

# TREND PENDAPATAN IKLAN BAGI MAJALAH MELAYU DAN INGGERIS

HAMEDI MOHD ADNAN & JENNY HENG GEK KOON

---

## ABSTRACT

While magazine publishers are traditionally dependent on subscriptions and sales to cover the production costs, they are increasingly aware that advertising revenues are critical not only to gain profits but also to survive in the competitive market. For magazine publishing in Malaysia, advertising revenues for English magazines are notably higher compared to the same type of magazine in the Malay language, although their circulation is lower. This article will study the relationship between the circulation of two women magazines—Malay and English—and their advertising revenues. All data were collected from Media Index and from manual calculations of advertising revenues gained by the magazines. English women magazines are found to be rated higher by advertisers than Malay magazines. Products advertised in English magazines are normally international brands, while for Malay magazines, they are largely local ones. Malay magazines need to be more competitive in order to increase their advertising revenues.

*Keywords: advertising, magazine publishing, circulation, Malaysia*

## PENGENALAN

Kaitan antara editorial, sirkulasi dan iklan dalam penerbitan majalah sememangnya amat rapat. Ketiga-tiga elemen itu saling membantu bagi memastikan majalah dapat terus bertahan di pasaran. Peranan dan kaitan setiap satunya samalah seperti peranan tiang kerusi—*three legs of a stool*—yang masing-masing saling membantu untuk membolehkan kerusi (majalah) seimbang. Kegagalan atau kelemahan salah satu daripadanya akan menyebabkan majalah tidak seimbang dan sukar untuk bertahan di pasaran (Daly, Henry & Ryder, 1997). Meskipun dalam situasi demikian, kepentingan salah satu daripada elemen itu sering juga dilebih-lebihkan. Menurut Johnson dan Prijatel (1999: 54), jumlah sirkulasi hanya menyumbangkan sebahagian kecil daripada pendapatan majalah, manakala sejumlah besar pendapatan berpunca daripada periklanan. Menurut Hamed (2001: 51) pula, dalam industri permajalahan

yang semakin condong kepada aspek komersial, kejayaan penerbit diukur daripada keupayaan majalah menarik pengiklan, bukannya jumlah sirkulasi.

Kepentingan aspek komersial amat dirasai sekarang dalam penerbitan majalah di Malaysia. Sebahagian besar jumlah sirkulasi terdiri daripada sirkulasi berbayar melalui jualan naskhah di kedai-kedai. Jadi, jumlah pendapatan daripada sirkulasi sahaja tidak menentu, dan tidak mencukupi untuk membiayai kos pengeluaran majalah. Untuk bertahan di pasaran, majalah perlu bergantung pada pendapatan iklan untuk menampung kos pengeluaran dan membekalkan lebih pendapatan atau keuntungan kepada penerbit.

Kini, masalah yang merunsingkan dalam dunia penerbitan majalah di Malaysia ialah majalah berbahasa Inggeris mempunyai jumlah sirkulasi yang rendah memiliki pendapatan iklan yang tertinggi, namun majalah berbahasa Melayu yang memiliki jumlah sirkulasi yang tertinggi memperoleh pendapatan iklan yang paling rendah. Oleh itu, fenomena ini perlu dikupas untuk memahami corak periklanan dalam kedua-dua jenis majalah. Oleh yang demikian, artikel ini bertujuan untuk menyingkap pencapaian terkini pendapatan iklan majalah wanita Melayu berbanding majalah wanita Inggeris. Tulisan ini juga akan menjawab persoalan apakah komponen (jenis produk, pengiklan, ruang iklan, dan sebagainya) dalam pendapatan iklan yang menyebabkan pendapatan iklan untuk kedua-dua jenis majalah bersifat sedemikian. Di samping itu, hubungan editorial, iklan dan sirkulasi juga diberi perhatian untuk menyingkap keupayaan majalah kajian menarik pengiklan untuk mengukuhkan kelangsungan masing-masing.

Memandangkan sirkulasi majalah wanita Melayu jauh lebih tinggi daripada majalah wanita Inggeris, seharusnya pendapatan iklan majalah wanita Melayu adalah lebih tinggi kerana pengiklan akan memberi keutamaan kepada majalah yang mencapai audiens yang lebih besar. Namun begitu, hakikatnya menunjukkan bahawa majalah wanita Inggeris yang mempunyai sirkulasi yang jauh lebih rendah mengaut pendapatan iklan yang paling tinggi jika dibandingkan dengan majalah Cina dan Melayu. Umpamanya, kajian Gan Lee Ha (1999) menyatakan bahawa pada Julai 1997 majalah *Her World* dengan sirkulasi 35,000 naskhah mengaut pendapatan iklan bersih sebanyak RM253,591, sementara majalah *Fu Ni* dengan sirkulasi yang tinggi sedikit, iaitu 53,000 naskhah mengaut keuntungan berjumlah RM109,905. Prestasi majalah *Wanita* pula kurang memuaskan, iaitu dengan sirkulasi yang paling tinggi berjumlah 95,000 naskhah, pendapatan iklan bersihnya hanyalah RM165,495.

## SEJARAH PERKEMBANGAN PERMAJALAHAN MELAYU

Perkembangan majalah Melayu dan Inggeris yang pertama di Tanah Melayu berpunca daripada hasrat yang sama, iaitu penerbitan yang bertujuan untuk menyebarkan dakwah agama. Edisi pertama majalah *Bustanul Ariffin* dalam versi Melayu, dan versi Inggerisnya, *Malay Magazine* yang diterbitkan pada Januari 1821 ialah majalah Melayu dan Inggeris yang terawal di Tanah Melayu (Ahmat Adam, 1992: 24). Langkah menerbitkan majalah berunsurkan agama diikuti pula oleh masyarakat Melayu sendiri yang berusaha menerbitkan majalah *Khizanah Al-Ulum* (1904) dan *Al-Imam* (1906) untuk kepentingan bangsa dan agamanya, Islam (Hamedi, 2003:10).

Pada zaman awal penerbitan majalah, kegiatan penerbitan majalah amat perlahan memandangkan kebanyakan penduduk masih buta huruf dan keadaan ekonomi mundur. Menurut Hamedi (2003: 12), pertumbuhan media cetak Melayu pada masa tersebut amat bergantung pada percetakan kecil-kecilan kepunyaan keluarga berada atau milik perseorangan yang terdorong membuka perniagaan sendiri atas sebab ingin menyebarkan aliran fahaman agama tertentu atau menanam minat terhadap kesusasteraan dalam kalangan masyarakat Melayu. Organisasi dan institusi kebajikan dan sosial turut menerbitkan majalah bagi tujuan menyebarkan pengaruh dan pandangan masing-masing seperti *Semaian* (1923) oleh Kolej Melayu Kuala Kangsar, *Chenderamata* (1923) oleh Maktab Perguruan Sultan Idris, dan *Mujallah Guru* (1924) oleh Persekutuan Guru-guru Melayu Selangor.

