

TABLOID OTOPLUS EDISI KHUSUS MOTOR KLASIK HONDA CB

Erwin Sugiarta¹
Aryo Bayu Wibisono²

¹Mahasiswa, ²Dosen Progdil Desain Komunikasi Visual
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya 60294
Telp/Fax. (031) 8782087

ABSTRAK

Perancangan Tabloid OtoPlus Edisi Khusus Motor Klasik Honda CB, sebagai alternatif bacaan media tabloid, ini menjelaskan tentang penyampaian isi dan sumber berita secara aktual mengenai motor Honda CB. Penjelasan ini meliputi sejarah Honda, trend modifikasi motor Honda CB, event, dan komunitas motor Honda CB di kota Surabaya. Dalam pembuatan tabloid edisi khusus ini diharapkan isinya mencakup semua pembahasan tentang motor Honda CB. Nantinya tabloid ini akan ditujukan kepada para penggemar dan komunitas motor Honda CB, serta menjadi sebuah informasi bagi generasi selanjutnya yang ingin mengetahui tentang motor Honda CB.

Kata kunci : Tabloid, Edisi Khusus, Honda CB.

ABSTRACT

Designing OtoPlus Special Edition Tabloid Honda Motor Classic CB, as an alternative to reading tabloid media, it describes the content and delivery of the actual source of news about Honda CB. This description covers the history of Honda, Honda CB modification trends, events, and Honda CB motorcycle community in the city of Surabaya. In making this special edition tabloid expected contents include all discussions about Honda CB. Later this tabloid will be addressed to the fans and community of Honda CB, as well as being an information for the next generation who want to know about the Honda CB.

Keywords: *Tabloids, Special Edition Honda CB.*

PENDAHULUAN

PT Astra Honda Motor merupakan sinergi keunggulan teknologi dan jaringan pemasaran di Indonesia yang sangat kuat, sebuah pengembangan kerja sama antara Honda Motor Company Limited, Jepang, dan PT Astra International Tbk, Indonesia. Keunggulan teknologi Honda diakui di seluruh dunia dan di mata masyarakat dan telah dibuktikan dalam berbagai kesempatan, baik di jalan raya maupun perjalanan touring. Honda pun mengembangkan teknologi yang mampu menjawab semua kebutuhan pelanggan yaitu mulai dari mesin bandel dan iritnya bahan bakar, sehingga menjadikannya sebagai pelopor kendaraan roda dua yang sangat ekonomis dan aerodinamis. Salah satunya yaitu motor berjenis Honda CB, yang dimana awal pengeluaran produk motor Honda CB dimulai tahun 1971 hingga tahun 1982 (Astra_Online.com).

Aneka ragam model CB sangat bervariasi, mulai dari CB berbentuk klasik sampai yang berbentuk modern. CB bukan hanya menjadi sebuah motor komuter atau (dalam kota) tetapi ada juga motor Honda CB yang digunakan untuk motor touring. Keberadaan motor Honda CB yang ada di Indonesia (Surabaya) saat ini mulai banyak berkembang, karena kehadiran motor Honda CB saat ini bermula dari awalnya hobi seseorang yang tadinya penggemar motor, sampai menjadi ke pengguna dan pemilik motor Honda CB.

Motor CB bukan hanya menjadi Motor komuter, atau (dalam kota) tetapi ada juga yang dipergunakan untuk Motor touring, Motor motor CB yang di pergunakan untuk touring hanya bermunculan, jika terdapat sebuah acara acara atau event event tertentu seperti Jambore CB, yang dimana acara tersebut adalah ajang saling bertemu, berkumpul bersama dan saling bersilaturahmi antar semua Komunitas CB dari seluruh Jawa Timur.

