

Senin Selasa Rabu Kamis Jumat Sabtu Minggu

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16
17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

Jan Feb Mar Apr Mei Jun Jul Ags Sep Okt Nov Des

Malik Sjafei Setia Mendengar Kaum Muda

"Age (is) just the number. Young is forever". Tulisan itu terbaca di pintu masuk ruang siar Radio Prambors di lantai 20, gedung Ratu Plaza, Jakarta. Prambors tahun ini berusia 39 tahun, dan salah seorang pendirinya, Malik Sjafei Saleh, telah menginjak usia 56. Prambors dan pendirinya sama-sama tidak pernah "tua".

Oleh FRANS SARTONO

Ketika Prambors resmi berdiri pada 18 Maret 1971, Malik Sjafei berumur 18 tahun. Dia bahkan baru berusia 14 tahun atau kelas II SMP ketika mulai "main" radio dengan teman sebayanya, seperti Imran Amir, Mursid Rustam, Bambang Wahyudi, Tritunggal, dan lainnya. Mereka adalah kawan satu RT di kawasan Menteng, Jakarta Pusat, tepatnya di Jalan Prambanan, Mendut, Borobudur dan sekitarnya—disingkat Prambors.

"Nama Prambors sudah ada sebelum radio berdiri. Remaja di RT itu bikin geng namanya Prambors. Kami bikin radio supaya kami *behen*," kata Malik yang kini Direktur Utama PT Masima, yang antara lain membawahi radio Prambors.

Alkisah, tahun 1967 Tritunggal yang biasa dipanggil Itung suka mengutak-atik pemancar radio. Itulah embrio radio yang di kemudian hari menjadi Prambors. Malik ingat benar anak-anak geng itu menggunakan antena dari bambu yang dipasang di atas pohon. Siaran itu bisa ditangkap sampai kawasan Dukuh Atas yang berjarak sekitar dua kilometer dari markas Prambors.

Dari kamar Bambang Wahyudi, siaran tanpa izin itu mengudara. Mereka memutar lagu yang sedang menjadi *soundtrack* era 1960-an, seperti "Massachu-

setts" dari Bee Gees, juga "I Gotta Know What's Going On" milik The Cats. Dan, tentu saja lagu Beatles seperti "Michelle," "Girls" dan "Norwegian Wood" yang termuat di album *Rubber Soul*.

Radio yang semula merupakan identitas geng remaja itu, pada tahun 1969 mulai terorganisasi dalam bentuk yayasan. Pada 18 Maret 1971, Prambors menjadi badan hukum bernama resmi PT Radio Prambors Broadcasting Service.

"Saya waktu itu masih anak bawang di geng. Akhirnya, kawan-kawan yang sudah mahasiswa ikut bantu kami di radio. Kalau mereka tidak datang, barangkali Prambors juga enggak jadi," kata Malik yang menyebut nama seperti Temmy Lesanpura sebagai orang yang ikut berperan membidani lahirnya Prambors.

Radio itu kawan

Isi siaran Prambors pada masa awal merupakan kepanjangan selera, gejolak, dan dinamika remaja pendirinya. Mereka belum mengenal teori bisnis apa pun. "Siaran kami waktu itu ditentukan oleh *feeling* remaja. Kami mencurahkan perasaan dan *style* kami."

Kurun tahun 1975-1978 merupakan masa krusial dalam kelanjutan Prambors sebagai radio dengan sasaran pendengar re-

maja. Tahun 1978, usia Malik sudah 25 tahun. "Kalau mau mengikuti usia pendirinya, radio akan ikut tua. Di situlah krusialnya."

"Kalau waktu itu kami tidak sadar untuk membuat *product positioning* sesuai dengan *target market*, barangkali hari ini tidak ada lagi Prambors."

