



BAB TIGA



BAB TIGA

LATAR BELAKANG SYARIKAT DAN AMALAN PENERBITAN

3.1 Pengenalan

Tiga buah majalah yang diterbitkan oleh tiga buah syarikat penerbitan yang berbeza merupakan sampel yang telah dipilih untuk dijadikan bahan untuk penyelidikan ini. Majalah pertama yang bakal diketengahkan adalah *Computimes Shopper Malaysia* yang diterbitkan oleh IT Publication Sdn. Bhd. (ITP). ITP merupakan anak syarikat kepada The News Straits Times Press (Malaysia) Berhad.

Majalah TM berbahasa Melayu yang pertama di Malaysia, *Majalah PC* pula merupakan terbitan A & Z Publication Sdn. Bhd., yang merupakan anak syarikat kepada Kumpulan Karangkraf Sdn. Bhd. Majalah ketiga yang menjadi sampel kajian ini adalah majalah *PC.COM* yang diterbitkan oleh Twenty One Century Media Sdn. Bhd., yang merupakan sebuah syarikat penerbitan yang berdiri sendiri tanpa dikuasai oleh mana-mana syarikat gergasi penerbitan di Malaysia.

3.2 *Computimes Shopper Malaysia*

3.2.1 The News Straits Times Press (Malaysia) Berhad

NSTP adalah antara syarikat penerbitan akhbar yang tertua di Malaysia. Usianya kini telah mencecah satu setengah abad dan banyak perubahan yang telah dibuat oleh pihak pengurusannya untuk mempertingkatkan mutu dan kreativitinya.

The News Straits Times Press (Malaysia) Berhad kini terletak di Jalan Riong, Kuala Lumpur selepas berpindah dari Singapura. Selepas pemindahannya ke sini, ia menjadi antara pusat maklumat yang utama kepada masyarakat Malaysia.

Kini syarikat ini semakin berkembang dan menerbitkan lima buah surat khabar iaitu *The Straits Times*, *Berita Harian*, *Business Times*, *Malay Mail* dan *Harian Metro*. Selain itu, ia turut menerbitkan 4 edisi hari minggu iaitu *News Straits Times*, *Berita Mingguan*, *Sunday Mail* dan *Metro Ahad*.

3.2.2 IT Publications Sdn. Bhd.

TM Publications Sdn. Bhd., diasaskan pada 6 May 1992. Syarikat ini ditubuhkan untuk menyediakan informasi mengenai TM dan aktiviti-aktiviti yang berkaitan dengan TM. Objektif syarikat ini adalah untuk menyediakan satu saluran untuk mendapat informasi terkini dunia TM dan menerbitkan bahan-bahan yang bermutu untuk pembaca dan pelanggan-pelanggan mereka.

Aktiviti menerbitkan bahan bacaan berunsur TM bermula pada 2 Januari 1986 apabila NSTP dan unit teknologi mereka, *Computimes*, *The Information Technology Section* (CIE) mula menerbitkan *Computimes*. *Computimes* merupakan sebuah sisipan 12

mukasurat dan diedarkan setiap hari Khamis bersama-sama dengan surat khabar berbahasa Inggeris, *News Straits Times*.

Setahun selepas itu, unit CIE telah mengubah fokus mereka kepada penerbitan akhbar *Business Computing* dan nama unit ini juga ditukar kepada Unit *Computimes*. Syarikat penerbitan ini telah berkembang maju dengan pertambahan jumlah editor, jumlah mukasurat dan sambutan dari pihak pengiklan yang amat menggalakkan.

Sehingga ke hari ini ITP mempunyai lima produk keluarannya sendiri, iaitu dua buah akhbar, sebuah sisipan dan dua buah majalah.

- i. *Computimes* yang memuatkan isu-su berkaitan dengan TM, komen, analisis dan masa hadapan sesebuah produk.
- ii. *Management Times* yang diterbitkan dengan tujuan untuk memberi inspirasi kepada pembaca melalui temubual dengan pengurus dan pemimpin untuk mencapai kecemerlangan dalam perniagaan.
- iii. *PC Home* yang merupakan sisipan untuk keluaran yang diedarkan dengan *Sunday Mail*.
- iv. *Computimes Shopper Malaysia* pula merupakan majalah computer yang memberi tumpuan kepada komputer dan pembelian peralatan pejabat.
- v. *PC Magazine Malaysia* diterbitkan di bawah lesen Ziff-Davi's *PC Magazine* dan memuatkan isu berkaitan kepenggunaan dan profesion TM.

Menerbitkan majalah *Computimes Shopper Malaysia* merupakan idea Mr. Derick Khoo yang merupakan *General Manager* TM Publications Sdn. Bhd., pada awal penubuhannya. Objektif penerbitan majalah ini adalah untuk memberi pengetahuan dan pendidikan kepada masyarakat mengenai TM dan sasaran pembaca untuk majalah ini pula adalah golongan pelajar, golongan eksekutif serta kakitangan kerajaan. Mereka menjadi golongan sasaran kerana isi majalah ini yang memberi tumpuan kepada peralatan pejabat serta harganya yang murah yang membolehkan semua golongan masyarakat memilikinya.

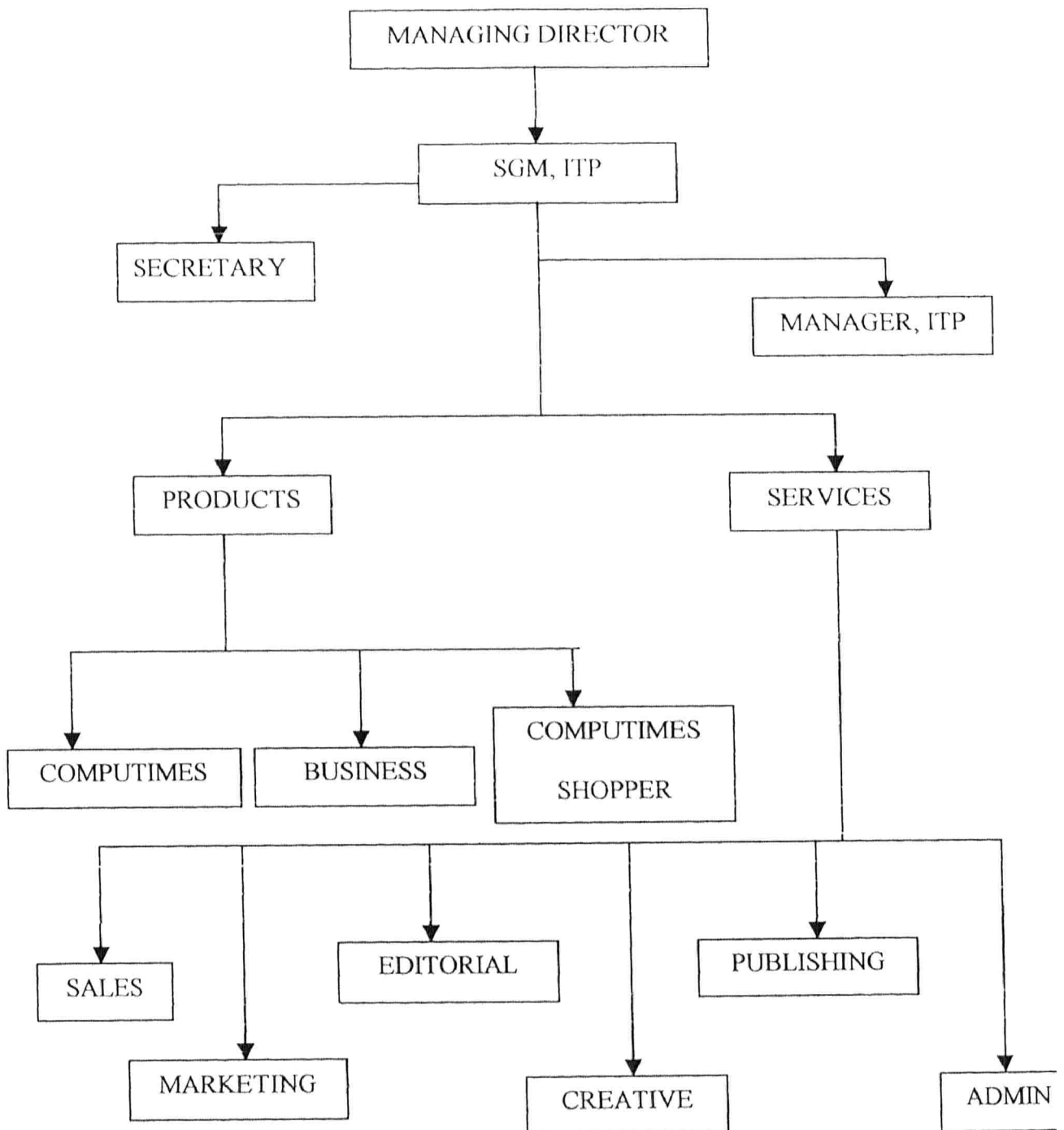
Semasa awal penerbitannya, majalah ini bersaiz A4 dan harga majalah ini adalah RM 8.00 seunit, tetapi majalah ini mengalami kegagalan kerana harganya yang mahal. Ini menyebabkan pihak pengurusan terpaksa mencari jalan penyelesaian. Akhirnya majalah ini dijual dengan harga RM 3.90 setiap unit tetapi kualiti kertas majalah pula diturunkan. Namun begitu, cara ini berjaya menawan hati pembaca untuk memilih majalah ini sebagai bahan bacaan mereka. Kini majalah ini telah berusia 9 tahun dan merupakan antara majalah TM yang paling lama berada di pasaran majalah TM tempatan.

