

BAB II

GAMBARAN UMUM INDUSTRI MEDIA DAN KEBIJAKAN PENERBITAN HARIAN METEOR SEMARANG

2.1. MASYARAKAT PEMBACA HARIAN METEOR DI KOTA SEMARANG

Secara geografis, Kota Semarang berada di pesisir Pantai Utara Jawa Tengah, yang terletak pada $6^{\circ}51'$ - $7^{\circ}10'$ LS (Lintang Selatan) dan $109^{\circ}50'$ - $110^{\circ}35'$ BT (Bujur Timur). Sedangkan luas wilayahnya mencapai $373,67 \text{ km}^2$.

Pada umumnya topografis Kota Semarang bergelombang dengan ketinggian antara 0,75 m sampai dengan 348 m dpl. Keadaan ini membagi Kota Semarang menjadi 2 daerah, yaitu Semarang Atas yang merupakan dataran tinggi dan Semarang Bawah yang merupakan dataran rendah. Topografi yang demikian juga menyebabkan daerah Semarang bawah rawan terjadi banjir karena pengaruh rob dari Laut Jawa dan limpahan air dari daerah atas.

Kota Semarang merupakan salah satu dari 35 kabupaten/kota yang ada di Propinsi Jawa Tengah yang menjadi ibu kota propinsi Jawa Tengah. Kota Semarang terdiri dari 16 kecamatan dan 177 kelurahan :

1. Kecamatan Semarang Barat
2. Kecamatan Semarang Utara
3. Kecamatan Semarang Tengah

4. Kecamatan Semarang Timur
5. Kecamatan Semarang Selatan
6. Kecamatan Candisari
7. Kecamatan Gajahmungkur
8. Kecamatan Gayamsari
9. Kecamatan Pedurungan
10. Kecamatan Genuk
11. Kecamatan Tembalang
12. Kecamatan Gunungpati
13. Kecamatan Banyumanik
14. Kecamatan Mijen
15. Kecamatan Ngaliyan
16. Kecamatan Tugu

Adapun batas-batas wilayah Kota Semarang adalah sebagai berikut (www.semarang.go.id/kelautan) :

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Semarang
- c. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Demak
- d. Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kendal

Jumlah Penduduk Kota Semarang pada tahun 2006 (BPS, 2006) sebesar 1.434.025 jiwa. Dengan jumlah tersebut Kota Semarang termasuk 5 besar Kabupaten/Kota yang memiliki jumlah penduduk terbesar di Jawa

Tengah. Jumlah penduduk pada tahun 2006 tersebut terdiri dari 711.761 penduduk laki-laki dan 722.264 penduduk perempuan. Kecamatan yang paling padat penduduknya adalah Kecamatan Semarang Selatan sebesar 14.470 orang per km², sedangkan yang paling kecil adalah Kecamatan Mijen sebesar 786 orang per km².

Jumlah usia produktif cukup besar, mencapai 69.30 persen dari jumlah penduduk. Ini menunjukkan potensi tenaga kerja dan segi kuantitas amat besar, sehingga kebutuhan tenaga kerja bagi mereka yang tertarik menanamkan investasinya di sini tidak menjadi masalah lagi. Belum lagi penduduk dari daerah hinterlandnya. Sementara itu jika kita lihat mata pencaharian penduduk tersebut tersebar pada pegawai negeri, sektor industri, ABRI, petani, buruh tani, pengusaha; pedagang, angkutan dan selebihnya pensiunan.

Dari aspek pendidikan dapat kita lihat, bahwa rata-rata anak usia sekolah di Kota Semarang dapat melanjutkan hingga batas wajar sembilan tahun, bahkan tidak sedikit yang lulus SLTA dan Sarjana. Meskipun masih ada sebagian yang tidak mengenyam pendidikan formal, namun demikian dapat dicatat bahwa sejak tahun 2003 penduduk Kota Semarang telah bebas dan 3 buta (buta aksara, buta angka dan buta pengetahuan dasar). Dengan komposisi struktur pendidikan demikian ini cukup mendukung perkembangan Kota Semarang, apalagi peningkatan kualitas penduduk yang selalu mendapat prioritas utama didalam upaya peningkatan kesejahteraan. Tingkat kepadatan penduduk memang belum merata.

