

Jakarta, 17 April 2006
Hal : Narasumber dan wawancara

Top Urgent

Kepada Yang Terhormat,
Alex Santosa
General Manager Radio PAS 92.40 FM
Gajahmada Tower Lt. 26
Jl. Gajahmada 19-26
Jakarta 10130

Dengan Hormat,

Majalah CAKRAM Edisi Fokus Bulan Mei akan membahas tema radio "Radio, Media Informasi dan Promosi Sepanjang Zaman". Melengkapi bahan penulisan, kami meminta kesediaan Bapak untuk menjadi narasumber. Beberapa pertanyaan:

1. Sebagai praktisi, tanggapan Anda atas eksistensi radio segmentasi yang ada saat ini?
Jawab: Bagus, meriah dan hidup
2. Apa kelebihan dan kekurangan radio ceruk saat ini dibandingkan dengan radio umum?
Jawab: Tidak ada kekurangannya, justru radio dengan segmentasi yang kuat memiliki pendengar yang jelas, sehingga sangat membantu pemasang iklan dalam menentukan target pendengar
3. Jika ada program baru, apakah disesuaikan dengan keinginan pendengar?
Jawab: Pasti
4. Apa yang harus dibenahi dan diperhatikan oleh pengelola radio ceruk?
Jawab: Yang perlu diperhatikan adalah konsistensi
5. Pertanyaan berkenaan dengan Radio PAS 92.40 FM:
 1. Awalnya Radio PAS 92.40 FM didirikan? Siapa pendirinya? Berapa investasinya?
Jawab: PASFM menjadi radio bisnis pada akhir tahun 1997 dan dikelola oleh CPP radionet
 2. Apa program unggulan tahun 2006? Apakah kelanjutan program tahun 2005?
Jawab: Ada beberapa program unggulan 2006 yang merupakan program unggulan 2005. Tapi ada juga yang baru, seperti: Visioning Indonesia bersama Kwik Kian Gie; Wawancara eksklusif bersama Dahlan Iskan; Business Solution; dan berbagai tips bisnis serta informasi bisnis yang kami siarkan sepanjang hari
 3. Apa konsepnya sehingga program unggulan itu diterima pendengarnya?
Jawab: Program tersebut harus bisa memberikan solusi yang dibutuhkan pendengar
 4. Bagaimana menjaga eksistensi program unggulan?
Jawab: Program tersebut harus bisa menjawab kebutuhan pendengar
 5. Bagaimana respons pengiklan terhadap program unggulan? **Jawab: Bagus**
Siapa saja pengiklannya?
Jawab: Diantaranya Volvo; Honda; Isuzu; BCA; Bank Mega; Bank Indonesia; Asuransi Sinarmas; Qatar Airways; Nokia 9500; Samsung; Pro XL; Telkom Flexi; Esia; Panasonic; Toshiba; Zyrex; Acer; LG; Apartemen Marina; Jakarta Residence; Kelapa Gading Square; Bumi Serpong Damai; Jakarta Fair; Rumah Sakit Mitra Kemayoran; Gold Quest; PLN; Swiss German University; Diabetasol; Enzyplex; Neurobion; Sumarecon; Gudang Garam; Samafitro
 6. Berapa perolehan iklan selama 2004 dan 2005? Prediksi iklan tahun 2006?
Jawab: Rahasia perusahaan, yang jelas setiap tahun selalu menunjukkan peningkatan yang menggembirakan

7. Produk apa yang kerap beriklan? Mengapa atau apa alasannya (kelebihan yang ditawarkan) sehingga mau beriklan di PAS 92.40 FM?

Jawab: Hampir semua product yang memiliki target market menengah ke atas beriklan di PASFM, karena pendengar PASFM “clear as diamond”: para pelaku bisnis dan para decision maker, yang tentunya memiliki high buying power

Siapa pembuat kreatif iklannya?

Jawab: bisa pemasang iklan; bisa PASFM, bisa juga bersama-sama antara pemasang iklan dan PASFM

8. Adakah program berita yang dikemas secara internal?

Jawab: Seluruh program berita dikemas internal

9. Upaya promosi dalam menjaga dan mendekatkan diri dengan pendengar?

Jawab: Beriklan di media cetak & elektronik; menyelenggarakan off air seminar

10. Kerjasama dengan pihak mana saja dalam promosi off air?

Jawab: Sebagian besar kegiatan off air diselenggarakan sendiri oleh PASFM. Jika bekerjasama, biasanya PASFM membuat seminar bersama-sama dengan narasumber dan pakar yang menjadi pengisi tetap sejumlah acara

11. Bagaimana kerjasama promosi dengan media lainnya (cetak dan TV)?

Jawab: banyak melakukan kerjasama promosi yang saling menguntungkan dengan media lain

12. Bagaimana menyiasati persaingan radio ceruk sejenis?

Jawab: konsisten dengan motto Your Business Is Our Concern, PASFM selalu berusaha memberikan manfaat nilai lebih ke pendengar & memberikan service yang excellent kepada pemasang iklan.

13. Mohon melampirkan foto-foto kegiatan *on* maupun *off air* untuk ilustrasi.

Karena keterbatasan waktu penulisan, kami berharap wawancara langsung atau mendapat data dari Bapak sebelum **29 April 2006**. Bila berhalangan wawancara, Bapak dapat menjawab secara tertulis dan dikirim via email ke redaksi@cakram.co.id atau faks ke **5256440**. Demikian, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Yahya Andi Saputra

Wartawan

CC. Amir (Redpel)