



UNIVERSITAS INDONESIA

PROTOTYPE MAJALAH OLAHRAGA EKSTRIM INDONESIA
“X-TRIM!”

TUGAS KARYA AKHIR

NURHIKMAH
0906613613

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM SARJANA EKSTENSI
DEPOK
JANUARI 2012



UNIVERSITAS INDONESIA

PROTOTYPE MAJALAH OLAHRAGA EKSTRIM INDONESIA
“X-TRIM!”

TUGAS KARYA AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial

NURHIKMAH
0906613613

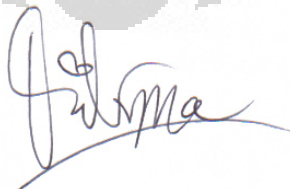
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM SARJANA EKSTENSI
DEPOK
JANUARI 2012

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Nurhikmah
NPM : 0906613613

Tanda Tangan



Kamis, 27 Desember 2011

HALAMAN PENGESAHAN

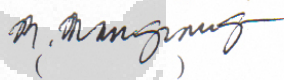
Tugas Karya Akhir ini diajukan oleh

Nama : Nurhikmah
NPM : 0906613613
Program Studi : Komunikasi Massa
Judul Skripsi : *Protoype* Majalah Olahraga Ekstrim Indonesia "X-TRIM!"

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi Massa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing Skripsi : Masmimar Mangiang



()

Penguji : Drs. Moh. Imam Bahtera



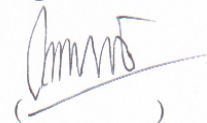
()

Ketua Sidang : Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si



()

Sekretaris Sidang : Dra. Martini M., M.Si



()

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 11 Januari 2012

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaannirrahim,

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir (TKA) yang berjudul *Protoype* Majalah Olahraga Ekstrim Indonesia ‘X-TRIM!’ tepat waktu. TKA ini diajukan untuk memenuhi kewajiban sebagai mahasiswa tingkat akhir dan sebagai persyaratan kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Sosial bidang Komunikasi Massa pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.

Dalam TKA ini penulis menjabarkan konsep media cetak berbentuk majalah bernama X-TRIM!, yang berisikan segala hal yang berkaitan dengan olahraga ekstrim di Indonesia. Majalah ini akan terbit dengan tema yang berbeda di tiap edisinya, di sajikan dengan desain dan konten yang menarik. Tujuan dibuatnya majalah ini adalah untuk memberikan informasi dan pengetahuan bagi masyarakat seputar olahraga ekstrim di Indonesia. Kehadiran majalah ini juga dapat memotivasi masyarakat Indonesia untuk mencintai olahraga ekstrim dan menjadikannya sebagai gaya hidup sehat, mendidik fisik dan mental masyarakat untuk siap melakukan olahraga berisiko, serta memicu prestasi olahraga ekstrim di kancah internasional.

Penulis menyadari bahwa penyusunan TKA ini masih jauh dari sempurna. Mengingat keterbatasan penulis saat membuat TKA dalam waktu yang cukup singkat (empat bulan) bersamaan dengan tugas-tugas kuliah yang tak kalah padatnya. Kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan kedepan nanti. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi berbagi pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 26 Desember 2011

Nurhikmah

UCAPAN TERIMAKASIH

Tugas Karya Akhir (TKA) ini tidak akan terwujud tanpa berbagai pihak. Saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas “segala” Nya.
2. Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si, selaku Ketua Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI.
3. Masmimar Mangiang, selaku Pembimbing. Terimakasih atas segala bimbingan dan masukan yang diberikan kepada penulis selama penyusunan TKA
4. Drs. Moh. Imam Bahtera, selaku Penguji. Terimakasih atas semua kritik dan saran kepada penulis.
5. Dra. Martini M., M.Si. Terima kasih atas waktu yang diberikan.
4. Segenap dosen dan staf Sekretariat Ekstensi FISIP UI atas seluruh ilmu dan bantuan yang diberikan.
5. Seluruh keluarga besar tercinta, Ayah, Ibu, Nenek, Kakak, atas segala dukungan, doa, dan cinta kasihnya yang tak terhingga.
6. Teman-teman seperjuangan Komunikasi Massa angkatan 2009 khususnya penyetaraan 36. Terima kasih atas kebersamaan nya selama ini.
7. Seluruh pihak yang telah membantu baik secara materiil maupun moriil yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu

Akhir kata, TKA ini masih jauh dari sempurna, namun penulis berharap TKA ini dapat menjadi referensi bagi rekan-rekan yang sedang menyusun tugas akhirnya.

Depok, 12 Januari 2012

Nurhikmah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhikmah
NPM : 0906613613
Program Studi : Komunikasi Massa
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Karya Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty – Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Protoype Majalah Olahraga Ekstrim Indonesia ‘X-TRIM!’

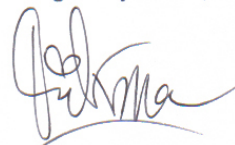
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Depok

Pada Tanggal : 12 Januari 2012

Yang Menyatakan,



(Nurhikmah)

RINGKASAN EKSEKUTIF

Nama : Nurhikmah
Program Studi : Komunikasi Massa
Judul : *Prototype* Majalah Olahraga Ekstrim Indonesia ‘X-TRIM!’

Majalah ini merupakan *prototype* majalah mengenai olahraga ekstrim di Indonesia. Berisi tentang berbagai olahraga ekstrim seperti menyelam, sepeda gunung, panjat tebing, berselancar, dan lain-lain. *Prototype* ini bertujuan untuk memberi informasi sesuai kebutuhan serta pengetahuan mengenai olahraga ekstrim baik dari referensi tempat, produk, tips, hingga komunitas dan berbagai hal lainnya sesuai kebutuhan olahraga ekstrim yang diminati.

Majalah ini ditujukan bagi laki-laki dan perempuan usia 15 tahun - 45 tahun. Total biaya yang akan dikeluarkan majalah ini sebesar Rp 1.542.700.000 dan *Break Even Point* (BEP) di perkirakan dalam waktu empat tahun tiga bulan. Sebagai upaya pengembangan majalah, redaksi akan selalu mengadakan evaluasi secara berkala berupa evaluasi per-edisi, *Focus Group Discussion* (FGD) dan survey pembaca.

Kata kunci: *prototype*, majalah, olahraga ekstrim.

EXECUTIVE SUMMARY

Name : Nurhikmah
Program : Mass Communication
Title : Magazine Prototype “X-TRIM!”

“X-TRIM!” is an Indonesian magazine prototype. Its contents are various extreme sports, such as diving, mountain biking, wall climbing, surfing, etc. This prototype provides essential information for extreme sports lover. Location, products, tips, community, story, profile, and all about extreme sports can be found here.

This magazine is presented for men and women in the range of age around 15 - 45 years old. Estimated total cost for this magazine is Rp 1.542.700.000. Which will reach Break Even Point (BEP) in four year and three months. In order to improve quality, editorial staff will conduct evaluation for each edition, Focus Group Discussion (FGD) and readers survey.

Keywords : *prototype, magazine, extreme sports.*

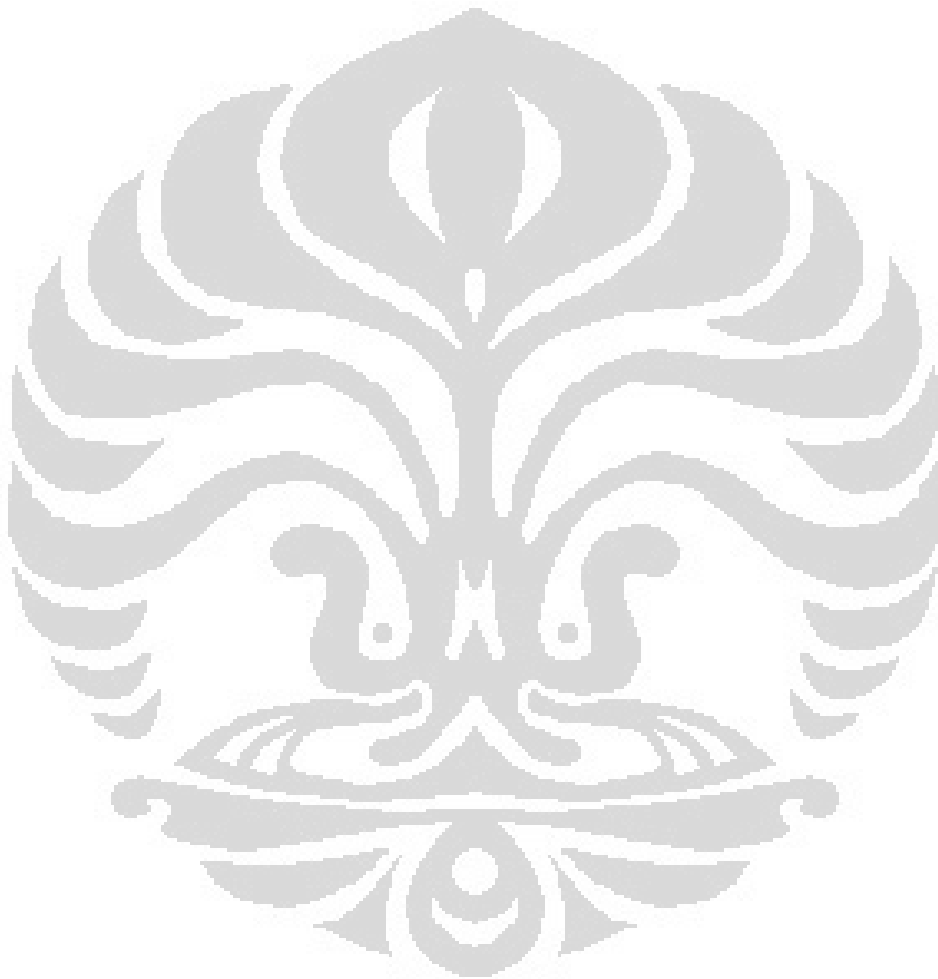
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
RINGKASAN EKSEKUTIF	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GRAFIK	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1. ANALISIS KEBUTUHAN	
1.1 ANALISIS SITUASI	1
1.2 PERNYATAAN KEBUTUHAN	5
1.3 ANALISIS SWOT	7
1.3.1 Strengths	7
1.3.2 Weaknesses	7
1.3.2 Opportunities	7
1.3.4 Threats	7
1.4 JUSTIFIKASI PROGRAM	8
1.4.1 Majalah	8
1.4.2 Kegunaan dan Gratifikasi	13
1.4.3 Gaya Hidup	14
BAB 2. MANFAAT DAN TUJUAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1 MANFAAT	17
2.1.1 Manfaat Bagi Pembaca	17
2.1.2 Manfaat Bagi Penerbit	17
2.2 TUJUAN	18
BAB 3. PROTOTYPE YANG DIKEMBANGKAN	
3.1 IDE	19
3.2 TEMA	19
3.3 VISI	19
3.4 MISI	19
3.5 PESAN KUNCI	19
3.6 KONSEP MAJALAH	20
3.7 IDENTIFIKASI MAJALAH	20
3.8 TARGET PEMBACA	20
3.9 PEMILIHAN NAMA MAJALAH	21
3.10 RUBRIKASI MAJALAH	22
3.11 SDM YANG DIBUTUHKAN	26
3.12 PROMOSI	26
3.13 TEKNIS SIRKULASI	27

3.14 ANGGARAN	28
3.11.1 Daftar Kebutuhan	28
3.11.2 Pengeluaran Biaya	33
3.11.3 Perkiraan Pendapatan	35
3.15 CALON PENGIKLAN POTENSIAL	40
BAB 4. RENCANA EKSEKUSI PROGRAM	
4.1 PERSIAPAN AWAL	42
4.2 PERSIAPAN PENERBITAN PERDANA	43
4.3 DISTRIBUSI	46
4.4 PERENCANAAN IKLAN	47
BAB 5. EVALUASI PROGRAM	
5.1 EVALUASI PER-EDISI	49
5.2 EVALUASI TAHUNAN	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	xiv
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GRAFIK

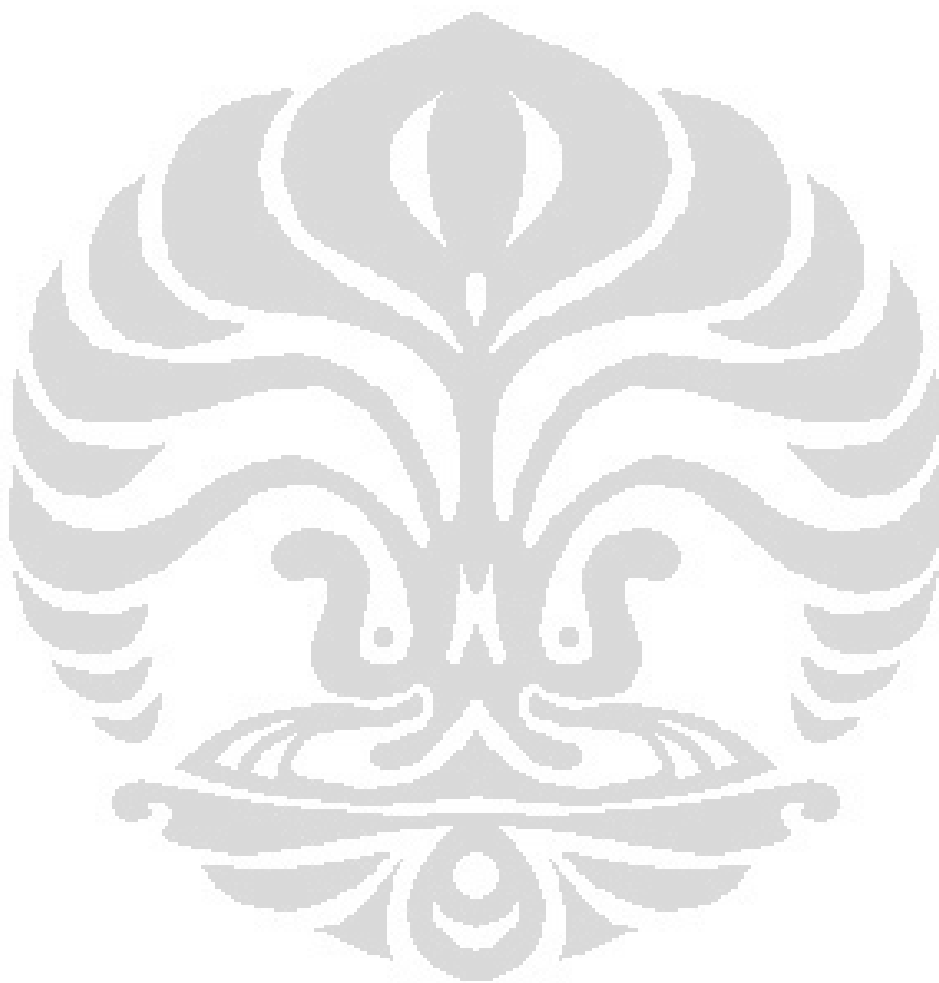
Grafik 1. Kuesioner (Kebutuhan Majalah Olahraga Ekstrim)	6
Grafik 2. Kuesioner (Frekuensi Terbit Majalah X-TRIM!)	6



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. *Name Plate* Majalah

21



DAFTAR TABEL

Tabel 1. SDM yang Dibutuhkan	26
Tabel 2. Peralatan dan Perlengkapan Kantor	28
Tabel 3. ATK	30
Tabel 4. Modal awal	32
Tabel 5. Gaji Karyawan	33
Tabel 6. Biaya Administrasi dan Umum (Biaya Tetap) Per Bulan	34
Tabel 7. Biaya Operasional (Biaya Tak Tetap) dan THR	34
Tabel 8. Tarif Iklan	35
Tabel 9. Perkiraan Pendapatan Iklan Per Edisi	36
Tabel 10 Perkiraan Penjualan Majalah Per Edisi	38
Tabel 11 Perkiraan Pendapatan Per Edisi	38
Tabel 12. Perkiraan Pendapatan Per Tahun	38
Tabel 13. <i>Break Even Point</i>	39
Tabel 14. Daftar Calon Pengiklan Potensial	41
Tabel 15. <i>Time Table</i>	48

BAB 1

ANALISIS KEBUTUHAN

1.1 Analisis Situasi

“Mendobrak rasa takut, menantang risiko, memacu adrenalin hingga titik terekstrim, tanpa batas”

Salah satu karakteristik makhluk hidup di dunia, termasuk manusia adalah melakukan gerakan. Antara manusia dan aktivitas fisik merupakan dua hal yang sulit atau tidak dapat dipisahkan. Hal ini dapat dilihat bahwa sejak manusia pada jaman primitif hingga jaman modern, aktivitas fisik atau gerak selalu melekat dalam kehidupan sehari-harinya. Berarti aktivitas fisik selalu dibutuhkan manusia. Neilson (1978) mengemukakan bahwa manusia berubah sangat sedikit selama 50.000 tahun yang berkaitan dengan organisasi tentang struktur dan fungsi yang dibawa sejak lahir. Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa perubahan utama bukan pada manusianya, melainkan pada kebutuhan dan kemampuan untuk menyesuaikan dengan perubahan-perubahan besar di dalam lingkungan alam dan lingkungan buatan manusia. Manusia berusaha memodifikasi lingkungannya dengan mencoba-coba, eksplorasi dan dengan eksploitasi.

Pada zaman primitif gerakan pada mulanya merupakan gejala emosional murni yang dilakukan manusia untuk kesenangan dan komunikasi dengan dewa. Selanjutnya, gerakan berkembang dari pelaksanaan gerak yang tidak terencana ke kondisi gerak yang hingar-bingar pada upacara seremonial dan komunikasi untuk kerja seni. Karena aktivitas gerak sangat penting baik untuk kelangsungan hidup maupun komunikasi dengan dewa, maka aktivitas fisik tersebut merupakan yang terpenting untuk eksistensi manusia. Oleh karena itu, mereka mulai menyusun struktur geraknya ke dalam bentuk-bentuk yang bermanfaat, tepat dan sadar. Harrow (1977) mengemukakan bahwa ada tujuh pola gerak yang sangat penting untuk eksistensi orang primitif yang merupakan dasar gerakan keterampilan.

Aktivitas gerak ini adalah inheren dalam diri manusia, yakni lari, lompat/loncat, memanjat, mengangkat, membawa, menggantung, dan melempar.

Hingga kini aktivitas fisik atau gerak, juga tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, karena gerak dipandang sebagai kunci untuk hidup dan untuk keberadaan dalam semua bidang kehidupan. Dengan demikian, antara manusia dan aktivitas fisik tidak dapat dipisahkan dari kehidupannya. Aktivitas fisik yang sangat mempengaruhi tingkat kesegaran jasmani seseorang adalah olahraga.

Olahraga secara harfiah berarti sesuatu yang berhubungan dengan mengolahraga atau dapat dikatakan mengolah fisik. Ilmu faal olahraga menyebutkan bahwa olahraga adalah serangkaian gerak raga yang teratur dan terencana yang dilakukan orang dengan sadar untuk meningkatkan kemampuan fungsionalnya, sesuai dengan tujuannya melakukan olahraga. Olahraga merupakan serangkaian gerak raga yang teratur dan terencana yang dilakukan orang dengan sadar untuk mencapai suatu maksud dan tujuan tertentu (Giriwijoyo, 2005).

Olahraga kini sudah menjadi kebutuhan masyarakat secara luas. Terbukti dari bertumbuhnya pusat-pusat olahraga serta dipenuhinya ruang-ruang publik pada hari libur oleh masyarakat yang berolahraga. Hal ini menunjukkan bahwa olahraga bukan hanya sekedar kebutuhan, namun sudah menjadi gaya hidup. Pada umumnya mereka melakukan olahraga untuk menjaga kebugaran tubuh serta menjaga kesehatan, akan tetapi tidak sedikit juga mereka yang melakukannya karena hobi atau mengejar prestasi.

Seiring kemajuan ilmu dan teknologi yang telah memberikan berbagai perubahan perilaku dan pola hidup, olahraga kini semakin banyak ragamnya. Saat olahraga tradisional dirasa tak lagi cukup, alam menyediakan keganasannya untuk ditaklukkan. Tujuannya pun tidak lagi sekedar menyehatkan tubuh tetapi juga pemenuhan kepuasan adrenalin. Olahraga demi pemenuhan kepuasan adrenalin ini biasanya disebut olahraga penuh aksi atau olahraga ekstrim. Aktivitas Olahraga Ekstrim biasanya menampilkan kecepatan, ketinggian, bahaya dan aksiantang diri yang luar biasa beraninya. Olahraga yang termasuk kategori ini banyak dan beragam.

Olahraga ekstrim tidak hanya bisa memacu adrenalin, namun juga memberikan manfaat kesehatan yang tidak sedikit. Saat sedang stres berat misalnya, melakukan olahraga ekstrim bisa menjadi solusinya. Ada beberapa karakteristik umum yang membedakan olahraga ekstrim dengan olahraga lain pada umumnya. Meskipun tidak eksklusif untuk anak muda, namun olahraga ekstrim cenderung dilakukan oleh mereka yang berusia 15 sampai 45 tahun. Tentu patokan umur ini bergantung kepada jenis dari olahraga ekstrim yang dilakukan serta tingkat kesehatan pelakunya. (<http://www.tahukahkamu.com/2011/02/olahraga-ekstrim-dan-manfaatnya.html>)

Ciri khas lainnya adalah olahraga ekstrim tidak dipraktikkan dalam kegiatan olahraga di sekolah, serta cenderung dilakukan individual daripada berkelompok. Selain itu, mereka yang melakukan olahraga ekstrim biasanya tidak dilakukan secara sembarangan, mereka mendapatkan bimbingan khusus terlebih dahulu dari para ahli yang telah berpengalaman sebelum melakukannya, dan dengan persiapan fisik yang prima. Olahraga ekstrim juga memiliki kekhususan tersendiri. Apabila olahraga lainnya mengedepankan persaingan dengan kompetitor, maka olahraga ekstrim berfokus pada menaklukkan rasa takut diri sendiri dan bagaimana kita bisa menghadapi tantangan alam.

Variabel-variabel lingkungan yang tidak bisa ditebak, seperti cuaca dan medan yang terkait termasuk ketinggian, angin, air, salju dan dataran ekstrim, menjadi bagian dari tantangan yang harus bisa ditaklukkan para penikmat olahraga ekstrim. Karena fenomena alam tidak dapat dikendalikan, kesiapan mental serta ketrampilan memiliki pengaruh sangat besar dalam olahraga ekstrim.

Di luar Indonesia, olahraga ekstrim telah berkembang pesat sehingga menjadi satu komunitas besar dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat masa kini. Di Indonesia pada khususnya, jumlah peminat dan pecinta olahraga ekstrim mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Menurut data statistik, peminat cabang olahraga ekstrim (yang telah diperlombakan) di seluruh Indonesia diperkirakan berjumlah minimal 0,5 % dari total populasi penduduk Indonesia. Sesuai laporan pemerintah bahwa jumlah penduduk Indonesia tahun 2011 sebanyak 237.560.000 jiwa. Jadi peminat olahraga ekstrim berjumlah kurang lebih

Universitas Indonesia

118.780 orang dengan komposisi pria 70 % (83.150 orang) dan wanita 30 % (35.630 orang). ([http://www.kemenpora.go.id/DATA%20INFORMASI%OLAH RAGA.pdf](http://www.kemenpora.go.id/DATA%20INFORMASI%OLAH%20RAGA.pdf))

Ragam olahraga ekstrim di Indonesia antara lain *Mountain Biking* (sepeda gunung), *Diving* (menyelam), *Climbing* (panjat tebing), *Surfing* (berselancar), *Bungee Jumping* (melompat dari ketinggian), *Offroad* (otomotif ekstrim), Paragliding (olahraga terbang layang), *Skateboard* (papan luncur), dan lain-lain. Untuk pertama kalinya Indonesia telah mempertandingkan olahraga ekstrim pada SEA Games 2011. Ada beberapa cabang olahraga ekstrim yang dipertandingkan, yaitu *wall climbing*, *paragliding*, dan *roller-skating*. Didukung oleh Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga (KEMENPORA), dan berbagai organisasi olahraga ekstrim seperti Federasi panjat tebing Indonesia (FPTI), *Indonesian Extreme Sports Federation* (IXF), dan lain-lain, kini telah banyak atlet olahraga ekstrim yang sukses mengharumkan nama Indonesia. Diharapkan akan lebih banyak lagi atlet berbakat lahir dari ajang ini untuk mendapat pengakuan di dunia internasional sekaligus mengangkat nama bangsa.