Sebenarnya majalah ini berasaskan daripada majalah *Computer Shopper* yang diterbitkan di US oleh ZD Publication. Pada awalnya *Computimes Shopper Malaysia* diminta bergabung dengan ZD Publication di US. Tetapi oleh kerana lesen untuk melakukan aktiviti seperti ini mahal, maka rancangan ini terpaksa dibatalkan. ITP menjadi penerbit individu di bawah naungan syarikat NSTP. Lagipun pasaran majalah tempatan memerlukan majalah TM yang diterbitkan berasaskan situasi perkembangan teknologi di Malaysia.

Pekerja dalam ITP ini adalah seramai 55 orang. Jumlah ini termasuklah 6 orang penulis tetap untuk majalah ini. Terdapat juga beberapa orang penulis tamu yang sering menyumbangkan karya mereka untuk dimuatkan dalam majalah ini.

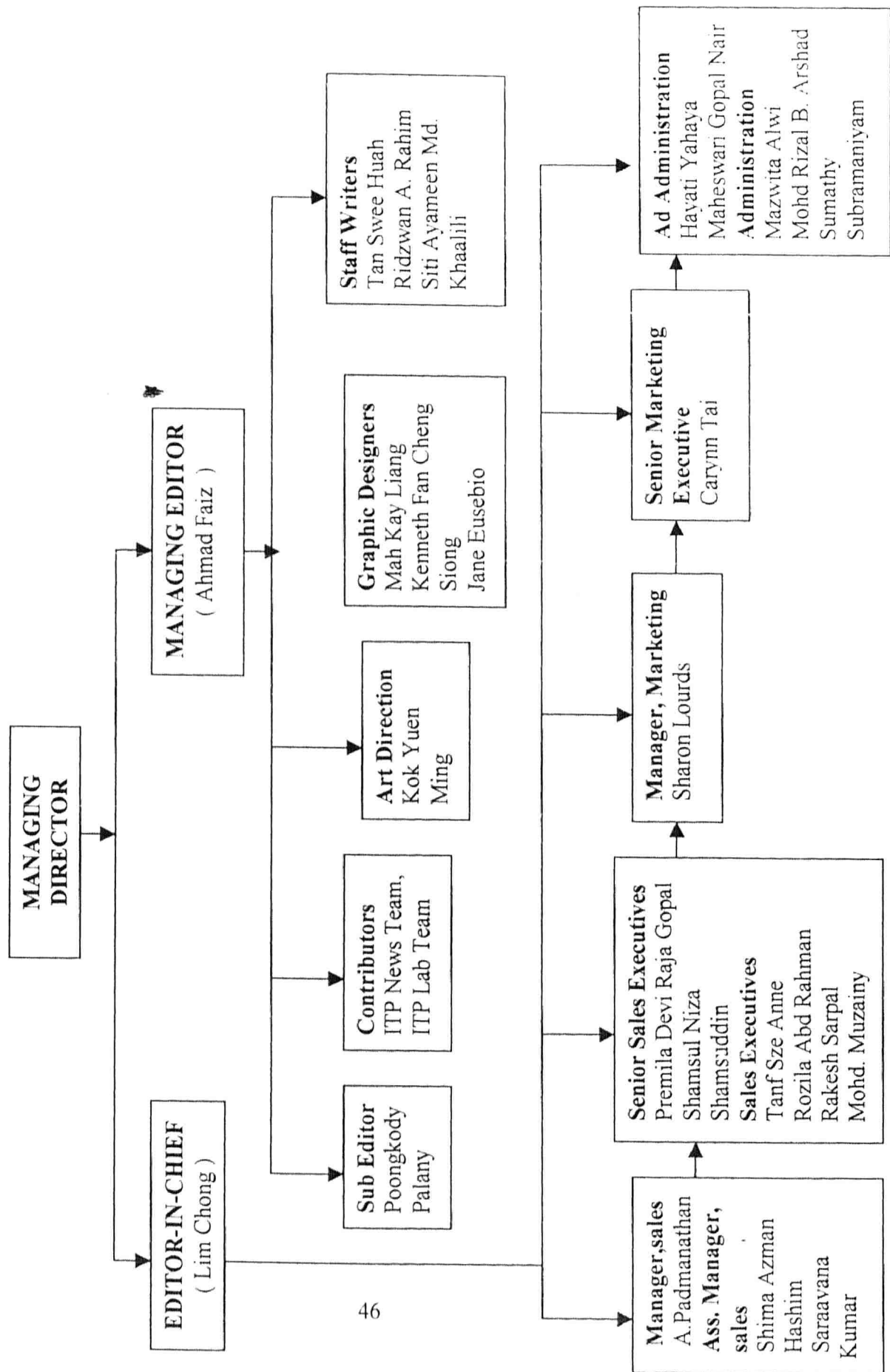
ITP mempunyai organisasi mereka yang tersendiri yang terasing daripada syarikat induk mereka, NSTP yang mempunyai sebuah carta organisasi yang agak rumit untuk dibincangkan. Syarikat ITP ini mempunyai seorang *Managing Director* dan di bawah kawalannya adalah beberapa buah jabatan seperti jabatan editor, jabatan jualan, jabatan pentadbiran, jabatan publisiti dan sebagainya. Rujuk Rajah 3.2.2.1 dan 3.2.2.2.

RAJAH 3.2.2.1
CARTA ORGANISASI ITP



Sumber: Bahagian Sumber Manusia ITP 2002

Rajah 3.2.2.2: Carta Organisasi Majalah *Computimes Shopper Malaysia*
(Sumber: Bahagian Sumber Manusia *Computimes Shopper Malaysia*)



3.2.3 Amalan Editorial

Ahmad Faiz selaku *Managing Editor* menerajui bahagian editorial majalah ini bersama-sama dengan sub-editornya, Poongkody dan Palany untuk melaksanakan tugas-tugas mengumpulkan dan menyuntingan bahan-bahan yang bakal dimuatkan dalam setiap keluaran.

Managing Editor dan sub-editor ini akan mengadakan mesyuarat dengan bahagian *art direction*, *art designers*, wartawan dan penulis untuk menentukan bahan-bahan yang perlu dimuatkan dalam sesebuah isu majalah, misalnya *cover* majalah dan gambar-gambar yang sesuai untuk isu tersebut. Mereka yang terlibat dalam perbincangan inilah yang akan menentukan kualiti majalah ini secara keseluruhannya.

Setiap ruangan majalah ini mempunyai penulis tetapnya yang tertentu yang bertugas untuk memastikan ruangan mereka mempunyai bahan yang mencukupi untuk setiap keluaran. Sebenarnya penulis-penulis ini tidak mempunyai tempoh masa yang khusus untuk mengumpulkan bahan masing-masing kerana kesemua mereka sudahpun mengetahui tanggungjawab dan *deadline* mereka sendiri. Tetapi bagi wartawan yang bertugas untuk membuat liputan pelancaran produk atau berita-berita TM, mereka ini diberi tempoh dua minggu untuk mengumpulkan bahan masing-masing.