Penduduk lebih tersentral di pusat kota. Pertumbuhan penduduk rata-rata 1,43%/tahun. Ini berarti laju pertumbuhan penduduk dapat ditekan, setidaknya terkendali dan kesejahteraan umum segera terealisasi.

2.2. GAMBARAN UMUM SURAT KABAR HARIAN METEOR

2.2.1. Profil Harian Meteor

2.2.1.1. Data Media

Surat Kabar Harian Meteor adalah Badan Hukum Usaha Perseroan Terbatas beridentitas:

Nama Media	: METEOR
Alamat	: Gedung Graha Pena Lantai III, Jl. Perintis Kemerdekaan 77 Watugong Semarang
Penerbit	: PT. Meteorberlian Media Nusantara (Kelompok BERLIAN Grup Jawa Pos)
Percetakan	: PT Temprina
Perintis	: Dahlan Iskan
Corak	: Surat kabar harian kriminalitas
Terbit Perdana	: 6 September 2000
Komisaris Utama	: Imawan
Direktur Utama	: Don Kardono
Direktur	: Bejan Syahidan
Pemp. Redaksi	: Bejan Syahidan
Redaktur Pel.	: Riza Arif Taufani

Telepon : 024-7462266 fax 024-7462144
 Faktur Pajak : No. NPWP. 1.830.532.6-504
 Isi Halaman : 12 Halaman
 Isi Berita : Kriminalitas, Hukum, Sosial, Politik, Ekonomi, dll
 Oplah : ± 50.000 Eksemplar/hari
 Jumlah Karyawan : 60 orang

2.2.1.2. Visi dan Misi Lembaga Pers Harian Meteor

a. Visi Lembaga Pers Harian Meteor

Menjadikan masyarakat kaya akan kebutuhan wacana dan informasi.

b. Misi Lembaga Pers Harian Meteor

Menginformasikan berita-berita kriminalitas di seluruh wilayah Jateng-DIY pada khususnya dan nasional.

2.2.1.3. Wilayah Peredaran

Semarang	: 40 %
Solo	: 21 %
Jogjakarta	: 20,07 %
Salatiga/Ambarawa	: 2 %
Ungaran	: 1,9 %
Boyolali	: 2,2%
Sragen	: 1,1%
Karanganyar	: 1,2%
Klaten	: 1,1%
Kudus	: 0,11%
Jepara	: 0,12%
Pati	: 0,1%
Demak	: 1%
Rembang	: 0,12%
Lasem	: 0,1%

Sukoharjo	: 1%
Wonogiri	: 1%
Purwodadi	: 1%
Kendal	: 1,1%
Pekalongan	: 0,1%
Batang	: 0,3%
Wonosobo	: 0,2%
Magelang	: 1%
Temanggung	: 0,5%
Kebumen	: 0,5%
Purwokerto	: 1%
Lain-lain	: 0,09%

2.2.1.4. Rubrikasi Harian Meteor

Halaman 1/FC	Berita nasional & peristiwa Semarang
Halaman 2/BW	Informasi politik dan umum lokal Semarang
Halaman 3/BW	Olahraga
Halaman 4/BW	Iklan baris
Halaman 5/FC	Berita Yogyakarta sekitarnya
Halaman 6/BW	Ekonomi & Bisnis
Halaman 7/BW	Sambungan halaman Jogja
Halaman 8/FC	Klinik Toga (rubrik sehat alternatif)
Halaman 9/BW	Berita Jawa Tengah
Halaman 10/BW	Sambungan halaman Solo
Halaman 11/BW	Sambungan halaman 1
Halaman 12/FC	Berita Solo sekitarnya

2.2.1.5. Jalur Distribusi Harian Meteor di Kota Semarang

Pembaca Harian Meteor di wilayah Kota Semarang mendapatkan produk bacaan Harian Meteor melalui jalur distribusi yang disalurkan oleh 25 agen distributor :