1.2 Pernyataan Kebutuhan

Saat ini jika ditelusuri lebih dalam, tidak sedikit orang-orang yang menggemari olahraga ekstrim, bahkan menjadikannya sebagai pilihan gaya hidup. Dengan adanya peminat olahraga ekstrim, tentunya mereka membutuhkan berbagai informasi mengenai olahraga tersebut, misalnya referensi tempat, produk, komunitas, dan berbagai hal lainnya sesuai kebutuhan olahraga ekstrim yang diminati. Namun, hingga saat ini di Indonesia belum ada satupun pengelola media cetak yang menerbitkan majalah yang mengangkat mengenai “berbagai” olahraga ekstrim dalam satu kemasan majalah hingga saat ini. Majalah yang ada hanya sebatas mengulas satu olahraga ekstrim saja, misalnya majalah “*Scuba Diver*” yang khusus mengulas tentang olahraga ekstrim *Diving*, majalah “*JIP*”

yang khusus mengulas olahraga ekstrim *offroad*, atau majalah “*Magic Wafe*” yang khusus mengulas olahraga ekstrim *Surfing*.

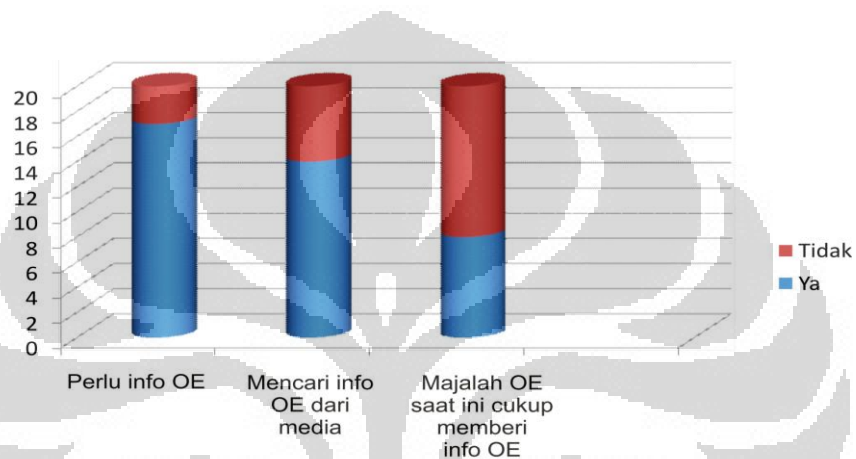
Di sisi lain, kini telah banyak media yang lebih canggih seperti televisi, radio maupun media baru yakni *on-line* media. Walaupun begitu, tidak dapat dipungkiri majalah masih merupakan sumber informasi yang penting bagi masyarakat meski telah banyak media lain yang beredar. Karakteristik *long life span* dari majalah dimana sebagai media yang memiliki usia edar paling panjang dari seluruh media yang ada, sehingga dapat dibaca berulang-ulang sesuai keinginan. Kemudian kemampuannya dalam memberikan informasi secara lebih jelas, logis, lengkap dan mencakup (Oetama, 2001), serta kualitas visual yang prima. Selain itu, khalayak sasaran menjadi salah satu keunggulan majalah jika dibandingkan dengan media lainnya adalah kemampuannya menjangkau segmen pasar tertentu yang terspesialisasi. Majalah olahraga ekstrim misalnya, merupakan suatu majalah *special interest* yang akan mempunyai peranan penting dan potensial sebagai media periklanan karena dianggap memiliki *captive market*.

Penulis telah melakukan menyebarkan kuesioner untuk mengukur dan mengetahui minat masyarakat khususnya pecinta olahraga ekstrim mengenai majalah X-TRIM! ini. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada 20 responden. Seluruh responden menyatakan perlu adanya majalah yang membahas mengenai berbagai olahraga ekstrim. Responden merupakan orang-orang berusia 15 – 45 tahun, yang berminat dan berkecimpung di dunia olahraga ekstrim, dari pemanjat tebing, instruktur penyelam, hingga atlet paralayang. Responden berasal dari latarbelakang profesi yang beragam dan berdomisili di wilayah JABODETABEK.

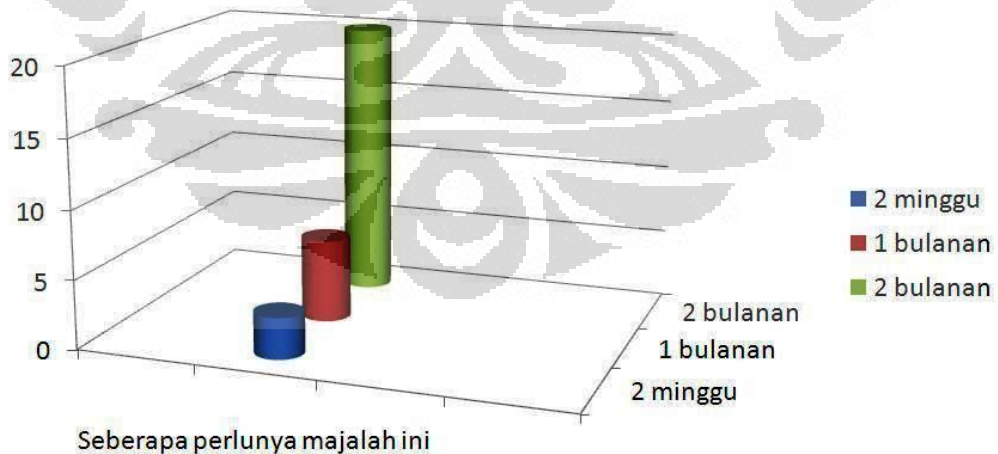
Dari hasil kuesioner, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka membutuhkan media informatif seputar ragam olahraga ekstrim di Indonesia, seperti informasi produk-produk terbaru, komunitas olahraga ekstrim, referensi tempat berolahraga ekstrim, hingga petunjuk teknis berolahraga ekstrim. Sebagian besar responden mengakui bahwa majalah olahraga ekstrim saat ini belum cukup memberikan informasi. Kemudian responden menginginkan majalah terbit dua bulanan dengan ukuran majalah A4 (21 cm x 29,7 cm). Adapun rubrikasi pada

Universitas Indonesia

majalah X-TRIM! merupakan hasil dari kuesioner yang disebar. Lalu isi dari majalah X-TRIM! merupakan gambaran kebutuhan informasi dari para peminat olahraga ekstrim yang ingin mendapatkan informasi mengenai berbagai olahraga ekstrim. Atas dasar pernyataan kebutuhan tersebut, maka dirasakan perlu adanya majalah yang membahas mengenai berbagai olahraga ekstrim di Indonesia, yaitu majalah X-TRIM!.



Grafik 1. Kuesioner (Kebutuhan Majalah Olahraga Ekstrim)



Grafik 2. Kuesioner (Frekuensi Terbit Majalah X-TRIM!)

1.3 Analisis SWOT

1.3.1 *Strengths* (kekuatan)

Kekuatan majalah ini adalah kebaruan ide. Hingga saat ini belum ada majalah bertema serupa di Indonesia dengan menghadirkan informasi yang spesifik tentang berbagai olahraga ekstrim, dengan desain dan konten yang menarik, sehingga akan berpotensi merangkul banyak peminat.

1.3.2 *Weaknesses* (kelemahan)

1. Keterbatasan biaya produksi dan promosi, dikarenakan proses percetakan majalah *full colour* yang mahal serta memerlukan biaya yang cukup besar pula untuk memperkenalkannya kepada publik.
2. Target pembaca terbatas pada peminat olahraga ekstrim saja.
3. Konsumen hanya bisa melihat gambar, sedangkan olahraga ekstrim lebih hidup jika dapat disiarkan secara video.

1.3.3 *Opportunities* (peluang)

1. Meningkatnya animo khalayak akan olahraga ekstrim sehingga kebutuhan akan informasi seputar olahraga ekstrim meningkat.
2. Terbukanya peluang bagi pihak pemasang iklan dan promosi untuk memanfaatkan media komunitas olahraga ekstrim ini.
3. Toko olahraga makin banyak menyediakan peralatan olahraga ekstrim menjadi peluang sasaran distribusi majalah ini.
4. Eksklusivitas dari olahraga ekstrim ini membuat pecinta olahraga ini menjadi konsumen yang setia.

1.3.4 *Threats* (ancaman)

1. Keberadaan media baru yang menjadi pesaing, yaitu media *on-line* membuat animo masyarakat terhadap majalah atau media cetak terancam berkurang.

2. Banyaknya *channel* televisi asing yang mengupas olahraga ekstrim dengan kemasannya jauh lebih menarik.

1.4. Justifikasi Program

1.4.1. Majalah

Majalah adalah suatu produk yang terbit secara berkala baik mingguan atau bulanan. Ukurannya 7x10 inci, atau bentuk apapun yang lebih kecil dibandingkan surat kabar. Umumnya, majalah dicetak dengan kertas berlapis atau mengkilat. Majalah yang juga sering disingkat *mag* ini juga terbagi atas beberapa tipe, seperti majalah berita (contohnya Times dan Newsweek), majalah bisnis (contohnya Fortune), majalah hobi (contohnya Sports Illustrated). Majalah berasal dari bahasa Perancis *magasin* yang diambil dari bahasa Italia *magazzino*, yang secara harfiah berarti tempat penyimpanan. Majalah dirancang dengan tata letak berupa area *white space* yang luas, kolom yang lebar, dan berbagai elemen lain yang terkait dengan susunan isi majalah (Weiner, 1989).

Berbeda dengan surat kabar, majalah jauh lebih menspesialisasikan produknya untuk menjangkau konsumen tertentu. Setiap majalah umumnya mempunyai pembaca lebih sedikit dibandingkan dengan pembaca surat kabar, namun memiliki pasar yang lebih mengelompok. Usia majalah juga lebih panjang dibandingkan dengan surat kabar. Mengenai struktur majalah dapat dibedakan atas dasar frekuensi penerbitan dan publik pembacanya. Menurut frekuensi penerbitannya dapat dibedakan menjadi mingguan, dwi mingguan, bulanan bahkan ada yang triwulan. (Assumpta, 2005).

Samye Johnson dan Patricia Prijatel (2000) membedakan karakteristik majalah dengan media lain, yaitu:

1. Kedalaman informasi dan tidak mudah lekang oleh waktu (*Depth and Timelessness*). Dibandingkan surat kabar yang hanya berorientasi pada berita, majalah memiliki lebih banyak liputan mendalam. Tak hanya itu,

majalah juga mengolah informasi yang tidak mudah lekang oleh waktu, seperti isu-isu tertentu dan *trend*.

2. Kekhususan isi dan khalayak (*Specialization of Content and Audience*). Majalah memiliki isi dan khalayak yang spesifik.
3. Opini, interpretasi dan advokasi (*Opinion, Interpretation, and Advocacy*). Karena khalayak pembaca majalah sudah tersegmentasi, majalah dapat memilah-milah berbagai isu, opini, ataupun interpretasi yang sesuai untuk pembaca.
4. Bersifat permanen (*Permanence*). Umumnya halaman majalah dijilid kawat (*saddle stitch*), lem punggung, dan *perfect binding* yang hasilnya menyerupai buku tipis. Dengan begitu, majalah dapat disimpan dalam bentuk kumpulan edisi kurun tertentu. Kebiasaan ini muncul karena ada sejumlah pembaca yang gemar membaca berulang kali. Kebanyakan pembaca juga cenderung meminjamkan atau memberikan majalah lama pada orang lain, sehingga *pass along readership*-nya bisa mencapai 4 – 10 kali lipat.
5. Memiliki konsistensi (*Consistency*). Konsistensi yang dimaksud disini terkait dengan konsistensi jiwa dan visi majalah tersebut. Termasuk didalamnya adalah konsep desain majalah, penggunaan huruf, penempatan kolom dan foto, penulisan jilid, pengaturan rubrik, hingga penyajian boks dan penggunaan baris.
6. Frekuensi (*Frequency*). Konsistensi majalah dapat dilihat dari frekuensi penerbitannya. Misalnya, ada majalah yang terbit secara mingguan, dwi mingguan, bulanan, dwi bulanan, atau dalam rentang waktu tertentu.

Sebagai salah satu jenis media massa, majalah tentunya memiliki fungsinya sendiri. Fungsi media massa menurut Charles Wright adalah (Ruben, 1992):

1. *Surveillance*

Media memberikan pesan-pesan yang berisikan informasi yang memungkinkan khlayaknya untuk menyadari atau mengetahui akan apa

yang terjadi dalam lingkungan yang mungkin mempengaruhi mereka.

2. *Correlation*

Media massa menginterpretasikan dan menghubungkan setiap peristiwa yang terjadi. Hal ini membantuk khalayak untuk menentukan relevansi informasi *surveillance* dari setiap peristiwa tersebut bagi diri mereka.

3. *Socialization*

Media massa membuat khalayaknya merasakan pengalaman yang sama walaupun tidak berada dalam satu tempat dan memberikan kontribusi dalam penciptaan kebudayaan umum dan konsensus kebudayaan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

4. *Entertainment*

Media massa merupakan sumber hiburan massa yang menyediakan pengalihan dasar dan pelepasan dari tensi hidup yang kadang menekan dalam kehidupan khalayaknya.

Tokoh pers dari Inggris, Lord Thomson Fleet mengatakan bahwa perusahaan penerbitan pers (majalah) yang baik adalah yang dapat menciptakan keuntungan. Kekuatan financial dan stabilitas komersial, merupakan jaminan terhadap perkembangan penerbitan. Manajemen harus mampu mempergunakan sumber daya yang dimilikinya. (Djuroto, 2000)

Menurut Achal Mehra (1989), organisasi penerbitan pers:

1. Pemimpin Umum

Pemimpin Umum memegang tiga kendali berupa bidang redaksi, percetakan, dan bidang usaha.

2. Bidang Redaksi, terdiri dari:

a. Pemimpin Redaksi

Mengendalikan kegiatan keredaksian di perusahaannya yang meliputi penyajian berita, penentuan liputan, pencarian fokus pemberitaan, menugaskan atau membuat sendiri tajuk dan sebagainya. Dapat dibantu oleh Redaktur Pelaksana, Redaktur Halaman, Asisten Redaktur.

b. Sekretaris Redaksi

Bertugas membantu Pemimpin Redaksi dalam hal administrasi keredaksian.

c. Redaktur Pelaksana

Bertanggungjawab terhadap isi halaman media cetak. Banyaknya redaktur pada setiap penerbitan pers tergantung dengan banyaknya halaman atau bidang yang disajikan oleh penerbitan pers.

d. Reporter

Bertugas mencari, mengumpulkan, dan mengolah informasi menjadi berita untuk dimuat melalui media massa.

e. Koresponden

Disebut juga wartawan pembantu, berdomisili di suatu daerah, diangkat atau ditunjuk oleh suatu penerbitan pers di luar daerah atau luar negeri.

3. Bidang Cetak

a. Bagian Produksi

Terbagi atas sub bagian Pracetak, Cetak, dan Perawatan

b. Bagian Administrasi Cetak

4. Bidang Usaha

- a. Bagian Iklan
- b. Bagian Sirkulasi
- c. Bagian Keuangan
- d. Bagian Layanan Pelanggan
- e. Bagian Umum/ Personalia
- f. Bagian Teknik

Agar majalah yang dirancang tepat sasaran, maka perlu diketahui tipe-tipe pembaca majalah, antara lain (Surmanek, 1992):

1. Pembaca Utama

Khalayak konsumen yang membeli atau mengonsumsi majalah secara teratur, baik dengan berlangganan atau cara lainnya.

2. Pembaca Sambilan

Khalayak konsumen yang membeli atau mengonsumsi majalah secara tidak teratur. Misalnya, orang yang hanya membeli majalah jika topik majalah tersebut menarik minatnya.

3. Pembaca di Rumah

Khalayak konsumen yang secara teratur maupun tidak, telah mengonsumsi majalah tersebut di rumah, karena telah tersedia dengan sendirinya. Misalnya orangtua yang telah terbiasa untuk membelikan majalah untuk anaknya.

4. Pembaca di Luar Rumah

Khalayak konsumen yang secara teratur maupun tidak, telah mengonsumsi majalah yang tidak mereka beli, diluar rumah mereka. Misalnya, anak yang mengonsumsi majalah di perpustakaan sekolahnya, atau ruang tunggu suatu tempat umum.

Majalah X-TRIM menyajikan isi yang spesifik yaitu khusus olahraga ekstrim. Baik isi maupun desain menyangkut beragam informasi mengenai berbagai olahraga ekstrim di Indonesia yang dikupas secara mendalam. Majalah X-TRIM! juga menjangkau konsumen tertentu (*segmented*), yakni mereka yang berminat dengan olahraga ekstrim. Selain itu Majalah X-TRIM! konsisten dalam frekuensi penerbitannya, yaitu dua bulan sekali.

1.4.2. Teori Kegunaan dan Gratifikasi (*Uses and Gratification*)

Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (1974) mempresentasikan sebuah artikulasi yang sistematis dan komprehensif mengenai peran anggota khalayak dalam proses komunikasi massa. Mereka merumuskan pemikiran mereka dan menghasilkan Teori Kegunaan dan Gratifikasi. Teori ini menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu. Teoritikus Kegunaan dan Gratifikasi menganggap orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi.

Teori yang berpusat pada khalayak media ini menekankan seseorang konsumen media yang aktif. Mempertimbangkan bahwa prinsip yang sangat melingkupi ini berlawanan dengan cara pandang yang ditawarkan oleh teoritikus media lain dan perspektif teoritis lainnya, sangat penting untuk menelusuri perkembangan teori ini. (West & Turner, 2008)

Khalayak dalam pendekatan Kegunaan dan Gratifikasi, diasumsikan sebagai pihak yang aktif. Khalayak yang aktif memberi penekanan pada sifat selektif dari interaktif antara khalayak dengan media massa. Pendekatan Kegunaan dan Gratifikasi memiliki beberapa asumsi dasar : (Denis McQuail, 1984)

1. Khalayak aktif

Perspektif Kegunaan dan Gratifikasi berasumsi bahwa penonton adalah khalayak yang aktif dalam proses komunikasi. Perilaku komunikasi dari anggota khalayak ini mengarah pada tujuan dan didasari oleh motivasi tertentu.

2. Penggunaan media sebagai pemuasan kebutuhan

Media selalu digunakan dan dipilih untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan dari anggota khalayak.

3. Faktor sosial dan psikologis

Faktor sosial dan psikologis individu mempengaruhi perilaku komunikasi mereka.

4. Kompetisi dan mediasi

Media bersaing dengan berbagai bentuk komunikasi lainnya dalam hal pemilihan, perhatian dan penggunaan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan khalayaknya.

Berdasarkan teori komunikasi tersebut, dapat dilihat bahwa orang secara aktif mencari media tertentu (dalam hal ini majalah), dan muatan (isi) tertentu berkaitan dengan minat dan kepentingannya (dalam hal ini informasi olahraga ekstrim) untuk mencapai kepuasan dan memenuhi kebutuhan (gaya hidup sehat, status sosial, dan sebagainya).

1.4.3. Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Gaya hidup adalah *“A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions)”* (Assael, 1984). Jadi secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya

(aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).

Gaya hidup diartikan sebagai *a way of living based on identifiable patterns of behaviour which are determined by the interplay between an individual's personal characteristics, social interactions, and socio economic and environmental living condition* (WHO, 1998). Pola pola perilaku (*behavioral patterns*) akan selalu berbeda dalam situasi atau lingkungan sosial yang berbeda, dan senantiasa berubah, tidak ada yang menetap (*fixed*). Gaya hidup individu, yang dicirikan dengan pola perilaku individu, akan memberi dampak pada kesehatan individu dan selanjutnya pada kesehatan orang lain. Dalam “kesehatan” gaya hidup seseorang dapat diubah dengan cara memberdayakan individu agar merubah gaya hidupnya, tetapi merubahnya bukan pada si individu saja, tetapi juga merubah lingkungan sosial dan kondisi kehidupan yang mempengaruhi pola perilakunya. Harus disadari bahwa tidak ada aturan ketentuan baku tentang gaya hidup yang “sama dan cocok” yang berlaku untuk semua orang. Budaya, pendapatan, struktur keluarga, umur, kemampuan fisik, lingkungan rumah dan lingkungan tempat kerja, menciptakan berbagai “gaya” dan kondisi kehidupan lebih menarik, dapat diterapkan dan diterima (<http://www.promosikesehatan.com/?act=article&id=134&pg=2>)

Kindra membedakan dimensi-dimensi yang terdapat dalam gaya hidup menjadi (Prasetijo dan Ihalauw, 2005):

1. Aktivitas. Dimensi ini pada gaya hidup mencakup apa yang dikerjakan, hobi, *social event*, liburan, hiburan, keanggotaan klub, komunitas, belanja, dan olahraga.
2. Minat. Yang termasuk dalam *interest* adalah keluarga, rumah, pekerjaan, komunitas, rekreasi, fashion, makanan, media, dan *achievement*.
3. Opini. Yang termasuk dalam opini mencakup pendapat tentang diri mereka sendiri, isu-isu, sosial, politik, bisnis, ekonomi, pendidikan, masa depan dan budaya.

Universitas Indonesia

4. Demografi. Mencakup usia, pendidikan, pendapatan, pekerjaan, geografis, tahapan, dan siklus keluarga.

Mereka juga mengatakan ada tiga hal yang menjadi karakteristik gaya hidup, yakni:

1. Tampilan luar penampilan luar dari benda-benda, orang, ataupun aktivitas menjadi salah satu aspek penting dalam masyarakat.
2. Diri dan identitas. Semua sifat dan kualitas dalam diri setiap individu merupakan sebuah identitas baginya.
3. Fokus perhatian berulang-ulang. Cara-cara hidup yang diterima suatu kelompok bisa dikenali melalui ide-ide, nilai, cita rasa, musik, makanan, pakaian, dan lain-lain. (Prasetijo dan Ihalauw: 2005)

Aktivitas olahraga ekstrim pada masa belakangan ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena tantangan yang ada dalam olahraga ini. Ia pada umumnya diminati kalangan tertentu, dan cenderung sebagai gaya hidup yang pada akhirnya menjadi kebutuhan masyarakat.

BAB 2

MANFAAT DAN TUJUAN PENGEMBANGAN MODEL

2.1 Manfaat

2.1.1 Manfaat bagi Pembaca

Manfaat yang akan didapatkan oleh masyarakat yang menjadi *target market* majalah ini adalah semakin bertambahnya jenis informasi dan pengetahuan yang dimiliki mengenai berbagai olahraga ekstrim khususnya di Indonesia. Berbagai rubrik yang ada di majalah ini dapat dijadikan acuan dalam memperoleh informasi mengenai beragam hal, mulai dari informasi tentang ragam olahraga ekstrim, komunitas, manfaatnya bagi kesehatan, berbagai produk dan tips, hingga tempat-tempat berolahraga ekstrim di Indonesia.

2.1.2 Manfaat bagi Penerbit

Dengan menerbitkan majalah ini, pihak penerbit akan mendapatkan berbagai keuntungan, yaitu:

1. Kredibilitas secara sosial

Manfaat bagi penerbit, jika dilihat dari sisi sosial maka pihak pengelola membantu para masyarakat umum dan peminat olahraga ekstrim untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan seputar olahraga ekstrim. Majalah ini memberikan peningkatan status bagi pengelola program, dimana para peminat olahraga ekstrim akan memandang pengelola program mau berusaha memperlihatkan keberadaan olahraga ekstrim di tengah-tengah masyarakat Indonesia.

Selain itu penerbit juga akan menjadi pelopor majalah/ perusahaan yang mengajak masyarakat untuk mengapresiasi gaya hidup berbagai olahraga ekstrim di Indonesia.

