



# BAB LIMA



## **BAB LIMA**

### **KESIMPULAN**

Kajian mengenai majalah TM telah membawa kepada kesimpulan bahawa terdapat empat jenis majalah TM di pasaran majalah tempatan iaitu majalah TM komputer, majalah TM perisian, majalah TM permainan dan majalah TM internet. Tetapi kebanyakan majalah ini mencampuradukkan keempat-empat kategori ini dalam majalah mereka agar pembaca dapat menikmati segala topik yang berkaitan TM dalam sebuah majalah sahaja.

Berdasarkan kajian yang telah dijalankan juga, pengkaji mendapati bahawa penerbitan majalah-majalah berbentuk TM ini sebenarnya mempunyai peranan dan memberi sumbangan yang amat besar untuk mewujudkan masyarakat yang celik TM. Ini kerana isi-isi majalah ini banyak menghuraikan mengenai teknologi terkini yang terdapat di pasaran tempatan yang bertujuan untuk membaiki taraf hidup masyarakat dan membawa kemajuan kepada negara. Majalah-majalah ini kini menjadi sebuah medium yang berfungsi memberi pendedahan TM kepada masyarakat Malaysia.

Daripada temuramah yang dijalankan ke atas responden kajian, mereka menyatakan bahawa terdapat beberapa sumbangan tertentu yang diberikan oleh majalah-majalah TM ini untuk membina dan mencelikkan masyarakat mengenai TM. Salah satu dari sumbangan tersebut ialah menyediakan bahan-bahan bacaan terkini yang berkaitan dengan TM untuk pembaca mereka. Dengan cara menyajikan bahan bacaan yang terkini ini membolehkan pembaca mengetahui perkembangan-perkembangan TM dan tidak

ketinggalan zaman dengan tidak mengetahui apa-apa perkembangan terbaru teknologi dunia.

Majalah-majalah ini juga memberi panduan-panduan cara penggunaan, pembelian dan penjagaan produk-produk komputer. Dengan cara ini pembeli mendapat satu garis panduan bagaimana mahu memiliki peralatan teknologi yang bermutu, cara penggunaan dan sebagainya. Dengan ini juga pengguna tidak mudah tertipu semasa membeli peralatan teknologi yang diminati oleh mereka.

Majalah-majalah ini yang memberi ulasan mengenai barangan-barangan TM yang terbaru di pasaran juga memudahkan pembaca memahami fungsi barangan tersebut dan membuat pilihan barangan mana yang paling penting dan berguna untuk kehidupan harian mereka.

Bahasa yang digunakan oleh majalah-majalah TM ini untuk menyampaikan mesej meraka juga agak mudah. Ini membolehkan pembaca memahami artikel-artikel yang memberikan pengetahuan mengenai TM untuk mereka.

Isi majalah TM yang meliputi perkembangan TM di luar negara dan di dalam negara juga turut memberi pengetahuan kepada pembaca mengenai perkembangan dunia TM dari seluruh pelosok dunia.

Majalah-majalah TM ini juga memberi panduan dan cara-cara untuk mendapatkan pendidikan mengenai TM di Malaysia. Pemaparan iklan-iklan kolej dengan kursus-kursus yang berkaitan dengan TM secara tidak langsung memberi jalan untuk pembaca yang ingin melanjutkan pelajaran dalam bidang TM untuk mencari institut pengajian yang sesuai dengan minat dan kemampuan mereka.

Majalah-majalah ini juga memaparkan usaha-usaha yang diambil oleh pihak kerajaan dan pihak swasta untuk memupuk minat masyarakat Malaysia terhadap TM. Majalah-majalah ini seringkali memaparkan berita-berita seperti ceramah, pelancaran seminar dan sebagainya yang berkaitan dengan TM. Ini secara tidak langsung menunjukkan minat kerajaan dan pihak swasta untuk melihat rakyat negara ini celik dalam TM.

Majalah-majalah TM ini juga mencampurkan semua pengetahuan mengenai dunia TM di dalam sebuah majalah untuk memudahkan pembaca mendapatkan semua bahan bacaan dan maklumat mengenai TM di dalamnya.

Kajian latar belakang syarikat penerbitan, amalan penerbitan dan analisis kandungan majalah TM dengan mengambil tiga buah majalah sebagai sampel kajian iaitu majalah *Computimes Shopper Malaysia*, *Majalah PC* dan majalah *PC.COM*, juga telah membawa kepada penemuan beberapa perkara.