Prambors tetap komit dengan kaum muda. Mereka memosisikan diri sebagai radio dengan sasaran pendengar kaum muda usia 15-25 tahun. Mereka membuat produk yang sesuai dengan sasaran pendengar. Hal itu tidak mudah karena radio, menurut

MALIK SJAFEI SALEH

- ◆ Lahir: Jakarta, 28 Mei 1953
- ◆ Istri: Lita Livia Saleh
- ◆ Anak:
 - Rangga Rayendra Saleh (23)
 - Arunee Sarasetsiri Saleh (18)
- ◆ Pendidikan:
 - SMP Yayasan Perguruan Cini, Jakarta (1968)
 - SMA AD-JAT Kodam, Jakarta (1971)
 - Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Bandung, 1987
- ◆ Jabatan sekarang:
 - Direktur Utama PT Radio Kayu Manis
 - Direktur Utama PT Masima Cipta Karya



KOMPAS/FRANS SARTONO

Malik, bukan sekadar sarana hiburan pengganti kaset, melainkan juga sebagai kawan.

"Produk radio itu *companionship*, kawan. Orang punya *temen* Prambors karena dia (Prambors) itu *temen* yang oke, selalu gembira, punya tanggung jawab," katanya. Sebagai teman, radio itu ketemu teman setiap hari. Kadang di tengah malam, di kamar (tidur), atau bahkan di kamar mandi. Kedekatan radio dan pendengarnya itu di satu sisi tentu menguntungkan, tetapi, menurut Malik, juga *fragile*, rawan. Sekali pendengar kurang berkenan dengan produk, mereka akan sulit kembali. "Padahal, sekarang ini yang namanya radio itu kalau mau pindah (gelombang) tinggal pencet."

Untuk itu, Malik menekan-

kan perlunya pemahaman selera, perilaku, gaya hidup, dan lainnya. "Kami melakukan riset setiap tiga tahun. Itu karena strategi *product positioning* program siaran radio sangat ditentukan oleh *life style* pendengarnya," ujarnya.

Semua rencana program siaran, promosi, dan layanan lain mengacu pada hasil survei tersebut. Malik memberikan contoh penyajian musik, pemilihan penyiar, gaya penyiar, dan apa yang disampaikan penyiar sebagai teman pendengar, dirancang berdasarkan "maunya" si *temen*.

Malik yang sejak remaja menggeluti dunia remaja menyadari, remaja saat ini berbeda dengan remaja di masanya dulu. Jika Prambors dulu bisa menentukan tren, kini situasi berbeda. Sekadar contoh, Prambors per-

nah merintis Lomba Cipta Lagu Remaja yang menghasilkan "Lilin-Lilin Kecil". Radio itu juga melahirkan acara Warkop (Warkop Kopi) yang kemudian menjadi kelompok komedi. Drama *Catatan Si Boy* juga lahir dari dapur Prambors.

"Sekarang kami yang harus mengikuti tren mereka. Jelajah informasi dan pengetahuan mereka sangat luas. Radio *ngomong* tentang Paris Hilton, mereka sudah jadi *follower* Paris Hilton di Twitter," kata Malik memberi ilustrasi.

Namun, pengalaman hampir 40 tahun bergaul dengan dunia remaja menjadikan Prambors bisa berteman dengan remaja. Dia tetap memosisikan diri sebagai teman yang mau mendengar suara, dinamika kaum muda, dan tidak menggurui. Nyatanya, Prambors kini tak hanya ada di Jakarta, tetapi juga menjadi teman remaja di Bandung, Makassar, Medan, Semarang, Solo, Surabaya, dan Yogyakarta.

Radio yang dulu menjadi alat

"gaya" anak geng itu di belakang hari menjadi bisnis yang berkelanjutan—bukan gaya musiman. Di bawah kelompok usaha Masima, kini selain Prambors mengudara pula Radio Female di 4 kota, serta Delta FM di 6 kota. Setiap radio mempunyai segmen usia pendengar berbeda. Malik dengan nyaman masuk ke berbagai segmen, termasuk dunia muda.

Anda merasa masih remaja?

"Saya enggak tahu. Saya cuma bisa bilang, saya punya memori waktu ayah saya berusia 56 tahun dan rasanya saya kok lain. Saya enggak seperti bapak saya waktu umurnya sama dengan saya sekarang. Akhirnya, hati saya seperti slogan di pintu Prambors itu."

Slogan di atas bisa dibaca bebas dengan bahasa radio: Usia hanya soal angka. Jiwa muda itu abadi, selamanya.

"Jadi, kalau ditanya apakah saya masih remaja, barangkali iya ha-ha-ha..." kata Malik.