Semasa zaman pemerintahan Jepun di Tanah Melayu pula, aktiviti penerbitan majalah Melayu tidak berkembang. Majalah yang dibenarkan beroperasi lebih condong pada propaganda cita-cita Kemakmuran Bersama di Asia Timur Raya seperti majalah propaganda Jepun yang berjudul *Fajar Asia* (1943) dan *Semangat Asia* (1944). Namun, selepas tamatnya Perang Dunia II, dunia permajalahan Melayu kembali aktif dengan penerbitan majalah sastera dan budaya seperti *Hiboran* (1946), *Mastika* (1946) dan *Mutiara* (1948), serta majalah hiburan (Hamedi, 2003).

Dari 1957 hingga 1969, momentum permajalahan Melayu menjadi perlahan disebabkan perubahan logistik ekoran perubahan pusat pentadbiran Tanah Melayu dari Singapura ke Kuala Lumpur. Sistem sirkulasi majalah serta aktiviti percetakan dan pasaran iklan terpaksa dibentuk semula. Proses perubahan sistem tulisan jawi ke rumi turut menjejaskan perkembangan dunia permajalahan Melayu. Kemunculan media massa baharu, iaitu Radio Malaya (1959) dan Televisyen Malaysia (1963) mula menjadi pengisi masa senggang penduduk. Tambahan pula, bahan bacaan yang menjadi pilihan utama masih dikuasai akhbar (Hamedi, 2003: 22).

Pada era kebangkitan semula majalah Melayu dari 1970 hingga 1979, banyak penerbit swasta melibatkan diri dalam penerbitan majalah. Majalah hiburan sensasi berkisar soal hiburan artis dan filem dan majalah hiburan separa lucuah menjadi popular. Mulai Januari 1976, setelah tindakan pengharaman dikenakan atas penerbitan majalah lucuah, dunia permajalahan Melayu terus dipimpin oleh majalah hiburan seperti *URTV* (1970), *Variapop* (1975), *Varia Filem* (1976), *Varia Lagu* (1976), *Kisah Cinta* (1976), *Sarina* (1976) dan *Selecta Femina* (1978) (Hamedi, 2003:26).

Majalah komik dan humor turut berkembang pesat dengan pimpinan majalah *Gila-Gila* (1978). Selain itu, majalah agama Islam memperlihatkan pengaruhnya semula setelah berlakunya Revolusi Iran. Kemunculan majalah pendidikan yang seiring dengan sukatan pelajaran sekolah bagi membantu persediaan pelajar menghadapi peperiksaan awam Sijil Rendah Pelajaran (SRP), Sijil Persekolahan Malaysia (SPM) dan Sijil Tinggi Persekolahan (STP) turut mendapat sambutan yang menggalakkan daripada pembaca muda (Hamedi, 2003: 27–29).

Majalah Melayu pada dekad 70-an sememangnya sukar untuk menarik pengiklan, sewaktu kedudukan ekonomi golongan bumiputera masih ketinggalan. Oleh itu, kelangsungan majalah Melayu masih bergantung pada sirkulasi, kecuali majalah wanita yang menampakkan kelangsungannya kerana semakin banyak golongan wanita yang berpendidikan membacanya. Selepas kemunculan *Wanita* (1969) oleh Utusan Melayu, muncul majalah wanita yang lain seperti *Keluarga* (1976),

*Jelita* (1976), *Femina* (1977), *Selecta Femina* (1978), *Alam Wanita* (1978), dan *Widuri* (1979) (Hamed, 2003: 30).

Pada era perkembangan majalah Melayu dari 1980 hingga 1989, terdapat lebih 50 buah majalah dari dekad sebelumnya masih beredar di pasaran (Hamed, 2003: 30). Ini merupakan petanda bahawa dunia permajalahan Melayu berkembang pesat dengan persaingan sihat. Majalah juga bersifat mengkhusus dan disasarkan pada kelompok pembaca tertentu. Pada era kematangan dari 1990 hingga 1999, persaingan sengit dalam dunia permajalahan Melayu menyebabkan pengkhususan majalah diberikan lebih tumpuan. Majalah perniagaan seperti *Usahawan Malaysia* (1990), *Pancaniaga* (1990), *Motivasi Niaga* (1991), *Devan Ekonomi* (1994), *Dataniaga* (1996), *Skop Niaga* (1997) dan teknikal seperti *Majalah PC* (1997) mulai muncul (Hamed, 2003: 38–39).

Dengan jumlah masyarakat Melayu yang semakin meningkat, teknologi penerbitan dan percetakan yang beralih kepada *desktop publishing*, dan bilangan pencetak yang semakin banyak yang menawarkan harga ambilan kepada penerbit relatif murah menjadi faktor yang menyuburkan aktiviti penerbitan majalah Melayu. Pada dekad 90-an ini juga, majalah *human interest* menjadi kegilaan seketika. Misalnya, *Mastika* yang berkonsep baharu mulai 1995 meraih sirkulasi tertinggi, iaitu sebanyak 320,000 naskhah pada Ogos 2000 (Hamed, 2003: 45–46).

Pada bulan November 2005, dua buah gergasi penerbitan majalah, iaitu ACP Magazine dan Hearst Magazines International melancarkan isu pertama majalah *Cosmopolitan* di Malaysia yang diterbitkan menggunakan bahasa Melayu. Lazimnya, kegiatan *cross-boarder publishing* di negara ini melibatkan penerbitan majalah luar negeri menggunakan bahasa Inggeris sebagai *lingua francanya*. Namun, kali ini ACP dan Hearst mengorak langkah baru dengan percubaan untuk menguasai pasaran pembaca wanita Melayu muda yang berumur antara 20-an hingga 30-an yang belum atau baru sahaja berumah tangga, berkerjaya dan bergaya hidup metropolitan.

Kedua-dua penerbit ini mengambil peluang keemasan untuk mengisi kekosongan dalam industri permajalahan Melayu yang dikatakan tidak mempunyai sebuah majalah wanita Melayu tempatan yang dapat menepati cita rasa golongan wanita muda metropolitan ini. Tambahan pula, penglibatan jenama *Cosmopolitan* yang amat masyhur dalam penerbitan majalah Melayu akan merancakkan lagi senario periklanan majalah Melayu. Edisi pertama *Cosmopolitan* Malaysia mempunyai jumlah naskhah mula cetak sebanyak 40,000 naskhah dan dijual dengan harga RM5.50 senaskhah (FIPP, 2005).