Bahan-bahan yang bakal dimuatkan dalam majalah ini dicari dengan cara pencarian melalui internet, pemberian bahan oleh sesebuah syarikat yang kemudiannya diedit oleh bahagian editorial mengikut polisi majalah, mengambil bahan dari majalah luar negara seperti majalah *Computer Shopper* dari US dan bahan-bahan yang terbaru di pasaran yang ditulis berdasarkan pameran, pelancaran dan sebagainya. Sumbangan bahan-bahan dari penulis jemputan dan bebas juga kadang-kadang dimuatkan dalam

majalah ini. ITP News Team dan ITP Lab Team yang berada di bawah IT publishing juga berfungsi untuk mencari bahan-bahan yang sesuai disiarkan dalam majalah ini.

Seiring dengan majalah yang digelar sebagai majalah TM, segala maklumat dan kerja-kerja berkaitan dengan pengumpulan bahan dan kerja-kerja editorial lain dilakukan dengan menggunakan teknologi komputer. Penulis dan wartawan akan menyerahkan disket kepada editor untuk proses penyemakan. Cara ini menjimatkan masa, tenaga dan sekaligus meminimumkan kos penerbitan.

Mesyuarat antara editor akan diadakan sekali lagi selepas semua bahan untuk sesuatu isu dikumpulkan. Tujuan mesyuarat ini adalah untuk menyemak kembali bahan-bahan yang telah dikumpulkan ini. Jika terdapat ketidak sesuaian, bahan-bahan ini akan diserahkan kembali kepada wartawan atau penulis untuk dibaiki.

Masalah utama dalam proses editorial adalah kekurangan penulis dan wartawan untuk majalah ini. Selain dari masalah ini tidak ada sebarang masalah besar yang dihadapi oleh pihak editorial majalah ini.

Untuk mengatasi masalah seperti ini pihak penerbit majalah ini cuba menarik minat penulis-penulis baru dengan mengadakan ruangan 'topik bulan ini' dan memberi peluang untuk graduan-graduan universiti untuk menyumbangkan hasil tulisan mereka untuk dimuatkan dalam majalah ini.

Dengan cara ini bakat penulis-penulis baru dapat dicungkil dan mereka ini boleh diserapkan menjadi penulis tetap atau bebas untuk majalah ini pada suatu hari kelak. Ini merupakan rancangan jangka panjang penerbit majalah ini untuk memastikan penulis untuk majalah ini sentiasa mencukupi.

3.2.4 Amalan Pengeluaran

Proses pengeluaran majalah ini dikawal oleh *Art Director*, Kok Yuen Ming dan jabatan *Graphic Designers*. Pereka bentuk akan menyiapkan tugasnya berdasarkan panduan yang telah diberikan oleh editor. Selalunya seminggu sebelum majalah diterbitkan, *layout* keseluruhan majalah telah disiapkan. Ia akan disemak semula oleh editor sehingga mencapai kualiti yang ditetapkan.

Selepas semua fungsi editorial dan kerja-kerja editorial disiapkan, bahan mentah ini dihantar kepada pencetak Art Printing Works Sdn Bhd., yang terletak di Jalan Riong, Kuala Lumpur. Pencetak ini akan membuat filem, *plate* dan mencetak majalah ini. Proses penjilidan dan pembungkusan juga dilakukan oleh syarikat yang sama. Kesemua proses ini memakan masa kira-kira dua minggu untuk disiapkan.

Newsprint yang mahal merupakan masalah utama penerbit ITP dalam urusan pengeluaran majalah ini. Dari segi lain majalah ini tidak menghadapi sebarang masalah yang serius.

3.2.5 Amalan Pemasaran

Urusan pemasaran *Computimes Shopper Malaysia* dikendalikan sepenuhnya oleh *editor-in-chief*, Lim Chong. Beliau dibantu oleh *Sales Manager*, *Assistant Sales Manager*, *Senior Sales Executives*, *Sales Executives*, *Marketing Manager* dan *Senior Marketing Executive*.

Kumpulan ini akan menguruskan segala yang berkaitan dengan pengiklanan dan aktiviti promosi untuk majalah ini sepenuhnya. Selalunya had iklan untuk majalah ini adalah sekitar 30% hingga 35% untuk setiap keluaran. Harga iklan pula ditentukan

mengikut kedudukanya dalam majalah, saiz iklan dalam majalah dan jenis kertas yang digunakan untuk mencetak iklan ini.

Dari segi promosi pula majalah ini mendapat bantuan dari NSTP. Majalah ini diiklankan dalam akhbar *Berita Harian*, *Malay Mail* dan bahan-bahan penerbitan NSTP yang lain secara percuma (Rujuk Lampiran G). Walau bagaimanapun, majalah ini juga mempunyai promosi mereka sendiri untuk memperkenalkan majalah ini kepada pembaca dan mengekalkan peratusan penjualan majalah ini seperti promosi di radio dengan menganjurkan peraduan atau memberi hadiah dalam bentuk langganan majalah secara percuma.

Satu ruangan mengenai profil syarikat, cara menghubungi syarikat dan perkhidmatan-perkhidmatan yang ditawarkan oleh syarikat ini juga dicetak dengan lengkap agar mana-mana pihak dapat menghubungi mereka dengan mudah dan cepat untuk mendapatkan apa-apa maklumat dan perkhidmatan yang ditawarkan oleh syarikat ini.

Kerja mengedarkan majalah ini ke seluruh kawasan di Malaysia diamanahkan kepada syarikat Marican Sdn. Bhd., yang mempunyai sub-kontrak dengan NSTP. Segala urusan mencari ejen, megedar dan menggunakan kenderaan untuk mengedarkan majalah ini seperti lori, van, keretapi dan kapal terbang diuruskan oleh pengedar ini. Urusan untuk berunding dengan pengedar ini adalah di bawah seliaan pengurus sirkulasi majalah, M. Nasir Ramli.

Selalunya penjualan majalah ini mencecah angka 85% setiap bulan. Baki 15% majalah yang tinggal akan menjadi majalah *return* dan dikembalikan semula kepada

syarikat ini. Majalah-majalah *return* ini juga berada di bawah seliaan pengurus sirkulasi dan pembantunya.

Majalah ini dikategorikan berjaya dalam amalan pemasarannya apabila mencecah penjualan sehingga 85% untuk satu-satu keluaran. Penjualan majalah yang mencecah angka 80% untuk satu-satu keluaran juga dianggap mencukupi oleh penerbit ini.

Jika dibincangkan mengenai masalah dalam amalan pemasaran majalah ini pula, masalah utamanya adalah majalah ini mendapat saingan yang hebat daripada majalah *CHIP* Malaysia. Harga majalah ini juga tidak tetap dan sentiasa berubah-ubah dari semasa ke semasa dan promosi mengenai majalah ini masih kurang di pasaran.

3.3 *Majalah PC*

3.3.1 Kumpulan Karangraf Sdn. Bhd.

Kumpulan Karangraf Sdn. Bhd., telah ditubuhkan lebih daripada 20 tahun yang lalu sebagai syarikat penerbitan buku. Buku pertama terbitan syarikat ini berjudul *Sejarah Melayu* yang dihasilkan oleh seorang penulis tempatan. Pada masa ini, Kumpulan Karangraf Sdn. Bhd telah dikenali ramai dan menempah namanya sebagai salah satu syarikat penerbitan, percetakan dan pengedaran bahan-bahan bercetak yang terbesar di Malaysia.

Kumpulan ini merupakan antara penerbit majalah dan akhbar yang terbesar dan paling berjaya di Malaysia dengan barisan majalah-majalah yang tidak asing lagi di kalangan pembaca Malaysia dan menjadi pilihan utama berjuta-juta penduduk di Malaysia, Brunei dan Singapura. Majalah-majalah kumpulan ini merangkumi hampir segala bidang dan pengkhususan termasuk wanita, pendidikan, teknologi maklumat, sains

dan teknologi, hiburan, sukan, kanak-kanak dan dekorasi dalaman. Majalah-majalah yang diterbitkan oleh kumpulan ini adalah seperti yang tersenarai dalam jadual 3.3.1.1.

Jadual 3.3.1.1: Majalah-majalah Terbitan Kumpulan Karang kraf Sdn. Bhd.

