dan penerbitan ilmiah: sejauh mana membentuk minat membaca masyarakat. *Informika: Jurnal Peradaban Informasi dan Ilmu*, 2, 25-36.

Zakaria, Z. (2013). Penerbitan popular dan penerbitan ilmiah: sejauh mana membentuk minat membaca masyarakat. *Informika: Jurnal Peradaban Informasi dan Ilmu*, 2, 25-36