



WAWANCARA

Bisnis Radio tetap Prospektif

Pertumbuhan radio swasta di seluruh Indonesia, terutama kota-kota besar seperti Jakarta, semakin pesat. Akibat banyaknya berdiri stasiun siaran bisnis suara ini, terang saja persaingan tak bisa dihindarkan. Hal itu terjadi, terutama dalam memperebutkan perolehan kue iklan. Soalnya hidup atau matinya media radio sangat bergantung dengan besarnya pendapatan iklan. Bila iklannya jeblok, dapat dipastikan stasiun bersangkutan akan gulung tikar. Dalam menghadapi persaingan itu, diperlukan strategi tersendiri. Karena bisnis radio mempunyai keunikan dibandingkan dengan bisnis lainnya, semacam menjual produk atau komoditi.

UNTUK mengetahui lebih jauh prospek radio swasta di Indonesia ditinjau dari segi bisnis, ikuti wawancara dengan Alex Santosa, *general manager* Radio bisnis PASS FM, berikut ini.

Bagaimana anda melihat banyaknya berdiri radio swasta di Indonesia?

Saya pikir, menjamurnya radio swasta di Indonesia, baik yang bermisi bisnis maupun hiburan merupakan suatu gambaran bahwa, radio bukanlah barang asing di Indonesia. Dan itu mencerminkan betapa bisnis media di negeri kita sudah cukup maju.

Lalu, apa konsekwensi banyaknya radio di kota-kota besar?

Kalau bicara konsekwensi. Saya lebih baik bicara yang positif saja. Maksud saya dengan banyaknya radio itu, akan semakin memperkaya khasanah informasi masyarakat Indonesia. Karena dengan radio, informasi yang sampai ke masyarakat semakin cepat.

Kalau konsekwensi sesama pengusaha sendiri, misalnya kemungkinan persaingan bagaimana?

Nah, ini yang menarik. Pada dasarnya dalam bisnis apapun termasuk bisnis radio baik secara langsung atau tidak, pasti akan terjadi persaingan. Tetapi perlu diingat dalam persaingan kita jangan bicara menang atau kalah. Karena yang akan menentukan bertahannya suatu bisnis itu, sangat tergantung dengan permintaan pasar.

Maksudnya?

Bisnis radio, akan dipengaruhi seberapa besar jumlah pendengar yang ada. Jika kita mendapat respons positif dari masyarakat, otomatis kita dapat *survive*. Karena iklan akan masuk bila radio kita memiliki pendengar yang signifikan. Harap diingat, radio adalah bisnis media yang juga sangat tergantung dengan perolehan iklan. Tanpa iklan yang memadai, mustahil sutau radio akan bisa eksis.

Kalau diklasifikasikan, antara radio hiburan dan radio bisnis, mana yang lebih prospektif?

Dua-duanya mempunyai peluang yang sama. Soalnya, baik bisnis maupun hiburan sama-sama penting. Dalam struktur masyarakat, orang mempunyai aneka selera. Ada yang *vior* bisnis ada pula yang *vior* ke hiburan. Jadi kalau bicara peluang merebut pendengar, bisa dikatakan sama-sama besar. Sekarang terlepas apa segmen radio bersangkutan, yang terpenting bagaimana kita dapat menerapkan manajemen yang bagus dan profesional.

Bagaimana bentuk pengelolaan secara profesional yang anda maksudkan?

Jadi begini, karena bisnis radio itu, seperti saya katakana tadi sangat unik, kita harus pandai menentukan dan memilah apa sebenarnya yang diinginkan pendengar. Misalnya, jika kita telah menetapkan spesialisasi kita dibidang bisnis, kita harus bis membuat semua program itu yang berbau bisnis dan perdagangan. Dan itu harus dilakukan secara berkesinambungan, agar pendengar yang kita punya tetap bertahan. Kalau sebentar-sebentar mengganti format, tentu audiens yang tadinya terlanjur menyukai acara yang kita suguhkan akan lari ke radio lainnya.

Secara spesifik, bagaimana anda melihat prospek PASS FM, sebagai salah satu radio bisnis di Jakarta?

Melihat tren yang terjadi dari tahun ke

maupun pengiklan. Peningkatan itu terjadi, berkat *team work* yang kami punyai semuanya bekerja secara optimal.

Apa yang membuat PASS FM dapat bertahan?

Tidak ada lain karena radio kami memang diminati banyak pendengar yang sebagian besar adalah warga ibukota yang berprofesi sebagai pelaku bisnis. Memang, perjuangan membuat image dalam masyarakat tidaklah gampang. Perlu waktu yang cukup, untuk paling tidak orang mengenal, memahami dan mencerna apa yang ada dalam setiap program yang kami tawarkan. Mungkin karena spesialisasi kami yang mengambil segmen pelaku bisnis sebagai *audiens*. Artinya, radio kami, dapat dijadikan

referensi bisnis bagi pelaku bisnis yang ada di Jakarta maupun beberapa kota lainnya. Karena itu, kami akan tetap mempertahankan format yang ada dan tidak lupa memperbaiki kekurangan di sana-sini.

Apakah PASS FM mempunyai group tersendiri?

Oh yah. Radio yang tergabung dalam grup kami cukup banyak, ada 52 stasiun. Kami mempunyai rekanan yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia. Di Surabaya misalnya, ada PASS FM Surabaya, Yogyakarta ada Yasika FM, Magelang, Folaris FM dan lain sebagainya.

Biasanya, diantara 1 kelompok itu bagaimana kerjasamanya?

Kerjasama yang kami lakukan dengan mengadakan koordinasi satu sama lainnya. Hasil koordinasi itu, dijadikan acuan untuk mengoreksi kelemahan masing-masing. Dan memang, selama ini berkat koordinasi yang selalu terjaga antara radio satu dengan lainnya, radio yang ada dalam kelompok kami dapat



Alex Santosa

maju secara bersama.

Anda tidak khawatir dengan banyaknya lahir Stasiun Televisi baru, akan mengancam eksistensi radio?

Oh, tidak sama sekali. Buat apa kita merasa khawatir. Soalnya, baik radio, Koran ataupun televisi, semua mempunyai segmen tersendiri. Setiap jenis media, mempunyai keunggulan masing-masing, begitu juga radio. Saya optimis sebanyak apapun Stasiun Televisi baru atau media lainnya, tetap tidak akan mampu atau menggeser posisi

radio.

Saya ambil satu contoh, di dalam kendaraan pribadi, dalam perjalanan menuju tempat kerja, orang akan lebih suka mendengar radio, ketimbang menonton televisi mini, yang belakangan banyak ditemukan di mobil-mobil pribadi. Anda dapat bayangkan, bagaimana repotnya seorang pengendara, menyetir sambil nonton televisi. Terang saja konsentrasinya akan terpecah dan malapetaka bisa terjadi. Tetapi mendengar radio sambil berkendara, tentu membawa keasyikan tersendiri. (cr-09)