<i>Nona</i>
<i>Seri Dewi & Keluarga</i>
<i>Mingguan Wanita</i>
<i>Remaja</i>
<i>Media Hiburan</i>
<i>Arena Bola Sepak</i>
<i>Bacaria</i>
<i>Majalah PC</i>
<i>Pa & Ma</i>
<i>Impiana</i>
<i>Dewan Pelajar</i>
<i>Dewan Siswa</i>
<i>Dewan Kosmik</i>
<i>Dewan Masyarakat</i>
<i>Dewan Ekonomi</i>
<i>Bintang Kecil</i>
<i>Fokus SPM</i>
<i>Minda</i>
<i>Sarina</i>
<i>Rasa</i>
<i>Libur</i>
<i>Pesona Pengantin</i>
<i>Maskulin</i>
<i>Majalah I</i>
<i>Dara.Com</i>
<i>Nur</i>

Selain menerbitkan majalah, kumpulan ini juga menerbitkan pelbagai tajuk buku yang merangkumi pelbagai bidang seperti agama, masakan, novel, kraftangan dan lain-lain lagi. Syarikat ini juga menawarkan perkhidmatan seperti percetakan komersil dan pengedaran yang terbesar di Malaysia.

3.3.2 A & Z Publishing Sdn. Bhd.

Majalah PC lahir pada akhir tahun 1995 dan diterbitkan oleh sekumpulan pensyarah dengan menubuhkan syarikat penerbitan mereka sendiri yang digelar sebagai *A & Z Publishing Sdn. Bhd.* Pengasas awal majalah ini ialah Ahmad Nazri, Jalaluddin Abd. Rahman dan beberapa orang rakan mereka yang merupakan pensyarah di kolej *Cosmopoint*.

Idea untuk menerbitkan sebuah majalah berbentuk TM datangnyanya dari Jalaluddin Abd. Rahman yang merupakan antara tenaga pengajar yang terawal di kolej *Cosmopoint* semasa institut itu baru ditubuhkan. Ketika itu kumpulan pensyarah ini mengajar mengenai TM dengan menggunakan Bahasa Melayu sebagai bahasa pengajaran tetapi sumber bahan rujukan dan pembelajaran seperti buku, artikel, majalah, jurnal dan lain-lain adalah dalam Bahasa Inggeris. Situasi ini menyukarkan cara persembahan dan pengajaran pensyarah serta cara pembelajaran pelajar.

Situasi ini seolah-olah memberikan satu cabaran kepada kumpulan pensyarah ini dan mereka merasakan bahan-bahan mengenai TM dalam Bahasa Melayu perlu diwujudkan di Malaysia untuk tatapan segenap lapisan masyarakat terutamanya pelajar.

Akhirnya mereka mendapat idea untuk menerbitkan sebuah bahan bacaan mengenai TM dalam Bahasa Melayu. Penerbitan bahan bacaan ini adalah berdasarkan dua objektif yang utama iaitu menjadikan Bahasa Melayu sebagai bahasa teknologi di Malaysia dan menyahut cabaran kerajaan untuk melahirkan masyarakat yang celik TM.

Kumpulan pensyarah ini juga mendapati bahawa majoriti rakyat Malaysia masih tidak tahu apa itu TM. Kumpulan pensyarah ini bercita-cita untuk mencelikkan mereka mengenai TM. Mereka juga mendapati masyarakat Malaysia kebanyakannya memiliki

komputer peribadi dan memasang talian internet di rumah mereka. Kononnya mereka mengikut peredaran masa dan fenomena memiliki komputer peribadi dan talian internet seperti ini sudah menjadi semacam keperluan asas kepada masyarakat Malaysia tetapi mereka tidak mempunyai masa untuk belajar mengenai komputer dan teknologi yang berkaitan dengannya. Jadi, majalah ini disifatkan oleh kumpulan pensyarah ini sebagai dapat memberi manfaat mengenai TM untuk masyarakat Malaysia dan seterusnya menjadi bahan rujukan mereka.

Selepas melalui pelbagai perancangan seperti konsep majalah, modal, isi dan sebagainya selama dua tahun, akhirnya *Majalah PC* lahir dan menjadi majalah TM berbahasa Melayu yang pertama di Malaysia sehingga ke hari ini.

Pada akhir tahun 1997 A & Z Publication Sdn. Bhd., dijadikan anak syarikat kepada Kumpulan Karang kraf Sdn. Bhd., dalam usaha syarikat tersebut untuk mempelbagaikan pengeluaran majalah-majalah mereka. *Majalah PC* merupakan majalah berbentuk TM pertama A & Z Publication dan Kumpulan Karang kraf sehingga ke hari ini.

Pembaca yang berada dalam lingkungan usia 15 hingga 30 tahun, pengguna TM yang masih baru dan sedang menambahkan pengetahuan mereka mengenai TM merupakan golongan sasaran pembaca majalah ini. Mereka yang masih baru dalam sektor TM, kakitangan kerajaan yang masih ketinggalan dalam TM dan pelajar-pelajar sekolah menengah, kolej dan universiti juga turut menjadi golongan sasaran pembaca majalah ini.

Mengikut satu kajian soal selidik melalui halaman web majalah ini sendiri, *Majalah PC* ini mencatat sambutan dan minat pembaca yang paling tinggi berbanding dengan majalah *PC.COM* dan *CHIP* Malaysia.

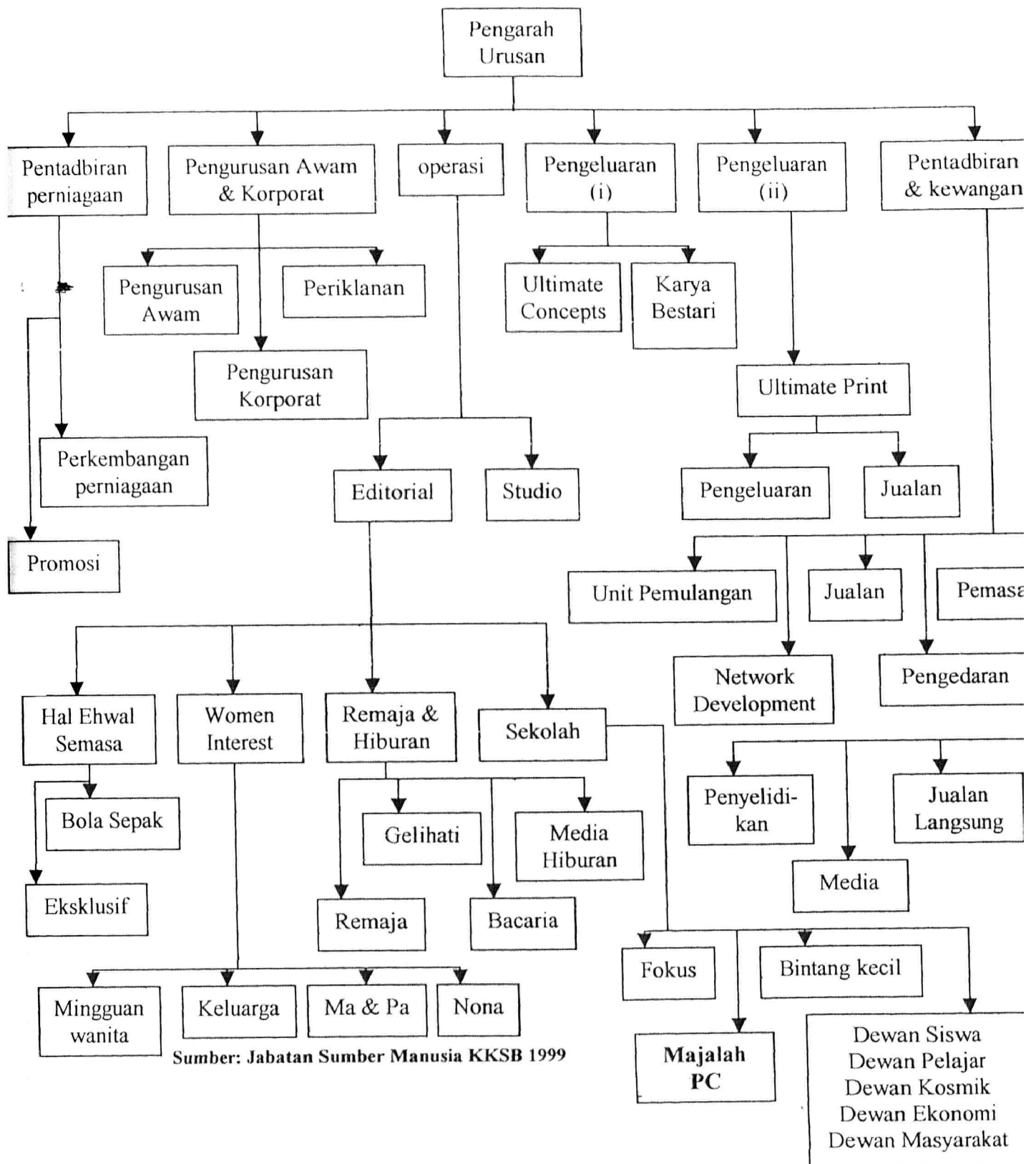
Kelebihan yang dimiliki oleh majalah ini sehingga mampu menawan hati pembaca kerana ia menggunakan Bahasa Melayu untuk menyampaikan mesej, harganya yang rendah berbanding dengan majalah-majalah TM yang lain di pasaran, kualiti kertas yang baik dan isinya yang memuatkan isu-isu terkini TM di sekitar Malaysia dengan cara yang mudah difahami.