Tabel. 9
Agen Distributor Harian Meteor di Kota Semarang dan Rata-rata
Omset Agen Harian Per 1 Mei 2010

No.	Nama Agen	Alamat Agen Pengedropan	Rata-rata Oplah Harian
1.	Wendra Spreading	Banyumanik	260
2.	Ferdian Spreading	Banyumanik	618
3.	Andi Spreading	Banyumanik	390
4.	Nuri AGC	Banyumanik	943
5.	Arifin AGC	Kios Stadion Selatan	2.178
6.	Paiman AGC	Bundaran Bubakan	3.770
7.	Sumarmo	Bundaran Bubakan	618
8.	Putra AGC	Bundaran Bubakan	260
9.	Usaha Kawan AGC	Belakang Gereja Blenduk	2.444
10.	Yoyok	Belakang Gereja Blenduk	325
11.	Ahmad Mujahid	Apotik Gajah Mada	813
12.	Beteng	Apotik Gajah Mada	2.438
13.	Pakim AGC	Apotik Gajah Mada	780
14.	Prabu/Giant AGC	Apotik Gajah Mada	585
15.	Dian Baru AGC	Tugu Muda	228
16.	Topaz AGC	Kalibanteng	1.170
17.	Musyafa	Depan Museum Ronggowst	423
18.	Yasin	Krapyak	1.333
19.	Syaiful 2	Pedurangan	98
20.	Syaiful AGC	Pedurangan	65
21.	Syaiful Baru	Pedurangan	130
22.	Ninus	Arteri Tlogosari	228
23.	Yudi AGC	Arteri Tlogosari	98
24.	Kuwadi	Mranggen	98
25.	Warteg Dewi	Mranggen	163
Jumlah	25 Agen	25 Lokasi	20.449

Sumber : Data primer diolah, 2010

2.2.1.6. Struktur Lembaga Pers Harian Meteor

Lazimnya dalam struktur keredaksian yang ada di Harian Meteor, orang yang paling bertanggungjawab terhadap akses berita yang dimuat adalah pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur dan juga

wartawan/reporter. Sedangkan secara umum dalam tata keredaksian, dikenal dengan kebijakan keredaksian.

Pemimpin Redaksi (Pimred) mempunyai peran yang sangat strategis dalam menentukan ‘warna’ atau ‘karakter tulisan’, serta mempertahankan ciri khas media sesuai dengan motto yang diembannya. Selain itu, Pimred juga bertugas memimpin semua jenis kegiatan yang berkaitan dengan wilayah keredaksian, mulai dari rapat redaksi untuk menentukan tematik tiap rubrik (sekaligus *angle*/bidikan tema yang akan diangkat), *job description*, *editing*, sampai naik cetak.

Dalam hal ini Pemimpin Redaksi tidak sendirian. Di struktur organisasi pers Harian Meteor, pembagian kerjanya sangat *specified*, rinci dan jelas tugas-tugasnya. Persis di bawah Pemimpin redaksi adalah Redaktur Pelaksana yang bertugas mengkoordinir secara langsung tugas-tugas redaktur yang ada dibawahnya. Setiap redaktur bahkan mempunyai wilayah kekuasaan berupa rubrik-rubrik/halaman tertentu yang biasanya juga merangkap sebagai penanggungjawab rubrik. Selanjutnya, dibawah redaktur adalah orang-orang lapangan, baik reporter/wartawan maupun fotografer.

2.2.2. Proses Industri Media Harian Meteor

2.2.2.1. Manajemen Keredaksian dan Percetakan

Pada tahap redaksi, terdapat bagian-bagian yang masing-masing berperan penting yaitu :

a. Struktur dan Tugas Keredaksian

1. Pemimpin Redaksi

Pemimpin redaksi mempunyai peran yang sangat strategis dalam menentukan ‘warna’ atau ‘karakter tulisan’, serta mempertahankan ciri khas media sesuai dengan motto yang diembannya. Selain itu, pemimpin redaksi juga bertugas memimpin semua jenis kegiatan yang berkaitan dengan wilayah keredaksian, mulai dari rapat redaksi untuk menentukan tematik tiap rubrik (sekaligus *angle*/bidikan tema yang akan diangkat), *job description*, *editing*, sampai naik cetak.