2. Manfaat ekonomi

Keuntungan bersifat ekonomi diperoleh penerbit dari hasil penjualan majalah dan pengiklan yang beriklan di majalah ini. Mengingat isu yang diangkat merupakan isu baru dalam dunia majalah Indonesia mampu menarik minat masyarakat. Maka diharapkan dengan makin banyaknya jumlah pembaca, maka akan meningkatkan jumlah pengiklan, dan pada akhirnya keuntungan yang akan diperoleh penerbit akan makin besar.

2.2 Tujuan

Tujuan dibuatnya majalah ini adalah untuk memberikan informasi dan pengetahuan bagi masyarakat seputar olahraga ekstrim. Hingga saat ini belum ada majalah bertema serupa di Indonesia, berisi informasi berbagai olahraga ekstrim dengan desain dan konten yang menarik. Kehadiran majalah ini juga dapat memotivasi masyarakat Indonesia untuk mencintai olahraga ekstrim dan menjadikannya sebagai gaya hidup sehat, mendidik fisik dan mental masyarakat untuk siap melakukan olahraga berisiko, serta sebagai media informatif dalam petunjuk teknis berolahraga ekstrim.

Selain itu tujuan lain yang hendak dicapai oleh majalah ini adalah menumbuhkan minat olahraga ekstrim di kalangan masyarakat Indonesia, yang nantinya dapat memicu prestasi olahraga ekstrim di kancah internasional. Di sisi lain, diharapkan majalah ini mampu bersaing di pasaran media cetak khusus olahraga yang nantinya akan mendatangkan keuntungan bagi pengelolanya.

BAB 3

PROTOTYPE YANG DIKEMBANGKAN

3.1 Ide

Mengembangkan media cetak berbentuk majalah format A4 dan terbit dua bulan sekali yang ditujukan khusus untuk para peminat olahraga ekstrim. Majalah ini akan memberikan informasi lengkap dan mendalam seputar olahraga ekstrim dan kebutuhannya.

3.2 Tema

Program majalah ini secara khusus menyajikan informasi, dan pengetahuan seputar berbagai olahraga ekstrim di Indonesia.

3.3 Visi

Menjadikan majalah ini sebagai media informasi utama dan terbesar bagi para peminat olahraga ekstrim khususnya di Indonesia.

3.4 Misi

- a. Memberikan informasi dan pengetahuan mengenai berbagai olahraga ekstrim
- b. Menjadikan olahraga ekstrim sebagai alternatif olahraga yang tidak hanya bisa memacu adrenalin, namun juga menjadikannya sebagai gaya hidup sehat, bahkan dapat memupuk semangat untuk mengangkat nama bangsa dan negara di mata internasional

3.5 Pesan Kunci

Olahraga ekstrim adalah kegiatan yang menarik, penuh tantangan, memacu adrenalin, melatih fisik dan mendidik mental, namun perlu dilakukan sesuai dengan prosedur yang aman dan keterampilan yang terlatih.

3.6 Konsep Majalah

Konsep majalah ini berisikan segala hal yang berkaitan dengan olahraga ekstrim di Indonesia. Majalah ini akan terbit dengan tema yang berbeda di tiap edisinya, di sajikan dengan desain dan konten yang menarik.

3.7 Identifikasi Majalah

Jenis	: Majalah olahraga ekstrim
Nama	: X-TRIM!
Frekuensi Terbit	: Dwi bulanan setiap tanggal 15 (pertengahan bulan)
Bahasa	: Indonesia
Jumlah Halaman	: 96 halaman
Ukuran	: A4
Jenis Kertas	: Matte paper 90 gram (isi), Art carton 120 gram (cover)
Cetak	: Warna
Tiras	: 1.500 eksemplar
Penerbit	: Perusahaan/ institusi berbadan hukum
Area distribusi	: Indonesia (toko buku, toko olahraga, dan lain-lain)

3.8 Target Pembaca

Terget Pembaca	: Para peminat olahraga ekstrim di Indonesia
Cakupan Wilayah	: Pulau Jawa, Sumatera, Bali, Kalimantan, dan Papua
Usia	: 15 tahun - 45 tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan perempuan
Bahasa	: Indonesia
SES	: A dan B
Komposisi isi	: Informasi olahraga ekstrim 70 %, iklan dan promosi 30 %

3.9 Pemilihan Nama Majalah

Gambar 1. Nameplate Majalah



Nama majalah yang dipilih adalah X-TRIM!. Berasal dari kata “ekstrim”, yang berarti perbedaan yang besar, hebat sekali, keras, atau tertinggi. Sesuai dengan karakteristik olahraga ekstrim yang menampilkan kecepatan, ketinggian, bahaya dan aksiantang diri yang luar biasa beraninya.

Penggunaan *nameplate* pada majalah X-TRIM! akan terlihat pada penulisan nama majalah di bagian cover, dan penulisan tersebut akan tetap digunakan di setiap edisi majalah. Hal ini sekaligus berfungsi sebagai logo dan identitas (*corporate identity*) majalah ini. Pemilihan warna pada *nameplate* majalah dibuat berwarna merah dengan bingkai berwarna hitam yang mengartikan keberanian. Pemilihan huruf kapital dan Penggunaan tanda seru (!) pada *nameplate* agar terkesan kokoh / kuat. Typografi yang dipilih sengaja yang berpori sehingga seperti mengeluarkan keringat (keringat olahragawan). Slogan “pacu adrenalin mu” adalah pendukung *nameplate* yang memperkuat identitas majalah ini, bahwa olahraga ekstrim seyogyanya dapat memacu adrenalin orang-orang yang melakukannya.

3.10 Rubrikasi Majalah

X-Editor's Note	
Isi	Kata pengantar redaksi
Tujuan	Mengupas pandangan, opini, atau paham terhadap sesuatu pada setiap edisinya
Jumlah Halaman	1 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Feature</i> dan <i>photo</i>

X-Pose	
Isi	Informasi detail suatu olahraga ekstrim
Tujuan	Memberikan informasi dari A hingga Z suatu olahraga ekstrim sehingga pembaca mendapatkan gambaran lengkap mengenai olahraga ekstrim tersebut
Jumlah Halaman	3-6 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Feature</i> dan <i>photo</i>

X-Spot	
Isi	Informasi berbagai tempat berolahraga ekstrim di Indonesia
Tujuan	Memberikan gambaran serta referensi mengenai tempat berolahraga ekstrim di pelosok di Indonesia berikut rincian perjalanan dan biayanya
Jumlah Halaman	3-6 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Feature</i> dan <i>photo</i>

X-Community	
Isi	Komunitas olahraga ekstrim di Indonesia
Tujuan	Memberikan referensi komunitas olahraga ekstrim di Indonesia, dari visi misinya, kegiatannya, hingga cara bergabung di komunitas tersebut
Jumlah Halaman	3-6 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Feature</i> dan <i>photo</i>

X-Profile	
Isi	Profil tokoh atau publik figur di bidang olahraga ekstrim
Tujuan	Memberikan informasi mengenai profil tokoh (atlet, selebritis, dan lain-lain) yang berkecimpung di bidang olahraga ekstrim
Jumlah Halaman	3-6 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Feature</i> dan <i>photo</i>

X-Event	
Isi	Kegiatan olahraga ekstrim
Tujuan	Memberikan informasi seputar kegiatan (kompetisi, bakti sosial, dan lain-lain) di kalangan peminat olahraga ekstrim
Jumlah Halaman	4-8 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Feature</i> dan <i>photo</i>

X-Story	
Isi	Cerita tentang petualangan berolahraga ekstrim
Tujuan	Pembaca majalah X-TRIM! diberi kesempatan berbagi cerita mengenai petualangan berolahraga ekstrim di Indonesia dan bagi cerita yang dimuat akan mendapat imbalan menarik
Jumlah Halaman	3-6 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Feature</i> dan <i>photo</i>

X-Review	
Isi	Deskripsi spesifikasi produk olahraga ekstrim
Tujuan	Memberikan rincian informasi berikut spesifikasi produk olahraga ekstrim
Jumlah Halaman	6-8 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Feature</i> dan <i>photo</i>

X-Tips	
Isi	Tips dan trik
Tujuan	Memberikan tips dan trik seputar olahraga ekstrim
Jumlah Halaman	6-8 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Feature</i> dan <i>photo</i>

X-Healthy	
Isi	Kesehatan olahraga ekstrim
Tujuan	Memberikan informasi seputar kesehatan olahraga ekstrim

Jumlah Halaman	4-6 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Feature</i> dan <i>photo</i>

X-Shop	
Isi	Informasi toko produk olahraga ekstrim di Indonesia
Tujuan	Memberikan informasi toko yang menyediakan produk olahraga ekstrim beserta <i>price list</i> dan alamat tokonya
Jumlah Halaman	4-6 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Feature</i> dan <i>photo</i>

X-Speak (Khusus untuk edisi kedua dan seterusnya)	
Isi	Surat pembaca
Tujuan	Menampung ide, saran, maupun kritik dari pembaca majalah <i>X-TRIM!</i>
Jumlah Halaman	1 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Text</i> dan <i>photo</i>

X-Quiz (Khusus untuk edisi kedua dan seterusnya)	
Isi	Kuis berhadiah
Tujuan	Mengajak pembaca untuk mengikuti kuis seputar olahraga ekstrim yang berhadiah menarik
Jumlah Halaman	1 halaman
Bentuk Penyajian	<i>Text</i> atau <i>photo</i>

3.11 SDM yang Dibutuhkan

Tabel 1. Sumber Daya Manusia yang Dibutuhkan

Jabatan	Keterangan	Jumlah
Redaksi		
Pemimpin Redaksi	Karyawan Tetap	1
Redaktur Pelaksana	Karyawan Tetap	1
Redaktur	Karyawan Tetap	1
Reporter (Fotografer)	Karyawan Tetap	3
Desainer Grafis	Karyawan Honorer	1
Non-Redaksi		
Sekretaris (Korporat & Redaksi)	Karyawan Tetap	1
Administrasi & Keuangan	Karyawan Tetap	1
<i>Marketing & CR</i>	Karyawan Tetap	1
Iklan dan Promosi	Karyawan Tetap	1
Cetak dan Distribusi	Karyawan Tetap	2
Resepsionis	Karyawan Tetap	1
<i>Security</i>	Karyawan Honorer	2
<i>Cleaning Service & OB</i>	Karyawan Honorer	2
TOTAL		18

3.12 Promosi

Bentuk strategi promosi yang akan dilakukan oleh majalah ini antara lain:

- Menjalin kerja sama dengan komunitas-komunitas atau asosiasi pecinta olahraga ekstrim seperti Federasi Panjat tebing Indonesia (FPTI), *Indonesian Extreme Sports Federation (IXF)*, dan lain-lain.
- Promosi melalui beragam jejaring sosial, seperti pembuatan *fan page* di situs Facebook atau membuat akun di Twitter, serta membuat website resmi.
- Bekerja sama dengan institusi-institusi pemerintahan seperti Pemerintah Daerah ataupun Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga.

3.13 Teknis Sirkulasi

Edisi perdana majalah ini akan terbit pada minggu kedua bulan Juli 2012. Khusus majalah edisi perdana ini akan didistribusikan fokus ke tempat yang memiliki ketertarikan kepada olahraga ekstrim, antara lain organisasi/ asosiasi olahraga ekstrim yang tersebar di seluruh Indonesia. Kemudian untuk edisi selanjutnya, akan di distribusikan ke berbagai tempat potensial yaitu toko buku, agen dan kios majalah, *cafe*, toko alat olahraga ekstrim, sekolah, perguruan tinggi, organisasi/ asosiasi olahraga ekstrim, serta supermarket yang tersebar di seluruh Indonesia khususnya Jabodetabek. Pada bagian belakang majalah ini akan dilampirkan formulir berlangganan majalah *X-TRIM!* untuk nantinya diisi dan dikirimkan kepada redaksi melalui pos, *fax*, atau *e-mail*. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pembaca yang berminat berlangganan majalah *X-TRIM!* agar dapat memperoleh majalah ini dengan mudah.

Untuk menarik dan mempertahankan jumlah pembeli majalah, salah satu bentuk promosi yang akan dilakukan adalah dengan memberikan *souvenir* gratis secara berkala di hampir setiap edisinya. *Souvenir* yang diberikan bentuknya akan beragam, seperti poster, stiker, gantungan kunci, pin, *goodie bag* dan lain sebagainya.

3.14 Anggaran

3.14.1 Daftar Kebutuhan

1. Daftar Peralatan dan Perlengkapan Kantor

Tabel 2. Daftar Perlengkapan dan Peralatan Kantor*

No.	Barang	Merek & Tipe	QTY	Harga Satuan	Jumlah
1	Desktop PC	Advance H150	9	Rp4.900.000	Rp44.100.000
2	Desktop PC	Apple iMac	1	Rp11.500.000	Rp11.500.000
3	Telepon	Alcatel 29446	10	Rp215.000	Rp2.150.000
4	Mesin Fax	Brother Fax 236S	1	Rp1.000.000	Rp1.000.000
5	Printer - Fotocopy	Brother DCP-7040 all-in-one	2	Rp1.640.000	Rp3.280.000
6	Scanner - printer	HP Deskjet 2050	1	Rp550.000	Rp550.000
7	Toner BW	Brother	1	Rp740.000	Rp740.000
8	Toner Colour	Brother	4	Rp740.000	Rp2.960.000
9	Proyektor	Epson EBS9	1	Rp4.100.000	Rp4.100.000
10	Televisi	Sharp Aquos LC40L50M	1	Rp6.900.000	Rp6.900.000
11	Dispenser	Sharp SWD-70EH	1	Rp1.700.000	Rp1.700.000
12	AC	Sharp AH-A7MEY	4	Rp2.275.000	Rp9.100.000
13	Kamera Digital	Canon EOS 600D Kit	3	Rp6.200.000	Rp18.600.000
14	Memory Card	Sandisk 16gb	2	Rp375.000	Rp750.000
15	Digital Voice Recorder	Sony ICD-PX820	2	Rp825.000	Rp1.650.000
16	Meja & Kursi Pimpinan	Aditech PS01	2	Rp2.450.000	Rp4.900.000

No.	Barang	Merek & Tipe	QTY	Harga Satuan	Jumlah
17	Meja Rapat	Aditech Astro R121	1	Rp2.100.000	Rp2.100.000
18	Meja Kerja	Kony KN440	10	Rp440.000	Rp4.400.000
19	Kursi Kerja	Fantoni F4068	15	Rp540.000	Rp8.100.000
20	Meja Resepsionis	Aditech Astro CM	1	Rp2.175.000	Rp2.175.000
21	Meja Makan	Aditech FT16	1	Rp575.000	Rp575.000
22	Kursi Makan	Fantoni New Orleans	6	Rp290.000	Rp1.740.000
23	Lemari es	LG 2D 176lt	1	Rp2.540.000	Rp2.540.000
24	Jam dinding	Diamond 3252	4	Rp60.000	Rp240.000
25	Sofa	Morres SB815B	1	Rp1.675.000	Rp1.675.000
26	Meja OB & security	Kony KN430	2	Rp575.000	Rp1.150.000
27	Kursi OB & security	Kony KY416TH	3	Rp320.000	Rp960.000
28	Laci	Aditech P003	3	Rp495.000	Rp1.485.000
29	Lemari arsip	Kony KN510	3	Rp465.000	Rp1.395.000
31	White Board	Sakana 120 x 240	1	Rp470.000	Rp470.000
32	Screen Projector	ALPHA 84" x 84"	1	Rp1.400.000	Rp1.400.000
33	Filling cabinet	Aditech Platinum AF04	3	Rp9.000.000	Rp2.700.000
Jumlah Total					Rp147.085.000

Harga perlengkapan dan peralatan kantor diperoleh dari survey berbagai situs di internet dan Gramedia pada November 2011. Barang elektronik yang dimiliki oleh kantor akan diperbaharui sekitar empat atau lima tahun kemudian, kecuali untuk *cartridge* yang pengantiannya antara dua sampai tiga bulan sekali. Sedangkan *furniture* akan diperbaharui sekitar tujuh tahun kemudian.

2. Daftar Alat Tulis Kantor

Tabel 3. Daftar Alat Tulis kantor (ATK)*

No.	Barang	Merek & Tipe	QTY	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
1	Amplop Kecil	Sinar Dunia No. 104	5	Pack	Rp10.000	Rp50.000
2	Amplop coklat A4	Airmail	5	Pack	Rp25.000	Rp125.000
3	Kertas A4	Bola Dunia	5	Rim	Rp28.000	Rp140.000
4	Kertas A3	Bola Dunia	5	Rim	Rp58.000	Rp290.000
5	Kertas Fax	Fax	2	Roll	Rp65.000	Rp130.000
6	Buku Kwitansi	Sinar Dunia	10	Unit	Rp5.000	Rp50.000
7	Pencil	Steadler 2B	2	Lusin	Rp35.000	Rp70.000
8	Ballpoint	Standart AE7	5	Lusin	Rp12.000	Rp60.000
9	Pencil Mekanik	Joyko	2	Lusin	Rp50.000	Rp100.000
10	Isi Pencil Mekanik	Joyko	10	Pack	Rp3.500	Rp35.000
11	Penghapus pencil	Faber Castell	20	Unit	Rp2.000	Rp40.000
12	Stabilo	Stabilo Boss	20	Unit	Rp5.000	Rp100.000

No.	Barang	Merek & Tipe	QTY	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
13	Spidol Kecil	Snowman	3	Lusin	Rp10.000	Rp30.000
14	Spidol Besar	Snowman G12	10	Unit	Rp5.000	Rp50.000
15	Penghapus Whiteboard	Pelikan	5	Unit	Rp4.000	Rp20.000
16	Penggaris	Butterfly 30 cm	20	Unit	Rp2.000	Rp40.000
17	Rautan	KENKO Angel- 5	10	Unit	Rp40.000	Rp400.000
18	Tip eX	Pentel z1102w	15	Unit	Rp15.000	Rp225.000
19	Cutter	Joyko CU-500r	15	Unit	Rp7.500	Rp112.000
20	isi Cutter	Joyko	5	Pack	Rp2.000	Rp10.000
21	Gunting	Joyko SC848	10	Unit	Rp7.300	Rp73.000
22	Kalkulator	Casio MJ- 120TG	8	Unit	Rp80.000	Rp640.000
23	Lem Kertas	Pritt 10 gram	20	Unit	Rp5.500	Rp110.000
24	Double Tape	Semar 0.5	20	Unit	Rp1.500	Rp30.000
25	Isolasi	Goldpack 1/2 1000	10	Unit	Rp1.000	Rp10.000
26	Plak Ban Coklat	Semar 100Y	10	Unit	Rp8.500	Rp85.000
27	Post it	3M Mark and Note	20	Set	Rp8.000	Rp160.000
28	Bindex File	Bantex Ring Binder 8652	50	Unit	Rp30.000	Rp1.500.000
29	Stapler	Joyko	5	Unit	Rp4.000	Rp20.000

No.	Barang	Merek & Tipe	QTY	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
30	Stapler sedang	Max No.10	5	Unit	Rp12.000	Rp60.000
31	Isi Stapler kecil	Joyko	5	Unit	Rp35.000	Rp175.000
32	Isi stapler Sedang	Max No.10	5	Unit	Rp35.000	Rp175.000
33	CD-R	Imation Spindle 50	10	Spindle	Rp70.000	Rp700.000
34	DVD-R	Sony Spindle 30	10	Spindle	Rp110.000	Rp1.100.000
Jumlah Total						Rp6.915.000

Daftar nama barang, merek dan tipe, satuan serta harga ATK tersebut diperoleh dari berbagai sumber toko buku maupun supermarket yang menjual ATK seperti Gramedia, Kharisma, dan Carrefour. ATK ini akan diperbaharui sekitar enam bulan sampai satu tahun kemudian, kecuali untuk perlengkapan yang sering terpakai sehingga cepat habis, seperti kertas, dan balpoin.

Daftar kebutuhan peralatan dan perlengkapan kantor merupakan jenis kebutuhan pokok perusahaan majalah ini. Dari berbagai jenis kebutuhan yang telah disampaikan, maka total modal awal yang harus dikeluarkan adalah Rp159.800.000, dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 4. Modal Awal

Keterangan	Total
Perlengkapan dan Peralatan Kantor	Rp147.085.000
Alat Tulis Kantor	Rp6.195.000
MODAL AWAL	Rp153.280.000

3.14.2 Pengeluaran Biaya

1. Gaji Karyawan

Tabel 5. Gaji Karyawan*

Jabatan/Posisi	Jumlah	Gaji	Keterangan	Total
Pemimpin Redaksi	1	Rp 10.000.000	Karyawan Tetap	Rp 10.000.000
Redaktur Pelaksana	1	Rp 7.500.000	Karyawan Tetap	Rp 7.500.000
Redaktur	1	Rp 5.000.000	Karyawan Tetap	Rp 5.000.000
Reporter (Fotografer)	3	Rp 3.500.000	Karyawan Tetap	Rp 10.500.000
Administrasi & Keuangan	1	Rp 3.250.000	Karyawan Tetap	Rp 3.250.000
Sekretaris	1	Rp 2.500.000		Rp 2.500.000
Iklan dan Promosi	2	Rp 2.500.000	Karyawan Tetap	Rp 5.000.000
Marketing	1	Rp 3.500.000	Karyawan Tetap	Rp 3.500.000
Cetak dan Distribusi	2	Rp 3.000.000	Karyawan Tetap	Rp 6.000.000
Resepsionis	1	Rp 1.750.000	Karyawan Tetap	Rp 1.750.000
Desainer Grafis	1	Rp 4.500.000	Honorer	Rp 4.500.000
Security	2	Rp 1.500.000	Karyawan Tetap	Rp 3.000.000
Cleaning serv. - OB	1	Rp 1.500.000	Karyawan Tetap	Rp 1.500.000
TOTAL				Rp 64.000.000

*Gaji karyawan diperoleh dari hasil diskusi maupun survey rata-rata gaji karyawan berdasarkan jabatan di kantor/perusahaan

b. Biaya Administrasi dan Umum (Biaya Tetap) Per-bulan

Tabel 6. Total Biaya Administrasi dan Umum (Biaya Tetap) Per Bulan

Kebutuhan	Keterangan	Biaya	
Gaji karyawan	18 Karyawan	Rp	64.000.000
Listrik & Air		Rp	1.200.000
Internet	Speedy	Rp	650.000
Telepon dan fax	Telkom	Rp	1.500.000
Sewa tempat	Pondok Bambu	Rp	6.000.000
Tim ahli	2 x Rp 1.000.000	Rp	2.000.000
Konsumsi rapat		Rp	1.250.000
TOTAL		Rp	76.600.000

c. Biaya Operasional (Biaya Tidak Tetap) dan Tunjangan Hari Raya

Tabel 7. Biaya Operasional (Biaya Tidak Tetap) dan THR

Jenis Biaya		Biaya	Setahun	Total
Biaya Operasional				
a.	Biaya Penerbitan			
	Biaya Cetak*	Rp 33.000.000		
	Biaya Distribusi	Rp 15.000.000		
Total Biaya Penerbitan		Rp 48.000,000	6	Rp 288.000.000

b.	Biaya Perjalanan Luar Kota (3H)			
	Uang Dinas	Rp 2.000.000		
	Akomodasi dan Transportasi	Rp 5.000.000		
Total Biaya Perjalanan Luar Kota		Rp 7.000,000	6	Rp 42.000.000
c.	FGD			Rp 3.500.000
d.	Promosi			Rp 30.000.000
THR				
	18 Orang Karyawan	Rp 64.000.000	2	Rp 128.000.000
TOTAL				Rp 564.500.000

*Biaya Cetak = Modal biaya (per majalah) x Tiras (eksemplar)
 = Rp 22.000 x 1500
 = Rp 33.000.000

3.14.3 Perkiraan Pendapatan

Philip Kotler mendefinisikan iklan sebagai segala bentuk presentasi dan promosi non-personal suatu produk yang dibayar dan disponsori oleh sponsor yang jelas (Simamora, 2001). Tarif iklan dibawah ini diperoleh dari hasil *survey* rata-rata tarif pemasangan iklan di majalah.