Dari segi masalah awal yang dihadapi oleh kumpulan penerbit ini untuk menerbitkan majalah ini adalah seperti kesukaran menyampaikan konsep-konsep dan istilah-istilah dalam bidang TM agar difahami oleh pembaca dalam Bahasa Melayu, kesukaran penerimaan pembaca terhadap majalah TM kerana berlakunya diskriminasi bahasa dan kesukaran untuk mencari penulis untuk menyumbangkan karya-karya mereka dalam majalah ini.

Tidak seperti sistem pentadbiran *Majalah Computimes Shopper Malaysia* yang terpisah dengan pentadbiran syarikat induk, *Majalah PC* ini mempunyai sistem pentadbiran berkongsi dengan syarikat induk mereka. Syarikat induk masih menguasai majalah ini dari segi editorial serta penguasaan ke atas jabatan-jabatan seperti jabatan pemasaran, jabatan periklanan dan sebagainya. Secara kesimpulannya *Majalah PC* ini diuruskan dan dikawal oleh kedua-dua pihak iaitu syarikat induk dan anak syarikat mereka. Rujuk Rajah 3.3.1.2 dan 3.3.1.3.

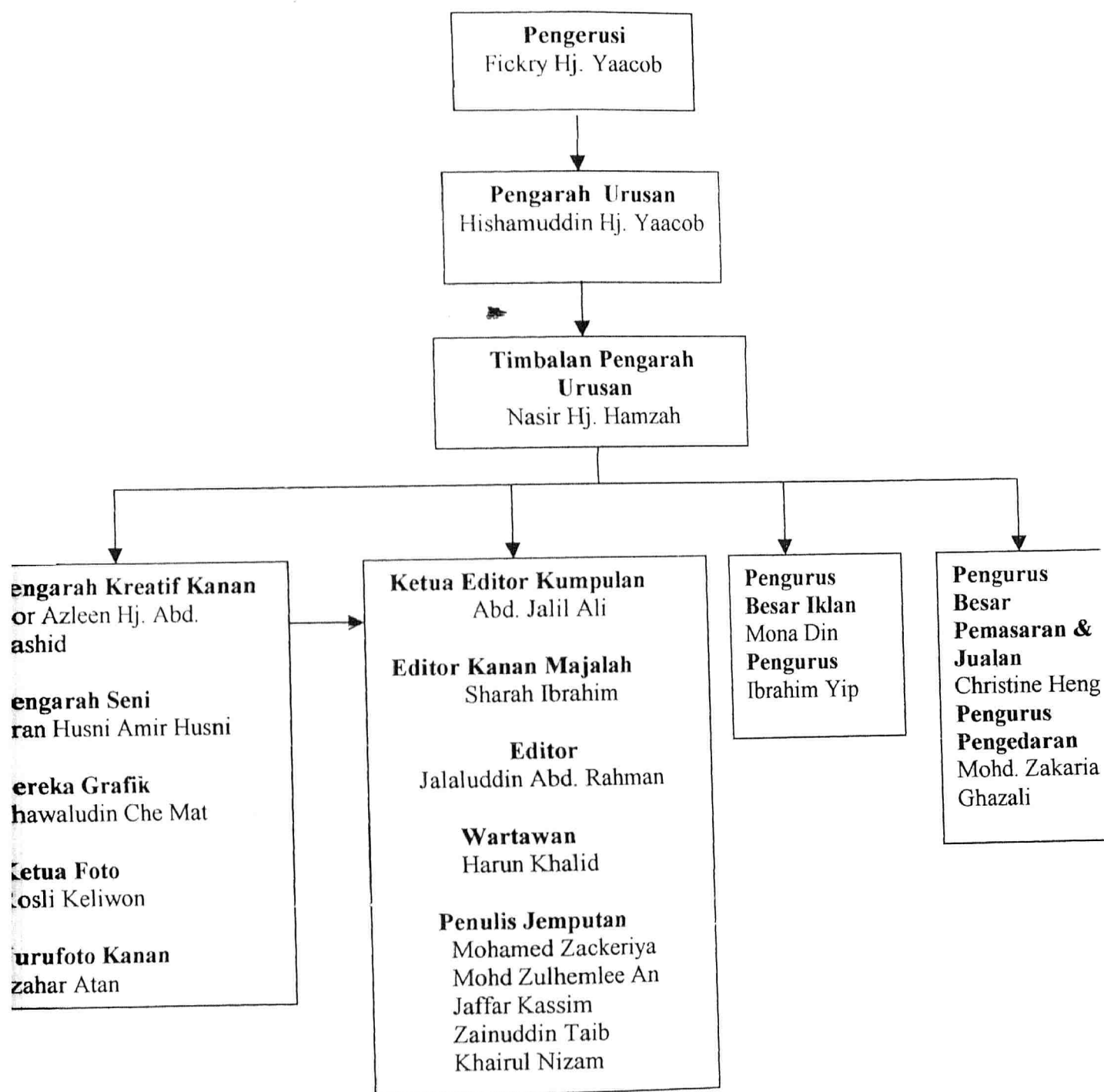
RAJAH 3.3.1.2

CARTA ORGANISASI KUMPULAN KARANGKRAF



RAJAH 3.3.1.3

CARTA ORGANISASI MAJALAH PC



Sumber: *Majalah PC* September 2002

3.3.3 Amalan Editorial

Bahagian editorial *Majalah PC* diketuai oleh ketua editor Kumpulan Karangraf Sdn. Bhd. Beliau dibantu editor kanan majalah, editor, seorang wartawan, pengarah kreatif kanan, pengarah seni, pereka grafik, ketua foto dan jurufoto kanan. Editor *Majalah PC* akan menyunting bahan yang bakal disiarkan dan terlibat secara langsung dalam proses pengeluaran. Beliau juga bertanggungjawab terhadap kebajikan sidang redaksi yang lain.

Perancangan untuk setiap keluaran akan dilakukan sejak awal tahun dan sebuah kalendar editorial yang menyenaraikan segala tajuk fokus bulanan dan kandungan secara ringkas bagi setiap bulan untuk tahun itu akan dikeluarkan. Setiap bulan mesyuarat untuk membincangkan tajuk, artikel dan pembahagian tugas akan diadakan. Pada perbincangan ini setiap artikel dan bahan akan diberikan *deadline*. Biasanya perbincangan akan dilakukan selepas bahan terakhir untuk keluaran bulan sebelumnya telah habis. Contohnya perbincangan mengenai majalah Disember dilakukan sebaik sahaja bahan November disiapkan. Editor, wartawan dan artis grafik terlibat dalam perbincangan ini.

Editor akan mengagihkan tugas kepada wartawan mengikut konsep keluaran *Majalah PC* yang telah dibincangkan. Wartawan selalunya diberikan tempoh selama dua minggu untuk mengumpulkan bahan mereka. Selain wartawan kadang-kadang editor sendiri akan turun padang untuk mendapatkan bahan kerana kekurangan kakitangan dan jika keadaan memaksa editor melakukan sedemikian.

Masalah editorial biasanya berlaku dalam peringkat mencari bahan untuk dimuatkan di dalam majalah ini. Masalah seperti temujanji untuk temuramah tidak ditepati, bahan tidak cukup panjang atau terlalu pendek untuk dimuatkan dalam majalah,

gambar hilang dari fotografi dan bahan hilang dalam *artwork* merupakan antara masalah yang dihadapi semasa proses editorial ini dilakukan untuk mengeluarkan majalah ini.

Merancang secara terperinci, dan berpegang pada polisi “kalau yang ini tak ada boleh guna yang itu” pula merupakan cara sidang redaksi majalah ini berusaha untuk menyelesaikan setiap masalah yang timbul dan memastikan *Majalah PC* ini berjaya dalam proses editorial mereka.