## SEJARAH PERKEMBANGAN PERMAJALAHAN INGGERIS

Sehingga kini, sejarah perkembangan penerbitan majalah Inggeris di Malaysia belum dikaji secara komprehensif. Pengkaji bidang penerbitan tanah air yang terdahulu lebih menekankan bidang persuratkhabaran Inggeris. Oleh itu sumber komprehensif tentang sejarah industri permajalahan Inggeris tempatan, sama ada zaman sebelum kemerdekaan dan selepas kemerdekaan adalah terhad sekali.

Seperti majalah Melayu, aspirasi penerbitan majalah Inggeris pada zaman awal, misalnya *The Malay Magazine* (Januari 1821) adalah untuk menyebarkan agama. Majalah ini sebenarnya menggunakan dua bahasa, iaitu bahasa Melayu dan bahasa Inggeris. Kemudian, kerajaan negeri pula terlibat dalam penerbitan

majalah. Antaranya ialah *Perak Government Gazzette* (1897) (Ahmat Adam, 1992:112) dan *Selangor Journal* (1892) yang bukan sahaja berperanan sebagai akhbar, tetapi sebagai majalah tempatan yang mengandungi berita, bahan gosip, artikel sejarah serta coretan tentang zaman lampau (Khoo Kay Kim, 1998:3).

Esther Chan (dalam temu ramah bertarikh 28 Januari 2004) berpendapat dari aspek komersial, majalah Inggeris tempatan yang betul-betul menampakkan potensi menjana perolehan pendapatan iklan ialah *Her World*. *Her World* (Julai 1960) merupakan majalah sulung terbitan News Straits Times Press (Malaysia) Berhad (NSTP) di bawah pengendalian syarikat subsidiarinya, Federal Publications Sdn Bhd. Kemudian, Berita Publishing Sdn Bhd yang ditubuhkan pada 5 September 1973 menguruskan segala kegiatan penerbitan majalah kumpulan NSTP, termasuk penerbitan majalah *Her World* (NSTP, 2005). Dalam temu ramah oleh Gan Lee Ha (1999) dengan editor *Her World*, Margaret Sebastian pada 28 Julai 1998, beliau menyatakan majalah *Her World* merupakan majalah Inggeris tempatan pertama yang operasi penerbitannya dikuasai sepenuhnya oleh orang tempatan.

Selain *Her World* dan majalah masakan *Her World Cookbook*, Berita Publishing turut menerbitkan majalah Inggeris bercorak perniagaan seperti *Malaysian Business* (1974) serta *Investor's Digest* (April 1984), dan majalah bulanan Malaysia Airlines yang berjudul *Going Places*. Majalah wanita *Jelita* (Ogos 1976) dan majalah hiasan dalaman *Anjung Seri* (Oktober 1993) yang berbahasa Melayu, serta majalah remaja *i-Remaja* yang berbentuk dwibahasa merupakan judul-judul terkenal lain yang diterbitkan oleh Berita Publishing. Sejak 2004, penerbitan majalah *Her World* dan *Her World Cookbook* telah dilesenkan kepada Magazine World Sdn Bhd yang dinaungi Blu Inc Holdings (Malaysia) Sdn Bhd. Penerbitan majalah *Her World* dan *Her World Cookbook* kini melibatkan pelaburan asing daripada konglomerat penerbitan Singapore Press Holdings Magazine (*The Straits Times*, 3 November 2004).

Sebuah lagi syarikat penerbitan akhbar tempatan, iaitu The Star Publications (Malaysia) Berhad yang ditubuhkan pada 1971 juga mengorak langkah untuk meluaskan profil penerbitannya dengan penerbitan majalah Inggeris seperti majalah hiburan *Galaxie* (Oktober 1974) serta majalah masakan dan *fine dining* yang berjudul *Flavours* (Julai 1995). Namun begitu, jumlah keseluruhan penerbitan majalah The Star Publications hanyalah empat buah, termasuk majalah perniagaan berbahasa Cina, *Shang Hai* (Mac 1979) dan majalah kanak-kanak berbahasa Melayu berjudul *Kuntum* (Februari 1980).

Menurut Esther Chan (2005), fenomena *cross-boarder publishing* yang melibatkan penerbitan majalah Inggeris bukanlah perkara baharu di Malaysia. Penerbitan *cross-boarder* boleh melibatkan pelesenan penerbitan majalah oleh syarikat induk kepada syarikat subsidiari atau syarikat penerbitan lain di luar negeri, atau penerbitan dan sirkulasi satu edisi majalah yang menyelitkan bahan editorial dan periklanan tempatan yang khusus kepada sesebuah kawasan (FIPP, 2004a). Misalnya, majalah wanita Inggeris kedua yang muncul di Malaysia selepas *Her World*, iaitu *Female* (Julai 1974), menepati definisi *cross-boarder publishing* kerana syarikat penerbitan Jack Chia-MPH Limited di Singapura yang memiliki judul tersebut menerbitkan majalah tersebut melalui syarikat subsidiarinya, MPH Publishing Sdn Bhd. Di samping itu, setiap edisi *Female* diselitkan dengan bahan editorial dan periklanan yang dihasilkan oleh pasukan editorial dan periklanan di Malaysia.

Perkembangan *cross-boarder publishing* yang melibatkan penerbitan majalah Inggeris luar negara dalam bentuk edisi tempatan semakin lumrah berlaku sejak dekad 1990-an (Esther Chan, 2005). Tambahan pula, kebanyakan majalah Inggeris antarabangsa tersebut memperlihatkan perkembangan penerbitan majalah wanita yang tersasar kepada golongan wanita daripada pelbagai kategori umur.

Misalnya, *Marie Claire* (1994) terbitan Blu Inc Media Sdn Bhd adalah khas untuk golongan wanita matang yang prihatin terhadap isu-isu sosial yang melibatkan golongan itu; *Cleo* (November 1997) terbitan ACP Pte Ltd untuk golongan wanita muda antara 19 hingga 29 tahun; dan majalah *Seventeen* (September 2002) terbitan Blu Inc Media Sdn Bhd pula disasarkan kepada gadis belasan tahun. Selain itu, majalah wanita Inggeris *cross-boarder* yang lain ialah *Harper's Bazaar* (April 2003) oleh ACP Pte. Ltd. dan *Elle* (Februari 2006) yang dilancarkan oleh Mediacorporation Publishing Sdn Bhd, syarikat subsidiari konglomerat media Mediacorporation Singapore.