1. Tarif Iklan

Tabel 8. Tarif Iklan*

Penempatan	Harga Iklan
Display	
Sampul dalam depan (FC)	Rp 11.000.000

Penempatan	Harga Iklan
Sampul dalam belakang (FC)	Rp 10.000.000
Sampul belakang (FC)	Rp 13.000.000
Satu halaman penuh (FC)	Rp 9.500.000
Satu halaman penuh (BW)	Rp 8.000.000
½halaman (FC)	Rp 6.500.000
½halaman (BW)	Rp 6.000.000
¼halaman (FC)	Rp 5.500.000
¼halaman (BW)	Rp 5.000.000
Advetorial	Rp 10.000.000
Teks	
Satu halaman penuh	Rp 7.000.000
½halaman	Rp 6.000.000
¼ halaman	Rp 5.500.000

*Tarif iklan sudah termasuk PPN 10 %

2. Perkiraan pendapatan iklan per edisi

Tabel 9. Perkiraan pendapatan iklan per edisi

Penempatan	Harga Iklan	Item	Jumlah
DISPLAY			
Sampul dalam depan	Rp 17.000.000	1	Rp 17.000.000
Sampul dalam belakang	Rp 20.000.000	1	Rp 20.000.000
Sampul belakang	Rp 13.000.000	1	Rp 13.000.000
Satu halaman penuh (FC)	Rp 9.000.000	3	Rp 27.000.000

Penempatan	Harga Iklan	Item	Jumlah
Satu halaman penuh (BW)	Rp 8.000.000	2	Rp 16.000.000
½halaman (FC)	Rp 6.500.000	3	Rp 19.500.000
½halaman (BW)	Rp 6.000.000	3	Rp 18.000.000
¼halaman (FC)	Rp 5.500.000	4	Rp 22.000.000
¼halaman (BW)	Rp 5.000.000	3	Rp 15.000.000
Advetorial	Rp 10.000.000	2	Rp 20.000.000
TEKS			
Satu halaman penuh	Rp 9.000.000	2	Rp18.000.000
½halaman	Rp 5.500.000	2	Rp 11.000.000
¼halaman	Rp 4.000.000	3	Rp 12.500.000
TOTAL			Rp 238.500.000

3. Perkiraan penjualan majalah per-edisi

Majalah X-TRIM! akan dijual seharga Rp 35.000, kemudian dipotong komisi bagi agensi penjualan sebesar 30% menjadi Rp 24.500. Tetapi dalam bisnis majalah, hal yang sangat jarang terjadi adalah jika setiap edisi dari sebuah majalah selalu habis terjual. Maka itu diperkirakan dalam setiap edisi akan terjadi retur sebanyak 500 eksemplar dari tiras 1500 eksemplar. Sehingga pendapatan per edisi yang akan diterima oleh penerbit kurang lebih sebanyak Rp 24.500.000.

Tabel 10. Perkiraan Penjualan Majalah Per-Edisi

Harga	Jumlah	Total
Rp 24.500	1000	Rp 24.500.000

4. Total Perkiraan pendapatan per edisi

Pendapatan perusahaan per edisi meliputi dua bagian yaitu pendapatan dari penjualan majalah per edisi dan pendapatan dari iklan, rinciannya sebagai berikut:

Tabel 11. Perkiraan Pendapatan Per-Edisi

Jenis Pendapatan	Jumlah
Pendapatan Iklan	Rp 238.500.000
Penjualan Majalah	Rp 24.500.000
TOTAL	Rp 263.000.000

5. Perkiraan Pendapatan Per-Tahun

Tabel 12. Perkiraan Pendapatan Per-Tahun

Jenis Pendapatan	Jumlah	Setahun	Total
Pendapatan Iklan	Rp 238.500.000	6	Rp 1.431.000.000
Penjualan Majalah	Rp 24.500.000	6	Rp 147.000.000
TOTAL			Rp 1.578.000.000

6. *Break Even Point (BEP)***Tabel 13. *Break Even Point (BEP)***

Jenis Biaya	Jumlah	Setahun	Total
Biaya Tetap			
Gaji karyawan	Rp 64.000.000	12	Rp 768.000.000
THR	Rp 64.000.000	2	Rp 128.000.00
Listrik dan air	Rp1.200.000	12	Rp 14.400.000
Sewa tempat	Rp6.000.000	12	Rp 72.000.000
Internet	Rp650.000	12	Rp 7.800.000
Konsumsi Rapat	Rp1.500.000	6	Rp 9.000.000
Telepon & fax	Rp1.500.000	12	Rp 18.000.000
Tim ahli	Rp 2.000.000	6	Rp 12.000.000
FGD	Rp 3.500.000	1	Rp 3.500.000
Total Biaya Tetap			Rp 1.032.700.000
Biaya Variabel			
Biaya penerbitan	Rp 48.000.000	6	Rp 288.000.000
Biaya perjalanan	Rp 7.000.000	6	Rp 42.000.000
Biaya promosi	Rp 30.000.000	6	Rp 180.000.000
Total Biaya Variabel			Rp 510.000.000
TOTAL			Rp 1.542.700.000

Universitas Indonesia

Modal Awal

$$\text{B E P} = \frac{\text{Total Pendapatan} - (\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel})}{\text{Rp153.280.000}}$$

$$\begin{aligned} \text{B E P} &= \frac{\text{Rp 1.578.000.000} - \text{Rp 1.542.700.000}}{\text{Rp153.280.000}} \\ &= \frac{\text{Rp 35.300.000}}{\text{Rp153.280.000}} \\ &= 4,3 \end{aligned}$$

Dengan demikian, dalam kurun waktu 4 tahun 3 bulan modal awal sudah dapat terpenuhi.

3.15 CALON PENGIKLAN POTENSIAL

Majalah X-TRIM! juga menjalin kerja sama dengan para pengiklan yang ingin memasarkan produk maupun jasanya melalui halaman yang terdapat di majalah X-TRIM!. Jenis produk/jasa yang dapat diiklankan di dalam majalah ini tentunya harus sesuai dengan target segmentasi majalah ini, yaitu masyarakat pecinta olahraga ekstrim. Dari 96 halaman di setiap edisinya terdapat 22 halaman untuk iklan. Beberapa produk dan jasa potensial tersebut antara lain:

Tabel 14. Daftar Calon Pengiklan Potensial

<p>Produsen alat/aksesoris olahraga ekstrim</p>	<p>Jeep (<i>Offroad/Race cars</i>)</p> <p>Kawasaki (<i>Offroad motorcycle</i>)</p> <p>Eiger (<i>Outdoor equipment</i>)</p> <p>Planet Surf (<i>Surfing equipment</i>)</p> <p>Nike (<i>Sport equipment</i>)</p> <p>Alatselam.com (<i>Diving equipment</i>)</p>
<p>Minuman/ Makanan</p>	<p>Red Bull</p> <p>Indomie</p> <p>Kratingdaeng</p>
<p>Toko/ Bengkel olahraga ekstrim</p>	<p>Rodalink</p> <p>Auto Jip</p>
<p>Lainnya</p>	<p>Djarum Super</p> <p>Planet Surf</p> <p>Nokia</p>

BAB 4

RENCANA EKSEKUSI PROGRAM

4.1 Persiapan Awal

1. Rapat Pembentukan Struktur Organisasi Penerbit

Tujuan : 1) Pembentukan dan penyusunan struktur keorganisasian
2) Pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab
3) Penyusunan anggaran (dasar dan rumah tangga)

Pelaksana : 1) Pemimpin Redaksi
2) Redaktur Pelaksana
3) Investor

Tempat : Kantor penerbit (Jl. Raya Pondok Bambu Blok A No.7,
Jakarta Timur)

Waktu : 1 April 2012

2. Pengurusan Pendirian Badan Usaha Serta Perizinan

Tujuan : Mendapatkan legalisasi organisasi perusahaan dari
lembaga yang berwenang

Pelaksana : 1) Pemimpin Redaksi
2) Redaktur Pelaksana
3) Investor

Tempat : Kantor instansi terkait dan kantor penerbit

Waktu : 2 April – 3 April 2012

3. Rekrutmen Calon Karyawan

Tujuan : Mendapatkan SDM sesuai kualifikasi yang dibutuhkan

Pelaksana : 1) Pemimpin Redaksi
2) Redaktur Pelaksana

Tempat : Kantor Penerbit

Waktu : 6 April – 6 Mei 2012

4. Perkenalan Karyawan

Tujuan : 1) Memotivasi dan mendukung kinerja karyawan
 2) Menjelaskan pembagian kerja
 3) Menjelaskan hak dan kewajiban yang dimiliki
 Masing-masing karyawan
 4) Menjelaskan regulasi perusahaan

Pelaksana : 1) Pemimpin Redaksi
 2) Redaktur Pelaksana

Tempat : Kantor penerbit

Waktu : 7 Mei 2012

4.2 Persiapan Penerbitan Perdana

1. Rapat Redaksi Pertama

Tujuan : 1) Menentukan konsep editorial
 2) Menentukan desain majalah
 3) Menentukan edisi untuk majalah edisi perdana

Pelaksana : 1) Pemimpin Redaksi
 2) Redaktur Pelaksana
 3) Redaktur
 4) Tim ahli
 5) *Graphic designer*

Tempat : Kantor redaksi

Waktu : 8 Mei 2012

2. Pengumpulan materi tulisan

Tujuan : Menetapkan isi materi majalah

Pelaksana : Reporter (fotografer)

Tempat : Kantor penerbit

Waktu : 10 Mei – 10 Juni 2012

3. Editing 1

Tujuan : Memeriksa kelayakan naskah serta gambar dari reporter

Pelaksana : 1) Redaktur
2) Reporter (fotografer)

Tempat : Kantor penerbit

Waktu : 11 Juni – 12 Juni 2012

4. Desain *Layout* dan Desain *Dummy* Majalah Edisi Pertama

Tujuan : 1) Menggabungkan naskah dan foto
2) Menyusun tata letak artikel
3) Menetapkan desain untuk rubrikasi

Pelaksana : 1) Redaktur
2) *Graphic designer*

Tempat : Kantor penerbit

Waktu : 13 Juni – 19 Juni 2012

5. Editing 2

Tujuan : Melakukan evaluasi dan revisi kelayakan majalah baik isi maupun desain

Pelaksana : 1) Redaktur Pelaksana
2) Redaktur

Tempat : Kantor Penerbit

Waktu : 20 Juni – 21 Juni 2012

6. Editing 3

Tujuan : 1) Memeriksa kelayakan *dummy* majalah tahap akhir
2) Mempersiapkan majalah untuk naik cetak

Pelaksana : 1) Redaktur Pelaksana
2) Redaktur

3) Reporter
Tempat : Kantor penerbit
Waktu : 22 Juni 2012

7. Rapat Produksi

Tujuan : 1) Menyusun teknis untuk proses cetak majalah
2) Menentukan tempat percetakan
3) Mengecek distribusi dan sirkulasi
Pelaksana : 1) Redaktur Pelaksana
2) Redaktur
3) Keuangan dan Administrasi
Tempat : Kantor penerbit
Waktu : 23 Juni 2012

8. Percetakan Majalah

Tujuan : Mencetak majalah yang sudah siap edar
Pelaksana : Percetakan
Tempat : Percetakan (Era Baru Offset , Jl. Raya Pondok Bambu
N o. 2 Kalimalang, Jakarta Timur)
Waktu : 24 Juni – 30 Juni 2012

6. Pengiriman Majalah ke Kantor Penerbit

Tujuan : Menerima majalah yang telah di cetak
untuk siap di edarkan
Pelaksana : 1) Percetakan
2) Promosi dan Distribusi
3) Keuangan dan Administrasi
Tempat : Kantor penerbit
Waktu : 3 Juli 2012

4.3 Distribusi

1. Rapat Promosi dan Pemasaran

Tujuan : 1) Menyusun strategi promosi dan pemasaran
2) Membuat anggaran promosi dan pemasaran

Pelaksana : 1) Pemimpin Redaksi
2) Redaktur Pelaksana
3) Iklan dan Promosi
4) Keuangan dan Administrasi
5) *Marketing*

Tempat : Kantor penerbit

Waktu : 4 – 6 Juli 2012

2. Rapat Distribusi dan Sirkulasi

Tujuan : 1) Menyusun program distribusi dan sirkulasi
2) Menyusun anggaran distribusi dan sirkulasi
3) Menyusun program kerja sama dengan agen majalah

Pelaksana : 1) Redaktur Pelaksana
2) Distribusi dan Promosi
3) Keuangan dan Administrasi

Tempat : Kantor penerbit

Waktu : 7 Juli – 9 Juli 2012

3. Distribusi Majalah

Tujuan : Menyebarkan majalah ke berbagai tempat yang telah dipilih sebagai tempat pemasaran majalah (khusus untuk edisi perdana, fokus ke organisasi/ asosiasi olahraga ekstrim)

Pelaksana : 1) Promosi dan Distribusi
2) *Marketing*

Tempat : Kantor penerbit
Waktu : 10 Juli – 15 Juli 2012

4.4 Perencanaan Iklan

1. Rapat Iklan

Tujuan : 1) Penyusunan dan penetapan tarif iklan
2) Penyusunan program kerjasama dengan calon pengiklan
Pelaksana : 1) Pemimpin Redaksi
2) Redaktur Pelaksana
3) Bagian Iklan dan Promosi
Tempat : Kantor penerbit
Waktu : 8 Mei– 10 Mei 2012

2. Mencari Pengiklan

Tujuan : Mencari klien pengiklan potensial
Pelaksana : Bagian Iklan dan Promosi
Tempat : Kantor Penerbit
Waktu : 11 Mei – 10 Juni 2012

Tabel 15. *Time Table*

Program/ Kegiatan	2012															
	April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Rapat Pembentukan Struktur Organisasi	■															
Pengurusan Pendirian BUSP	■															
Rekrutmen Calon Karyawan	■	■														
Perkenalan Karyawan				■												
Rapat Redaksi Pertama					■											
Pengumpulan materi tulisan					■	■	■	■	■	■						
Editing 1						■	■	■	■	■						
Desain <i>Layout</i> dan <i>Dummy</i>									■	■	■					
Editing 2										■	■					
Editing 3											■	■				
Rapat Produksi												■	■			
Percetakan Majalah													■	■		
Pengiriman Majalah ke Kantor Penerbit														■	■	
Rapat Promosi dan Pemasaran															■	
Rapat Distribusi dan Sirkulasi																■
Distribusi Majalah																■
Rapat Iklan						■										
Mencari Pengiklan						■	■	■	■	■	■					

BAB 5

EVALUASI PROGRAM

Untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas majalah X-TRIM!, maka diperlukan evaluasi rutin yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu, meliputi evaluasi per edisi dan evaluasi tahunan.

5.1 Evaluasi Per Edisi

Evaluasi per edisi merupakan evaluasi yang melibatkan seluruh jajaran redaksi majalah. Pada evaluasi ini akan dibahas mengenai mekanisme kerja redaksi, mutu majalah, dan iklan. Evaluasi terhadap mekanisme kerja redaksi meliputi berbagai permasalahan, terutama kendala yang ditemui selama proses pembuatan majalah edisi perdana baik dari pihak redaksi maupun distribusi. Evaluasi terhadap mutu majalah meliputi isi, desain, dan mutu cetak majalah. Instrumen evaluasi terhadap mutu majalah diperoleh melalui surat pembaca, *e-mail*, ataupun komentar agen. Evaluasi mengenai iklan mengulas tentang pemasaran iklan dari daftar produk/ jasa yang menjadi sasaran potensial hingga pencapaian klien yang sudah memasang iklan.

Selain itu, karena ini adalah majalah terbitan edisi perdana, akan diperiksa kembali apakah rencana yang dibuat sudah terealisasi sesuai rencana awal. Pada evaluasi ini juga akan dibahas mengenai solusi dari berbagai kendala yang dihadapi tim redaksi agar pada waktu mendatang kejadian serupa dapat diantisipasi oleh redaksi. Evaluasi per edisi ini nantinya akan dilakukan secara berkala, setiap dua bulan sekali setelah jadwal terbit majalah X-TRIM!.

5.2 Evaluasi tahunan

Ada dua jenis evaluasi tahunan yang akan dilakukan, yaitu :

1. Survey Pembaca

Survey pembaca berupa kuesioner, akan disebarakan kepada pembaca majalah X-TRIM!. Kuesioner ini dibuat untuk mengetahui selera pembaca terhadap kualitas majalah (isi, mutu cetak, desain), serta distribusi majalah (bagaimana pembaca mendapatkan majalah), serta kritik dan saran yang diberikan kepada majalah X-TRIM!.

Dengan survey ini diharapkan menjadi bahan koreksi majalah X-TRIM! untuk memotivasi redaksi agar selalu melakukan pengembangan yang ada sesuai dengan selera dan kebutuhan pasar, sehingga majalah X-TRIM! dapat memberikan yang terbaik terhadap pembacanya.

2. *Focus Group Discussion* (FGD)

Focus Group Discussion merupakan model komunikasi konvergen dalam metode penelitiannya. Penerapan model konvergen dalam ilmu komunikasi memiliki implikasi bahwa komunikasi merupakan suatu proses yang melibatkan partisipan, dimana mereka melakukan pertukaran pesan secara dialogis dalam rangka memperoleh pemahaman bersama atas situasi sosial. Berdasarkan argumen demikian maka metode ini percaya bahwa dialog merupakan kunci bagi pencapaian hasil penelitian yang berorientasi partisipasi (subjek) sehingga tidak mengherankan jika fasilitator FGD berusaha sebaik mungkin untuk menciptakan prinsip kesetaraan pada semua partisipan. Artinya semua partisipan merupakan aset berharga bagi penelitian. Oleh karena itu, FGD dirancang untuk mendorong terjadinya situasi komunikasi yang menyenangkan bagi setiap

partisipan untuk untuk mengungkapkan pendapatnya tentang suatu isu yang di diskusikan. (Birowo, 2004)

Evaluasi pertama akan dilakukan setelah satu tahun, yaitu setelah penerbitan majalah X-TRIM! edisi ke enam. FGD yang diadakan oleh pihak redaksi mengundang 10 partisipan dari kalangan masyarakat yang memiliki latar belakang profesi dan hobi yang sesuai dengan isi majalah, seperti ahli media, perwakilan komunitas olahraga ekstrim, agen distribusi, dan lain-lain. Butir-butir persoalan yang di gali pada FGD meliputi isi, mutu cetak, dan distribusi majalah X-TRIM!. Isi majalah terkait dengan topik, bahasa, teknis penulisan, dan dokumentasi pada majalah X-TRIM!. Mutu cetak terkait desain dan mutu cetak majalah X-TRIM!. Distribusi terkait ketepatan waktu terbit dan pengedaran majalah Selain itu, FGD juga menampung saran yang diajukan oleh partisipan menyangkut isi desain, distribusi dan harga majalah X-TRIM!.

Evaluasi ini dilakukan sebagai bentuk evaluasi terhadap kualitas majalah, serta untuk mengetahui kekurangan pada majalah X-TRIM!, sekaligus dapat menjadi motivasi bagi redaksi agar mampu memberikan yang terbaik sesuai dengan selera pasar. Hasil dari FGD dan survey pembaca ini nantinya akan dijadikan sebagai bahan diskusi pada rapat redaksi maupun evaluasi internal berikutnya untuk perbaikan majalah X-TRIM! di edisi-edisi mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Assael, hendry. 1993. *Consumer behavior and marketing action*. Ohio: south western college publishing.
- Assumpta, Rumanti Sr. Maria. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: Grasindo.
- Birowo, Mario Antonius. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta; Gitanyali.
- Djuroto, Totok M. Si. 2000. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Giriwijoyo,S., Ali, M. 2005. *Ilmu Faal Olahraga: fungsi tubuh manusia pada olahraga untuk kesehatan dan untuk prestasi*. Bandung: Fak. Pendidikan olahraga &kesehatan UPI.
- Harrow, A.J. 1972. *A Taxonomy of The Psychomotor Domain: A Guide for Developing Behavioral Objectives*. New York: McKay.
- Katz, E. Blumler, J. G., & Gurevitch, M. 1974. *Utilization of mass communication by the individual*. In J.G. Blumler & E. Katz (Para editor). Beverly Hills CA: Sage.
- McQuail, Denis. 1984. *Critical Studies in Mass Communication*. Harmondsworth, England: Penguin Books.
- Mehra, Achal. 1989. *Newspaper Management – In The New Multimedia Age*. Singapura: AMIC. 53
- Neilson, N.P. 1978. *Concepts and Objectives In The Movement Arts and sciences*. New York: Vantage Press, Inc.
- Oetama, Jakob. 2001. *Berkomunikasi Dalam Masyarakat Tidak Tulus*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Ristiyanti, Prasetijo & John J. O. Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Ruben, Bren D. 2003. *Communication and Human behaviour*, Edisi 3. New Jersey: Prentice Hall.

Samye Johnson, & Patricia Prijatel. 2000. *Magazine Publishing*. Lincolnwood: NTC/Contemporary Publishing Group.

Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama (GPU).

Surmanek, Jim. 1992. *Perencanaan Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Weiner, Richard. 1989. *Webster's New World: Dictionary of Media & Communications*, 1st Edition. New York: Prentice Hall.

West, Richard dan Turner, Lynn H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Salemba Humanika.

Situs:

<http://www.tahukahkamu.com/2011/02/olahraga-ekstrim-dan-manfaatnya.html> (di akses tanggal 7 Oktober 2011 pukul 12.40)

<http://www.promosikesehatan.com/?act=article&id=134&pg=2> (di akses tanggal 21 Oktober 2011 pukul 13.30)

<http://www.kemenpora.go.id/DATA%20INFORMASI%20OLAHRAGA.pdf> (di akses tanggal 12 Januari 2012 pukul 07. 50)

KUESIONER

YTh, Responden,

Saya adalah mahasiswa Ekstensi Ilmu Komunikasi Massa FISIP UI yang saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka pembuatan Tugas Karya Akhir (TKA). Penelitian yang akan saya lakukan adalah mengenai “Rencana Pembuatan Majalah Olahraga Ekstrem Indonesia X-TRIM!”. Untuk itu saya memohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner berikut ini.

Jawaban dalam kuesioner ini tidak ada yang benar atau salah, namun mohon jawaban Anda sesuai dengan kondisi dan keadaan sesungguhnya. Setiap jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan dipergunakan semata-mata untuk tujuan penelitian.