Kondisi motor CB, yang ada di Indonesia (Surabaya) saat ini mulai banyak berkembang kembali, karena penyebab kehadiran dari Motor CB saat ini bermula dari awalnya sebuah hobi seseorang, yang tadinya dari penggemar Motor CB, sampai menjadi ke pengguna motor CB, selain itu kemunculan kemunculan komunitas CB saat ini juga ikut berkembang pula seperti halnya yang terjadi di wilayah Kota Surabaya, yang terdiri antara lain yaitu: Komunitas CB Metropolis, Komunitas CB Hot, Komunitas CB Paguyuban, Komunitas CB ITS, Komunitas CB Kompak, dan Komunitas CB Terminal, Komunitas CB Surabaya dan Komunitas CB Brotherhood. Hal hal pembelajaran yang didapat oleh para anggota CB didalam mengikuti suatu komunitas yaitu bisa mempunyai suatu rasa kebersamaan, dan melatih rasa persaudaraan, dan rasa saling membantu satu

dengan yang lainya tanpa melihat status pribadi sampai status pekerjaan (wawancara dengan Bapak Haris Barata Wakil IMI Jatim).

Dalam dunia media cetak maupun di dunia media elektronik, memang saat ini semakin banyak untuk dibicarakan. Bahasan seputar dalam penyampaian berita-berita tersebut sangatlah aktual dan nyata, seperti halnya pembahasan tentang dunia Modifikasi (sepeda motor) yang saat ini mulai banyak sekali dibahas didalam sebuah media cetak.

Tabloid OtoPlus ini merupakan sebuah tabloid yang memang memuat sebuah sajian tentang informasi berita-berita masa kini, dan khususnya tentang hal hal dunia otomotif (sepeda motor) baik dari sisi trend modif, sampai pada sisi berita terbaru tentang launching sepeda motor saat ini. Dalam mencari ataupun mengangkat sebuah berita, sangat berhubungan sekali dengan media media jurnalistik. Media jurnalistik itu sendiri di bagi ke dalam 3 bagian besar yaitu: jurnalistik media cetak (*newspaper and magazine journalism*), lalu jurnalistik media elektronik auditif (*radio broadcast journalism*), lalu Jurnalistik media audio visual (*television journalism*).

Jurnalistik media cetak sendiri meliputi jurnalistik surat kabar harian, lalu jurnalistik surat kabar mingguan, lalu jurnalistik tabloid harian, lalu jurnalistik tabloid mingguan dan jurnalistik majalah. Sedangkan Jurnalistik media elektronik auditif adalah, jurnalistik radio siaran, lalu Jurnalistik media elektronik audio visual adalah, jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media online adalah (*internet*) (Sumadiria, 2005:04).

Pencarian dalam sebuah berita untuk sebuah isi dari tabloid juga perlu diperhatikan. Arti dari berita itu sendiri adalah sebuah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian orang banyak. Adapun cara melaporkan atau memberikan sesuatu, supaya menarik perhatian orang banyak, orang lazim melakukannya dengan gaya “*to the point*” atau “*diplomatis*” (Suhandang, 2004:102).

Menurut Suhandang (2004:104). Bangunan untuk membentuk sebuah naskah berita terdiri atas 3 unsur yaitu: *Headline* (judul berita), *Lead* (teras berita), dan *Body* (kelengkapan atau penjelasan berita) *Headline* (judul berita) merupakan intisari dari berita. Dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek, tapi cukup memberitahukan persoalan pokok peristiwa yang diberitakannya, sedangkan arti dari *Lead* (teras berita) merupakan laporan singkat yang bersifat klimaks dari peristiwa yang dilaporkannya, sedangkan arti dari *Body* (tubuh atau kelengkapan berita) yaitu keterangan secara rinci dari berita dan dapat melengkapi serta memperjelas fakta atau data yang disuguhkan didalam *lead*.

Honda CB

PT Astra Honda Motor, merupakan sinergi keunggulan teknologi dan jaringan pemasaran di Indonesia yang sangat kuat, sebuah pengembangan kerja sama antara Honda Motor Company Limited Jepang, dan PT Astra International Tbk, Indonesia. Keunggulan teknologi Honda diakui di seluruh dunia dan di mata masyarakat, dan telah dibuktikan dalam berbagai kesempatan, baik di jalan raya maupun perjalanan touring. Honda pun mengembangkan teknologi teknologi yang mampu menjawab semua kebutuhan pelanggan, yaitu mulai dari mesin bandel dan iritnya bahan bakar, sehingga menjadikannya sebagai pelopor kendaraan roda dua yang sangat ekonomis dan aerodinamis.