Selepas semua bahan yang bakal diterbitkan dalam sesebuah keluaran dikumpulkan, editor akan memantau dan menyunting bahan-bahan ini dan akan memastikan bahan-bahan ini sesuai disiarkan dan memenuhi kehendak jadual awal yang telah digariskan oleh mereka pada awal tahun tersebut.

Segala kerja dalam proses editorial majalah ini dilakukan secara manual dan menggunakan komputer. Contohnya, kadang-kadang pencarian bahan untuk majalah dilakukan dengan menggunakan komputer iaitu dengan menggunakan perkhidmatan internet dan ada yang dikumpulkan secara manual seperti menghadiri aktiviti-aktiviti yang berkaitan dengan TM, mendapat artikel dari pengeluar produk TM dan sebagainya. Bahan-bahan yang telah siap dikumpulkan akan ditaip dengan menggunakan komputer. Proses membuat *layout* majalah juga adalah dengan menggunakan khidmat komputer.

Fokus bulanan dan kandungan untuk setiap bulan diambil kira untuk menetapkan *cover* majalah ini. Konsep *cover* akan dibincangkan di antara editor, pengarah seni majalah dan artis grafik. Pengarah seni dan artis grafik juga akan menetapkan konsep majalah sejak dari mula perancangan majalah dilakukan.

3.3.4 Amalan Pengeluaran

Semua proses untuk menjadikan *layout* ke dalam bentuk filem dan plate dilakukan oleh syarikat Ultimate Concepts Sdn. Bhd., anak syarikat Kumpulan Karang kraf Sdn. Bhd., yang mengambil masa kira-kira dua minggu untuk menyelesaikan proses *layout* ke dalam bentuk filem dan plate. Filem yang dihantar untuk dicetak diperiksa terlebih dahulu bagi memastikan tidak terdapat sebarang kesilapan.

Manakala proses percetakan pula berada di bawah tanggungjawab Ultimate Print Sdn. Bhd., sebuah lagi anak syarikat Kumpulan Karang kraf Sdn. Bhd. Proses cetak hanya mengambil masa satu hari sahaja untuk disiapkan kecuali jika terdapat sebarang masalah teknikal.

Proses penjilidan dan pembungkusan juga akan dilakukan oleh syarikat yang sama di bawah tanggungjawab pengurus pengeluaran sebelum majalah diedarkan di pasaran. Kesemua proses ini akan diselia oleh pengurus pengeluaran.

Menggunakan anak-anak syarikat Kumpulan Karang kraf untuk melakukan kerja-kerja pengeluaran majalah ini berjaya mengurangkan kos penerbitan majalah sekaligus membolehkan harga majalah ini diletakkan pada kadar yang paling rendah dan mampu dibeli oleh pembaca.

Masalah paling besar yang sering berlaku semasa proses pengeluaran ini dilakukan ialah mesin rosak, kertas rosak dan gangguan bekalan elektrik. Tetapi segala masalah ini akan cuba diatasi dengan cara yang bijak oleh pengurus jualan.

3.3.5 Amalan Pemasaran

Urusan pemasaran majalah ini dikendalikan oleh Media Network Sdn. Bhd., satu lagi anak syarikat milik Kumpulan Karang kraf yang mempunyai hubungan dengan rangkaian syarikat pengedar besar di seluruh Malaysia. Aktiviti ini akan dikendalikan oleh pengurus besar pemasaran dan jualan Kumpulan Karang kraf. Beliau akan dibantu oleh pengurus pengedaran.

Proses promosi majalah ini juga merupakan tanggungjawab pengurus pengedaran dan seorang eksekutif promosi disediakan untuk menguruskan hal-hal yang berkaitan dengan promosi dan iklan dalam majalah ini.

Semua hasil terbitan yang bernaung di bawah syarikat induk Kumpulan Karang kraf ini mempunyai cara promosi yang ditetapkan iaitu mengiklankan sesebuah majalah dalam majalah lain yang diterbitkan oleh Kumpulan Karang kraf. Contohnya *Majalah PC* diiklankan dalam majalah *Nona*, *Arena Bola Sepak* dan sebagainya. Selain promosi oleh pihak syarikat induk, majalah ini juga menjalankan promosi-promosi di pesta buku, hari keluarga atau hari terbuka di kolej-kolej swasta, pameran, expo, langganan percuma, iklan dan promosi dalam rancangan TV seperti NTV7 atau radio kerajaan dan swasta negara ini.

Promosi dalam bentuk langganan percuma *Majalah PC* diberi sebagai hadiah peraduan. Majalah ini juga cuba dipromosikan dengan mengambil bahagian dalam pameran dan expo. Selain itu pengedar-pengedar majalah juga melakukan promosi-promosi majalah Kumpulan Karang kraf secara bersepadu.

Rangkaian pengedaran *Majalah PC* merangkumi seluruh negara termasuk Sabah dan Sarawak. Setiap negeri mempunyai lima hingga enam pengedar utama dan sub-

pengedar yang dikenali sebagai ejen. Pengedar akan mengedarkan *Majalah PC* kepada ejen di seluruh negeri sebelum ejen-ejen ini mengedarkannya kepada kedai-kedai buku atau penjual majalah di kawasan mereka. Ejen-ejen ini akan membayar deposit untuk majalah yang diambil oleh mereka. Cara ini membolehkan penerbit mengelakkan kerugian sekiranya ejen tidak dapat membayar hutang. Kadar komisen untuk ejen-ejen ini pula ditentukan oleh pengurus pengedaran.

Kenderaan yang digunakan untuk menghantar majalah ini ke seluruh negara ialah van syarikat induk dan lori sewa untuk tujuan pengedaran di kawasan Semenanjung Malaysia, manakala perkhidmatan udara digunakan untuk mengedarkan majalah ini ke kawasan Sabah dan Sarawak. Penggunaan kenderaan ini dianggap berbaloi oleh penerbit kerana perkhidmatan ini juga akan digunakan untuk mengedarkan semua hasil penerbitan Kumpulan Karangraf yang lain yang melebihi 20 judul untuk setiap bulan.

Majalah yang tidak laku akan dipulangkan kembali kepada penerbit dan akan diuruskan oleh pengurus pengedaran. Penerbit akan menanggung kerugian majalah yang tidak laku ini. *Return* untuk majalah ini adalah lebih kurang 10% untuk setiap bulan.

Masalah yang dihadapi dalam pemasaran majalah ini adalah seperti kelewatan dalam proses cetakan kerana masalah teknikal menyebabkan majalah ini lambat berada dalam pasaran. Pihak ejen yang lambat menghantar majalah-majalah ini ke lokasi-lokasi penjualan dan masalah cuaca seperti hujan dan bencana alam seperti banjir juga turut menjejaskan pengedaran majalah ini.

3.4 Majalah *PC.COM*

3.4.1 Twenty First Century Media Sdn. Bhd

Twenty First Century Media Sdn. Bhd., diasaskan oleh Cornelius Moreira, Mahendran Sivanesan and Selvarajan K., pada April 2000. Misi syarikat ini adalah untuk menerbitkan majalah-majalah yang membawa kebaikan dan keuntungan untuk pembaca dan pengiklan. Syarikat ini hanya menerbitkan dua buah majalah sahaja iaitu *PC.COM* dan majalah *Business Today*.

- ▶ Majalah *PC.COM* diterbitkan seiring dengan penubuhan syarikat ini. Keluaran pertama majalah ini adalah pada bulan Mei tahun 2000. Objektif penerbitan majalah ini adalah untuk menyediakan pembaca dan pengiklan dengan informasi yang berharga dan sesuai dengan kehendak mereka. Konsep majalah ini pula adalah memberi pengetahuan untuk pengguna PC yang baru mula untuk mengenali PC dan TM.

Sasaran pembaca untuk majalah ini adalah mereka yang berada dalam lingkungan usia 12 hingga 40 tahun. Pesaing utama untuk majalah ini adalah majalah *PC World* dan *CHIP* Malaysia.

Syarikat ini merupakan sebuah syarikat yang baru sahaja mula untuk mencari tapak dalam dunia penerbitan majalah terutamanya majalah TM di Malaysia. Syarikat yang masih baru ini menghadapi pelbagai masalah untuk menerbitkan dan memperkenalkan majalah mereka kepada masyarakat Malaysia.

Dari segi menetapkan harga majalah pula, walaupun syarikat ini mempunyai satu prosedur yang tersendiri seperti mengambil kira kos pengeluaran, kertas dan sebagainya tetapi mereka lebih gemar untuk menetapkan harga dengan berdasarkan maklum balas

dan komen dari pembaca sebagai salah satu cara untuk menarik pembaca lama dan baru mereka, agar terus setia dengan majalah ini.