Kajian yang dilakukan ke atas syarikat yang menerbitkan majalah-majalah ini menunjukkan masing-masing mempunyai sejarah penerbitan yang berbeza antara satu sama lain. Majalah *Computimes Shopper Malaysia* dan *Majalah PC* bernaung di bawah syarikat gergasi penerbitan dan kedua-dua buah majalah ini tidak mengalami banyak masalah dalam terus menjana majalah mereka dalam pasaran tempatan. Manakala majalah *PC.COM* masih terumbang-ambing dan mengalami pelbagai masalah dalam terus bertahan di pasaran majalah TM tempatan kerana faktor majalah ini yang masih baru diterbitkan.

Amalan penerbitan ketiga-tiga buah majalah ini juga memperlihatkan beberapa persamaan dan perbezaan yang agak ketara. Majalah-majalah ini mempunyai persamaan

dari segi tempoh penerbitan ketiga-tiga buah majalah ini iaitu sebulan sekali.

Penggunaan teknologi komputer secara meluas, terutamanya pada peringkat editorial juga merupakan persamaan ketiga-tiga majalah TM ini. Bantuan program komputer dalam membuat reka bentuk gambar dan teks misalnya, menjadikan penampilan ketiga-tiga buah majalah ini bertambah menarik dari hari ke hari.

Cara kakitangan mendapatkan bahan-bahan yang bakal dimuatkan dalam majalah-majalah ini untuk setiap keluaran juga menunjukkan persamaan antara majalah-majalah ini. Wartawan akan berkunjung ke pameran, pelancaran, anugerah dan sebarang majlis yang berkaitan dengan TM di Malaysia untuk mendapatkan bahan. Mendapatkan artikel dari penulis-penulis bebas, pencarian dari internet dan pemberian bahan oleh pengeluar bahan TM dan mengulas selepas menggunakan satu-satu produk juga dilakukan.

Konsep kandungan majalah-majalah TM ini juga menampakkan persamaan. Ketiga-tiga buah majalah ini menggunakan formula biasa majalah-majalah TM lain di pasaran dengan menggabungkan bahan-bahan mengenai komputer, perisian, permainan dan internet. Keempat-empat bidang ini dipecahkan dalam dua ruangan utama iaitu, ruangan tetap dan ruangan bebas di samping ruangan iklan.

Dari segi promosi pula medium yang digunakan oleh ketiga-tiga buah majalah ini adalah agak sama dengan mengiklankan produk mereka dalam bahan penerbitan syarikat mereka sendiri, melalui media elektronik dan menganjurkan peraduan yang menawarkan hadiah dalam bentuk langganan percuma majalah.

Ketiga-tiga buah majalah ini turut memperlihatkan beberapa perbezaan. Perbezaan merangkumi aspek amalan penerbitan dan isi kandungan majalah. Penggunaan bahasa untuk ketiga-tiga buah majalah ini menunjukkan perbezaan yang ketara iaitu

majalah *Computimes Shopper Malaysia* dan majalah *PC.COM* menggunakan Bahasa Inggeris untuk menyampaikan mesej mereka, manakala *Majalah PC* menggunakan Bahasa Melayu sebagai medium untuk menyampaikan mesej mereka.

Perbezaan juga wujud dari segi saiz majalah iaitu majalah *Computimes Shopper Malaysia* bersaiz 36 x 27.5cm, manakala *Majalah PC* dan majalah *PC.COM* pula beraiz 27.5 x 21cm. Dari segi penggunaan kertas, majalah *Computimes Shopper Malaysia* menggunakan kertas yang berkualiti rendah untuk mengurangkan kos pengeluaran dan menarik minat lebih ramai pembaca untuk memiliki majalah ini. Manakala *Majalah PC* dan majalah *PC.COM* menggunakan kertas yang berkualiti untuk setiap keluaran mereka.

Analisis yang dilakukan terhadap kandungan ketiga-tiga buah majalah ini juga membawa kepada penemuan sebenar isi kandungan majalah-majalah ini. Selepas melakukan kajian selama enam bulan ke atas majalah-majalah ini, pengkaji membuat kesimpulan bahawa majalah-majalah ini sebenarnya mempunyai kandungan yang hampir sama antara satu sama lain. Kaedaan ini berlaku kerana majalah-majalah TM ini tidak mempelbagaikan kandungan mereka. Majalah-majalah ini hanya bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk TM semata-mata dan tidak mengaitkan produk-produk ini dengan situasi sosial, ekonomi atau mungkin dengan kaedaan politik di negara ini.