Data responden

Mohon beri tanda (x) pada pilihan jawaban yang tersedia

1. Jenis kelamin : 1. Laki-laki () 2. Perempuan ()
2. Usia :

Survey

Mohon beri tanda (x) pada pilihan jawaban yang tersedia

1. Apakah pekerjaan anda?
.....
2. Berapa pengeluaran anda dalam sebulan?
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000
 - c. < Rp 5.000.000
3. Frekuensi Anda membaca majalah dalam 1 bulan?
 - a. Tidak pernah
 - b. 1 - 5 kali
 - c. < 5 kali
4. Majalah apa yang sering Anda baca?
.....
5. Jenis olahraga ekstrim apa yang Anda gemari? (**boleh memilih lebih dari 1**)
 - a. Sepeda gunung
 - b. Menyelam
 - c. Panjat tebing
 - d. Berselancar
 - e. Lainnya, sebutkan

6. Seberapa sering Anda berolahraga ekstrim dalam sebulan?
 - a. 1 kali -4 kali
 - b. 4 kali – 8 kali
 - c. > 8 kali

7. Apakah Anda merasa perlu informasi tentang olahraga ekstrim?
 - a. Ya
 - b. Tidak

8. Apakah anda mencari informasi seputar olahraga ekstrim melalui media?
 - a. Ya
 - b. Tidak

9. **Jika tidak, silahkan berhenti.** Jika ya, media apa yang sering anda gunakan untuk mencari informasi seputar olahraga ekstrim? (**boleh memilih lebih dari 1**)
 - a. TV
 - b. Majalah
 - c. Internet
 - d. Lainnya, sebutkan

10. Jika Anda memilih majalah, harap lanjut. Jika tidak, silahkan berhenti. Berapa lama Yang Anda gunakan untuk membaca majalah?
 - a. < 1 jam
 - b. > 1 jam

11. Apakah majalah olahraga ekstrim saat ini sudah cukup memberikan informasi buat Anda?
 - a. Ya
 - b. Tidak

12. Informasi apa yang paling anda butuhkan dari sebuah majalah olahraga ekstrim (**boleh memilih lebih dari 1**)
 - a. Informasi produk-produk terbaru
 - b. Komunitas olahraga ekstrim
 - c. Kegiatan/event olahraga ekstrim
 - d. Referensi tempat berolahraga ekstrim
 - e. Lainnya, sebutkan

13. Seberapa perlu terbitnya majalah tersebut?
 - a. Dua mingguan
 - b. Satu bulanan
 - c. Dua Bulanan

14. Ukuran majalah olahraga ekstrim yang Anda inginkan?
 - a. A4 / kwarto (21 cm x 29,7 cm)
 - b. B5 (17,6 cm x 25 cm)

15. Jika akan diterbitkan sebuah majalah tentang olahraga ekstrim Indonesia, isi Majalah sebaiknya tentang apa saja? (**boleh memilih lebih dari 1**)
 - a. Informasi mengenai seputar dunia olahraga ekstrim di Indonesia
 - b. Profil dan komunitas olahraga ekstrim
 - c. Produk dan jasa olahraga ekstrim di Indonesia
 - d. Event olahraga ekstrim di Indonesia
 - e. Lainnya, sebutkan

Terima kasih atas peran serta Saudara/Saudari

SURVEY PEMBACA

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pekerjaan :

***Mohon beri tanda (x) pada pilihan jawaban yang tersedia**

ISI MAJALAH

1. Bahasa yang dipergunakan
 - a. Dimengerti
 - b. Tidak dimengerti
2. Rubrik yang disukai
 - a. X-Editor's Note
 - b. X-Review
 - c. X-Pose
 - d. X-Story
 - e. X-Community
 - f. X-News
 - g. X-Tips
 - h. X-Health
 - i. X-Sspot
 - j. X-Shop
 - k. X-Profile
 - l. X-Shoot
 - m. X-Quiz
 - n. X-Speak
3. Rubrik yang tidak disukai
 - a. X-Editor's Note
 - b. X-Review
 - c. X-Pose
 - d. X-Story
 - e. X-Community
 - f. X-News
 - g. X-Tips
 - h. X-Health
 - i. X-Sspot
 - j. X-Shop
 - k. X-Profile
 - l. X-Shoot
 - m. X-Quiz
 - n. X-Speak
4. Gambar yang ditampilkan membantu Anda dalam memahami informasi
 - a. Membantu
 - b. Tidak membantu

5. Jumlah halaman majalah
- a. Terlalu banyak b. Cukup c. Kurang

6. Apakah dari rubrik yang ada sudah mencukupi kebutuhan Anda? Berikan alasan

- a. Cukup

.....

.....

.....

- b. Belum mencukupi

.....

.....

.....

7. Informasi yang dibutuhkan namun belum ada di majalah

.....

.....

.....

DESAIN

8. Desain cover
- a. Menarik b. Cukup c. Tidak menarik

9. Jenis huruf
- a. Membantu b. Tidak membantu

10. Foto/ gambar yang disajikan
- a. Menarik b. Cukup c. Tidak menarik

11. Jenis kertas
- a. Baik b. Tidak baik

Alasan & saran:

.....
.....
.....

12. Bagaimana Anda mendapatkan majalah X-TRIM! dari

- a. Beli sendiri
- b. Lain
- c. Lain-lain

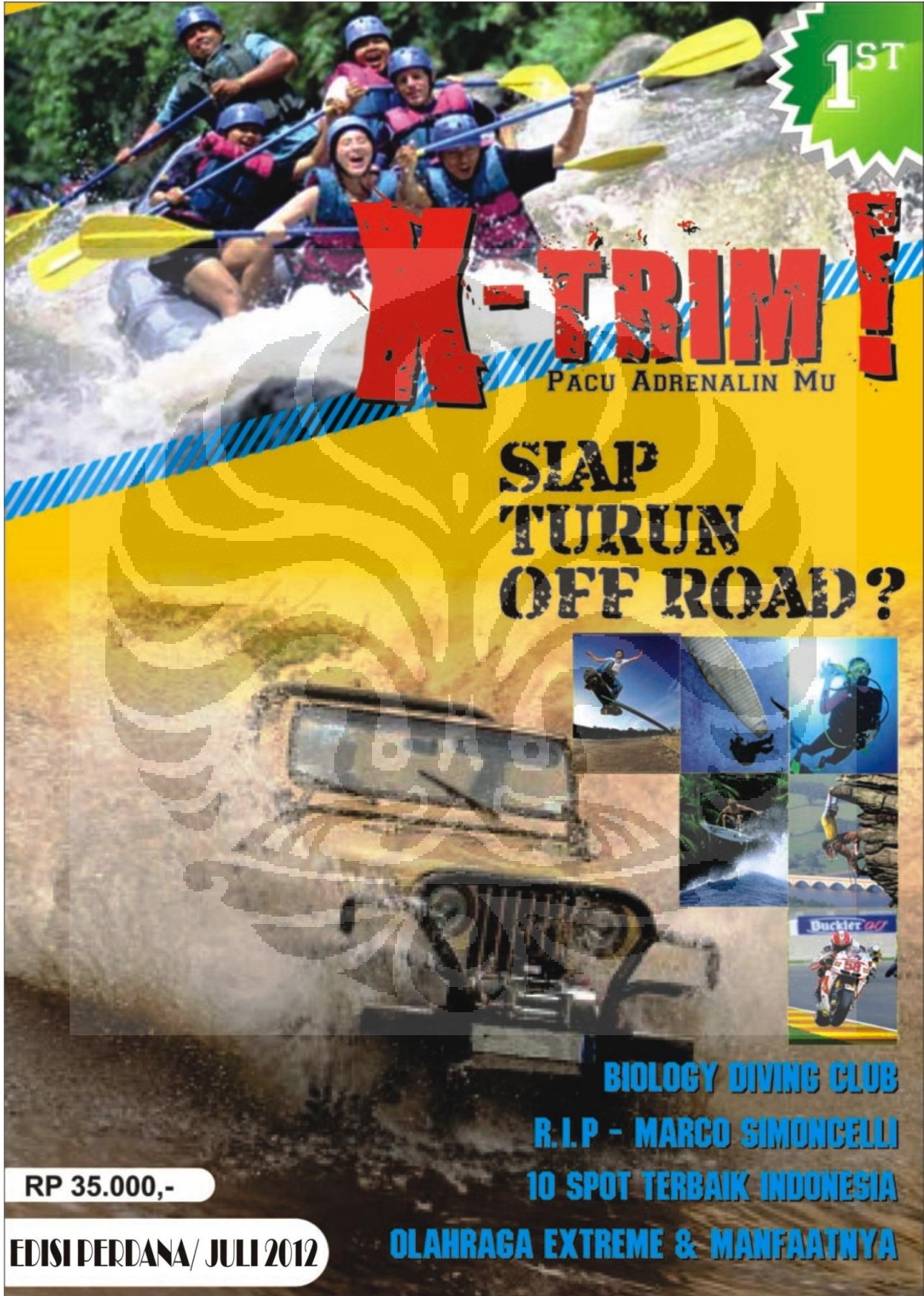
.....

13. Bagi Anda yang berlangganan, apakah kedatangan majalah ini tepat waktu?

- a. Tepat waktu
- b. Tidak tepat waktu

KESAN & SARAN

.....
.....
.....
.....
.....



1ST

K-TRIM!

PACU ADRENALIN MU

SLAP TURUN OFF ROAD?



BIOLOGY DIVING CLUB
R.I.P - MARCO SIMONCELLI
10 SPOT TERBAIK INDONESIA
OLAHRAGA EXTREME & MANFAATNYA

RP 35.000,-

EDISI PERDANA/ JULI 2012



SANDILE MAPHUMULO, SA PRO SKATER

JUSTDOIT.CO.ZA



MY
ASSAULT

JUST DO IT 

X-TRIM!

PACU ADRENALIN MU

PEMIMPIN REDAKSI:
Nurhikmah Sunardi

PENANGGUNG JAWAB:
Masmiar Mangiang

REDAKTUR PELAKSANA:
Nurdianto

REDAKTUR:
Sunardi

REPORTER (FOTOGRAFER):
Nabila M. A.
Donizetta D. A.
Airique B. M.

DESAIN GRAFISI:
Sigit

IKLAN DAN PROMOSI:
Nilawati

RUMAH TANGGA:
Fatmawati

MARKETING:
Feby Mulyani

PRODUKSI:
M. Reyhan
M. Alif Ramadhan

SIRKULASI:
-Nur Fadli

ALAMAT REDAKSI:
Jl. Raya Pondok Bambu Blok A No.7,
Jakarta Timur
www.x-trimagz.com
Hotline: 021 - 80207500

Pacu adrenalin mu!!!

Belakangan ini olahraga ekstrim makin banyak diminati khususnya di Indonesia. Muncul ide untuk menjadi pelopor majalah yang mengajak masyarakat untuk mengapresiasi gaya hidup berbagai olahraga ekstrim di Indonesia. Dan akhirnya jadilah majalah X-TRIM! ini.

Tujuan dibuatnya majalah X-TRIM! adalah untuk memberikan informasi dan pengetahuan bagi masyarakat seputar olahraga ekstrim. Hingga saat ini belum ada majalah bertema serupa di Indonesia, berisi informasi berbagai olahraga ekstrim dengan desain dan konten yang menarik.

Kehadiran majalah X-TRIM! juga dapat memotivasi masyarakat Indonesia untuk mencintai olahraga ekstrim dan menjadikannya sebagai gaya hidup sehat, mendidik fisik dan mental masyarakat untuk siap melakukan olahraga beresiko, serta sebagai media informatif dalam petunjuk teknis berolahraga ekstrim.

Edisi khusus perdana ini mengulas berbagai olahraga ekstrim, diantaranya yang menjadi ekspose utama adalah offroad. Kemudian olahraga ekstrim diving, paralayang, sepeda gunung, surfing, hingga arung jeram.

Harapan kami semoga majalah X-TRIM! ini bisa diterima baik oleh pembaca. Kritik dan saran terbuka untuk pengembangan majalah ini.

Salam hangat,
Redaksi

X-CONTENT

02	X-Editor's Note
04	X-Pose
10	X-Shop
11	X-Community
14	X-Health
17	X-Event
20	X-Profile
23	X-Review
28	X-Tips
30	X-Story
32	X-Spot



Dilarang keras menduplikasi foto-foto yang ada dalam majalah ini, dengan alasan apapun. Kutipan atas data maupun artikel, hanya dimungkinkannya bila menyebutkan nama majalah dan penerbitnya.

The advertisement for Kratingdaeng features a large red bull logo in a yellow circle at the top. Below it, a group of five people are shown in a celebratory pose, holding bottles of the drink. The text 'WORLD'S NO. 1 REAL ENERGY DRINK' is prominently displayed in white on a blue background. At the bottom, two bottles of the drink are shown next to the 'DIAMOND ICOSA' logo, which includes a diamond icon and the text 'INDONESIAN CUSTOMER SATISFACTION AWARD'.

PERSIAPAN JELANG EVENT OFFROAD

Event makin banyak dan bertebaran dimana-mana. Tentu menarik perhatian para *Offroader* khususnya pemilik *OFF-ROADERS*. Dari yang haus tantangan, menjajal lift-kit yang baru dipasang, atau yang sekedar mencari kenikmatan berkendara di alam terbuka.

Apapun alasannya, *off-road* bukanlah olahraga tanpa risiko. Apalagi yang berkarakter *outdoor*, yang juga berarti harus mengalah pada alam. Sebuah risiko yang sulit di takar. Namun, apapun risiko yang menghadang, semua bisa di tekan bila persiapannya matang.

Dan persiapan matang itu butuh preparasi mendetail sebelum event. Itu berarti, dari sisi logistik, akomodasi, teknis sampai transportasi harus *tercover*. Semua hal itu harus berpatokan pada kemungkinan-kemungkinan yang bakal di hadapi saat lomba nanti. Biar mudah dipahami, *off-rovers* menyusun beberapa panduan penting berdasarkan pengalaman *off-rovers* kawakan saat mengikuti event, baik dalam negeri maupun luar negeri. Dalam mengikuti suatu event atau lomba, logistik dan akomodasi menjadi faktor penentu. Peralannya, untuk keperluan *off-road*, terutama jenis *adventure* yang bisa berlangsung lebih dr sehari, kita butuh energi ekstra, perangkat ekstra, dan yang paling penting bisa menjaga tenaga agar dapat bertarung maksimal sampai akhir event. Tanpa logistik dan akomodasi yang mendukung, tentu hal-hal tadi bakal sulit di penuhi.

Disadari menjadi salah satu dasar strategi, maka sebelum menentukan logistik dari akomodasi, kita harus paham beberapa hal utama.

Yang pertama tentu soal lomba nya sendiri. Anda harus tahu besarnya skala lomba, jenis, lokasi, durasi dan waktu nya. Skala dan jenis lomba menentukan tingkat persiapan. Semakin bergengsi lombanya, semakin serius pula persiapannya. Sementara lokasi dan durasi, menentukan jumlah persediaan yang di bawa. Makin lama durasi event nya, makin banyak pula persediaan yang dibutuhkan. Tapi, bila lokasi gelaran relatif dekat dengan area perkotaan, anda boleh saja toleran soal kuantitas.

Kedua, menyangkut rombongan sendiri, semisal ada beberapa *off-rovers* yang ikut dan tentu saja beberapa orang kru. Dua faktor ini menentukan seberapa banyak persiapan dan peralatan yang dibawa. Berdasarkan pengalaman beberapa *off-rovers* senior, dipastikan bakal banyak masalah diluar dugaan yang kerap terjadi. Makanya perlu persiapan matang, utamanya menyangkut logistik, baik itu untuk *off-rovers* nya maupun untuk orangnya. Prinsipnya, "lebih baik bawa lebih meskipun tidak terpakai, ketimbang tidak ada saat diutuhkan".



AKOMODASI

Akomodasi menjadi faktor penting, terutama untuk event-event yang berlangsung di luar kota. Kebanyakan gelaran *adventure* berlangsung pada weekend, mulai pada jumat dan selesai pada minggu. Artinya, kegiatan akan berlangsung 3 hari non-stop dengan jatah istirahat minim. Makanya, kualitas akomodasi jadi penting.

Sama seperti logistik, akomodasi pun sangat ditentukan oleh jenis dan lokasi lomba. Untuk lomba yang lokasinya di satu area terbatas, tinggal mencari informasi menyangkut sarana yang tersedia. Tanyakan pada panitia soal basecamp, jarak terdekat dengan kota, dan penginapan yang ada di sekitar lokasi. Bila durasi event lebih dari sehari, maka informasi sarana reservasi seperti hotel dan penginapan jadi patokan utama.

Untuk event berskala besar, biasanya hal ini sudah diatur oleh panitia nya. Namun, bila event nya tidak mengatur, kan mudah saja minta informasi pada panitia lomba. Jangan lupa informasi soal sarana penunjang lainnya, seperti ATM dan SPBU.

Sedikit berbeda dengan event yang bersifat *cross country*, biasanya tidak mengenal reservasi seperti hotel maupun penginapan. Di samping itu kita harus tahu betul konsumsi bakar rata-rata kendaraan dan harus tersedia bahan bakar cadangan. Maka sebelum masuk area basecamp, tangki BBM sebaiknya dalam kondisi penuh, berikut juga dengan tangki cadangannya.



Banyak *off-roader* yang lebih suka camping di area basecamp. Memang nikmat, tapi akan menyengsarakan bila sarana MCK tidak jelas. Alternatif lain yang kerap di praktikkan adalah meminjam rumah penduduk sekitar lokasi. Biasanya mereka akan sangat kooperatif, tapi *off-roader* pun diuntut bersikap sopan. Fasilitas yang tersedia, tentu saja sesuai rumah yang di tumpang. Bagi yang memilih camping, pastikan semua kelengkapan (*camping gear*) tersedia.



- ✓ *Sleeping bag* – Matras
- ✓ Tenda
- ✓ *Cool Box*
- ✓ Kompor, alat masak dan alat makan
- ✓ Velbred
- ✓ *Tissue*
- ✓ Kantong plastik untuk sampah, minimal 1 kantong per hari untuk tiap mobil

TRANSPORTASI

Mau irit harus cerdas

Seperti kata pepatah, banyak jalan menuju Roma, demikian pula dalam pengangkutan kendaraan *off-road* menuju lokasi lomba. Banyak trik yang bisa dilakukan agar biaya untuk ikut kompetisi bisa sedikit ditekan. Dengan begitu, semakin banyak event *off-road* yang bisa diikuti, sehingga jam terbang pun bertambah.

Masing-masing rute transportasi punya keunikan tersendiri, dan mencari trik pemakaian biaya yang efisien

Berikut intisari nya:



Event Luar Kota Satu Provinsi:

1. Pastikan lokasi event. Baik itu jarak tempuh maupun kondisi jalan yang bakal dilalui.
2. Jika masih memungkinkan, tak ada salahnya untuk mengendarai kendaraan *off-road* yang dipakai ikut lomba. Namun sebelumnya pastikan kondisi mesin sehat dan surat-surat lengkap.
3. Membawa perlengkapan cadangan (*list* nya bisa dilihat pada artikel persiapan teknis red.)
4. Jika dikendarai sendiri, usahakan memakai ban jalan raya. Sebab di aspal kembangan ban *off-road* akan cepat habis. Ban *off-road* bisa dibawa dengan anhang. Supaya daya muat kendaraan *off-road* yang terbatas bisa diakali.
5. Apabila hanya memiliki ban *off-road*, jangan lupa saat di jalan raya di isi tekanan angin yang kuat. Paling tidak diatas 33 psi. Walaupun bantingan akan terasa lebih keras tapi cara ini bisa mengurangi kembangan ban cepat terkikis.
6. Sebaiknya berangkat lebih awal karena kondisi di jalan susah di prediksi. Bila terjadi kerusakan sebelum lomba di mulai masih sempat melakukan perbaikan.
7. Ada cara lain, yaitu menyewa truk traiker yang biasa dipakai untuk mengangkut mobil baru. Biasanya perusahaan karoseri yang memiliki, seperti misalnya New Armada Magelang.



Lintas Negara

Lewat Laut:

1. Minta undangan resmi dari panitia penyelenggara. Informasi lengkap jadwal event ikut pula di lampirkan.
2. Minta surat rekomendasi dari organisasi otomotif nasional, bisa IOF atau IMI dengan menyertakan fotocopy undangan resmi.
3. Mengurus surat rekomendasi ke Dir Lantas Polri dengan melampirkan undangan resmi dari panitia luar negeri, rekomendasi IOF/IMI, fotocopy BPKB dan STNK, fotocopy SIM A (untuk negara ASEAN) SIM Internasional (negara Asia).
4. Agar meudahkan pengurusan, usahakan nama yang tertera di STNK, paspor, dan SIMA yang sama.
5. Nomor sasis dan mesin harus sesuai dengan yang tertera di STNK.
6. Selanjutnya berkas yang sudah lengkap di bawa EMKL atau perusahaan jasa pengiriman barang ke luar negeri.
7. Biasanya perusahaan ini akan melanjutkan pengurusan hingga ke bea cukai.
8. Membayar uang jamina sesuai tabel yang dikeluarkan pabean, misalnya untuk malaysia: Mesin 1.000 cc – 1.500 cc tabel harga US\$ 4.500 depositnya 2.500 RM. Uang jaminan ini nanti bisa di minta kembali setelah kendaraan *off-road* kembali ke tanah air.
9. Biaya pengiriman berkisar Rp 20 jutaan pulang-pergi. Untuk pengiriman keluar, kadang lebih mahal ongkosnya dibandingkan mengangkut lagi ke Indonesia.
10. Apabila sudah sampai di pelabuhan luar negeri, kendaraan *off-road* bisa menghubungi biro jasa EMKL setempat untuk mengambil roda empat yang di kirim.
11. Jangan lupa pastikan sekalian jadwal untuk mengirim kendaraan *off-road* kembali ke tanah air setelah event usai.



Lewat Darat:

1. Sama seperti pengiriman lewat laut, sebaiknya *off-roaders* selalu membawa undangan resmi dari panitia.
2. Jangan lupa membawa paspor, SIM A yang masih berlaku, STNK dan BPKB.
3. Setelah sampai ke gerbang perbatasan (contoh: pengurusan jika ingin menyeberang ke Kuching, Malaysia) *off-roaders* meminta cap ke imigrasi Indonesia, baru mengurus ijin masuk ke Negeri Jiran.
4. Membayar biaya asuransi, besarnya tergantung berapa hari tinggalnya di negara bersangkutan. Asuransi ini berguna sewaktu-waktu terjadi kecelakaan.
5. Nantinya *off-roaders* akan diberi kertas yang harus di tempel di kaca depan. Jangan sampai hilang, karena saat kembali ke Indonesia melalui gerbang perbatasan, kertas ini akan



PERSIAPAN TEKNIS: Jadilah Sahabat Batman

Dalam istilah *off-road* kerap kali terdengar sebutan "jebakan Batman". Yang di maksud disini bukanlah Batman si manusia kelelawar, tapi handicap berat diluar prediksi *off-roader*. Hal ini terjadi karena berbagai sebab seperti misalnya cuaca terjadi hujan deras sehingga tanah becek dan berlumpur).

Atau bisa saja karena terjadi kecelakaan atau kerusakan, terpaksa rute di ubah lebih jauh dari yang seharusnya dilalui. Nah, kondisi jalanan yang ditemui pun otomatis berubah dari rencana awal perjalanan. Disinilah sosok *off-roader* penyuka tantangan diuji kemampuannya.

Bukan saja kemampuan mengatasi trek yang dilalui namun segala macam persiapan baik teknis maupun non teknis. Untuk non teknis, penggalan informasi berupa lokasi (kontur tanah) yang akan di lalui, cuaca, jarak tempuh, jumlah kendaraan, kebiasaan penduduk setempat, dan sebagainya). Jangan sungkan untuk bertukar dengan *off-roader* yang pernah melalui rute yang akan di lalui.

Sedangkan persiapan teknis, meliputi kelengkapan peralatan dan suku cadang kendaraan *off-road* yang wajib di bawa. Ingat acap kali lokasi yang di lalui jauh dari mana-mana. Jika terjadi kerusakan harus bisa memperbaiki sendiri. Paling tidak perbaikan darurat samai ke daerah yang ada bengkel dengan peralatan lebih lengkap.

Meski hukumnya wajib, tapi *off-roaders* tidak perlu memboyong seluruh peralatan bengkel. Nanti di kira mau buka bengkel di tengah hutan. he.. he.. he..

Check List Peralatan dan Perlengkapan

- ✓ Kunci baut 1 set
- ✓ Palu besar
- ✓ Gergaji besi
- ✓ Kunci inggris
- ✓ Tag jepit dan potong
- ✓ Alat las dan kabel nya
- ✓ Kabel jumper
- ✓ Dongkrak hi-lift/buaya
- ✓ Kunci ban
- ✓ Pompa ban
- ✓ Jerigen BBM
- ✓ Kabel cadangan dan soket terminal
- ✓ Sekring
- ✓ Isolasi
- ✓ Karet ban dalam bekas
- ✓ Lem
- ✓ Sealer
- ✓ Kopling set
- ✓ Busi
- ✓ Platina
- ✓ Belt
- ✓ Slang radiator
- ✓ Oli mesin
- ✓ Oli rem
- ✓ Oli transmisi



SALE

 **POLYGON**

DAHON®

 **TOPEAK**



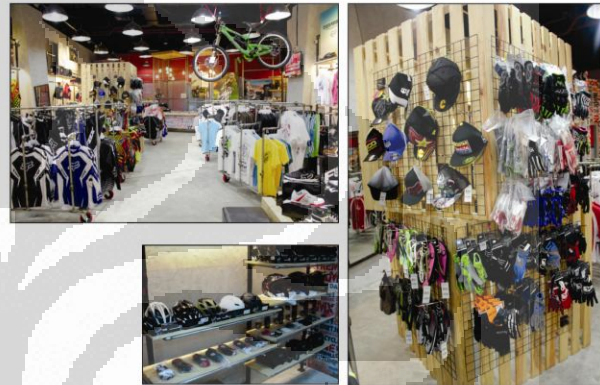
marzocchi

SUSPENSION PRODUCTS

Xtreme 1st Shop

Xtrem 1st adalah salah satu toko yang menjual peralatan *motocross*, bmx, sepeda downhill dan perlengkapan olahraga ekstrem sejenis. Toko ini juga merupakan satu-satunya tempat di Indonesia yang menjual produk FOX, yaitu sebuah brand yang sudah terkenal di dunia olahraga ekstrim sejak tahun 1974. Tak hanya itu disini lo bukan cuma dapetin helm, sepatu, dan perlengkapan olahraga lainnya, tetapi juga bisa dapetin fashion-fashion *sporty* yang *casual*, untuk laki-laki dan perempuan.