## **PENDAPATAN IKLAN MAJALAH MELAYU DAN MAJALAH INGGERIS**

Di Malaysia, lazimnya medium televisyen, radio, akhbar, dan majalah yang berbahasa Melayu memiliki pencapaian atau sirkulasi yang tertinggi, diikuti dengan medium berbahasa Inggeris, dan berbahasa Cina (Esther Chan, 2005). Angka yang dibekalkan oleh pemilik media atau penerbit menjadi panduan kepada pengiklan tentang keluasan pasaran dan kepopularan media masing-masing dalam kalangan audiens.

Keluasan capaian atau jangkauan yang diukur oleh Nielsen Media Research (NMR) bertujuan untuk melihat keberkesanan sesuatu media mencapai jumlah audiens yang paling maksimum dalam tempoh tertentu. Pengiklan akan membandingkan jumlah perbelanjaan periklanan yang ingin dilaburkan dengan angka capaian media pilihan untuk mempertimbangkan kewajaran mengiklan melalui media tersebut.

Jadual 1 menunjukkan bahawa jumlah capaian majalah Melayu yang turun naik dari tahun 2000 hingga 2002, iaitu daripada 2,570,000 orang pada tahun 2000, menurun kepada 2,558,000 orang pada tahun 2001 dan meningkat sedikit kepada 2,667,000 orang pada tahun 2002. Pada tahun 2003 pula, jumlah capaian menurun semula menjadi 2,551,000 orang dan pada tahun 2004, capaiannya menurun lagi kepada 2,356,000 orang. Jika dilihat dari aspek capaian berdasarkan jumlah pensampelan yang semakin meningkat setiap tahun, jumlah peratus capaian majalah berbahasa Melayu beransur-ansur menurun daripada 22.92% pada tahun 2000 kepada 22.40% pada tahun 2001, 21.16% pada tahun 2002, 19.63% pada tahun 2003, dan akhirnya 17.93% pada tahun 2004.

Jumlah capaian majalah berbahasa Inggeris pula menunjukkan perkembangan yang meningkat dari tahun 2000 hingga 2002 dengan jumlah 357,000 orang yang mewakili 3.18%, 371,000 orang (3.24%) dan 474,000 orang (3.76%) masing-masing. Kemudian pada tahun 2003, terdapat penurunan dalam jumlah capaian kepada 332,000 orang (2.56%). Pada tahun 2004 pula, jumlah dan peratus capaian meningkat semula kepada 452,000 orang yang mewakili 3.44% pensampelan.

**Jadual 1: Jumlah Capaian Majalah Melayu, Cina dan Inggeris (2000–2004)**

Tahun	2000	Peratus (%)	2001	Peratus (%)	2002	Peratus (%)
Jumlah ('000)	11,212	100.00	11,422	100.00	12,603	100.00
Majalah Melayu	2,570	22.92	2,558	22.40	2,667	21.16
Majalah Inggeris	357	3.18	371	3.24	474	3.76
Majalah Cina	225	2.00	206	1.80	221	1.75

Tahun	2003	Peratus (%)	2004	Peratus (%)
Jumlah ('000)	12,993	100.00	13,139	100.00
Majalah Melayu	2,551	19.63	2,356	17.93
Majalah Inggeris	332	2.56	452	3.44
Majalah Cina	192	1.48	131	1.00

Nota: Audiens sasaran berumur 15 tahun ke atas dari Semenanjung.

Sumber: NMR (2005h), *NMR Media Index: Magazine Reach Trend 2000-2004*

Capaian majalah berbahasa Melayu masih berada pada tahap tertinggi, dan ini diikuti majalah berbahasa Inggeris, dan akhirnya majalah berbahasa Cina. Dari tahun 2000 hingga 2004, majalah Melayu menunjukkan peratus capaian yang semakin merosot, manakala capaian majalah Inggeris menunjukkan pemulihan kepada 3.44% pada tahun 2004, tetapi angka ini tidak setinggi 3.76% pada tahun 2002. Keseluruhannya, prestasi capaian majalah tidak memuaskan kerana persaingan daripada media lain yang lebih popular.

Maklumat sirkulasi majalah pula diperlukan oleh pengiklan untuk melihat kelarisan majalah di pasaran di samping membantu dalam pengiraan kos per seribu (CPM) untuk iklan yang akan disiarkan. Angka sirkulasi yang tinggi menunjukkan majalah mencapai audiens yang besar jumlahnya, oleh itu iklan yang tersiar akan mencapai pasaran yang lebih luas. Tambahan pula, kos CPM sehalaman iklan untuk mencapai seribu orang audiens akan menjadi rendah dengan adanya sirkulasi yang besar.

Menurut James Selva (temu ramah bertarikh 3 Julai 2005), selaku penerbit *The Media Guide* dan Setiausaha Persatuan Penerbit Majalah Malaysia (MPAM), pengiraan dan pengumpulan angka sirkulasi yang tepat untuk semua majalah berdasarkan kategori bahasa tidak dilakukan oleh mana-mana pihak dalam industri permajalahan tempatan pada masa kini kerana kebanyakan penerbit enggan mendedahkan jumlah sebenar sirkulasi majalah masing-masing. Untuk mengeruhkan keadaan lagi, terdapat juga penerbit kecil-kecilan yang langsung merahsiakan jumlah sirkulasi majalah masing-masing. Namun lazimnya, penerbit majalah melaporkan jumlah sirkulasi berdasarkan suatu angka anggaran yang lebih besar.

Jadi, untuk mendapatkan perbandingan jumlah sirkulasi yang lebih menyeluruh, purata sirkulasi majalah berdasarkan kategori bahasa dikira daripada pensampelan majalah dalam *Media Guide* dari tahun 2000 hingga 2004, dan jumlah

ini akan dibandingkan dengan purata sirkulasi pensampelan majalah daripada Audit Bureau of Circulations (ABC) dari tahun 2000 hingga 2004 yang jauh lebih kecil jumlah judul majalahnya berbanding *Media Guide*.