Motor produksi Honda, memang sangat diminati dan cukup di tunggu, oleh masyarakat akan keluaran produk Motor baru selanjutnya, karena kemajuan serta teknologi yang di perkenalkan kepada masyarakat, baik pengguna, penggemar, memang sangat terbukti. Tidak heran kalau Motor produksi Honda di era tahun 70an, sangat diminati yaitu keluaran produk sepeda Motor tipe Honda CB (Astra-Honda_Online.com).

Ragam ragam model motor Honda CB sangat bervariasi, Motor CB bukan hanya menjadi sebuah Motor komuter atau (dalam kota) tetapi ada juga yang digunakan untuk Motor touring, Motor motor yang di pergunakan untuk touring hanya bermunculan jika terdapat acara atau event event tertentu seperti Jambore CB, yang dimana acara tersebut adalah ajang saling bertemu, berkumpul dan saling bersilaturahmi antar semua Komunitas CB dari seluruh Jawa Timur.

Tabloid OtoPlus

Tabloid OtoPlus yang dimana berdiri sejak 10 Juni 2003 hingga saat ini masih menjadi salah satu sumber referensi bacaan untuk seluruh masyarakat para penggemar dunia otomotif. Pasalnya, isi dari Tabloid OtoPlus diakui terus berkembang. Tabloid OtoPlus memang sudah menjadi sumber informasi yang terpercaya bagi masyarakat otomotif di Indonesia. Apalagi penyebaran dan distribusi Tabloid OtoPlus sudah sampai di seluruh kota besar di Indonesia dan ini menjadi barometer keberhasilan tabloid tersebut. Sejak awal didirikan, Tabloid OtoPlus mengemban misi mengawal dan memberikan kontribusi langsung dan tidak langsung untuk kemajuan dunia otomotif di Indonesia. Oleh sebab itu, keberpihakan liputan dan ulasan yang komprehensif pada kepentingan seluruh pihak telah menjadikan Tabloid OtoPlus sebuah wadah yang menaungi dan mencerdaskan seluruh pembacanya (OtoPlus.com).

Perkembangan Tabloid di Indonesia

Perkembangan Tabloid di Indonesia, merupakan generasi ketiga munculnya jenis media cetak setelah surat kabar dan majalah. Seperti kita ketahui keberadaan surat kabar di Indonesia, ditandai dengan perjalanan lima periode dimulai pada tahun 1828 (Zaman Belanda), lalu kemudian majalah dimulai pada periode kemerdekaan, tahun 1945. Ada beberapa sumber mengatakan, bahwa Tabloid dikatakan generasi ketiga, karena Tabloid beredar pada tahun 1982, yang artinya periode pemerintahan orde baru. Layaknya surat kabar dan majalah, Tabloid juga merupakan bagian jurnalisme konvensional. Keberadaan Tabloid ditandai dengan keberadaan perusahaan penerbitan majalah Tempo, PT. Grafiti Pers dengan direktur utama ketika itu Eric FH Samola. PT. Grafiti Pers berpusat di Jawa Timur. Perusahaan tersebut kemudian mengalami kebangkrutan, sehingga lima tahun kemudian (1988) PT. Grafiti Pers diambil alih oleh *Jawa Pos News Network (JPNN)*, yang merupakan satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia, dimana sudah memiliki lebih dari 80 surat kabar, tabloid, dan majalah. Dengan Tabloid pertama “Swara Surabaya”.