Tak hanya menjual perlengkapan serta aksesoris *motocross* dan sepeda saja, tempat ini juga menjual berbagai keperluan sehari-hari seperti pakaian, celana jeans, tas, topi, sandal, belt dan masih banyak lagi. Harganya pun tidak terlalu mahal. Harga yang ditawarkan yaitu berkisar antara Rp.75.000 - Rp. 4.500.000. Pakaian dipatok pada kisaran harga Rp150.000,- sampai Rp250.000,-, dengan baju *motocross* dijual seharga Rp340.000,- sampai Rp5.500.000,-. Sedangkan sepatu khusus *motocross* dijual seharga Rp1.650.000,- untuk yang pendek, hingga Rp2.060.000,- untuk model *high boots*.



Semua barang yang ada di Xtrem 1st ini langsung didistribusikan dari Amerika melalui Singapore sehingga kualitasnya pun sangat terjamin. Tak hanya terbatas untuk kalangan pecinta *motocross* dan sepeda saja, orang yang bukan penikmat olahraga tersebut pun bisa menikmati koleksi lainnya. Salah satu contoh toko *sport* berkualitas, dengan koleksi beragam dan harga terjangkau.

Find Us :

Xtrem 1st Shop
Gandaria City 2nd Floor #221
Jl. Sultan Iskandar Muda, Jakarta
10.00 -22.00 WIB
(021) 2900 7810



Jelajah Dunia Laut Bersama Biology Diving Club (BDC UNAS) Jakarta

B*iology Diving Club, menjelajah perairan nusantara, menikmati panorama menakjubkan bawah laut....*

Indonesia sebagai negara kepulauan – yang sebagian besar wilayahnya berupa lautan, memiliki tempat-tempat yang potensial untuk dijadikan tempat buat melakukan olahraga menyelam atau *diving*. Makanya tak mengherankan kalau banyak turis lokal maupun asing, yang rela jauh-jauh datang ke lokasi-lokasi penyelaman favorit di Indonesia, hanya untuk melakukan *diving*.

Namun rasanya hal itu wajar, mengingat pemandangan bawah laut yang begitu indah di banyak perairan negeri kita, membuat *paradiver* terpesona lalu ketagihan untuk melihatnya lagi. Bagaimanapun, pastinya ada kepuasan tersendiri yang sulit dilupakan setiap kali melakukan kegiatan ini. Dan karena itu, maka wajar saja jika kemudian banyak masyarakat kita yang menyukai olahraga ini. Bahkan, kini juga telah banyak bermunculan komunitas *diving* di Indonesia.



Komunitas *Biology Diving Club* (BDC) adalah salah satunya. Komunitas yang berdiri sejak tahun 1988 ini, telah melakukan kegiatan penyelaman diberbagai tempat di Indonesia, mulai dari Kepulauan Seribu, Bali, Ambon hingga Papua.

Riwayat berdirinya komunitas ini berawal dari sebuah UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) di Universitas Nasional, yang diberi nama *Biological Science Club* (BScC). Layaknya kegiatan UKM pada umumnya, BScC ini juga memiliki seabrek kegiatan yang salah satunya adalah menyelam. Kegiatan ini memang sengaja dilakukan yaitu dalam rangka untuk melakukan penelitian dan konservasi makhluk hidup di laut. Namun sayangnya, BScC sempat vakum pada waktu itu. Nah, karena merasa sayang pada kegiatan menyelam yang sering dilakukan – kalau harus dihentikan, maka mereka akhirnya sepakat untuk membuat komunitas khusus *diving*, selepas vakumnya BScC itu.





Komunitas ini memang berdiri dari lingkungan sebuah kampus, namun bukan berarti mereka menutup diri untuk masyarakat umum. Dan nyatanya, saat ini banyak sekali kampus-kampus lain yang ikut bergabung ke dalam komunitas ini, mulai dari Universitas Indonesia hingga Trisakti, "Tidak hanya dari kalangan mahasiswa, banyak juga dari kalangan profesional yang ikut bergabung ke dalam komunitas kami, mulai dari PNS, karyawan swasta, hingga pengusaha," jelas Hendri D. Berri, salah satu pendiri Biology Diving Club.

Saat ini, BDC telah memiliki 400 anggota, dan mereka telah melakukan berbagai kegiatan penyelaman di seantero Indonesia, mulai dari laut Indonesia bagian barat hingga bagian Timur. Berri mengatakan, dari berbagai tempat penyelaman di Indonesia yang pernah dirinya selami, ia sangat kesian dengan perairan Indonesia Timur. Karena menurutnya, air laut bagian Timur Indonesia itu airnya masih jernih, dan juga memiliki keanekaragaman hayati yang begitu luar biasa.



ter
di

X-COMMUNITY



Lalu, apa sih yang membuat mereka begitu menyintai hobi ini? Menjawab pertanyaan ini, Berri mengatakan bahwa setiap penyelam pasti memiliki alasan yang berbeda mengenai alasannya menyukai hobi menyelam. Tetapi, menurutnya lagi, menggeluti olahraga menyelam sangatlah mengasyikkan. Karena selain dapat berolahraga, dengan menyelam kita juga bisa menemukan pemandangan yang tidak bisa dilihat di darat.



Menurut Berri, menyenangkan kegiatan menyelam ternyata tidak hanya bisa mengenal kehidupan bawah laut, tetapi juga bisa melakukan kegiatan-kegiatan lain yang menarik, mulai dari fotografi, videografi, hingga penelitian

Nah, Anda tertarik untuk bergabung? Untuk bergabung ke dalam komunitas ini persyaratannya mudah kok. Yang terutama, pastinya Anda harus bisa berenang. Dan selain itu, Anda hanya dikenakan biaya pendaftaran sebesar Rp 200 ribu, serta Rp 100 ribu untuk biaya latihan menyelam.

Contact person

Fabiona (fabiona_dawet@yahoo.com)



Olahraga Ekstrim & Manfaatnya



Olahraga ekstrim tidak hanya bisa memacu adrenalin, namun juga memberikan manfaat kesehatan yang tidak sedikit. Saat sedang stress berat misalnya, melakukan olahraga ekstrim bisa menjadi solusinya.

Ada beberapa karakteristik umum yang membedakan olahraga ekstrim dengan olahraga lain pada umumnya. Meskipun tidak eksklusif untuk anak muda, namun olahraga ekstrim cenderung dilakukan oleh mereka yang berusia 15 sampai 45 tahun. Tentu patokan umur ini bergantung kepada jenis dari olahraga ekstrim yang dilakukan serta tingkat kesehatan pelakunya.

Ciri khas lainnya adalah olahraga ekstrim tidak dipraktikkan dalam kegiatan olahraga di sekolah, serta cenderung dilakukan individual daripada berkelompok. Selain itu, mereka yang melakukan olahraga ekstrim biasanya mendapatkan bimbingan khusus terlebih dahulu dari para ahli yang telah berpengalaman sebelum melakukannya.

Olahraga ekstrim juga memiliki kekhususan tersendiri. Apabila olahraga lainnya mengedepankan persaingan dengan kompetitor, maka olahraga ekstrim berfokus pada menaklukkan rasa takut diri sendiri dan bagaimana kita bisa menghadapi tantangan alam.

Variabel-variabel lingkungan yang tidak bisa ditebak, seperti cuaca dan medan yang terkait termasuk ketinggian, angin, air, salju dan dataran ekstrim, menjadi bagian dari tantangan yang harus bisa ditaklukkan para penikmat olahraga ekstrim. Karena fenomena alam tidak dapat dikendalikan, kesiapan mental serta ketrampilan memiliki pengaruh sangat besar dalam olahraga ekstrim.

Ada beberapa jenis aktivitas olah tubuh yang yang bisa dimasukkan dalam kategori olahraga ekstrim yaitu:

Bungee Jumping (melompat dari ketinggian)

Melompat dari ketinggian puluhan meter dengan hanya mengandalkan bungee cord khusus sebagai alat pengaman, tentu akan memberikan pacuan adrenalin yang luar biasa bagi para pelakunya

! Manfaat kesehatan: menghilangkan stress, melatih kelenturan tubuh, melancarkan peredaran darah ke otak, dan bisa menjadi terapi untuk mengatasi phobia pada ketinggian.



Gliding (olahraga terbang layang)

Variasi dari olahraga ekstrim di udara dengan bantuan alat khusus agar penggunaanya bisa bergerak bebas di udara adalah hang gliding dan gliding. Bila gliding dilakukan menggunakan pesawat tak bermesin yang dikenal sebagai glider atau pesawat layar, maka hang gliding dilakukan dengan pesawat yang lebih sederhana, yang kadangkala hanya terdiri dari sayap kain berangka metal.

Manfaat kesehatan: menghilangkan stres, melatih kekuatan otot tangan, dan melatih konsentrasi berpikir.

(sepeda gunung)

Mengendarai sepeda gunung khusus di jalanan terjal sambil menikmati keindahan alam menjadi kesenangan yang ditawarkan mountain biking.

Secara umum, kategori kegiatan dalam mountain biking terbagi atas *cross country*, *trail riding*, *downhill*, *free-ride*, *street riding*, *dirt jumping*, dan *trials*. Namun, yang lebih sering dilakukan tentunya adalah *recreational cross country*, *trail riding*, dan *street riding*, di mana kegiatan yang dilakukan lebih bersifat rekreasi.

Manfaat kesehatan: membakar lemak tubuh karena adanya aktivitas tubuh secara kontinyu, membuat sistem kardiovaskular tubuh bekerja dengan lebih baik akibat aktivitas tinggi jantung dan paru-paru sehingga tubuh dengan sendirinya menjadi lebih fit, serta melatih otot khaki.

Climbing (panjat tebing)

Climbing atau panjat tebing kini semakin populer, bukan hanya di kalangan anak muda dan orangtua, namun juga anak-anak. Jika sudah cukup mahir melakukan *wall climbing*, *rock climbing* di alam terbuka bisa menjadi pilihan tantangan selanjutnya.

Manfaat kesehatan: membuat stamina dan kekuatan tubuh menjadi lebih baik akibat intensitas aktivitas fisik yang tinggi, dan melatih kedisiplinan mental karena tingkat konsentrasi yang harus dipertahankan selama melakukan *climbing*.

**Surfing (berselancar)**

Olahraga ekstrim yang berlangsung di air juga cukup banyak jenisnya, misalnya *jet-skiing*, *scuba diving*, *snorkeling*, *surfing*, *kayaking*, *windsurfing*, dan *water-skiing*. Namun, menilik dari antusiasme para penggemarnya, surfing bisa dikatakan sebagai olahraga ekstrim air yang paling populer.

Manfaat kesehatan: surfing pada dasarnya adalah sebuah paduan latihan kardiovaskular yang baik, menggunakan otot tubuh bagian atas saat mengayuh papan selancar dengan tangan, dan latihan otot kaki saat mengendalikan papan selanca.

Peringatan bagi yang ini melakukan olah raga ekstrim:**1. Pertimbangkan risiko**

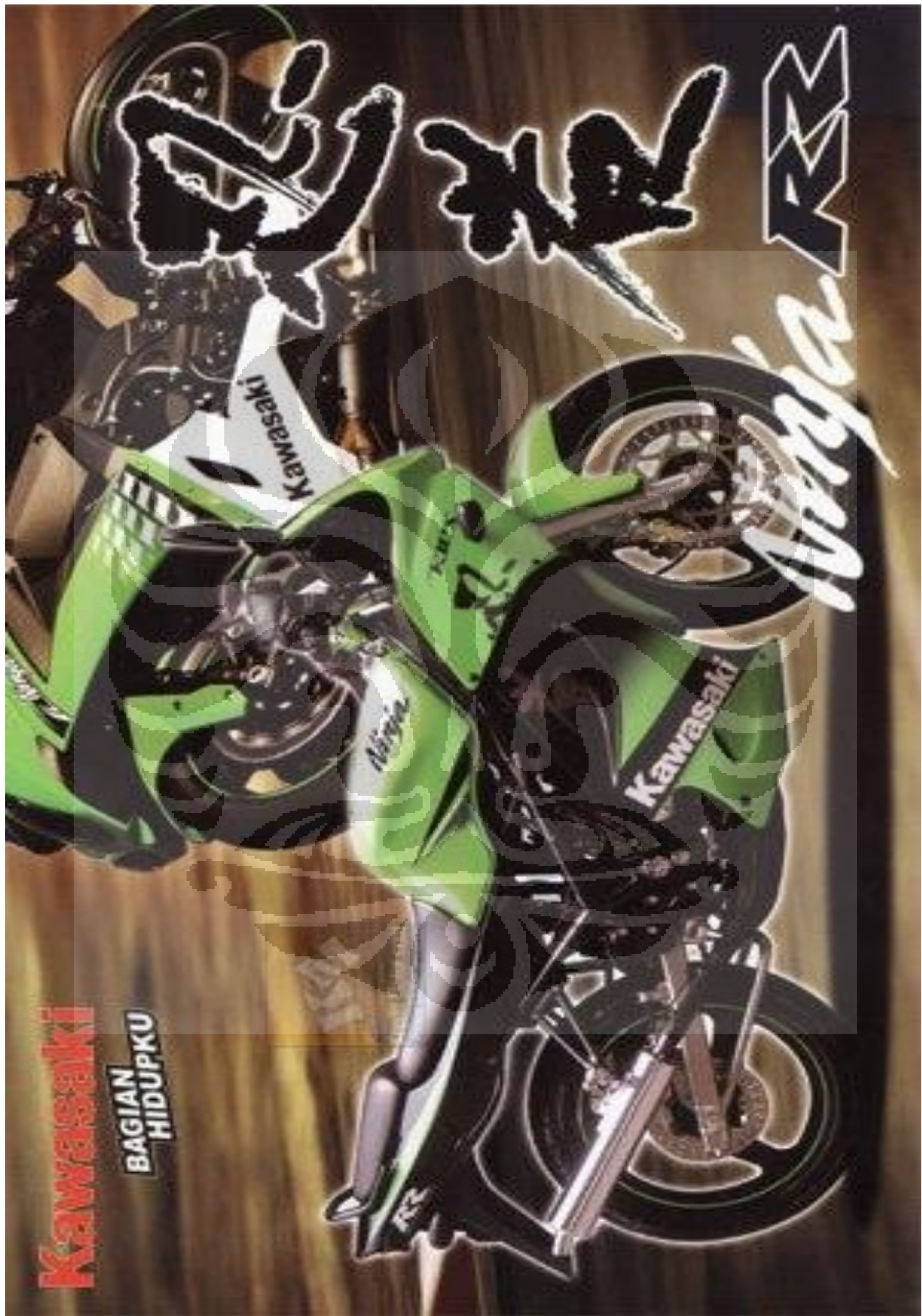
Dalam memilih kegiatan yang akan dilakukan, pertimbangkan juga risiko yang bisa menimpa Anda saat melakukan olahraga ekstrim tersebut. Ingat orang-orang tercinta yang menunggu Anda di rumah.

2. Periksa kesehatan terlebih dahulu

Pastikan Anda mengunjungi dokter untuk mengetahui kesiapan fisik Anda dalam melakukan olahraga ekstrim yang akan dilakukan. Bila memang fisik Anda tidak siap, ada baiknya untuk menunda rencana tersebut

3. Pilih waktu yang tepat

Rencanakan dengan teliti waktu yang tepat untuk melakukan olahraga ekstrim. Saat kantor sering lembur atau banyak pekerjaan yang menumpuk tentu bukan waktu yang ideal.



Kawasaki
BAGIAN
HIDUPKU



INDONESIA JUARA UMUM PARALAYANG

Perjuangan atlet paralayang Indonesia untuk meraih emas terbanyak, 10 emas diraih menempatkan timnas mejadi juara umum SEA Games 2011 cabang paralayang.. Indonesia menyapu bersih empat emas di nomor ketepatan mendarat (*accuracy*), empat emas di nomor lintas alam jarak terbuka (*open distance*) dan dua emas di lintas alam jarak terbatas (*rice to goal*). Tim nasional Indonesia berhasil menjadi juara umum karena meraih 10 dari 12 emas yang disediakan dan berhasil memborong semua mendali di nomor ketepatan mendarat yang digelar sebanyak tujuh babak.

Para penerbang tim Merah Putih berhasil meraih empat medali emas untuk kelas perorangan putra atas nama Thomas Widyananto (emas), Cherry Bonaria (emas perorangan putri) dan emas Beregu Putra serta emas Beregu Putri. dan menyapu bersih seluruh medali lainnya di Nomor Ketepatan Mendarat (*Accuracy*). Karena hingga Sabtu (19/11) nomor Lintas Alam Terbatas (*Race to Goal*) serta Lintas Alam Terbuka (*open distance*) baru digelar masing-masing satu babak, maka Panitia Pelaksana cabang Paralayang memutuskan nomor *Accuracy* selesai dan sisa tiga hari akan dimanfaatkan untuk menambah nilai penerbang di nomor *Race to Goal* (Lintas Alam Terbuka).

Akibat cuaca mendung dan tidak memungkinkan untuk terbang *Open Distance* pada Minggu (20/11), maka lomba ditutup pukul 14.30 WIB. Pada Senin (21/11) pagi merupakan hari akhir kejuaraan, 41 penerbang dari lima negara; Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam, yang memperebutkan 12 medali emas dari tiga jenis lomba, menjalani nomor Lintas Alam Terbuka setelah lomba dimulai (*Open Window*) pukul 13.00 WIB.

Namun, pelaksanaan lomba tidak berlangsung lama, mendung, kabut dan hujan membayangi dari barat dan utara tempat lepas landas. Selama kurang lebih dua jam, atlet mendapat kesempatan memperbaiki nilai, karena merupakan babak terakhir untuk menambah nilai dan memperbaiki kesempatan meraih medali. Lomba berakhir sekitar pukul 15.30 WIB, seluruh penerbang telah menyelesaikan tugasnya. Dan panitia menutup pertandingan secara resmi.

Pada nomor *Race to Goal*, atlit diberi tugas terbang menuju satu atau lebih titik (tiap babak titiknya berbeda) dan kembali ke garis finis di titik pendaratan dalam waktu tercepat. Jarak yang harus ditempuh berkisar 7-11 kilo meter. Kesalahan menerapkan strategi tim Indonesia, menyebabkan penerbang andalan Thailand Sarayut Chinpongsatorn unggul dan berhak meraih emas.

Medali perak direbut rekan senegaranya, Chakrit Baepphaent, sedang Indonesia harus puas dengan perunggu untuk Thomas Widyananto. "Waktu itu kita tidak mendapat cuaca bagus. Tim Thailand sudah lebih dahulu terbang. Saat atlet kita terbang cuaca kurang bagus," kata Gendon Subandono, manajer atlet Timnas.

Menurut Gendon, hal ini kesalahan teknis atlet yang lost membiarkan Sarayut lepas landas sendirian. Selama 20 menit setelah Sarayut take off, penerbang-penerbang tuan rumah menyusul lepas landas, namun pilot pesawat komersil Boeing 737 itu tak terkejar lagi.

Sementara itu, pada ada nomor Lintas Alam Terbuka (*Open Distance*), para penerbang bebas terbang sejauh mungkin. Rekor nasional *Open Distance* sementara masih dipegang penerbang cadangan tim nasional SEA Games 2011 Elisa Manueke (atlit Pra PON Jawa Tengah), sejauh 72 km yang dicatat di Wonogiri, Jawa Tengah, Juni lalu.

X-EVENT



1. Nomor Ketepatan Mendarat (Accuracy):

Perorangan Putri:

Emas: Cherry Bonaria (523)
Perak: Lis Andriana (623)
Perunggu: Kurniawati Iffa (708)

Perorangan Putra:

Emas: Thomas Widyananto (17)
Perak: Dede Nisbah (53)
Perunggu: Lilik Darmono (79)



2. Nomor Lintas Alam Terbatas (Race to Goal):

Perorangan Putri:

Emas: Milawati Sirin (750)
Perak: Lis Andriana (662)
Perunggu: Plaifha Thongdonpum (660)

Perorangan Putra:

Emas: Sarayut Chinpongsatorn (937)
Perak: Chakrit Baepphaen (875)
Perunggu: Thomas Widyananto (815)



3. Nomor Lintas Alam Terbuka (Open Distance):

Perorangan Putri:

Emas: Lis Andriana (204)
Perak: Kurniawati Iffa (204)
Perunggu: Dian Rosnalia (201)

Perorangan Putra:

Emas: Thomas Widyananto (302)
Perak: Hening Paradigma (301)
Perunggu: Nanang Sunarya (273)



THE COLA FROM RED BULL.

100% PURE COLA.

The cola from Red Bull has a unique blend of ingredients, all from 100% natural sources. In addition, it's the only cola that contains both

the original Kola nut and the Coca leaf. Its naturally refreshing cola taste comes from using the right blend of plant extracts.

What's more, the cola from Red Bull contains no phosphoric acid, no preservatives and no artificial colours or flavourings.



STRONG & NATURAL.

Natural flavours from plant extracts and natural caffeine from coffee beans.



Marco Simoncelli.. In Memoriam..

Dilahirkan pada tanggal 20 Januari 1987, di Cattolica, Italia. Menutup usianya pada hari minggu 23 Oktober 2011, pada insiden Sepang, begitu banyak kenangan yang terukir, baik sebagai seorang pembalap Moto GP ataupun seorang Marco, pemuda kaya dan terkenal yang menjalani kehidupan sederhana dalam kesehariannya, warmly, amat dekat dengan keluarga, dekat dengan masyarakat.

Marco.. seorang pemuda, layaknya pemuda pada umumnya, kekayaan dan popularitas tidak membutakannya, la selalu memiliki kepribadian yang sama sepanjang hidupnya, sederhana, ramah, suka bercanda, terbuka. Gaya membalapnya yang berani, karakter humoris yang la tunjukkan di depan publik. Marco Simoncelli tak pernah kehabisan waktu untuk bersama dengan keluarga, sangat menyayangi keluarganya.

Meski menekuni dunia balap, la adalah penggemar berat sepak bola, ketika remaja, Marco sering juga bermain bola, klub favoritnya adalah AC Milan. la memiliki seekor anjing yang manis, Marco merupakan seorang *animal lover*, salah satu makanan kesukaannya adalah tagliatelle dengan fagioli, kadang dimakannya disebuah meja di depan rumahnya. Marco berteman tidak hanya dengan kalangan atas, namun juga dengan kalangan menengah, dia tak suka membeda-bedakan karena kekayaan, bahkan kekasih Marco, Kate, adalah seorang gadis sederhana yang bekerja di trattoria (sejenis restaurant), *good personality* adalah yang utama. Pemuda yang sering Anda saksikan aksinya di Moto GP ini, la sempat mengenyam pendidikan pada diploma perhotelan, namun tentunya racing adalah *his first passion*.



Ketika Marco masih hidup, dia selalu suguhi para pecinta Moto dengan aksinya, dalam kesehariannya pun la memiliki *good personality*. Di saat la berpulang, menuju ke peristirahatan terakhir kala itu, music rock-lah yang mengiringi, sebuah lagu berjudul "*Siamo Noi*" dari Vasco Rossi, musisi rock kesukaan Marco. Semuanya begitu berkesan, kenangan – kenangan ketika la hidup ataupun pemakamannya yang amat berkesan karena kesederhanaan. Sang Mama waktu, beberapa jam sebelum acara pemakaman dimulai, la masih menyiapkan kopi (espresso) tuk para tamu di rumah-nya yang datang melayat. Sebagaimana sang Mama, Marco-pun dekat dengan masyarakat. *Riposa in pace Marco.*

58



Awal Karir

Simoncelli memulai balapan di tahun 1996 di usia dini yaitu sembilan tahun dalam Kejuaraan minimoto Italia. Ia memenangkan Kejuaraan minimoto Italia pada tahun 1999 dan 2000 dan juga menjadi *runner-up* di Kejuaraan minimoto Eropa 2000. Tahun berikutnya, ia melangkah ke Kejuaraan 125cc Italia dan ia berhasil meraih gelar rookie. Pada tahun 2002, dia berkompetisi dan memenangkan Kejuaraan Eropa 125cc.