**Jadual 2: Purata Sirkulasi Majalah Mengikut Kategori Bahasa (2000–2004)**

Tahun \ Majalah	Cina	Inggeris	Melayu	Jumlah	
2000	Bil	32	137 (-1)*	49 (-1)*	218
	Jumlah	1,067,348	3,843,236	2,862,602	7,773,186
	Purata	33,354.63	28,259.09	59,637.54	
2001	Bil	24	129 (-1)*	55	208
	Jumlah	7,75,349	3,971,531	3,125,992	7,872,872
	Purata	32,306.21	31,027.59	56,836.22	
2002	Bil	26	142 (-1)*	65	233
	Jumlah	846,652	5,114,506	3,318,882	9,280,040
	Purata	32,563.54	36,273.09	51,059.72	
2003	Bil	26	145	49	220
	Jumlah	684,165	6,467,724	2,923,759	10,075,648
	Purata	26,314.04	44,604.99	59,668.55	
2004	Bil	32	122 (-5)*	60	214
	Jumlah	990,664	5,007,396	3,482,918	9,480,978
	Purata	33,022.13	42,798.26	58,048.63	

Nota:

\* Jumlah dalam kurungan untuk kolom bilangan menunjukkan bilangan majalah yang tidak menyertakan angka sirkulasinya dan majalah ini tidak diambil kira dalam pengiraan purata sirkulasi.

\* Pengiraan jumlah sirkulasi adalah berdasarkan gabungan jumlah sirkulasi untuk satu isu terbitan bagi setiap majalah dalam kategori bahasa masing-masing.

Sumber: *Media Guide* (2000–2004)

Jadual 2 menunjukkan pada tahun 2000, majalah berbahasa Inggeris memiliki jumlah sirkulasi yang lebih besar, iaitu 3,843,236 naskhah untuk 137 buah majalah, namun purata sirkulasinya adalah terendah, iaitu 28,259.09 naskhah. Ini kerana walaupun judul majalah Inggeris banyak, kebanyakannya mempunyai sirkulasi yang rendah dan menjejaskan jumlah purata sirkulasinya. Pada tahun 2001, jumlah sirkulasi untuk 129 buah majalah berbahasa Inggeris ialah 3,971,531 dengan purata sirkulasi 31,027.59 naskhah.

Pada tahun 2002, 142 buah majalah berbahasa Inggeris mencatatkan jumlah sirkulasi tertinggi sebanyak 5,114,506 naskhah dengan purata 36,273.09 naskhah.



Pada tahun 2003 pula, 145 buah majalah Inggeris mencatatkan sirkulasi yang lebih tinggi, iaitu 6,467,724 naskhah dan purata sirkulasinya meningkat menjadi 44,604.99 naskhah. Berbanding senario untuk majalah Melayu, pada tahun 2000, 49 buah majalah Melayu mempunyai jumlah sirkulasi 2,862,602 naskhah dengan purata 59,637.54 naskhah. Pada tahun 2001 pula, 55 buah majalah Melayu memiliki jumlah sirkulasi sebanyak 3,125,992 naskhah dengan purata 56,836.22 naskhah.

Jumlah sirkulasi 65 buah majalah berbahasa Melayu pada tahun 2002 ialah 3,318,882 naskhah dengan purata 51,059.72 naskhah, sementara pada tahun 2003, jumlah sirkulasi 49 buah majalah Melayu ialah 2,923,759 naskhah dengan purata 59,668.55 naskhah, iaitu jumlah purata tertinggi dalam tempoh lima tahun. Pada tahun 2004, 122 buah majalah Inggeris mencatatkan sirkulasi sebanyak 5,007,396 naskhah dengan purata 42,798.26 naskhah. Jumlah sirkulasi 60 buah majalah Melayu ialah 3,482,918 naskhah, namun puratanya menurun menjadi 58,048.63 naskhah kerana bilangan majalah Melayu bertambah 11 buah berbanding tahun 2003.

Keseluruhannya, purata sirkulasi majalah berbahasa Melayu adalah yang tertinggi dari tahun 2000 hingga 2004 dengan catatan angka purata tertinggi sebanyak 59,668.55 pada tahun 2003. Dari tahun 2002 hingga 2004 pula, purata sirkulasi majalah berbahasa Inggeris menampakkan peningkatan yang beransur-ansur, iaitu daripada 36,273.09 naskhah pada tahun 2002 kepada 44,604.99 naskhah pada tahun 2003 dan kemudian menurun sedikit kepada 42,798.26 naskhah pada tahun 2004.

Kesimpulannya, majalah berbahasa Melayu kekal sebagai majalah beredaran paling tinggi, diikuti majalah berbahasa Inggeris. Untuk tempoh tahun 2000 hingga 2004, bilangan majalah Melayu sentiasa di bawah angka 100 buah, manakala majalah berbahasa Inggeris mempunyai bilangan antara 137 hingga 145 buah. Namun begitu, pengiraan purata sirkulasi jelas menunjukkan bahawa majalah berbahasa Melayu mempunyai purata sirkulasi yang jauh lebih tinggi.

Audit Bureau of Circulations (ABC) merupakan badan yang mengira jumlah sirkulasi majalah untuk penerbit majalah dan akhbar yang menjadi ahlinya. Lazimnya, sirkulasi kedua-dua majalah dan akhbar dikira bersama sebagai sirkulasi periodikal, namun untuk kajian ini, pengiraan jumlah sirkulasi dan purata sirkulasi majalah yang tersenarai dalam senarai pengiraan ABC sahaja dilakukan. Jumlah majalah yang secara rasminya diaudit oleh ABC adalah kecil berbanding jumlah yang tercatat dalam buku *Media Guide*.

Jadual 3 pula menunjukkan dalam tempoh 1 Julai 2000 hingga 30 Jun 2001. Jumlah sirkulasi 11 buah majalah Inggeris adalah sebanyak 251,930 naskhah yang puratanya ialah 22,902.73 naskhah, dan 10 buah majalah Melayu yang beredaran 9,66,911 dengan puratanya 96,691.10 naskhah. Purata sirkulasi majalah berbahasa Melayu pada tempoh ini adalah yang tertinggi berbanding tahun-tahun lain.

Dari Julai 2001 hingga Jun 2002 pula, 12 buah majalah Inggeris mencatatkan jumlah sirkulasi sebanyak 287,466 naskhah atau puratanya 23,955.50 naskhah, dan jumlah sirkulasi 13 buah majalah Melayu ialah 1,032,496 naskhah dengan puratanya 79,422.77 naskhah. Dengan penambahan tiga lagi judul majalah, purata sirkulasi majalah Melayu menurun dan angka ini adalah yang terendah berbanding tempoh lain. Dalam tempoh Julai 2002 hingga Jun 2003, angka sirkulasi 16 buah majalah berbahasa Inggeris mencatatkan jumlah sebanyak 406,765 naskhah dengan purata

sebanyak 25,422.81 naskhah, sementara 14 buah majalah Melayu mencatatkan sirkulasi sebanyak 1,156,864 naskhah atau puratanya, 82,633.14 naskhah.