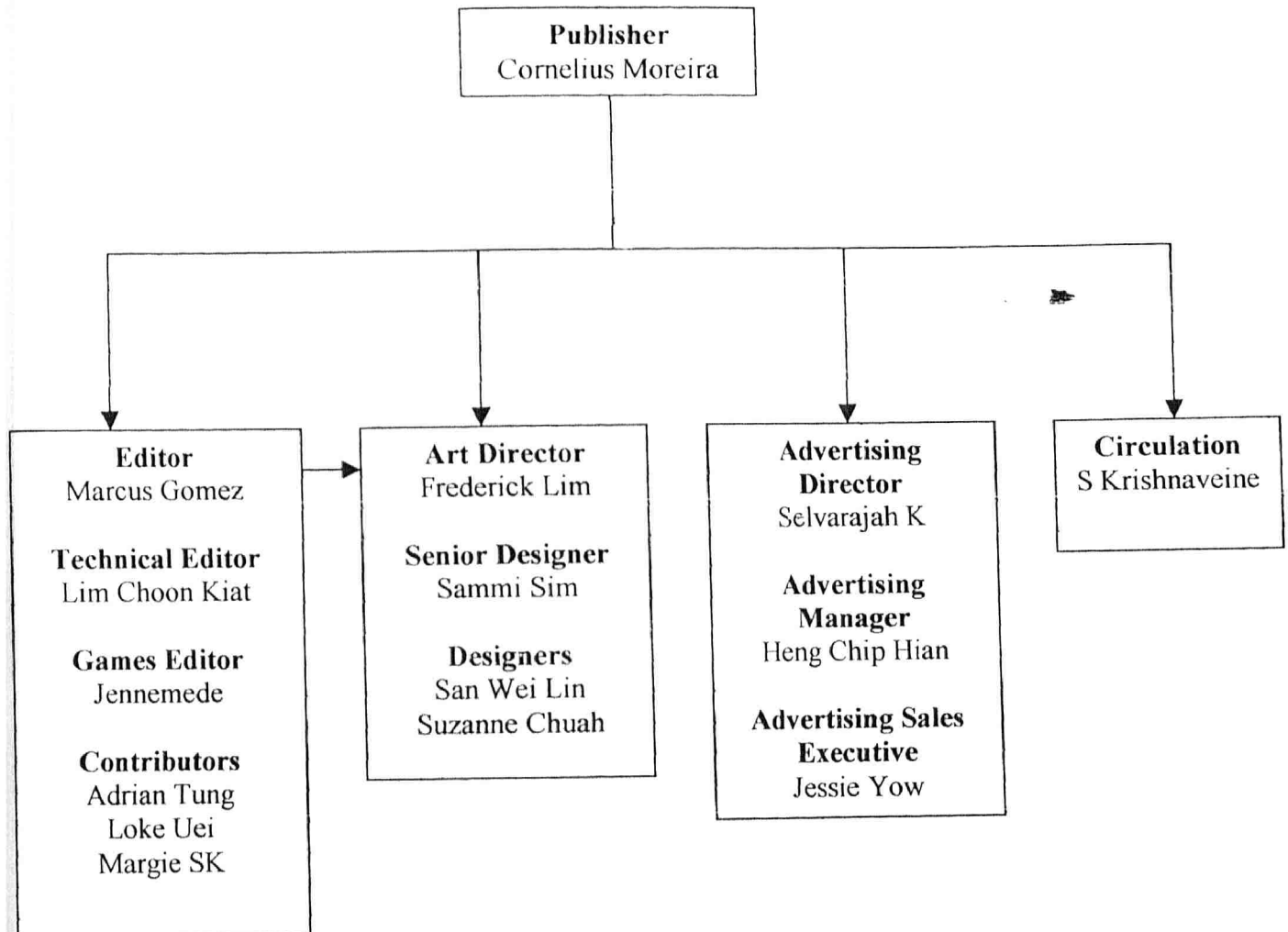
Cara mentadbir dan mengurus syarikat ini pula amat mudah dengan penerbit yang mengawal selia semua jabatan dalam syarikat ini seperti jabatan editorial, jabatan periklanan, jabatan rekaletak, grafik dan sebagainya. Jumlah pekerja di syarikat ini yang bertanggungjawab untuk menerbitkan majalah *PC.COM* setiap bulan ialah 11 orang.

Rujuk rajah 3.4.1.1.

Maklumat mengenai syarikat ini adalah agak terhad dan sukar untuk dikumpul kerana faktor syarikat ini yang baru ditubuhkan dan maklumat mengenai syarikat yang masih belum dikemaskinikan dengan teratur.

RAJAH 3.4.1.1

CARTA ORGANISASI MAJALAH *PC.COM*



Sumber: Majalah *PC.COM* keluaran September 2002

3.4.2 Amalan Editorial

Bahagian editorial majalah *PCCOM* diketuai oleh penerbit majalah, Cournelius Moreira. Beliau dibantu oleh editor, Marcus Gomez, editor teknikal, Lim Choon Kiat, editor permainan Jennemedede, penulis serta penyumbang bahan untuk majalah ini. Editor akan mengumpulkan hasil kerja yang dihasilkan oleh mereka yang terlibat dalam pencarian bahan dan memastikan segala bahan yang dikumpul itu disunting dan sesuai disiarkan dalam majalah ini.

Walaupun majalah ini melakukan jadual perancangan tahunan tetapi perancang untuk penerbitan setiap keluaran akan diadakan setiap hujung bulan. Sebulan sebelum majalah ini diterbitkan, satu mesyuarat antara editor, editor teknikal, *art director*, *senior designer*, *designer* dan wakil dari jabatan pemasaran akan diadakan. Mesyuarat ini bertujuan untuk menghalusi kandungan yang bakal dimuatkan dalam majalah untuk bulan-bulan tertentu. Konsep majalah, konsep *cover* majalah dan gambar yang bakal dimuatkan juga turut dibincangkan.

Setelah perbincangan selesai dilakukan, tugas akan diagihkan kepada individu yang terlibat dalam satu-satu tugas mengikut konsep yang telah dipersetujui. Tempoh masa tertentu mengikut tugas yang diamanahkan akan diberikan kepada individu-individu yang terlibat. Contohnya untuk menghasilkan artikel sebuah ulasan produk, tempoh kurang dari seminggu diberikan. Sebenarnya kesemua mereka yang terlibat dalam proses editorial majalah ini juga turut serta dalam menghasilkan tulisan dan artikel untuk dimuatkan dalam majalah ini untuk setiap keluaran.

Bahan-bahan untuk majalah ini diperolehi dengan menghadiri majlis-majlis pelancaran, pameran atau pelancaran produk-produk TM, pencarian bahan dari internet,

menguji dan mengulas mengenai produk serta mengambil bahan-bahan dari majalah TM luar negara.

Kekurangan bahan untuk dimuatkan dalam sesebuah keluaran, mencari bahan yang sesuai untuk pembaca, kekurangan wartawan untuk menghasilkan bahan untuk majalah, bahan yang dihantar lewat dari *deadline* dan permintaan dari pihak pengiklan untuk mengiklankan produk mereka pada saat-saat akhir merupakan antara masalah yang dihadapi sidang redaksi majalah ini untuk melancarkan proses editorial mereka untuk setiap keluaran.

Tetapi masalah-masalah ini cuba diatasi oleh pihak editorial majalah dengan penelitian secara mendalam ke atas setiap bahan yang bakal disiarkan. Menghadkan ruangan iklan dan menyimpan bahan yang berlebihan yang boleh digunakan untuk keluaran akan datang sebagai satu langkah berhati-hati jika terdapat kekurangan bahan untuk keluaran akan datang merupakan antara langkah yang diambil untuk mengatasi masalah-masalah yang dihadapi di peringkat editorial ini.

Semua aktiviti mengumpul bahan, menyunting dan sebagainya akan dilakukan oleh wartawan dan penyumbang dengan menggunakan komputer dan bahan akhir mereka akan diserahkan kepada editor dalam bentuk disket untuk memudahkan beliau menyelesaikan tugas beliau.