125cc (2002-2005)

Setelah sukses kejuaraan Eropa 125cc, pada bulan Agustus 2002, Simoncelli memulai debutnya di Grand Prix dengan Matteoni Racing, menggantikan pembalap Ceko Jaroslav Huleš yang naik ke kelas 250cc. Simoncelli, mengendarai Aprilia dengan nomor 37, dia menyelesaikan race di tempat 27 pada balapan pertamanya di Sirkuit Brno. Dalam balapan berikutnya di Estoril, dia mencetak poin pertama kejuaraan dengan finish di tempat 13. Namun, ia gagal mencetak poin dalam empat balap berikutnya dia hanya mampu meraih tiga poin dari enam balapan.

Pada musim 2004, Simoncelli beralih ke *WorldwideRace* tim di bawah nama Rauch Bravo. Pada balapan Musim Keduanya di 125cc di Jerez, Simoncelli mencatat pole position untuk pertama kali. Simoncelli berada di tempat kedua saat pemimpin balapan Casey Stoner jatuh keluar dengan tiga lap tersisa, itulah kemenangan pertamanya. Di akhir musim Dia berhasil mencetak poin di tujuh balapan lain dengan hasil terbaik dari keenam. Dia berakhir di tempat 11 di klasemen akhir dengan 79 poin.



Simoncelli masih tetap bersama *WorldwideRace* di musim 2005, kali ini di bawah bendera Nocable. Dalam balapan pembuka di Jerez, dia mampu memenangkan perlombaan untuk kemenangan kedua beruntun di Jerez. Simoncelli berhasil naik podium pada lima kesempatan lain. Konsistensi membuatnya mendapatkan 177 poin dan tempat kelima di klasemen akhir pada akhir musim.

X-PROFILE

250cc (2006-2009)

Pada 2006, Simoncelli melangkah ke kelas 250cc, menjadi satu-satunya pembalap dari delapan teratas di kelas 125cc tahun sebelumnya yang naik kelas. Ia bergabung dengan Metis Gilera tim, sebuah produsen sepeda motor Italia yang kembali ke kelas menengah setelah absen panjang. Musim pertamanya di 250cc Simoncelli menyelesaikan balapan antara tempat 7 dan 10. Hasil terbaik adalah tempat ke-6 di Grand Prix Cina di Shanghai. Dia berjuang untuk gelar "Rookie of the Year" sampai akhir musim, akhirnya kalah dari Shuhei Aoyama dengan tujuh poin.

Musim 2007 performa Simoncelli masih sama dengan musim sebelumnya. Hanya mampu berakhir di urutan 10 tanpa naik podium. Pada musim 2008 Simoncelli mulai menunjukkan kematangannya dia mampu tampil konsisten. Alhasil pada 19 Oktober 2008 di Sirkuit Sepang pula lah dia memastikan title sebagai juaranya. 2009 dia sempat dijuluki *Superbike*.

25 Juni 2009 Simoncelli menyatakan akan ikut dalam kompetisi MotoGP tahun 2010 setelah setuju bergabung dengan San Carlo Gresini Honda. Debutnya di MotoGP ini kurang mulus, mengalami dua kecelakaan pengujian pra-musim di Sepang. Namun di beberapa series dia mampu bangkit dan mampu menyelesaikan 16 *finish* dari 18 race. Di akhir musim Simoncelli mengumpulkan 125 poin dan berada di urutan ke-8.



58
Superbike



Regulator...*Balance?? Unbalanced??*

Kalau anda baru belajar tentang *Scuba Diving*, kemungkinan besar, instruktur atau buku pelajaran awal anda akan menyebutkan sesuatu mengenai regulator *Balanced* dan *Unbalanced*.

Tentu saja..mendengar kata antara *Balanced* dan *Unbalanced*, anda akan berpikir bahwa regulator jaman sekarang sudah semua *Balanced*.

Tunggu dulu, disini kami mengupas tuntas apa saja perbedaan antara regulator *Balanced* dan *Unbalanced* dan tipe2 regulator yang ada di pasaran.

Regulator scuba diving secara umum dibawa 2 tipe kategori besar:

1. Regulator *Piston*
2. Regulator *Diaphragms*

Dari masing2 kategori itu, dibagi lagi menjadi 2 mekanisme dasar:

1. Regulator *Balanced*
2. Regulator *Unbalanced* atau *Non-Balanced*.

Jadi, sebuah regulator akan memiliki salah satu karakteristik sebagai berikut:

1. Regulator *Piston Unbalanced*
2. Regulator *Piston Balanced*
3. Regulator *Diaphragms Unbalanced*
4. Regulator *Diaphragms Balanced*



Regulator berdasarkan prinsip kerja:

1. Regulator *Piston*

Seperti namanya, cara kerja regulator ini berdasarkan sebuah lempengan besi yang digerakkan oleh tekanan udara dan sebuah per kaku. Tekanan udara akan memberikan tekanan ke lempengan dan menggerakkan si per kaku ini. Mekanisme regulator piston telah dibuktikan selama lebih dari 20 tahun. Regulator piston memiliki komponen yang lebih sederhana daripada regulator diaphragm. Karena alasan inilah, perawatan pada regulator piston lebih sederhana dan juga resiko kerusakan diperkecil karena komponen lebih sedikit dan hampir semua komponen bergerak terbuat dari metal.

Regulator piston hingga tahun 2010 masih menjadi regulator no. 1 untuk kalangan pengguna yang ingin menjadi *reliability* no. 1 dalam sebuah regulator. Oleh karena itulah, regulator tipe ini banyak digunakan oleh *dive center*, *rental*, *dive*



2. Regulator Diaphragms

Regulator tipe ini adalah regulator dengan teknologi terkini dan selalu dikembangkan metode2 baru untuk membuatnya lebih ringan dan tahan lama.

Regulator tipe ini lebih muda umurnya dibandingkan regulator piston. Apabila anda melihat sebuah regulator yang dibandrol cukup mahal dan ada di halaman depan katalog sebuah merek alat scuba, kemungkinan besar regulator ini adalah regulator diaphragm.

Regulator diaphragm pada dasarnya bekerja dengan mengandalkan sebuah membran diaphragm sebagai salah salah komponen vitalnya. Banyak modifikasi pabrik yang bisa dikerjakan pada sebuah regulator diaphragm. Namun, prinsip kerjanya sama semua.

Regulator berdasarkan prinsip kerja 2: Regulator unbalanced dan Regulator balanced

Perbedaan antara regulator *unbalanced (non balanced)* dan *balanced* adalah *effort* (usaha) yang dikeluarkan untuk mengambil napas ketika kita di dalam sebuah kedalaman tertentu.

Regulator *non-balance* memiliki perbedaan usaha napas ketika anda menyelam makin dalam. Ketika makin dalam, anda perlu usaha yang agak lebih keras untuk bernapas. Regulator tipe ini akan terasa lebih 'berat' ketika anda makin menyelam dalam. Dan juga, seiring dengan udara tabung yang menipis (berapapun kedalaman anda), maka regulator *non balance* juga akan terasa lebih berat. Regulator *balance* menghindari semua ini. Regulator tipe ini akan memanjakan anda karena berapapun kedalaman, anda akan bernapas dengan cara dan usaha yang sama. Meskipun udara menipis pun, usaha yang dikeluarkan tetap sama.



Keuntungan dan Kekurangan:



1. Piston Unbalanced

Kelebihan:

- Mudah perawatan
- Kuat, bandel dan super awet
- Reliability no. 1
- Bukan hanya omongan *marketing gimmick*, regulator tipe ini sudah terbukti di pasaran lebih dari 10 tahun.
- Untuk penyelam SAR (*Search and Recovery*), regulator ini adalah sebuah keharusan karena ketika menyelam di sungai/kali yang sangat berlumpur atau zero visibility maka gauge tidak dapat dilihat. Satu2nya indikasi untuk penyelam SAR agar naik keatas adalah regulator yang terasa mulai berat.



Kekurangan:

- Apabila digunakan di kedalaman yang lebih dalam, akan terasa agak berat
- Apabila udara mulai menipis, akan terasa agak berat

Contoh:

Scubapro MK2Plus, Cressi AC2, Mares Rover, Aqualung Calypso

2. Piston Balanced

Kelebihan:

- Mudah perawatan, bandel dan awet
- Sudah *balanced*

Kekurangan:

- Semakin jarang diproduksi karena biaya yang mahal untuk produksi. Hanya beberapa merek di dunia yang memproduksi tipe ini.

Contoh: Scubapro MK25, Cressi Ac10

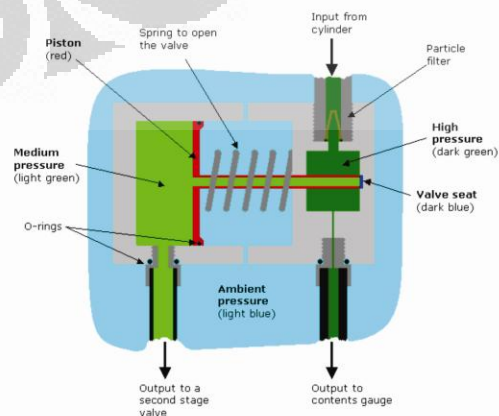
3. Diaphragms Unbalanced

Kekurangan:

Sudah hampir tidak diproduksi tipe ini karena tidak memiliki kelebihan dan sudah tidak masuk akal untuk memproduksi regulator tipe ini.

Contoh:

Penulis tidak dapat menemukan regulator ini dibawah tahun 2005..



4. Diaphragms *Balanced*

Kelebihan:

- Semua regulator terkini menggunakan sistem ini
- Tingkat kreatifitas desainer untuk menambahkan teknologi ke regulator tipe ini
- Hyperbalanced. Hampir semua tipe regulator yang diciptakan 2007 keatas sudah memiliki kriteria ini.

Kekurangan:

- Mahal
- Biaya servis lebih mahal karena lebih banyak komponen yang diganti
- Perawatan harus lebih apik/resik karena alasan pertama diatas

Contoh: Mares Abyss, Mares Proton, Scubapro MK17, Scubapro MK25, Cressi MC5, Cressi MC7, Cressi MC9

Spesifikasi :

MK2 Plus Nitrox First Stage

- Classic downstream piston
- Chrome plated brass body
- Low pressure ports: 4
- High pressure ports: 1
- Tank connection: Dedicated EN 144 -3 300 bar
- Weight: 552g / 19.5oz
- Air Flow at 200bar: 2600 l/min - 92 SCFM
- Intermediate pressure: 8.5-9.8 bar / 123-142 psi
- Nitrox compatible up to 100% Oxygen

R295 Nitrox Second Stage

- Classic downstream valve
- VIVA Preset
- Super-flow hose
- High comfort orthodontic mouthpiece
- Full metal valve housing
- Nitrox compatible up to 100% Oxygen
- Left/right hose attachment
- Weight: 168g / 5.9oz
- Air flow at 200 bar: 1400 l/min - 50 SCFM
- Maximum low pressure: 14 bar / 203 psi



PLUMA BAG



rp.650,000

best-selling snorkeling set...titik!

PALAU CLASSIC BAG



rp.610,000

harga paling ekonomis.
Free Mesh Bag

PALAU BAG



rp.735,000

one size fits beberapa ukuran besar
atau kecil. Fin model open heel
tapi tanpa harus gunakan booties.

PALAU SAF BAG



rp.690,000

cocok untuk training di kolam atau
hanya mau praktis ketika berlatih
di kolam renang

- Semua made in italy (jarang ketemu di barang2 paket murah merek lain)
- Sudah dapat bag (tahan lama, tidak mudah pecah/robek)
- Fin bukan lentur sekali sehingga power tetap ada

dapatkan sekarang juga..hanya di



Tips Praktis Membeli Sepeda Gunung

Bersepeda selain dapat menyehatkan, juga dapat turut berperan dalam mengurangi polusi udara (*global warming*). Sepeda gunung atau mountain bike (MTB) merupakan salah satu jenis sepeda yang bisa mengakomodasi kebutuhan tersebut, baik untuk kebutuhan olah raga, sekolah maupun bekerja. Untuk itu dalam pembelian sepeda gunung, sebaiknya anda mendasarkan pertimbangan pada fungsi kegunaan dan medan yang akan dialui. Berikut ini Tips membeli sepeda gunung:

1. **Kenali Type Sepeda Gunung.** Ada beberapa tipe sepeda gunung yang perlu anda kenali sebelum membeli, Yaitu tipe *downhill* (DH), *Freeride* (FR), *Dirtjump* (DJ), *Cross Country* (XC) dan *All Mountain* (AM). Pemilihan tipe sepeda sebaiknya anda sesuaikan dengan jenis aktifitas serta karakter medan yang akan anda tempuh.

a) **Tipe Downhill (DH)** seperti gambar 1 dan 2, dirancang agar dapat melaju cepat, aman dan nyaman dalam menuruni bukit dan gunung. Mampu menikung dengan stabil pada kecepatan tinggi dan selalu dilengkapi suspensi belakang untuk meredam benturan yang sering terjadi. Sepeda DH tidak mengutamakan kenyamanan mengayuh karena hanya dipakai untuk turun gunung. Sepeda downhill juga lebih mengacu pada lomba, sehingga selain kekuatan, yang menjadi titik tekan dalam perancangannya adalah bagaimana agar dapat melaju dengan cepat.



b) **Tipe Freeride (FR)** seperti gambar 3, Dirancang untuk mampu bertahan menghadapi *drop off* (lompatan) tinggi dan kondisi ekstrim sejenisnya. Bodinya kuat namun tidak secepat dan selincah tipe all mountain (AM) karena bobotnya yang lebih berat. Kurang cocok untuk dipakai jarak jauh.

c) **Tipe Cross Country (XC)** seperti gambar 4, dirancang untuk lintas alam ringan hingga sedang. Didesain agar efisien dan optimal pada saat mengayuh dan menanjak di jalan aspal hingga jalan tanah pedesaan. Biasanya cukup dengan tipe Hardtail (suspensi depan).





d) **Tipe Dirt Jump (DJ)** seperti gambar 5, didesain untuk melakukan aktifitas lompatan-lompatan tinggi dan extreme, seperti halnya sepeda-sepeda BMX. Bentuk frame DJ biasanya berkesan kokoh dan gaya, namun agak terasa berat untuk jalur menanjak. DJ untuk keperluan *Cross Country*, biasanya dikombinasi dengan menggunakan solusi berupa pemperingan komponen-komponen penyusun lainnya seperti fork, velg ataupun crank



e) **Tipe All Mountain (AM)** seperti gambar 6, dirancang untuk lintas alam berat seperti naik turun bukit, masuk hutan, melintasi medan berbatu, dan menjelajah medan offroad jarak jauh. Keunggulan all mountain ada pada ketahanan dan kenyamanannya untuk dikendarai. Hampir semua sepeda AM bertipe *full-suspension* (suspensi depan dan belakang)

2. Pembelian Model Custom atau Full Bike. Kedua faktor ini biasanya merupakan langkah awal dalam pembelian sepeda gunung, dimana masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Dengan pembelian model *custom*, anda dapat menentukan sendiri komponen-komponen penyusun dari sepeda anda, seperti model frame, jenis crank, tipe fork maupun merk *shifter*-nya. Pemahaman anda terhadap detail sepeda sangat diperlukan di sini.

Untuk pemula yang akan menggunakan model pembelian ini, sebaiknya memerlukan rekan pendamping yang lebih paham (*advance-level*) detail sepeda gunung, agar pemilihan komponen bisa tepat dan nyaman dipergunakan. Sebaliknya dengan pembelian model Full Bike, pemula tidak terlalu dipusingkan oleh item-item komponen. Setiap merk biasanya sudah menyiapkan satu unit sepeda yang telah di kustomisasi (*mix and match*) sesuai standar pabrik, misalnya merk Giant, Specialized, KHS ataupun Polygon.

Dengan demikian harganya juga bertingkat mulai dari *low-end* sampai *high-end*, dengan kisaran harga mulai dari sekitar 1.5 juta s/d puluhan juta rupiah, tergantung kustomisasi komponen penyusun sepeda gunung. Di sini anda perlu sedikit jeli, mengamati detail komponennya, terutama pada *shifter*, *breaker* dan

X-POSE



3. **Pembelian Tangan Kedua (Second-Hand).** Tidak hanya mobil atau motor, sepeda gunung pun bisa dibeli melalui tangan kedua (*second-hand*). Memang memperoleh *second-hand* sepeda gunung tidak semudah *second-hand* mobil/motor. Kunci dari pembelian model ini adalah network yang luas dan sabar. Pergunakan *network* komunitas anda untuk memperoleh informasi tersebut. Karena biasanya publikasi penjualan sepeda gunung *second hand* berdasarkan obrolan dari-mulut-ke-mulut. Anda perlu bersabar dalam hunting sepeda gunung *second-hand*, mengingat tidak setiap hari orang menjual sepeda gunungnya. Jalan tengah yang sering ditempuh adalah dengan membeli komponen demi komponen yang dijual *second-hand* secara terpisah, untuk kemudian Anda satukan dan anda rakit menjadi 1 unit sepeda. Beberapa komponen sepeda gunung seperti *frame*, *crank* bahkan *full bike* jenis *second hand* juga sering ditawarkan melalui internet, baik dari show room di dalam negeri maupun luar negeri. Pembelian model ini sangat cocok untuk anda dengan anggaran terbatas.
4. **Harga Pemanding.** Setelah anda yakin dengan jenis sepeda gunung yang anda incar, jangan terburu-buru membeli. Cobalah sedikit mencari harga pemanding baik melalui beberapa toko di kota anda ataupun browsing melalui internet.
5. **Bergabung dengan Forum Komunitas Sepeda.** Untuk lebih memahami seluk beluk sepeda gunung, tidak ada salahnya anda bergabung terlebih dahulu dengan salah satu komunitas sepeda di lingkungan anda, bisa di lingkungan kerja, lingkungan kampus ataupun forum komunitas online di internet, seperti www.b2w-jogja.web.id , www.b2w-indonesia.or.id, www.sepedaan.com dan sejenisnya. Di forum tersebut, anda dapat mendengarkan, menanyakan sekaligus meminta saran dan pertimbangan segala hal tentang seluk beluk sepeda berdasarkan *hands-on experience* mereka, yang dapat anda jadikan dasar pembelian sepeda.

Chain
Ring

www.zonasepeda.com
cycling is our soul

PLANET SURF SOUTH CULTURE



SAAT KETEGANGAN BERUBAH MENJADI SESUATU YANG MENGASYIKKAN

“Boom”!. Angkat paddle mu lalu teriak lah sekencang-kencangnya, rasakan ketegangan saat perahu menuruni bendungan setinggi delapan meter.

Berarung jeram di akhir pekan adalah kegiatan yang sudah tidak awam lagi kami lakukan. Ketegangan saat melewati jeram-jeram yang menghadang bagai candu yang terus menggoda untuk terus kembali melewatinya. Teriakan takut serta bahagia bercampur saat perahu terombang-ambing dalam derasnya air yang mengamuk. Di sinilah letak kenikmatannya, saat adrenalin berhasil terpacu, rasa takut hilang yang tersisa hanya ketagihan, ingin lagi dan lagi.

Seperti minggu di akhir september ini, aku dan beberapa rekan ku hendak berarung jeram di Sei Bingei yang terletak di Kecamatan Sei Bingei Kabupaten Langkat Sumatera Utara. Sungai ini merupakan sungai yang sangat familiar untuk olah raga arung jeram di Sumatera Utara apalagi lokasi sungai ini sudah dikomersilkan buat orang awam yang ingin mencoba meliuk-liuk dalam sungai jernih berarus deras.

Sei Bingei sendiri merupakan sungai yang relatif aman untuk lokasi pengarungan bagi *rafter* pemula, karena di setiap jeram yang besar terdapat *flat*, jadi apabila terjadi sesuatu lebih mudah dalam *halrescue*. Namun meskipun disebut sebagai sungai yang relatif aman tetap saja kita tidak boleh menyepelkan sungai ini, karena aku punya pengalaman pribadi yang buruk justru di sungai ini, sungai ini hampir menelan nyawaku. Tetap hati-hati.



Dari Medan menuju lokasi ini dapat di tempuh dengan waktu sekitar satu setengah jam, setelah sampai di *base camp* bergerak lagi menuju lokasi *start* pengarungan menempuh waktu sekitar empat puluh lima menit, degan pemandangan sawah serta kebun jagung yang menghijau, sungguh indah.

Sampai di *start* kami memompa perahu, melakukan pemanasan, membagi tim, *portaging* menuju bibir sungai, lalu bersiap untuk mengarungi jernihnya Sei Bingei. Pengarungan di Sei Bingei sendiri biasanya di tempuh dengan waktu dua sampai tiga jam. Beberapa orang dari rekanku merupakan orang yang baru pertama kali mencicipi olah raga arung jeram, pasti asik melihat wajah mereka menegang lalu berubah senang saat melewati jeram-jeram di sungai ini.

Jeram-jeram pun berhasil kami lewati dengan mulus. Kondisi air yang jernih terus merayu untuk turun dari perahu lalu berenang menjamahnya. Lalu tebing-tebing yang tegak berdiri juga tak kalah seksi dan terus menjajakan pesonanya lalu kita di hipnotis untuk

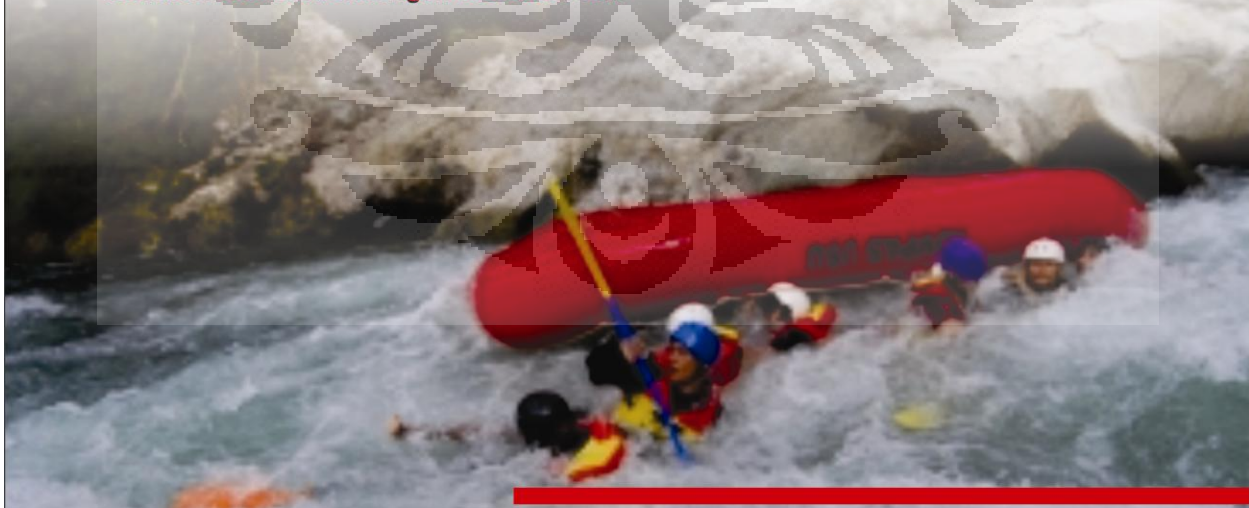
Di ujung jeram terakhir aku ingin memberi kejutan bagi awak perahu ku, aku yang kebetulan saat itu berada pada posisi kapten perahu mengarahkan perahu menuju batu besar yang apabila perahu menghantam batu besar tersebut kondisi *flip* (perahu terbalik) kemungkina besar terjadi. Rencana ku berhasil perahu terbalik, aku masih sempat tersenyum sesaat sebelum perahu tersebut menumpahkan semua awak perahu.