Ketiga-tiga buah majalah TM ini mempunyai isi yang keseluruhannya cuba memperkenalkan produk-produk TM dan PC sahaja. Apa yang berbeza antara majalah ini dari segi kandungannya adalah cara produk diperkenalkan kepada masyarakat sahaja. Masing-masing mempunyai cara mereka yang tersendiri untuk memperkenalkan produk-produk TM ini seperti memberi ulasan, kritikan, pandangan, memberi kekurangan dan

kelebihan produk, menceritakan mengenai produk dan memberikan panduan untuk membeli satu-satu produk di pasaran.

Malah terdapat juga ruangan-ruangan yang mempunyai fungsi yang sama dalam ketiga-tiga buah majalah ini seperti ruangan editorial, produk baru, berita, permainan, ulasan produk, soal jawab dan peraduan-peraduan mengenai TM.

Kajian ke atas kandungan ini juga membawa kepada cara pengagihan ruangan dalam majalah-majalah ini. Majalah *Computimes Shopper Malaysia* lebih mengutamakan ruangan tetap berbanding dengan ruangan bebas dan ruangan iklan. Ruang bebas pula menjadi kandungan yang diutamakan dalam *Majalah PC* walaupun terdapat juga penguasaan ruangan tetap.

Majalah *PC.COM* pula lebih mengutamakan ruangan iklan dalam majalah mereka. Ketiga-tiga buah majalah ini mempunyai alasan tertentu mengapa mereka lebih mengutamakan ruangan-ruangan tersebut, jika objektif penerbitan majalah-majalah ini dikaji semula.

Analisis yang dijalankan terhadap ruangan-ruangan tertentu ketiga-tiga buah majalah ini pula membawa beberapa lagi penemuan mengenai majalah-majalah TM di pasaran majalah tempatan. Kandungan dalam artikel-artikel majalah *Computimes Shopper Malaysia* mempunyai kecenderungan membincangkan satu-satu isu tertentu sahaja. Walaupun ada artikel-artikel dalam majalah ini yang mencampuradukkan semua isu ini, tetapi situasi ini jarang berlaku.

Umumnya majalah *Computimes Shopper Malaysia* merupakan sebuah majalah yang mempunyai artikel-artikel dan iklan-iklan yang mendukung pelbagai isi dari sudut yang berkaitan dengan TM. Keadaan ini menunjukkan majalah ini merupakan sebuah

majalah TM yang mempunyai isi yang pelbagai dan tidak hanya berpegang pada satu-satu topik tertentu sahaja.

Bagi *Majalah PC* juga setiap artikel yang terkandung di dalamnya mendukung topik-topik perbincangan yang cenderung pada satu-satu isu sahaja. Walaupun tajuk majalah ini lebih cenderung pada PC tetapi situasi ini tidak membawa kepada penumpuan topik perbincangan setiap artikel dalam majalah ini pada PC sahaja.

Setiap artikel dalam majalah ini mempunyai fungsi dan menumpukan tumpuan seratus peratus pada topik perbincangan dan tidak berlaku percampuradukan dalam kandungan artikelnya antara komponen-komponen TM. Dari segi iklan pula majalah ini tidak mementingkan tumpuan pada iklan-iklan yang berkaitan dengan TM atau cenderung kepada mana-mana komponen TM yang lain.

Seperti majalah *Computimes Shopper Malaysia* dan *Majalah PC*, majalah *PC.COM* ini juga tidak mempunyai percampuran topik-topik TM dalam artikel-artikelnya. Artikel dan iklan dalam majalah ini hanya memberikan tumpuan kepada satu topik tertentu yang berkaitan dengan TM sahaja. Tetapi setiap artikel dan iklan ini mempunyai variasi topik yang berlainan dan tidak hanya tertumpu pada satu-satu topik sahaja untuk setiap keluaran. Ketiga-tiga buah majalah ini mempunyai isi yang pelbagai. Tidak berlaku percampuran isi dalam satu-satu artikel dalam ketiga-tiga buah majalah TM ini.