Tabloid lebih mirip dengan majalah, dari segi target audience, namun dengan ukuran bahan, ketebalan dan bentuk yang menyerupai surat kabar (lebih tepatnya sekarang banyak surat kabar yang meniru format tabloid). Ada macam-macam tema tabloid yang disesuaikan, dengan target sasarannya yaitu tentang otomotif, alat-alat elektronik, film, hiburan, musik, dan masih banyak lagi. Gaya tabloid tidak seformal surat kabar, baik gaya desain layoutnya, gaya penulisan elemen-elemen visual, dan lain-lainya. Namun sebagaimana layaknya media publikasi yang memiliki halaman-halaman cover depan, tetap mendapat prioritas utama.

Seperti halnya pada majalah, dan tabloid dengan sasaran yang lebih khusus dari pada surat kabar, menjadi tempat khusus untuk beriklan. Tabloid telah mempunyai ruang-ruang yang di sediakan khusus untuk para pemasang iklan. Sirkulasi tabloid tidak secepat surat kabar, yang terbit harian, melainkan lebih banyak terbit seminggu sekali atau lebih. Berita-berita pada media tabloid ini, bisa lebih personal dan mendetail, di bandingkan surat kabar yang bersifat lebih umum, karenanya banyak tabloid yang mengkhususkan dirinya menampilkan berita-berita yang beredar di masyarakat, karena sifatnya yang bisa menyentuh secara lebih personal itu. Tabloid cukup banyak penggemarnya di sebabkan oleh harganya yang lebih murah dari pada majalah. Majalah perlu penjilidan, kualitas kertas dan pencetakan yang bagus, sehingga harganya menjadi lebih mahal. Begitu juga tabloid tidak di haruskan untuk di jilid (Rustan, 2008:134).

METODE PERANCANGAN

Metode Pengumpulan Data

Data primer adalah data yang bersifat wawancara atau interview didapatkan secara langsung dari pihak yang bersangkutan (Waluyo,2007:79). Data sekunder adalah data yang bersifat langsung yang didapat dari sumber-sumber dari literatur buku bacaan,internet maupun surat kabar.

Observasi Adalah bagian dalam pengumpulan data langsung dari lapangan (Raco, 2010:112). Metode observasi ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung Komunitas CB yang ada di Kota Surabaya. Dalam observasi ini, perancang mendekati dan mengamati kegiatan komunitas motor CB di Kota Surabaya, serta perancang dapat mengetahui juga sifat/karakter dari anak-anak motor CB.

Wawancara IMI

Kehadiran dan perkembangan dari motor Honda CB saat ini bermula dari awalnya sebuah hobi seseorang yang tadinya dari penggemar motor Honda CB sampai menjadi pemilik dan pengguna motor Honda CB, semakin dilihat perkembangannya lama kelamaan para penggemar dan pecinta motor honda CB semakin meluas. Ini membuat badan IMI Jatim turun langsung untuk membuatkan suatu tempat atau wadah (komunitas) perkumpulan untuk anak anak CB, yang dimna berfungsi sebagai tempat dalam menyalurkan sebuah bentuk ke kegiatan kegiatan(event) yang bersifat positif.

Kesimpulan:

1. Penyuka motor Honda CB didominasi dari hoby seseorang yang tadinya dari rasa ingin tahu, kemudian rasa ingin memiliki lalu rasa ingin membeli dan memakainya.
2. Semakin berkembangnya para pengguna motor CB, di pinggiran kota, akhirnya kantor badan IMI Jatim mulai membuatkan suatu wadah untuk menaungi semua aktivitas dan para pecinta motor Honda CB untuk bisa melakukan kegiatan kegiatan yang bersifat positif.

Wawancara OtoPlus

Tabloid Oto Plus, yang bertempat di kantor Kompas Gramedia yaitu Kepala Editor OtoPlus Pak dimas arsetya, lalu anggotanya yaitu mas kipli, Pak anang dan seorang jurnalis yang bernama Pak Indramawan beliau memberikan penjelasan dan tujuan Bahwa dalam setiap pembuatan tabloid harus sudah memiliki sebuah konsep di jelaskan

dari tahap-tahap isi dari tabloid tersebut seperti halnya daftar isi, supaya pada saat pembuatan tidak mengalami kesusahan dalam pembuatan, serta juga membuat sketsa pada tata letak layout dan perwajahan, dan perlu juga di perhatikan mulai dari penempatan foto, judul berita, font atau tipografi dan warna, serta isi beritanya. Agar dapat memudahkan para pembaca.