**Jadual 3: Jumlah dan Purata Sirkulasi Majalah Mengikut Bahasa Berdasarkan Amalan Pengiraan Sirkulasi Audit Bureau of Circulations Malaysia (ABC)**

Tahun	Majalah	Cina	Inggeris	Melayu	Jumlah
1.7.00-30.6.01	Bil	9	11	10	30
	Jumlah	193,848	251,930	966,911	1,412,689
	Purata	21,538.67	22,902.73	96,691.10	
1.7.01-30.6.02	Bil	10	12	13	35
	Jumlah	236,958	287,466	1,032,496	1,556,920
	Purata	23,695.80	23,955.50	79,422.77	
1.7.02-30.6.03	Bil	3	16	14	33
	Jumlah	62,871	406,765	1,156,864	1,626,500
	Purata	20,957.00	25,422.81	82,633.14	
1.7.03-30.6.04	Bil	3	14	15	32
	Jumlah	56,882	363,639	1,207,864	1,628,385
	Purata	18,960.67	25,974.21	80,524.27	

Nota:

Tempoh pengiraan sirkulasi amalan ABC adalah dari bulan Julai ke bulan Jun pada tahun seterusnya untuk mendapatkan purata sirkulasi yang lebih tepat.

Sumber: ABC (2005), *ABC Index Report 2000-2004*

Untuk tempoh Julai 2003 hingga Jun 2004 pula, jumlah sirkulasi 14 buah majalah berbahasa Inggeris adalah sebanyak 363,639 naskhah atau puratanya 25,974.21 naskhah, dan 15 buah majalah Melayu dengan sirkulasi berjumlah 1,207,864 naskhah atau puratanya 80,524.27 naskhah. Jadi, untuk kategori majalah Inggeris, purata sirkulasi majalah berbahasa Inggeris adalah yang tertinggi untuk tempoh Julai 2003 hingga Jun 2004 berbanding tempoh lain.

Keseluruhannya, jika diteliti dengan terperinci, purata sirkulasi majalah berbahasa Melayu adalah yang tertinggi, diikuti majalah berbahasa Inggeris. Purata sirkulasi majalah berbahasa Inggeris beransur-ansur meningkat untuk keempat-empat tempoh yang tersenarai. Purata sirkulasi majalah berbahasa Melayu pula menunjukkan pemulihan untuk tempoh Julai 2002 hingga Jun 2003, sejak mencatatkan purata sirkulasi terendah pada tempoh Julai 2001 hingga Jun 2002 semasa perkembangan industri penerbitan terjejas oleh pergolakan ekonomi dan politik global.

Daripada penelitian purata sirkulasi dan pencapaian majalah Melayu dan Inggeris tadi, didapati majalah berbahasa Melayu masih mendahului majalah berbahasa Inggeris dari tahun 2000 hingga 2004. Dari aspek pendapatan perbelanjaan iklan pula, majalah berbahasa Melayu menampakkan peningkatan dari tahun 1999

hingga 2004, walaupun jumlahnya ialah yang paling rendah berbanding majalah berbahasa Inggeris.

Berdasarkan Jadual 4 pula, dari tahun 1999 hingga 2004 pendapatan iklan majalah Melayu berjumlah RM14,663,000, RM20,711,000, RM27,771,000, RM28,739,000, RM31,676,000 dan RM33,070,000 masing-masing. Dari tahun 1999 hingga 2004, peratus pendapatan iklannya daripada jumlah keseluruhan ialah 14.23%, 15.79%, 15.21%, 18.18%, 19.92%, dan 19.99% masing-masing. Ini bermaksud jumlah peningkatan peratus pendapatan iklan dalam tempoh enam tahun tersebut ialah 5.76%. Mulai tahun 2003, jumlah pendapatan iklan majalah Melayu telah mencecah angka melebihi RM30 juta setahun berbanding angka RM14.6 juta setahun pada tahun 1999.

**Jadual 4: Jumlah (RM Ribu) dan Peratus (%) Pendapatan Iklan Majalah Wilayah dan Tempatan Mengikut Kategori Bahasa (1999–2004)**

Majalah	1999		2000		2001	
	Jumlah ('000)	Peratus (%)	Jumlah ('000)	Peratus (%)	Jumlah ('000)	Peratus (%)
BM	14,663	14.23	20,711	15.79	27,771	15.21
Inggeris	70,293	68.21	85,851	65.45	123,706	67.76
Wilayah	43,258	41.98	48,324	36.84	76,225	41.75
Tempatan	27,035	26.23	37,527	28.61	47,481	26.01
Cina	17,341	16.83	23,866	18.19	30,353	16.62
Wilayah	4,348	4.22	4,696	3.58	4,390	2.40
Tempatan	12,993	12.61	19,170	14.61	25,963	14.22
Tamil	758	0.74	743	0.57	747	0.41
Jumlah	103,055	100.00	131,171	100.00	182,577	100.00

  

Majalah	2002		2003		2004	
	Jumlah ('000)	Peratus (%)	Jumlah ('000)	Peratus (%)	Jumlah ('000)	Peratus (%)
BM	28,739	18.18	31,676	19.92	33,070	19.99
Inggeris	97,574	61.73	91,774	57.71	93,002	56.22
Wilayah	48,993	30.99	44,275	27.84	40,719	24.61
Tempatan	48,581	30.74	47,499	29.87	52,283	31.61
Cina	30,910	19.56	34,676	21.80	38,595	23.33
Wilayah	4,007	2.54	4,296	2.70	3,787	2.29
Tempatan	26,903	17.02	30,380	19.10	34,808	21.04
Tamil	836	0.53	908	0.57	758	0.46
Jumlah	158,059	100.00	159,034	100.00	165,425	100.00

Sumber: NMR Advertising Information Service (2005a), *NMR Magazine Adex Report 1999-2004*.

Majalah Inggeris mempunyai pendapatan iklan yang meningkat dari tahun 1999 hingga mencapai kemuncaknya pada tahun 2002 dengan jumlah RM70,293,000 (68.21%), RM85,851,000 (65.45%), dan RM123,706,000 (67.76%) masing-masing. Jumlah peratus pendapatan iklan majalah Inggeris turun naik dalam tempoh ini. Pada tahun 2001, pendapatan iklan majalah Inggeris wilayah ialah RM76,225,000 (41.75%), iaitu RM27,901,000 (4.91%) melebihi jumlah tahun 2000. Lonjakan ini berpunca daripada penglibatan beberapa buah majalah wilayah baru dalam pengiraan pendapatan iklan Nielsen Media Research.