Secara kesimpulannya, setelah ketiga-tiga buah majalah ini dikaji, pengkaji mendapati banyak persamaan yang menjadi ciri utama ketiga-tiga buah majalah TM di Malaysia ini. Persamaan sangat jelas terutamanya dari segi amalan penerbitan dan kandungannya. Sebenarnya ketiga-tiga buah majalah ini menggunakan pelbagai tajuk untuk ruangan dalam majalah mereka. Tetapi secara asasnya jika dikaji kandungan

dalam majalah-majalah ini secara teliti, sebahagian daripadanya cuba untuk memperkenalkan produk dan memberi ulasan mengenai produk-produk ini.

Jika diteliti dari segi perbezaan pula boleh dikatakan hanya sedikit. Situasi ini berlaku kerana perbezaan untuk ketiga-tiga buah majalah ini hanya wujud dari segi fizikal, material dan bahasa sahaja. Perbezaan dan segi isi pula adalah sedikit sahaja.

Majalah TM kini telah menjadi salah sebuah kategori majalah yang mampu berdiri dengan sendiri di Malaysia. Majalah TM telah berjaya menawan masyarakat Malaysia sehingga kebanyakan kedai buku di Malaysia menyediakan satu ruangan khas untuk mempamer dan menjual majalah ini kepada pelanggan-pelanggan mereka. Pembaca pula mempunyai banyak pilihan untuk memiliki majalah TM yang digemari oleh mereka baik majalah yang diterbitkan di dalam negara atau majalah yang diterbitkan di luar negara.

### **5.1 Masalah, Cadangan dan Masa Hadapan Majalah TM di Malaysia**

Pengaruh majalah TM belum lagi meluas di Malaysia walaupun telah lebih 15 tahun majalah-majalah ini berada di pasaran majalah tempatan. Ini merupakan satu cabaran kepada masyarakat Malaysia terutamanya kepada pengimport, penerbit, pengedar dan penjual majalah TM di Malaysia.

Semasa kajian ini dijalankan, pertemuan dengan pelbagai pihak seperti penerbit, pengedar, penjual dan pihak kementerian telah berlaku. Perbincangan dengan mereka ini membolehkan pengkaji menyenaraikan masalah dalam penerbitan majalah TM, cadangan dan masa hadapan majalah ini di Malaysia.

Walaupun perbincangan ini tidak digariskan dalam objektif kajian tetapi perbincangan ini disertakan bersama kajian ini sebagai satu panduan dan pengetahuan kepada pihak pembaca, kerana mereka yang terlibat dalam industri penerbitan majalah-majalah TM ini merasakan jika masalah-masalah yang dikemukakan oleh mereka dapat diatasi dan cadangan-cadangan yang diketengahkan oleh mereka dipraktikkan, majalah TM di Malaysia mampu untuk terus bernafas dan bertahan lebih lama lagi di negara ini.

### **5.1.1 Masalah Dalam Penerbitan Majalah TM**

1. Pengguna merupakan faktor terpenting dalam memastikan kejayaan dan kegagalan sesebuah majalah untuk bertahan di pasaran. Dalam soal majalah TM ini citarasa pengguna adalah sukar untuk diramal dan dipuaskan dan sering berubah mengikut peredaran masa (Sivaraj Chandran, *Danalis Distributors*). Penerbit dan pihak-pihak yang terlibat dalam menerbitkan majalah TM tidak seharusnya menyetepikan faktor ini. Penerbit majalah-majalah TM seharusnya sentiasa mengkaji citarasa pengguna dan memuatkan apa yang paling digemari oleh pembaca dalam majalah yang diterbitkan oleh mereka.
2. Majalah TM merupakan sebuah majalah berbentuk teknikal. Majalah-majalah ini sehingga hari ini hanya mampu untuk menarik pengiklan komputer dan bahan-bahan TM sahaja untuk mengiklankan produk dan perkhidmatan mereka dalam majalah keluaran syarikat mereka. Ini ditambah pula dengan persaingan sesama sendiri antara majalah-majalah TM yang diterbitkan di Malaysia. Iklan-iklan untuk dimuatkan dalam majalah TM adalah kurang jika dibandingkan dengan majalah-majalah komersil yang lain.

Kaedaan ini menyebabkan penerbit terpaksa meletakkan harga majalah mereka pada tahap yang paling maksimum untuk menampung kos penerbitan mereka yang tinggi. Harga majalah yang tinggi ini pula menyebabkan pembaca tidak sanggup untuk membelinya.