Kesimpulan:

1. Dalam sebuah pembuatan media cetak, baik majalah, buku, maupun tabloid, dan koran. Pertama harus sudah mengerti dan paham akan subab subab tentang isi yang di butuhkan
2. Penyusunan sebuah layout harus perlu diperhatikan baik penempatan foto, isi berita, supaya dapat memberikan kemudahan dalam membaca

Wawancara Komunitas CB Sidoarjo

Mas Badi selaku Komunitas pecinta Motor CB di Sidoarjo mengatakan bahwa sisi yang di dapat dari keunikan motor CB terletak pada modifikasi baik mesin, bentuk bodi maupun rangkanya yang bisa di ubah sampai se ekstrim mungkin, bahkan motor CB ada yang di modif menyerupai harley davidson, itulah yang menjadi sisi keunikan dari motor Honda CB.

Kesimpulan: Motor Honda CB memiliki daya tarik, baik dalam modifikasi classic maupun modifikasi sport

Wawancara Komunitas CB Surabaya

Pak Fery Aan selaku Ketua Komunitas CB Metropolis tertua di surabaya. Serta beberapa rekan-rekan wakil ketua dari komunitas CB terminal, (Pak Awin) lalu dari komunitas CB Komphacs, (Pak Rinto) dan Wakil Ketua Umum IMI Jatim bidang hobby (Pak Harris Barata) memberikan wejangan atau pesan bahwa dalam pengangkatan judul TA tentang pembuatan tabloid, yang berjudul “Motor Klasik Honda CB” beliau sangat mendukung dan setuju. Karena adanya pendokumentasian tentang motor Honda CB, maupun modif dari motor Honda CB yang dikemas dengan media tabloid dengan edisi khusus beliau mengharapkan juga bisa menjadi sebuah informasi untuk para generasi muda selanjutnya yang ingin mengetahui lebih dalam dari motor Honda CB. Selain itu,

informasi berita di dalam tabloid tersebut dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan buat anak-anak komunitas motor Honda CB, yang ada di wilayah Jawa Timur (Surabaya, Sidoarjo, Nganjuk maupun lainnya).

Kesimpulan: Semua komunitas CB di Surabaya setuju akan sebuah pendokumentasian tentang motor Honda CB yang dikemas dalam bentuk tabloid, dan supaya isi dari tabloid tentang pengetahuan motor Honda CB bisa menjadikan tambahan ilmu bagi generasi muda yang ingin mengenal lebih dalam tentang motor Honda CB.

Tabloid OtoPlus edisi khusus Motor Klasik Honda CB ini sudah melewati riset segmentasi, targeting, dan positioning sehingga telah ditetapkan target audiens sebagai berikut:

1. Demografis

- Usia : 25 – 35 tahun.
- Jenis kelamin : Laki-laki.
- Pendidikan : D3 - S1.
- Profesi : Wirasawasta – Pegawai Kantor Swasta.
- Kelas sosial : Kelas Menengah.
- Pengeluaran : 1.500.000 – 2.500.000.

2. Geografis

Tabloid OtoPlus edisi khusus Motor Klasik Honda CB ini diproduksi hanya dalam wilayah lingkup daerah di Jawa Timur.

3. Psikografis

Gaya Hidup : Suka beraktivitas, suka olahraga, suka musik, suka nongkrong sepulang kerja, suka pergi ke cafe, suka membaca tabloid tentang otomotif (sepeda motor).

4. Perilaku

- Pengetahuan : Suka info info terbaru, baik tentang dunia otomotif maupun dunia olahraga.
- Sikap : Aktif, percaya diri, tegas, humoris.
- Kebiasaan : Berkumpul atau nongkrong dengan satu komunitas, suka baca tabloid, suka humor, dan suka membahas kerjaan.
- Respon : Terbuka.