Kemudian, pada tahun 2002, jumlah pendapatan iklan majalah Inggeris menurun kepada RM975,754,000 (61.73%), sementara jumlah pendapatan iklan majalah Melayu meningkat 2.97%. Penurunan pendapatan iklan majalah Inggeris ini disebabkan oleh penutupan *Asiaweek* dan krisis ekonomi dan politik global yang menjejaskan pendapatan iklan majalah Inggeris wilayah. Jumlah untuk majalah Inggeris wilayah menurun sebanyak RM27,232,000 (10.76%) menjadi RM48,993,000 (30.99%) sahaja. Sementara itu, pendapatan iklan majalah Inggeris tempatan yang terus meningkat sejak tahun 1999 meningkat sehingga RM47,481,000 (26.01%) pada tahun 2001 kepada RM48,581,000 (30.74%) pada tahun 2002, iaitu perbezaan sebanyak RM1,100,000 (4.73%).

Pada tahun 2003, jumlah pendapatan iklan majalah Inggeris masih merosot, iaitu RM91,774,000 atau 57.71% sahaja daripada pendapatan iklan keseluruhan. Kerosotan ini berpunca daripada pendapatan iklan majalah wilayah dan tempatan yang seiring merosot akibat persaingan daripada medium lain seperti televisyen sebagai medium periklanan yang lebih digemari. Pada tahun tersebut, pendapatan iklan majalah Inggeris hanya RM44,275,000 (27.84%) dan tempatan RM47,499,000 (29.87%). Di samping itu, majalah Cina dan Melayu yang menunjukkan peningkatan telah mengecilkannya lagi peratus keseluruhan pendapatan iklan majalah Inggeris.

Pada tahun 2004 pula, jumlah pendapatan iklan majalah Inggeris mulai pulih sedikit kepada RM93,002,000 (56.22%). Walaupun terdapat peningkatan pendapatan iklannya, jumlah peratus pendapatannya menjadi lebih rendah lagi kerana sumbangan pendapatan iklan majalah bahasa Cina yang semakin besar. Jumlah pendapatan iklan majalah Inggeris wilayah pada tahun 2004 merosot sebanyak RM3,556,000 (3.23%) kepada RM40,719,000 (24.61%) sahaja. Sebaliknya, pendapatan iklan majalah Inggeris tempatan semakin meningkat, iaitu dengan peningkatan sebanyak RM4,784,000 (1.74%) kepada RM52,283,000 (31.61%).

Daripada Jadual 5 pula, peratus pertumbuhan majalah Inggeris keseluruhannya adalah tidak konsisten. Pertumbuhan positif sebanyak 22.13% untuk tahun 2000 dan kemuncaknya dengan 44.09% untuk tahun 2001 kemudiannya merosot teruk dengan pertumbuhan negatif, iaitu -21.12% untuk tahun 2002 dan -5.94% untuk tahun 2003. Tanda pemulihan muncul pada tahun 2004 dengan pertumbuhan positif sebanyak 1.34% disebabkan perolehan jumlah pendapatan iklan yang semakin meningkat bagi kebanyakan majalah Inggeris tempatan.

Keseluruhannya, majalah Melayu menunjukkan pertumbuhan yang beransur-ansur meningkat dari tahun 1999 hingga 2004. Walaupun peratus pertumbuhannya tidak konsisten, pertumbuhannya tidak pernah mencatatkan angka negatif. Pada tahun 2000 dan 2001, pertumbuhan majalah Melayu berada pada tahap yang pesat, iaitu 41.25% dan 34.09% masing-masing. Semasa berlakunya krisis ekonomi dan politik global pada tahun 2002, pertumbuhannya merosot sebanyak 30.6% kepada

3.49% sahaja. Kemudian, pertumbuhan semakin meningkat pada tahun 2003 dengan 10.22% sementara pada tahun 2004 pula, pertumbuhannya merosot semula sebanyak 5.82% kepada 4.40% sahaja.

**Jadual 5: Pendapatan Iklan Majalah (RM Ribu) dan Peratus Pertumbuhan (YOY) Mengikut Kategori Bahasa (1999–2004)**

RM '000	1999	2000	YOY (%)	2001	YOY (%)	2002	YOY (%)	2003	YOY (%)	2004	YOY (%)
Jumlah	103,055	131,171	27.28	182,577	39.19	158,059	-13.43	159,035	0.62	165,425	4.02
Inggeris	70,293	85,851	22.13	123,706	44.09	97,574	-21.12	91,774	-5.94	93,002	1.34
Cina	17,341	23,866	37.63	30,353	27.18	30,910	1.84	34,676	12.18	38,595	11.30
Melayu	14,663	20,711	41.25	27,771	34.09	28,739	3.49	31,676	10.22	33,070	4.40
Jumlah Wilayah	47,606	53,020	11.37	80,615	52.05	53,000	-34.26	48,571	-8.36	44,507	-8.37
Inggeris	43,258	48,324	11.71	76,225	57.74	48,993	-35.73	44,275	-9.63	40,719	-8.03
Cina	4,348	4,696	8.00	4,390	-6.52	4,007	-8.72	4,296	7.21	3,787	-11.85
Jumlah Tempatan	55,449	78,151	40.94	101,962	30.47	105,059	3.04	110,463	5.14	120,919	9.47
Melayu	14,663	20,711	41.25	27,771	34.09	28,739	3.49	31,676	10.22	33,070	4.40
Inggeris	27,035	37,527	38.81	47,481	26.52	48,581	2.32	47,499	-2.23	52,283	10.07
Cina	12,993	19,170	47.54	25,963	35.44	26,903	3.62	30,380	12.92	34,808	14.58
Tamil	758	743	-1.98	747	0.54	836	11.91	908	8.61	758	-16.52

Sumber: NMR Advertising Information Service (2005a), *NMR Magazine Adex Report 1999–2004*

**Jadual 6: Pendapatan Iklan Majalah Tempatan (RM Ribu) Dan Peratus Pertumbuhan Masing-masing (YOY) Mengikut Kategori Bahasa (1999–2004)**

RM'000	1999	2000	YOY (%)	2001	YOY (%)	2002	YOY (%)	2003	YOY (%)	2004	YOY (%)
Jumlah Majalah Tempatan	5,5 449	78,151	40.94	1 01,962	30.47	1 05,059	3.04	110,463	5.14	120,919	9.47
Melayu	14,663	20,711	41.25	27,771	34.09	28,739	3.49	31,676	10.22	33,070	4.40
Inggeris	27,035	37,527	38.81	47,481	26.52	48,581	2.32	47,499	-2.23	52,283	10.07
Cina	12,993	19,170	47.54	25,963	35.44	26,903	3.62	30,380	12.92	34,808	14.58
Tamil	758	743	-1.98	747	0.54	836	11.91	908	8.61	758	-16.52

Sumber: Diubah suai daripada NMR Advertising Information Service (2005a), *NMR Magazine Adex Report 1999–2004*.