Wajah sebagian rekan ku memerah, apalagi yang baru pertama kali berarung jeram. Aku kembali tertawa saat perahu berhasil aku kembalikan ke kondisi semula lalu menjemput semua awak perahu ku. "ini baru nama nya bonus arung jeram" ucapku dengan bibir yang masih tersungging membentuk senyuman. Dengan wajah yang masih merah akibat takut, mereka pun ikut tertawa.

Di akhir pengarungan kami bertemu dengan bendungan setinggi delapan meter yang akan kami turuni dengan perahu. Ini lah yang menjadi daya tarik Sei Bingel. Ada sebuah istilah "*Save the best for the last*".

Aku kembali menginstruksikan awak perahu bagaimana posisi yang baik saat menuruni bendungan tersebut, tampak wajah tegang dan bercampur penasaran di wajah mereka. Perlahan namun pasti perahu pun melaju menuju bendungan tersebut.

"Boom!" teriakku, semua awak siap dengan posisi untuk menuruni bendungan, perahu meluncur deras dan menghentak di dasarnya, sebuah sensasi yang luar biasa. "Ulang lagi yok" ucap salah seorang rekan ku yang wajah nya tampak begitu senang saat berhasil melewati bendungan tersebut. Asik!



Punya cerita tentang petualangan ekstrim di Indonesia? Jangan cuma di simpan sendiri. Kirim cerita tersebut beserta foto beresolusi tinggi ke story@x-trimagz.com dengan subyek : X-Story. Cerita yang dimuat akan mendapat imbalan menarik dari X-TRIM!

5 SPOT SURFING TERBAIK DI INDONESIA

Olahraga surfing adalah olahraga air yang cukup banyak diminati, tentunya banyak tempat-tempat yang dituju untuk melakukan olahraga ini. Berikut tempat-tempat surfing di Indonesia yang terkenal.

Mentawai Island

Kepulauan Mentawai adalah pantai kaya gelombang sekitar tujuh puluh pulau dan kepulauan di lepas pantai barat Sumatra di Indonesia, salah satu tujuan paling konsisten berselancar di dunia. Ada empat pulau utama (Siberut, Sipora, Pagi Utara, dan Selatan Pagi) bahwa blok paling membengkak mencapai daratan di Sumatra, yang menjadi tujuan untuk mencatat gelombang-pemburu yang mencari yang paling sempurna pengalaman berselancar di dunia. Mentawai dianggap memiliki beberapa tempat surfing yang paling aman di dunia. Setelah pulau pulau karang yang mulus tanpa cacat, matahari dan air biru dan nikmatnya angin lepas pantai.

Nias Island

Pulau Nias mengutip beberapa surfing benar-benar fantastis. Nias terkenal dengan ombak yang sempurna mematahkan Lagundri Bay. Gelombang Nias beroperasi sempurna 2-15 kaki. Memiliki karang yang berlimpah tetapi tidak agresif. Karena posisi geografis nusantara, pulau ini merupakan salah satu daerah yang paling menarik di dunia. Pariwisata selancar telah memainkan peran yang bermanfaat di daerah pantai selatan dekat teluk dalam karena reputasinya sebagai salah satu dari sepuluh ombak terbaik di dunia, The best Ten Surf Point in The World. Ada dua pantai yang sangat terkenal di dalam negeri maupun di manca Negara yaitu pantai Lagundri dan Sorake. Beberapa nama surf point di nias: Asu, Bawa, Secret, Lagundri, The Machine, Hiliduha, Hilisataro.

Bali Island

Bali merupakan tempat yang sudah tidak asing lagi, apalagi di dunia surfing. Bali sangat konsisten ditemani cuaca yang panas. Beberapa pantai surfing terbaik di dunia dapat ditemukan di sisi barat pulau ini. Beberapa tempat terbaik di bali meliputi daerah sekitar Bukit Semenanjung – langsung ke selatan dari Dempasar, Kuta (Beach), Dreamland, Uluwatu atau Padang Padang. di bali juga sudah sering di adakan kompetisi surfing berkaliber internasional.

Lombok Island

Lombok merupakan tempat yang baik untuk surfing. Tempat terbaik adalah di teluk gerupuk, di teluk ini terdapat 5 titik terbaik untuk surfing. Tempat-tempat tersebut yaitu pantai perigi dinamakan tokyo point, di Batulawang dinamakan Kodomo Point, Giligolong (obai/rolacosta), Dondon (Kamek point) dan Terasak (Takar-akar).

Timor Island

Pulau timor memiliki tempat surfing yang sangat baik. Pantainya yang indah dan ombaknya yang bagus merupakan tantangan tersendiri bagi para surfer.

Masih banyak lagi tempat surfing yang baik di Indonesia, diantaranya Sumbawa Islands, G-Land (Grajagan Islands), Nusa Penida & Nusa Lembongan Islands, dan sebagainya. Karenanya kita patut bangga menjadi orang *Indonesia* dengan keragaman budaya dan kekayaan alam, serta tempat-tempat wisata indah dengan ribuan pulau-pulau yang eksotis menyimpan keindahan tersendiri. Semoga *Tourism Indonesia* semakin maju dan berkembang, dan lebih banyak dikenal masyarakat dunia luas.



Beli Parts & Accessories DAPAT HADIAH !!!



Diskon **0%** (3 hari)

POLYGON
Sepeda Road & MTB
Kondisi Super

SHIMANO
Kondisi terbaik Rp 1 juta

THULE
Kondisi prima

BCA

0,9

10.000,00 (Rp 10.000,00)

100.000,00 (Rp 100.000,00)

DAN RIBUAN VOUCHER RODALINK

Hanya belanja senilai **Rp 300.000,-** (berlaku kelipatan)

- Anda Akan Mendapatkan 1 Buah Kupon Lucky Dip, Cukup Gosok dan Dapatkan Hadiahnya
- Promo Berlaku hingga 31 Desember 2011

Keuntungan: 1. Untuk setiap pembelian senilai Rp 300.000,- akan mendapatkan 1 Kupon Lucky Dip. 2. Untuk setiap pembelian senilai Rp 600.000,- akan mendapatkan 2 Kupon Lucky Dip. 3. Untuk setiap pembelian senilai Rp 900.000,- akan mendapatkan 3 Kupon Lucky Dip. 4. Untuk setiap pembelian senilai Rp 1.200.000,- akan mendapatkan 4 Kupon Lucky Dip. 5. Untuk setiap pembelian senilai Rp 1.500.000,- akan mendapatkan 5 Kupon Lucky Dip. 6. Untuk setiap pembelian senilai Rp 1.800.000,- akan mendapatkan 6 Kupon Lucky Dip. 7. Untuk setiap pembelian senilai Rp 2.100.000,- akan mendapatkan 7 Kupon Lucky Dip. 8. Untuk setiap pembelian senilai Rp 2.400.000,- akan mendapatkan 8 Kupon Lucky Dip. 9. Untuk setiap pembelian senilai Rp 2.700.000,- akan mendapatkan 9 Kupon Lucky Dip. 10. Untuk setiap pembelian senilai Rp 3.000.000,- akan mendapatkan 10 Kupon Lucky Dip. 11. Untuk setiap pembelian senilai Rp 3.300.000,- akan mendapatkan 11 Kupon Lucky Dip. 12. Untuk setiap pembelian senilai Rp 3.600.000,- akan mendapatkan 12 Kupon Lucky Dip. 13. Untuk setiap pembelian senilai Rp 3.900.000,- akan mendapatkan 13 Kupon Lucky Dip. 14. Untuk setiap pembelian senilai Rp 4.200.000,- akan mendapatkan 14 Kupon Lucky Dip. 15. Untuk setiap pembelian senilai Rp 4.500.000,- akan mendapatkan 15 Kupon Lucky Dip. 16. Untuk setiap pembelian senilai Rp 4.800.000,- akan mendapatkan 16 Kupon Lucky Dip. 17. Untuk setiap pembelian senilai Rp 5.100.000,- akan mendapatkan 17 Kupon Lucky Dip. 18. Untuk setiap pembelian senilai Rp 5.400.000,- akan mendapatkan 18 Kupon Lucky Dip. 19. Untuk setiap pembelian senilai Rp 5.700.000,- akan mendapatkan 19 Kupon Lucky Dip. 20. Untuk setiap pembelian senilai Rp 6.000.000,- akan mendapatkan 20 Kupon Lucky Dip. 21. Untuk setiap pembelian senilai Rp 6.300.000,- akan mendapatkan 21 Kupon Lucky Dip. 22. Untuk setiap pembelian senilai Rp 6.600.000,- akan mendapatkan 22 Kupon Lucky Dip. 23. Untuk setiap pembelian senilai Rp 6.900.000,- akan mendapatkan 23 Kupon Lucky Dip. 24. Untuk setiap pembelian senilai Rp 7.200.000,- akan mendapatkan 24 Kupon Lucky Dip. 25. Untuk setiap pembelian senilai Rp 7.500.000,- akan mendapatkan 25 Kupon Lucky Dip. 26. Untuk setiap pembelian senilai Rp 7.800.000,- akan mendapatkan 26 Kupon Lucky Dip. 27. Untuk setiap pembelian senilai Rp 8.100.000,- akan mendapatkan 27 Kupon Lucky Dip. 28. Untuk setiap pembelian senilai Rp 8.400.000,- akan mendapatkan 28 Kupon Lucky Dip. 29. Untuk setiap pembelian senilai Rp 8.700.000,- akan mendapatkan 29 Kupon Lucky Dip. 30. Untuk setiap pembelian senilai Rp 9.000.000,- akan mendapatkan 30 Kupon Lucky Dip. 31. Untuk setiap pembelian senilai Rp 9.300.000,- akan mendapatkan 31 Kupon Lucky Dip. 32. Untuk setiap pembelian senilai Rp 9.600.000,- akan mendapatkan 32 Kupon Lucky Dip. 33. Untuk setiap pembelian senilai Rp 9.900.000,- akan mendapatkan 33 Kupon Lucky Dip. 34. Untuk setiap pembelian senilai Rp 10.200.000,- akan mendapatkan 34 Kupon Lucky Dip. 35. Untuk setiap pembelian senilai Rp 10.500.000,- akan mendapatkan 35 Kupon Lucky Dip. 36. Untuk setiap pembelian senilai Rp 10.800.000,- akan mendapatkan 36 Kupon Lucky Dip. 37. Untuk setiap pembelian senilai Rp 11.100.000,- akan mendapatkan 37 Kupon Lucky Dip. 38. Untuk setiap pembelian senilai Rp 11.400.000,- akan mendapatkan 38 Kupon Lucky Dip. 39. Untuk setiap pembelian senilai Rp 11.700.000,- akan mendapatkan 39 Kupon Lucky Dip. 40. Untuk setiap pembelian senilai Rp 12.000.000,- akan mendapatkan 40 Kupon Lucky Dip. 41. Untuk setiap pembelian senilai Rp 12.300.000,- akan mendapatkan 41 Kupon Lucky Dip. 42. Untuk setiap pembelian senilai Rp 12.600.000,- akan mendapatkan 42 Kupon Lucky Dip. 43. Untuk setiap pembelian senilai Rp 12.900.000,- akan mendapatkan 43 Kupon Lucky Dip. 44. Untuk setiap pembelian senilai Rp 13.200.000,- akan mendapatkan 44 Kupon Lucky Dip. 45. Untuk setiap pembelian senilai Rp 13.500.000,- akan mendapatkan 45 Kupon Lucky Dip. 46. Untuk setiap pembelian senilai Rp 13.800.000,- akan mendapatkan 46 Kupon Lucky Dip. 47. Untuk setiap pembelian senilai Rp 14.100.000,- akan mendapatkan 47 Kupon Lucky Dip. 48. Untuk setiap pembelian senilai Rp 14.400.000,- akan mendapatkan 48 Kupon Lucky Dip. 49. Untuk setiap pembelian senilai Rp 14.700.000,- akan mendapatkan 49 Kupon Lucky Dip. 50. Untuk setiap pembelian senilai Rp 15.000.000,- akan mendapatkan 50 Kupon Lucky Dip. 51. Untuk setiap pembelian senilai Rp 15.300.000,- akan mendapatkan 51 Kupon Lucky Dip. 52. Untuk setiap pembelian senilai Rp 15.600.000,- akan mendapatkan 52 Kupon Lucky Dip. 53. Untuk setiap pembelian senilai Rp 15.900.000,- akan mendapatkan 53 Kupon Lucky Dip. 54. Untuk setiap pembelian senilai Rp 16.200.000,- akan mendapatkan 54 Kupon Lucky Dip. 55. Untuk setiap pembelian senilai Rp 16.500.000,- akan mendapatkan 55 Kupon Lucky Dip. 56. Untuk setiap pembelian senilai Rp 16.800.000,- akan mendapatkan 56 Kupon Lucky Dip. 57. Untuk setiap pembelian senilai Rp 17.100.000,- akan mendapatkan 57 Kupon Lucky Dip. 58. Untuk setiap pembelian senilai Rp 17.400.000,- akan mendapatkan 58 Kupon Lucky Dip. 59. Untuk setiap pembelian senilai Rp 17.700.000,- akan mendapatkan 59 Kupon Lucky Dip. 60. Untuk setiap pembelian senilai Rp 18.000.000,- akan mendapatkan 60 Kupon Lucky Dip. 61. Untuk setiap pembelian senilai Rp 18.300.000,- akan mendapatkan 61 Kupon Lucky Dip. 62. Untuk setiap pembelian senilai Rp 18.600.000,- akan mendapatkan 62 Kupon Lucky Dip. 63. Untuk setiap pembelian senilai Rp 18.900.000,- akan mendapatkan 63 Kupon Lucky Dip. 64. Untuk setiap pembelian senilai Rp 19.200.000,- akan mendapatkan 64 Kupon Lucky Dip. 65. Untuk setiap pembelian senilai Rp 19.500.000,- akan mendapatkan 65 Kupon Lucky Dip. 66. Untuk setiap pembelian senilai Rp 19.800.000,- akan mendapatkan 66 Kupon Lucky Dip. 67. Untuk setiap pembelian senilai Rp 20.100.000,- akan mendapatkan 67 Kupon Lucky Dip. 68. Untuk setiap pembelian senilai Rp 20.400.000,- akan mendapatkan 68 Kupon Lucky Dip. 69. Untuk setiap pembelian senilai Rp 20.700.000,- akan mendapatkan 69 Kupon Lucky Dip. 70. Untuk setiap pembelian senilai Rp 21.000.000,- akan mendapatkan 70 Kupon Lucky Dip. 71. Untuk setiap pembelian senilai Rp 21.300.000,- akan mendapatkan 71 Kupon Lucky Dip. 72. Untuk setiap pembelian senilai Rp 21.600.000,- akan mendapatkan 72 Kupon Lucky Dip. 73. Untuk setiap pembelian senilai Rp 21.900.000,- akan mendapatkan 73 Kupon Lucky Dip. 74. Untuk setiap pembelian senilai Rp 22.200.000,- akan mendapatkan 74 Kupon Lucky Dip. 75. Untuk setiap pembelian senilai Rp 22.500.000,- akan mendapatkan 75 Kupon Lucky Dip. 76. Untuk setiap pembelian senilai Rp 22.800.000,- akan mendapatkan 76 Kupon Lucky Dip. 77. Untuk setiap pembelian senilai Rp 23.100.000,- akan mendapatkan 77 Kupon Lucky Dip. 78. Untuk setiap pembelian senilai Rp 23.400.000,- akan mendapatkan 78 Kupon Lucky Dip. 79. Untuk setiap pembelian senilai Rp 23.700.000,- akan mendapatkan 79 Kupon Lucky Dip. 80. Untuk setiap pembelian senilai Rp 24.000.000,- akan mendapatkan 80 Kupon Lucky Dip. 81. Untuk setiap pembelian senilai Rp 24.300.000,- akan mendapatkan 81 Kupon Lucky Dip. 82. Untuk setiap pembelian senilai Rp 24.600.000,- akan mendapatkan 82 Kupon Lucky Dip. 83. Untuk setiap pembelian senilai Rp 24.900.000,- akan mendapatkan 83 Kupon Lucky Dip. 84. Untuk setiap pembelian senilai Rp 25.200.000,- akan mendapatkan 84 Kupon Lucky Dip. 85. Untuk setiap pembelian senilai Rp 25.500.000,- akan mendapatkan 85 Kupon Lucky Dip. 86. Untuk setiap pembelian senilai Rp 25.800.000,- akan mendapatkan 86 Kupon Lucky Dip. 87. Untuk setiap pembelian senilai Rp 26.100.000,- akan mendapatkan 87 Kupon Lucky Dip. 88. Untuk setiap pembelian senilai Rp 26.400.000,- akan mendapatkan 88 Kupon Lucky Dip. 89. Untuk setiap pembelian senilai Rp 26.700.000,- akan mendapatkan 89 Kupon Lucky Dip. 90. Untuk setiap pembelian senilai Rp 27.000.000,- akan mendapatkan 90 Kupon Lucky Dip. 91. Untuk setiap pembelian senilai Rp 27.300.000,- akan mendapatkan 91 Kupon Lucky Dip. 92. Untuk setiap pembelian senilai Rp 27.600.000,- akan mendapatkan 92 Kupon Lucky Dip. 93. Untuk setiap pembelian senilai Rp 27.900.000,- akan mendapatkan 93 Kupon Lucky Dip. 94. Untuk setiap pembelian senilai Rp 28.200.000,- akan mendapatkan 94 Kupon Lucky Dip. 95. Untuk setiap pembelian senilai Rp 28.500.000,- akan mendapatkan 95 Kupon Lucky Dip. 96. Untuk setiap pembelian senilai Rp 28.800.000,- akan mendapatkan 96 Kupon Lucky Dip. 97. Untuk setiap pembelian senilai Rp 29.100.000,- akan mendapatkan 97 Kupon Lucky Dip. 98. Untuk setiap pembelian senilai Rp 29.400.000,- akan mendapatkan 98 Kupon Lucky Dip. 99. Untuk setiap pembelian senilai Rp 29.700.000,- akan mendapatkan 99 Kupon Lucky Dip. 100. Untuk setiap pembelian senilai Rp 30.000.000,- akan mendapatkan 100 Kupon Lucky Dip.



TELAH HADIR!
Rodalink Counter
Bike Rental

Bike Rental

Kunjungi:
**RUMAH SEPEDA
INDONESIA**
Jl. H. Agus Salim Duren, No. 20
Jakarta Selatan - 12720

BIG PROMO

SHIMANO Deore XT

Dapatkan Voucher senilai **Rp 1.500.000,-** untuk setiap pembelian GroupSet Deore XT 785

*Syarat & ketentuan berlaku

JUST FOR BIKE MANIA

FRAMING FIBRE
Coklat Hitam, Putih, Orange, Hitam
Rp 4.800.000,-

HANDLE BAR FIBRE
Kondisi Super
Rp 1.100.000,-

HANDLE STEM FIBRE
Kondisi Super
Rp 900.000,-

PEDAAL PISA
Kondisi Super
Rp 1.800.000,-

REAR FIBRE ALLOY 700C 30W
Kondisi Super
Rp 1.100.000,-

SADDLE RETROBIA CLASSIC
Kondisi Super
Rp 1.800.000,-

**BALI'S 5TH ANNUAL
INTERNATIONAL EVENT**



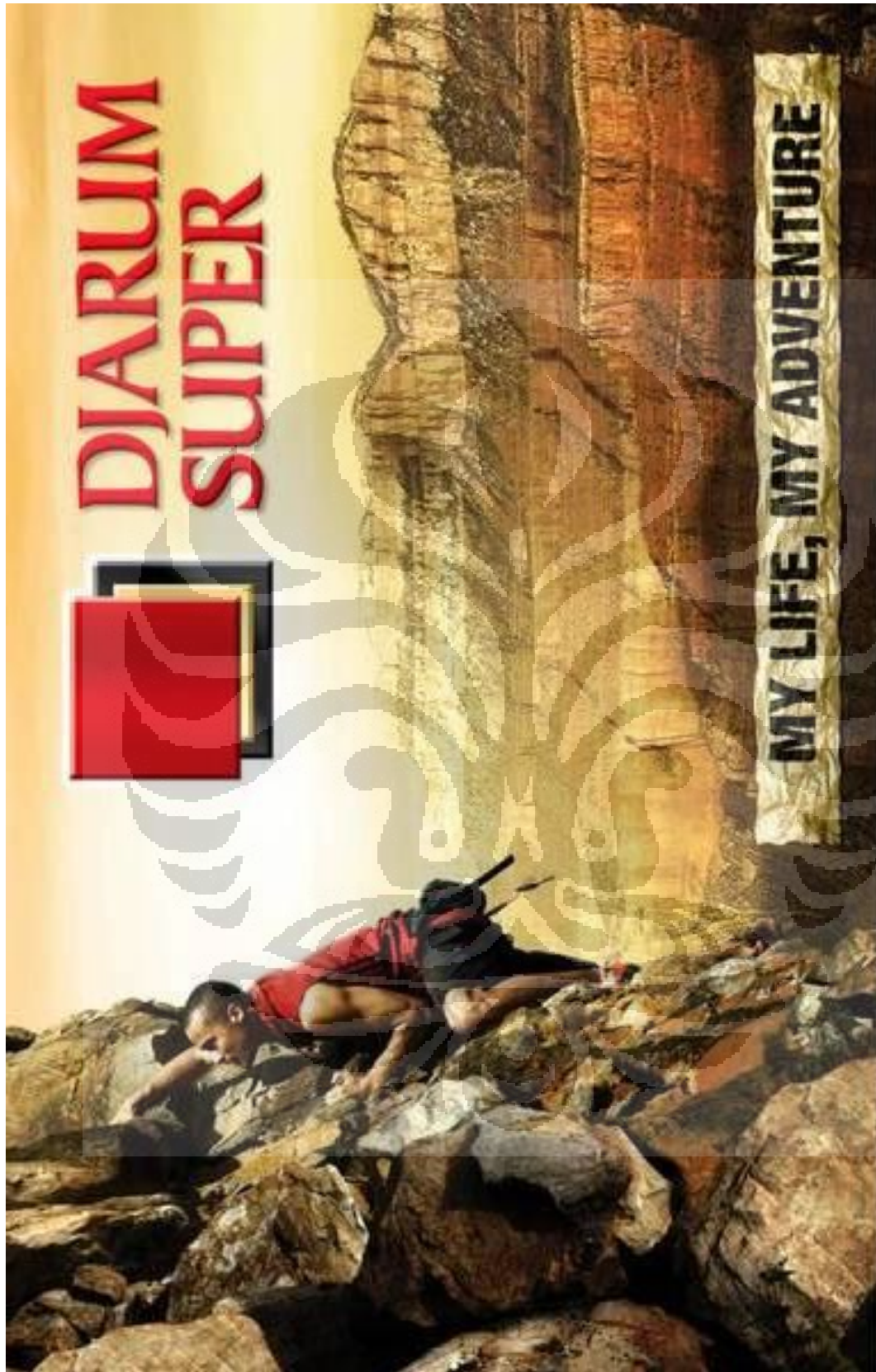
**KUTIA[®]
KARNIVAL**

A CELEBRATION OF LIFE

i live. i ride. i am. **Jeep®**



jeep.com
Jeep is a registered trademark
of Chrysler Group LLC.



**MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG,
IMPOTENSI DAN GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN**

BIODATA PENULIS

Nama : Nurhikmah
Tempat tanggal Lahir : Tarakan, 07 Desember 1986
Agama : Islam
Status : Mahasiswa
Alamat : Koja 1 No. 54 B Kukusan, Depok
Email : hiqmah.sunardi@yahoo.com

Pendidikan

2009 – sekarang : Program Studi Komunikasi Massa, S1 Ekstensi
Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Indonesia.
2006 – 2009 : Program Studi Hubungan Masyarakat, D3
STIKOM Interstudi, Jakarta.
2001 – 2004 : SMUN 1 Tarakan, Kalimantan Timur.
1998 – 2001 : MTsN Tarakan, Kalimantan Timur.
1995 – 1998 : SDN 031 Tarakan, Kalimantan Timur.