KONSEP DESAIN

Konsep utama dalam perancangan ini menggunakan konsep “Trend Modif CB” dimana dalam pembahasan ini motor Honda CB menampilkan sebuah tingkatan kemajuan didalam perubahan bentuk bodi maupun mesin yang tadinya dari bentuk klasik (standart pabrik) kemudian mengalami sebuah perubahan dalam motor Honda CB (modifikasi) yang sudah terlihat nampak seperti motor modern, dalam perubahan bentuk pada motor CB inilah yang menjadi sebuah sisi ketertarikan di semua orang.

Konsep Komunikasi (gaya bahasa)

Konsep Komunikasi yang akan di gunakan adalah mengkomunikasikan atau menjelaskan tentang Motor Honda CB yang memiliki sebuah sisi sisi keunggulan baik secara bentuk bodi maupun mesin, yang bisa diolah menjadi bentuk motor dengan tampilan modern saat ini, yang tadinya bentuk asli dari motor Honda CB terkesan klasik, asli dari bawaan pabrik. Dalam proses perubahan pada tampilan motor Honda CB, juga tidak akan meninggalkan sisi keaslian dimotornya.

Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi selain memberikan sebuah penjelasan dan informasi tambahan tentang Motor Honda CB melalui sebuah perancangan Tabloid Edisi Khusus ini, juga menanamkan awarness dalam benak konsumen terhadap Karakteristik Motor Honda CB. Teori Komunikasi menggunakan rumus AAIDA sebagai berikut:

A. (Attention)

Menarik perhatian audiens melalui penggambaran visual dengan tehnik tampilan fotografi dan sketsa.

A. (Awariness)

Menciptakan dan menanamkan di benak konsumen bahwa Motor Honda CB, merupakan sebuah motor yang masih eksis dengan tampilan gaya modif yang modern saat ini, dan masih tetap terlihat keasliannya di bagian asesoris dari motor Honda CB.

I. (Interest)

Membangun keinginan konsumen untuk ingin tahu lebih lanjut Tentang Motor Honda CB, dan seperti apa sisi kelebihan di Motor Honda CB, di bandingkan dengan motor motor lain.

D (Desire)

Menampilkan visualisasi yang menarik dari ciri-ciri dari motor Honda CB, yang dapat mudah dikenali dan dipahami.

A. (Action)

Menggunakan positioning yang kuat dalam visualisasi bentuk, ilustrasi/sketsa, photography dan warna yang colour full, di harapkan audiens dapat lebih mudah mengingat bagaimana dan seperti apa bentuk dari Motor Honda CB, yang akhirnya dapat menimbulkan rasa keinginan dan rasa kecintaan kepada Motor Honda CB.

Strategi Fotografi (gaya foto)

Fotografi ini menggunakan teknik fotografi bergaya stylish, foto dengan konsep style, ini merupakan salah satu jenis fotografi yang lebih menonjolkan dari sisi icon, dan kemenarikan yang ada pada media objek kita.

Strategi Visual (gaya visual)

Strategi visual yang digunakan dalam perancangan tabloid otoplus edisi khusus ini, melihat tampilan contoh tabloid dari luar negeri, contoh tabloid bikers, otomotif, yang dimana contoh dari peletakan pada gambar hanya disesuaikan dengan kebutuhan dari para pembaca dan lebih di tonjolkan di bentuk-bentuk yang terlihat sangat antik, classic dan dapat mewakili dari bentuk tampilan motor tersebut.

1. Format

Dalam penggunaan format kertas yang saya gunakan yaitu menggunakan kertas midt paper yaitu Uk A2 Height 43 cm x Weight 59 cm.

2. Tipografi atau Font

Dalam penggunaan font atau typography dalam layoutan tabloid ini, menggunakan font berjenis Badabum, Helvetica, College, Journal dengan Uk.12 Pt.