Untuk kategori semua majalah, pada tahun 2003 dan 2004, pertumbuhan semua majalah Melayu adalah lebih tinggi daripada semua majalah Inggeris. Di samping itu, majalah Inggeris baru sahaja menampakkan pemulihan daripada kesan krisis ekonomi dan politik global tahun 2002 dengan peratus pertumbuhan yang begitu kecil.

Apabila perbandingan pertumbuhan pendapatan iklan dilakukan antara majalah Melayu dengan majalah Inggeris tempatan seperti dalam Jadual 6, didapati dari tahun 1999 hingga 2003, peratus pertumbuhan majalah Melayu relatifnya lebih tinggi. Namun begitu, perolehan pendapatan iklan majalah Melayu adalah relatif rendah. Pada tahun 2004 pula, kedudukan perolehan pendapatan iklan majalah Melayu jatuh ke tangga ketiga selepas majalah Cina dengan perbezaan sebanyak RM1,738,000 sahaja. Ini disebabkan peratus pertumbuhan majalah Cina tempatan amat baik dengan 14.58% pada tahun 2004, berbanding 4.40% sahaja untuk majalah berbahasa Melayu.

## **PENUTUP**

Majalah Inggeris tempatan yang berjaya meraih pendapatan iklan tertinggi sebanyak RM52,283,000 yang mewakili 10.07 % pertumbuhan juga menampakkan pemulihan yang baik berbanding tahun 2003 dengan jumlah RM47,499,000 dan pertumbuhan negatif sebanyak -2.23%. Peratus pertumbuhan majalah Inggeris yang berjumlah 10.07% pada tahun 2004 adalah lebih tinggi daripada peratus pertumbuhan majalah Melayu yang hanya mencatatkan 4.40%.

Peratus pertumbuhan majalah Melayu dan Inggeris tempatan menampakkan pertumbuhan paling tinggi pada awal tahun 2000-an, dengan 41.25% untuk majalah Melayu dan 38.81% untuk majalah Inggeris tempatan. Peratus pertumbuhan yang tinggi ini mulai merosot pada tahun 2001 dengan 34.09% untuk majalah Melayu, dan 26.52% untuk majalah Inggeris tempatan. Angka pertumbuhan yang begitu tinggi ini terus merosot dan sukar untuk dicapai kini memandangkan medium majalah mendapat persaingan yang amat hebat daripada medium televisyen, radio, akhbar, dan Internet yang semakin digemari pengiklan.

Keseluruhannya, jika perbandingan dilakukan untuk semua jenis majalah tempatan dari tahun 1999 hingga 2003, majalah Melayu menduduki tempat kedua dalam aturan perolehan pendapatan iklan. Pada tahun 2004 pula, kedudukan majalah Melayu merosot apabila ia menduduki tempat ketiga antara keempat-empat jenis majalah yang terkandung dalam Jadual 6 dari aspek perolehan dan pertumbuhan pendapatan iklan. Majalah Inggeris tempatan masih mempertahankan kedudukannya sejak tahun 1999 sebagai majalah yang paling berpengaruh dalam perolehan pendapatan iklan walaupun pertumbuhannya tidak menentu, terutamanya semasa krisis ekonomi dan politik yang berlaku pada tahun 2002.

Jika perolehan pendapatan majalah Melayu dibandingkan dengan pendapatan keseluruhan majalah Inggeris dan Cina yang melibatkan penerbitan wilayah dan tempatan, pendapatan iklan majalah Melayu menduduki tangga terakhir dari tahun 1999 hingga 2004. Namun begitu, sejak tahun 2003 perolehan pendapatan iklannya semakin besar hingga mencecah angka melebihi RM30 juta berbanding hanya RM14,663,000 pada tahun 1999. Ini menunjukkan pendapatan iklan majalah Melayu telah bertambah melebihi dua kali ganda dalam tempoh lima tahun.

Keseluruhannya, majalah berbahasa Inggeris masih menduduki tangga teratas dari tahun 1999 hingga 2004 dengan pendapatan iklan kira-kira tiga kali lebih besar daripada majalah Melayu.

Kesimpulannya, apabila pendapatan iklan setiap jenis majalah dipadankan dengan purata sirkulasi, didapati walaupun majalah Melayu yang mempunyai purata sirkulasi paling besar, ia memiliki pendapatan iklan yang paling rendah berbanding dengan majalah Inggeris yang berpendapatan paling tinggi, tetapi purata sirkulasinya lebih rendah. Jadi, dalam konteks industri permajalahan di Malaysia, purata sirkulasi yang tertinggi untuk majalah Melayu tidak semestinya membawa pendapatan iklan yang tinggi.

## RUJUKAN

- Ahmat Adam 1992. *Sejarah dan Bibliografi Akhbar dan Majalah Melayu Abad Kesembilan Belas*. Bangi: Penerbit UKM.
- Aspinwall, Leo V. 1961. The marketing characteristics of goods. Dlm. *Four Marketing Theories*. Boulder, Colorado: University of Colorado.
- Barnard, Michael 1988. *Inside Magazine Publishing*. London: The Blueprint.
- Daly, C. P., P. Henry & E. Ryder, 1997. *The Magazine Publishing Industry*. Boston: Allyn & Bacon.
- Gan Lee Ha. 1999. Penerbitan majalah *Wanita*, *Her World* dan *Fu Ni*: Kajian terhadap persamaan dan perbezaan. Latihan ilmiah Jabatan Pengajian Media, Universiti Malaya.
- Hamed Mohd Adnan, 2001. Ekonomi penerbitan majalah Melayu sebelum merdeka. Tesis Doktor Falsafah, Universiti Malaya.
- Hamed Mohd Adnan, 2003. *Dunia Permajalahan Melayu*. Shah Alam: Karisma Publications.
- Jenny Heng Gek Koon. Kajian perbandingan pendapatan periklanan Majalah wanita melayu dengan majalah wanita inggeris. Tesis Sarjana Sastera, Universiti Malays, 2005.
- Johnson, Sammye & Patricia Prijatel. 2006. *Magazine: From Cover to Cover*. New York: Oxford University Press.
- Khoo Kay Kim. 1984. *Majalah dan Akhbar Melayu sebagai Sumber Sejarah*. Kuala Lumpur: Perpustakaan Universiti Malaya.
- Peterson, Thodore, 1964. *Magazines in the Twentieth Century*. Urbana, Ill.: Univ. of Illinois Press.
- 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.