2. Redaktur Pelaksana/Koordinator Liputan

Redaktur pelaksana merangkap koordinator liputan bertugas mengkoordinir secara langsung tugas-tugas wartawan dan redaktur yang ada dibawahnya.

3. Redaktur

Bertugas memilih berita dari wartawan, mengedit, dan mengirimkan ke *lay out*. Pemilihan berita dilakukan berdasarkan tingkat kelayakan atau standarisasi pemberitaan yang berlaku. Soal bagaimana penilaian kelayakan tersebut, tiap surat kabar memiliki kriteria tersendiri yang tidak sama

satu dengan yang lain. Setiap redaktur bahkan mempunyai wilayah kekuasaan berupa rubrik-rubrik/halaman tertentu yang biasanya juga merangkap sebagai penanggungjawab rubrik.

Redaktur Harian Meteor terdiri dari 10 orang redaktur yang menangani halaman utama/kriminal, redaktur halaman kota Semarang, redaktur halaman Meteor Solo, redaktur halaman Meteor Yogya, redaktur olahraga, redaktur ekonomi & bisnis serta kuliner, redaktur politik. Setelah dipilih berita-berita mana saja yang akan dimuat, tahap selanjutnya memilih berita yang akan dijadikan berita utama, berita kedua dan seterusnya. Berita utama dipilih berdasarkan besar kecilnya nilai berita. Hasil pemilahan berita dan pengeditan selanjutnya diserahkan ke bagian *lay out* untuk ditata dalam bentuk halaman yang siap cetak.

4. Reporter/Wartawan

Bertugas mengambil berita dalam bentuk teks tertulis tentang peristiwa yang terjadi di lapangan. Tiap hari setiap wartawan wajib mengumpulkan minimal 3 berita ke redaktur masing masing sesuai rubriknya. Wartawan harus mencatat setiap peristiwa yang dialaminya di lapangan yang dapat dijadikan bahan berita, lalu menulis dan mengirim berita ke redaksi.

Masing-masing wartawan memiliki tugas dan wilayah peliputan sendiri-sendiri, seperti peliput berita kriminal, kota,

propinsi, kejaksaan dan pengadilan, ekonomi dan bisnis, serta wartawan-wartawan di daerah yang memiliki kekuasaan dan tanggung jawab pada masing-masing daerahnya.

Pada Harian Meteor sendiri setidaknya ada 20 orang wartawan yang wilayah peliputannya tersebar di sejumlah daerah yang menjadi wilayah dan fokus-fokus pemasaran. Meski demikian, komposisi wartawan terbanyak ada di Semarang, Solo dan Yogyakarta.

5. Fotografer

Bertugas mencari berita dalam bentuk gambar atau foto. Ada seorang fotografer di Harian Meteor yang acapkali justru cenderung merangkap sebagai wartawan.

6. Lay Out

Bertugas menyusun berita ke dalam halaman-halaman surat kabar. *Lay Out* yang baik akan menghasilkan berita menjadi enak dan nyaman dibaca. Proses *lay out* secara ideal didampingi redaktur.

Ketika *lay out* telah selesai, maka akan terlihat tampilan surat kabar yang akan dicetak, lengkap dengan foto dan iklan. Langkah selanjutnya, hasil *lay out* diprint untuk mendapatkan *prototype* Koran. Print out diserahkan pada redaktur pelaksana untuk diperiksa untuk kemudian dimintakan persetujuan

kepada pemimpin redaksi. Jika masih ada yang harus dibetulkan, maka *Lay out* harus bekerja lagi untuk dibetulkan. Tapi jika dirasa sudah tidak ada masalah, maka *lay out* lalu mengirimkan hasil pekerjaannya pada bagian percetakan. Pada posisi *lay out* sendiri terdiri dari 6 orang.

b. Alur dan Proses Berita Hingga Naik Cetak

Untuk berita-berita yang tak memerlukan perhatian lebih yang mengandalkan ide/gagasan dari wartawan dan fotografer, sebagaimana mestinya wartawan dan fotografer turun ke lapangan untuk mencari berita/foto sesuai dengan ide dan gagasan masing-masing. Sedangkan untuk jenis berita dan liputan khusus, biasanya redaktur penanggung jawab rubrik atau halaman menugaskan wartawan atau fotografer untuk meliput suatu acara yang telah diagendakan dan telah dibahas dalam rapat redaksi yang dilakukan antara redaktur dan redaktur pelaksana ataupun koordinator liputan dan pemimpin redaksi.