3. Tata Layout dan Perwajahan

Layout memiliki banyak sekali elemen yang mempunyai peran berbeda dalam membangun keseluruhan layout. Untuk membuat layout yang optimal desainer perlu mengetahui peran masing-masing elemen tersebut, sebenarnya apa tujuannya ada berbagai elemen dalam suatu layout, secara umum tujuan pertama adalah menyampaikan informasi dengan lengkap, tepat yang kedua adalah kenyamanan dalam membaca termasuk didalamnya kemudahan mencari informasi yang dibutuhkan, navigasi dan estetika elemen layout dibagi menjadi tiga diantaranya:

Elemen Teks, Elemen Visual, Invisible Elemen. Pada umumnya semua karya desain grafis yang berfungsi sebagai media identitas misalnya: Kartu nama, Kertas surat, maupun media promosi atau publikasi seperti: Brosur, Buku, Majalah, Surat kabar mengandung sebagian atau seluruh elemen layout yang akan dijabarkan sebagai berikut (Suriyanto,2008:23).

a. Judul

Suatu artikel biasanya diawali oleh sebuah atau beberapa kata singkat yang disebut judul. Judul diberi ukuran besar untuk menarik perhatian pembaca dan membedakannya dari elemen layout lainnya.

b. Bodytext

Isi atau naskah atau artikel merupakan elemen layout yang paling banyak memberikan informasi terhadap topik bacaan tersebut.

c. Sub judul

Artikel yang cukup panjang biasanya dibagi lagi menjadi beberapa segmen sesuai topiknya. Sub judul berfungsi sebagai judul segmen-segmen tersebut.

d. Caption

Keterangan singkat yang menyertai elemen visual dan inset. Caption biasanya dicetak dalam ukuran kecil dan dibedakan gaya atau jenis hurufnya dengan bodytext dan elemen text lainnya.

e. Indent

Baris pertama paragraf menjorok masuk kedalam.

f. Lead line

Beberapa kata pertama atau seluruh kata dibaris paling awal pada tiap paragraf yang dibedakan atribut hurufnya.

g. Spasi antar paragraf

Untuk membedakan paragraf yang satu dengan yang lainnya, antar paragraf diberi spasi.

h. Nameplate

Nama surat kabar, majalah, tabloid atau newsletter. Biasa dibuat dalam ukuran yang besar diletakkan pada bagian atas halaman depan pada surat kabar, newsletter, tabloid, atau di cover depan majalah (Suriyanto, 2008:52).

Deskripsi Content

1. Modifikasi CB Modern

Tampilan visualisasi motor Honda CB yang sedang mengalami sebuah perjalanan perubahan, atau modifikasi yang tengah terjadi saat ini, seperti bentuk-bentuk modifikasi pada tangki model Dream, yang meniru dari bentuk tampilan motor besar di luar negeri, dan perubahan juga terjadi di ruang mesin pembakaran yang lebih tertuju pada penggabungan antara mesin asli dari motor CB dan mesin-mesin baru saat ini, seperti memakai mesin dari Honda Tiger, Honda Phantom, Honda Verza, Suzuki Satria, Yamaha Vxion.

2. Modifikasi CB Klasik

Tampilan visualisasi yang memberikan nuansa baru dalam bentuk modifikasi pada motor motor klasik Honda CB tanpa menghilangkan sifat keaslian dari bawaan pabrik, dalam modifikasi motor klasik ini lebih menekankan kepada bentuk tampilan di warna cat, permainan velg dan lampu.

3. Safety Dalam Touring

Disini menjelaskan pada aturan-aturan keselamatan dan kelengkapan dalam berkendara maupun touring, Karena aturan dalam safety ini sangat perlu untuk dibudayakan, untuk menghindari dari tingginya dan banyaknya angka kematian di saat berkendara maupun touring akibat dari hal sepele tidak tertib dalam memakai standart kelengkapan dalam touring.

4. Ulang Tahun Honda

Dalam rangka ulang tahun Honda ini ingin membuat suatu acara yang bisa masyarakat nikmati dengan rasa ceria dan semangat, kali ini Honda mengadakan suatu acara lomba foto contest yang berlaku untuk semua masyarakat, yang mempunyai bidang hobi, di dunia fotografi dengan tema Honda Community foto Contest, dan acara Honda ini di dukung dari berbagai Komunitas-komunitas Honda lainnya seperti: Honda Vario, CS1, CB, Megapro, Scoopy, Tiger, Beat, dan lainnya.