3. Penulis untuk bidang TM ini adalah kurang di Malaysia. Kebanyakan mereka yang menulis untuk majalah-majalah seperti ini merupakan pensyarah universiti dan kolej. Walaupun golongan ini mampu menulis tetapi mereka hanya boleh menyumbangkan hasil penulisan mereka secara sambilan sahaja. Penulis muda pula walaupun mereka berbakat dalam bidang penulisan tetapi mereka tidak mampu untuk menghasilkan artikel yang bermutu yang berkaitan dengan bidang TM kerana kurang pengetahuan dan pengalaman.

4. Kebanyakan majalah TM yang berada di Malaysia merupakan majalah-majalah yang diterbitkan dan diimport dari luar negara yang menggunakan Bahasa Inggeris untuk menyampaikan mesej mereka. Majalah-majalah ini hanya berjaya menarik minat golongan yang mahir dalam Bahasa Inggeris sahaja untuk membacanya. Manakala mereka yang lemah dalam bahasa tersebut tidak memberikan respon penerimaan yang baik bagi majalah-majalah ini.

Mungkin dalam jangka masa 20 hingga 30 tahun dari sekarang majalah-majalah ini akan berkembang dan mendapat sambutan yang menggalakkan kesan daripada langkah-langkah kerajaan yang memperkenalkan Bahasa Inggeris dalam sistem pembelajaran sekolah di negara ini. Pada masa akan datang masyarakat Malaysia di

kawasan bandar dan desa mungkin akan memberi sambutan kepada majalah-majalah TM ini kerana tidak berlaku lagi masalah penguasaan bahasa.

### 5.1.2 Cadangan

Jika dibandingkan dengan masalah, cadangan yang diberikan untuk meningkatkan sambutan dan memperkenalkan majalah ini kepada masyarakat pembaca Malaysia adalah banyak. Cadangan yang dikumpulkan kebanyakannya dikemukakan oleh pihak penerbit majalah TM sendiri.

1. Pihak kerajaan dan pihak swasta haruslah terus bersikap pro-aktif, kreatif dan produktif dalam merealisasikan penggunaan teknologi tinggi di Malaysia. Ini secara tidak langsung akan membawa kepada keperluan mendalami ilmu TM kepada masyarakat Malaysia. Mungkin majalah akan menjadi salah satu daripada sumber bahan rujukan mereka kelak.
2. Mengubah material terbitan majalah TM seperti saiz majalah, kualiti kertas, penggunaan warna dan segala apa yang boleh menjimatkan kos penerbitan dan seterusnya membawa kepada penurunan harga majalah TM di pasaran. Harga majalah yang rendah akan menjadi satu dorongan kepada pembeli dari pelbagai golongan masyarakat untuk memilikinya.
3. Penerbit tempatan seharusnya cuba menambahkan penerbitan majalah TM dalam Bahasa Melayu agar mereka yang tidak dapat memahami Bahasa Inggeris dapat turut

berkongsi pengetahuan mengenai TM. Tetapi rasanya cadangan ini mungkin tidak berapa praktikal selepas 20 hingga 30 yang tahun akan datang di Malaysia. Peryataan ini adalah berdasarkan langkah kerajaan yang mula untuk melahirkan generasi yang mampu menguasai Bahasa Inggeris. Jadi pada masa akan datang, pengeluaran majalah TM dalam Bahasa Inggeris atau Bahasa Melayu tidak lagi akan menjadi soal kerana masyarakat Malaysia pada ketika itu mungkin sudah menguasai kedua-dua bahasa tersebut dengan baik.

4. Mempelbagaikan promosi mengenai kewujudan majalah-majalah TM ini kepada masyarakat Malaysia. Menurut Lim Choon Kiat, editor teknikal majalah *PC.COM*, salah satu faktor yang menyebabkan majalah TM menjadi basi di pasaran adalah kerana masyarakat tidak mengenali apa itu majalah TM dan kepentingannya kepada mereka yang menggunakan PC atau alat-alat TM. Mungkin promosi majalah TM ini dalam saluran-saluran media cetak dan media elektronik di Malaysia mampu mengatasi masalah untuk memaklumkan masyarakat mengenai kewujudan majalah TM dan kepentingan majalah ini kepada masyarakat.

5. Mengalu-alukan kemasukan majalah-majalah TM import untuk bersaing dengan majalah TM terbitan tempatan. Ini bertujuan untuk memberikan lebih banyak pilihan bahan bacaan kepada pembaca untuk mengetahui perkembangan TM di luar negara dan memberi saingan kepada penerbit tempatan agar menerbitkan majalah yang lebih berkualiti dan memuatkan isi terkini supaya mampu bersaing dengan majalah-majalah import ini.