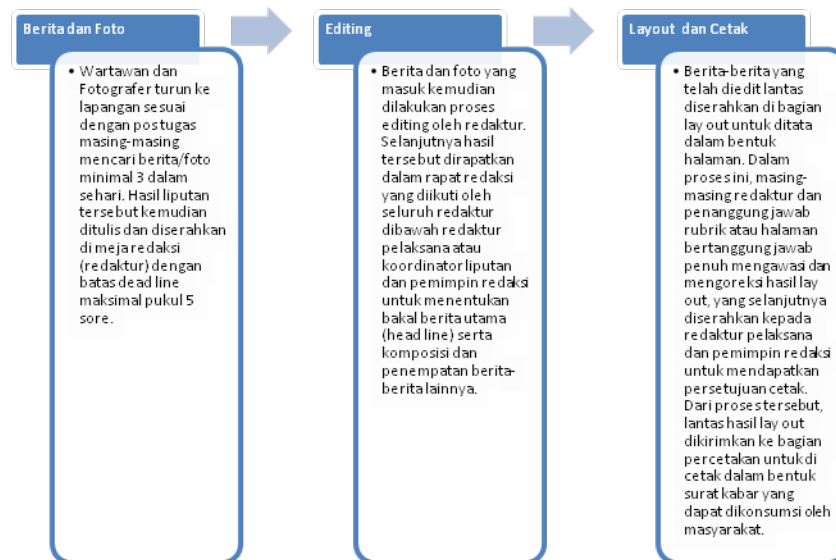
Sesuai dengan ketentuan, masing-masing wartawan/fotografer wajib mengirimkan minimal 3 berita/foto dalam sehari. Berita yang diperoleh wartawan selanjutnya diketik dan maksimal jam 5 sore harus sudah selesai (*deadline*) dan berada di meja redaksi. Begitu pula untuk foto harus sudah masuk ke meja redaksi sesuai jam *deadline* yakni pukul 17.00 WIB (kecuali untuk moment-moment tertentu).

Berita yang masuk ke meja redaksi oleh redaktur penanggung jawab masing-masing lantas di-edit dan sesuai dengan kaidah keredaksian yang telah ditentukan. Berita-berita yang telah masuk tersebut lantas dirapatkan di kalangan redaktur untuk menentukan kelayakan berita yang bakal digunakan sebagai *headline* di halaman utama, serta penempatan berita-berita lainnya.

Selanjutnya, berita hasil editing redaktur dikirimkan ke bagian *lay out* untuk ditata sebagai halaman. Dalam proses tersebut, redaktur yang bertanggung jawab atas rubrik dan halamannya masing-masing diwajibkan untuk menunggu dan mengoreksi kinerja *lay out* jadi. Hasil *lay out* yang telah berbentuk halaman cetak tersebut kemudian dikirimkan ke bagian percetakan untuk kemudian dilakukan proses percetakan.

Gambar. 3

Proses Industri Media



2.2.2.2. Manajemen Periklanan dan Pemasaran

a. Periklanan

Dalam sebuah industri surat kabar, tentu saja terdapat bagian periklanan. Iklan bahkan menjadi tulang punggung yang menopang kehidupan media. Pada Harian Meteor sendiri, bagian periklanan terdiri dari beberapa Sumber Daya Manusia (SDM) yang mencakup bagian marketing iklan, desain grafis/iklan, dan administrasi iklan.