5. Touring

Lebih menekankan pada acara-acara Komunitas CB yang bersifat nasional seperti acara jambore CB yang lebih dan sering di adakan di luar Kota Surabaya.

6. Sejarah Honda

Menjelaskan adanya sejarah awal dari lahirnya dan munculnya nama Honda.

7. Asesoris Honda CB

Menjelaskan berbagai macam barang mulai dari orisinil sampai non orisinil dari kelengkapan semua motor Honda CB.

8. Workshop Ban FDR

Pembahasan dalam isi workshop ini lebih menekankan kepada pemilihan sebuah bahan dalam pembuatan ban yang berkualitas dan berstandart internasional.

9. Launching Honda Verza

Dalam launching motor keluaran Honda Verza ini di harapkan bisa mendongkrak sebuah semangat baru dalam berkendara maupun touring.

10. Mesin Honda CB

Memberikan seputar info tentang tips dari merawat mesin, memodifikasi mesin, hingga pemilihan dalam komponen mesin.

KESIMPULAN

CB merupakan alat transportasi yang diproduksi di Indonesia, dengan nama pabrik PT. AHM. Pada tahun 1971 sampai dengan 1982, di saat tahun inilah produksi motor Honda CB mulai muncul dan berkembang, motor motor CB semakin lama semakin meningkat angka dalam pemakainya, Motor CB sendiri merupakan motor yang muncul dengan tampilan yang sangat klasik (standart pabrik).

Maka itu kondisi motor CB saat ini merupakan sebuah motor yang sangat di sukai oleh para penggemar, pengolektor, maupun pengguna. Motor CB dapat berkembang sampai saat ini karena keinginan dari hobi seseorang yang ingin memilikinya dan melestarikannya, CB memiliki sebuah keunggulan, terutama pada mesin dan bentuk bodi, yang bisa di modif atau diolah kembali dengan sangat bagus dan modern, tidak heran jika sekarang bentuk dari tampilan motor Honda CB terlihat sangat bagus dari bentuk aslinya.

Oleh karena itu, perlu media untuk mendokumentasi keunikan dari motor Honda CB dengan pembuatan sebuah media cetak yaitu tabloid, agar dalam pendokumentasian ini dapat memberikan sebuah informasi dan pengetahuan yang pasti, akan berita tentang motor Honda CB, meliputi dari seputar trend modifikasinya, sejarahnya, culture anak-anak komunitas dari motor Honda CB lalu beragam dari event.

KEPUSTAKAAN

Suhandang, Kustadi. 2004. *“Pengantar Jurnalistik” Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik.*

Rustan, Suroto. 2008. *Layout Dasar & Penerapannya.* Jakarta: PT. Gramedia

Sumadira, Haris. *“Jurnalistik Indonesia” Menulis Berita dan Feature.*

Webtografi

<http://www.OtoPlus.com>

<http://www.oldmotorclassic.com> <http://Kompas.com/Home/Otomotif/mobil.motor.dan.debat.antik.htm>

<http://sejarahhondacb.com>

<http://www.astra-honda.com/index.php/about/index/4>

BIODATA PENULIS

Erwin Sugiarta, ST lahir pada tanggal 24 Juni 1989 di kota Surabaya. Menyelesaikan studi S1 jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur tahun 2013.

Aryo Bayu Wibisono, ST., M.Med.Kom lahir pada tanggal 4 Desember 1983 di kota Surabaya. Menyelesaikan studi S1 jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya tahun 2007, S2/Media Komunikasi Universitas Airlangga tahun 2012. Bekerja sebagai Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual di Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur tahun 2008 sampai sekarang.

LAMPIRAN



Gb.1. Cover Tabloid



Gb.2. Layout isi



Gb.3. Pin



Gb.4. T-shirt



Gb.5. Poster