3.4.3 Amalan Pengeluaran

Art Director, *Senior Designer* dan *Designer* akan mengambil alih tugas seterusnya daripada bahagian editorial. Mereka ini akan melakukan tugas membuat *layout* dan *design* untuk majalah *PC.COM* ini. Kandungan majalah selalunya dijadikan dasar untuk menentukan *cover* untuk sesebuah keluaran majalah ini. Manakala polisi menghasilkan majalah yang mudah dibaca dan menarik perhatian pula akan diambil kira untuk menentukan *layout* dan reka letak majalah.

Layout untuk majalah ini dianggap penting oleh penerbit kerana majalah ini banyak memuatkan gambar-gambar produk yang digunakan untuk memperkenalkan produk untuk pembaca. Boleh dikatakan setiap helaian dalam majalah ini mempunyai gambar pelbagai jenis produk TM. Oleh itu, kumpulan yang bertanggungjawab dalam proses pengeluaran ini sering mengadakan perbincangan dengan editor supaya *layout* yang dihasilkan menarik dan menepati konsep yang dikemukakan. Proses membuat *layout* dan grafik mengambil masa satu hingga dua minggu untuk dihasilkan.

Layout yang telah siap kemudiannya dihasilkan ke dalam bentuk filem. Proses ini dilakukan oleh A & R Graphic Sdn. Bhd. Proses percetakan, penjilidan dan pembungkusan pula dilakukan oleh syarikat percetakan Kam Heng Sdn. Bhd. Semua tugas ini juga akan selesai dalam masa kurang daripada satu minggu.

Masalah teknikal menjadi masalah utama bahagian pengeluaran majalah ini. Selain kerosakan mesin, masalah untuk menghasilkan majalah berlaku kerana dua syarikat terlibat dalam melakukan tugas pemisahan warna dan percetakan. Jadi berlaku sedikit pembaziran masa untuk menyelesaikan proses-proses ini dan berlaku kesukaran

menerbitkan majalah tepat pada masanya pada minggu pertama setiap bulan. Selain itu warna yang tidak tajam juga menjadi masalah bagi majalah ini.

Tetapi langkah untuk mengatasi masalah ini diambil dengan mempercepat proses editorial agar proses pengeluaran ini mempunyai masa yang cukup untuk diselesaikan. Masalah ketidaktajaman warna pula diatasi dengan mengadakan penelitian ke atas majalah dan mengadakan perbincangan dengan syarikat A & R Graphic Sdn. Bhd. dan pencetak Kam Heng Sdn. Bhd.

Oleh kerana penerbit majalah ini merupakan sebuah syarikat yang masih mencari tapak yang kukuh dalam dunia penerbitan majalah, semua proses yang melibatkan pengeluaran ini terpaksa diberikan kepada syarikat luar untuk diurusakan. Memberi syarikat luar menguruskan aktiviti ini bermakna kos pengeluaran untuk majalah ini semakin meningkat. Sebab itulah majalah ini berharga RM 8.00 senaskah. Harga ini dapat dikategorikan sebagai mahal jika dibandingkan dengan majalah TM lain yang diterbitkan di Malaysia.

3.4.4 Amalan Pemasaran

Amalan pemasaran bagi syarikat ini adalah amat penting meamandangkan majalah ini harus diperkenalkan kepada masyarakat dan sampai ke tangan pembaca dalam masa yang ditetapkan.

Segala urusan pemasaran dikendalikan oleh seorang pegawai pemasaran dan dibantu oleh S. Krishnaveine selaku pegawai yang mengendalikan hal-hal yang berkaitan dengan sirkulasi majalah.

Peruntukan ruangan iklan untuk majalah ini adalah sekitar 50% hingga 60 % untuk setiap keluaran. Sebenarnya majalah ini masih bernafas kerana pertolongan dari ruangan iklan yang terdapat dalam majalah ini. Segala perkara yang berkaitan dengan iklan diuruskan oleh Selvarajah K., selaku pengarah periklanan dalam majalah ini. Beliau dibantu oleh pengurus iklan dan seorang pegawai periklanan.

Memperkenalkan majalah ini kepada pembaca merupakan masalah yang dihadapi oleh penerbit ini dalam proses pemasaran majalah. Selain mengadakan ruangan-ruangan iklan, majalah ini juga cuba untuk meningkatkan jualan dengan mengadakan pelbagai jenis promosi untuk memberitahu pembaca mengenai kewujudan majalah ini kepada pembaca mereka.

Antara cara promosi yang digunakan oleh penerbit ini adalah dengan mengadakan peraduan-peraduan di rancangan-rancangan radio, menyertai setiap pameran PC dan barangan TM, melantik lebih banyak penjual buku atau pekedai untuk menjual majalah mereka di serata tempat di Malaysia dan mengedarkan risalah-risalah mengenai majalah ini di kedai-kedai yang menjual peralatan TM seperti di Low Yat Plaza. Penerbit ini juga memberi potongan sehingga 30% kepada pembaca yang melanggan majalah ini sebanyak 12 keluaran dan mengiklankan majalah ini dalam majalah lain keluaran syarikat ini sendiri atau suratkhbar harian yang lain di Malaysia.

Pengedar yang bertanggungjawab untuk mengedarkan majalah ke pasaran majalah tempatan ialah MMS - Media Marketing Services Sdn. Bhd. Syarikat ini akan melakukan segala urusan berkaitan dengan pengedaran bagi pihak Twenty First Century Media Sdn. Bhd. Syarikat ini juga akan menentukan kenderaan yang akan digunakan untuk menghantar majalah-majalah ini ke seluruh negara. Perkhidmatan lori digunakan

untuk menghantar majalah ini ke kawasan Semenanjung Malaysia dan perkhidmatan udara pula digunakan untuk menghantar majalah ini ke Sabah dan Sarawak

Pengedar ini mempunyai rangkaian pengedaran mereka yang tersendiri serta mempunyai persefahaman dengan pengedar-pengedar lain di Malaysia untuk memastikan majalah ini berada di seluruh kawasan di Malaysia. Mereka ini juga mengadakan promosi mereka yang tersendiri untuk memperkenalkan majalah ini kepada pembaca di Malaysia. Pengedar dan ejen yang bertugas di bawah pengedar ini akan menerima komisen 25% hingga 40% daripada penerbit majalah ini.

Majalah ini kadang-kadang mengalami masalah pemasaran yang boleh diklasifikasikan sebagai serius apabila berlaku pemulangan majalah yang melebihi 10% untuk satu-satu keluaran. *Return* majalah ini diserahkan kepada bahagian stor untuk dikendalikan. Majalah-majalah *return* ini akan berada di bawah seliaan pegawai sirkulasi majalah.

Penerbit majalah ini mengambil langkah untuk mengurangkan stok majalah *return* ini dengan mengadakan promosi pembelian majalah lama dengan harga istimewa RM 6.00 jika berkunjung ke syarikat ini dan kekal RM 8.00 jika membeli majalah-majalah lama ini dengan menggunakan cara pos. Cara ini sedikit sebanyak mengurangkan majalah *return* di dalam stor dan meminimumkan kerugian syarikat ini.

Dari segi masalah pemasaran yang dihadapi oleh penerbit ini pula adalah seperti tidak mendapat iklan yang cukup untuk menampung kos penerbitan majalah mereka, kesukaran mempromosikan majalah di peringkat nasional, pemasaran majalah yang masih belum meluas ke seluruh kawasan terutamanya kawasan yang agak jauh dari kawasan bandar dan juga masalah cuaca seperti hujan.

Syarikat ini masih mencari formula untuk mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh mereka secara beransur-ansur. Mesyuarat-mesyuarat sering diadakan dengan pihak pentadbir tertinggi majalah untuk membincangkan langkah-langkah yang boleh diambil untuk mengatasi masalah-masalah dalam amalan pemasaran ini.

Penerbit ini bercita-cita untuk mempunyai sebuah syarikat penerbitan dan pengedar mereka yang sendiri satu hari nanti. Untuk tujuan itu penerbit ini mempunyai rancangan untuk menerbitkan lebih banyak lagi majalah pada masa hadapan dan mengukuhkan nama syarikat ini di dalam pasaran majalah tempatan.

Selepas pembaca telah mengenali mereka, mungkin dalam tempoh masa 10 hingga 15 tahun lagi, syarikat ini bercadang untuk menjadi sebuah syarikat yang mampu mengendalikan semua urusan penerbitan dan pengedaran majalah mereka sendiri tanpa perlu bergantung dan membazirkan wang mereka dengan mengupah pihak lain untuk melakukan kerja-kerja penerbitan dan pengedaran bagi pihak mereka.