6. Menggalakkan kandungan majalah-majalah TM yang diterbitkan di Malaysia supaya bersesuaian dengan perkembangan teknologi masa kini terutamanya yang berlaku di Malaysia. Pengaplikasian perkembangan teknologi dengan keperluan tempatan penting untuk mendidik masyarakat Malaysia untuk mengetahui perkembangan-perkembangan TM di negara mereka sendiri berbanding dengan perkembangan di negara-negara asing yang mungkin tidak memberi manfaat kepada penduduk Malaysia kerana produk-produk dan perkhidmatan yang ditawarkan ini hanya sesuai digunakan di negara-negara luar sahaja.

7. Meningkatkan isi majalah TM agar bersesuaian dengan keperluan pengguna dan masyarakat mengikut kerjaya dan minat mereka. Penerbit boleh memuatkan bahan-bahan berkenaan dengan perisian-perisian yang dapat membantu kerjaya seseorang kumpulan sasaran atau peralatan-peralatan yang boleh digunakan oleh seseorang individu atau masyarakat dalam meningkatkan kualiti pekerjaan mereka. Cara ini dapat memberi manfaat kepada pembaca kerana selain dari membaca mereka dapat mengaplikasikan pengetahuan mereka terhadap bidang kerjaya mereka dan seterusnya meningkatkan prestasi kerja mereka.

8. Peranan pihak Kementerian Tenaga Komunikasi dan Multimedia untuk menganjurkan program-program yang membawa kesedaran kepada masyarakat tentang TM ini merupakan salah satu langkah yang harus diteruskan untuk mencelikkan masyarakat Malaysia mengenai TM. Ini akan menyebabkan masyarakat menyedari

keperluan TM dalam kehidupan mereka dan kesedaran ini boleh membawa kebaikan kepada industri majalah TM di Malaysia.

9. Penerbit tempatan harus terus berusaha dan tidak berputus asa untuk menyediakan bekalan bahan bacaan berbentuk TM kepada pembaca Malaysia. Untuk tujuan ini penerbit haruslah rajin untuk mengikuti perkembangan-perkembangan TM di dalam dan luar negara untuk dimuatkan dalam majalah mereka dan seterusnya mengkaji citarasa pengguna dan kehendak mereka untuk menerbitkan sesebuah bahan bacaan yang berbentuk mesra masyarakat.

### **5.1.3 Masa Hadapan Majalah TM di Malaysia**

Masa hadapan majalah TM di Malaysia adalah amat cerah walaupun kini majalah TM masih lagi berhadapan dengan pelbagai masalah terutamanya untuk mendapat perhatian pembaca majalah yang masih lagi tidak mengetahui kepentingan TM dalam kehidupan harian mereka.

Tetapi Majalah TM akan menjadi mantap dalam pasaran majalah jika masyarakat berjaya disedarkan mengenai keperluan *International Communication Technology* (ICT) seperti yang giat diusahakan oleh pihak Kementerian Tenaga Komunikasi dan Multimedia.

Masa hadapan majalah ini juga bertambah baik dengan pertambahan jumlah majalah-majalah import, jumlah penerbit yang berminat untuk menerbitkan majalah-majalah TM dan pertambahan kedai-kedai buku yang menjual majalah-majalah TM ini di

seluruh negara. Ini termasuklah kedai-kedai buku ternama seperti MPH Bookstore, Popular dan Times sehinggalah kepada kedai-kedai buku di tepi-tepi jalan.

Situasi ini membuka peluang kepada pembeli untuk memiliki majalah-majalah ini dengan mudah dan tidak perlu menghabiskan masa, tenaga dan wang mereka untuk ke kawasan-kawasan atau kedai-kedai buku yang terkenal sahaja untuk memiliki majalah-majalah ini.

Jumlah majalah-majalah TM yang melebihi 100 judul di pasaran majalah tempatan kini menunjukkan majalah-majalah ini sememangnya mampu untuk bertahan dan suatu hari nanti akan menjadi bahan bacaan popular di kalangan rakyat Malaysia. Ini ditambah lagi dengan penekanan kerajaan supaya rakyat Malaysia menjadi celik dalam bidang TM. Majalah TM kelak bakal memainkan peranan sebagai salah satu bahan bacaan yang berfungsi untuk mencelikkan masyarakat Malaysia mengenai TM.