1. Marketing Iklan bertugas mencari iklan, baik ke perusahaan-perusahaan, instansi, swasta dan lain-lainnya.

2. Desain Grafis/Iklan sendiri bertugas membuat desain dari materi-materi iklan (apabila diperlukan) yang diperoleh oleh marketing untuk dibentuk sedemikian rupa sesuai keinginan pemasang iklan dan selanjutnya menempatkan pada halaman *lay out*.
3. Administrasi Iklan bertanggung jawab mengurus iklan yang masuk dari marketing, untuk selanjutnya terkait proses penjadwalan iklan, dan surat-surat tagihan iklan dan sebagainya.

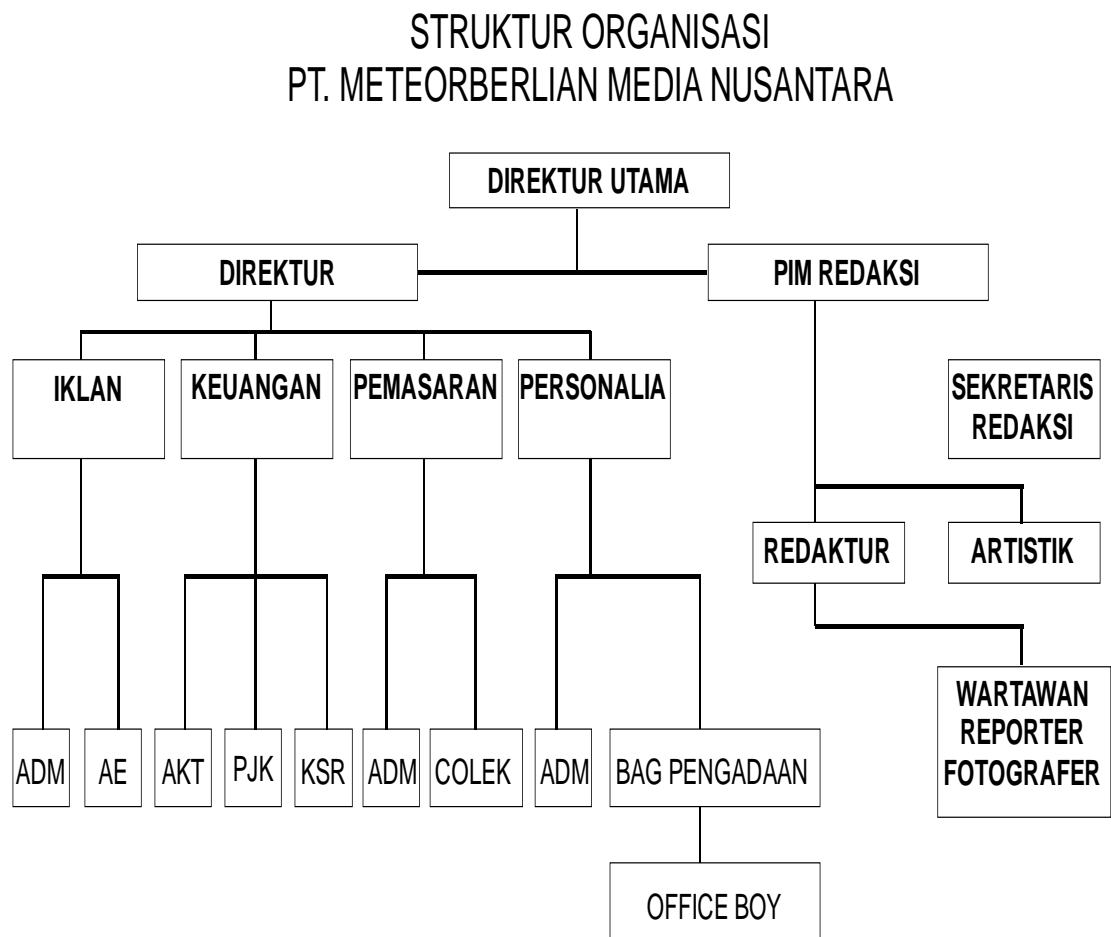
b. Pemasaran dan Ekspedisi

Pada bagian pemasaran ini terdiri dari bagian pemasaran dan ekspedisi.

1. Bagian pemasaran bertugas memasarkan koran, dalam hal ini bisa melalui kegiatan-kegiatan di luar urusan keredaksian dan iklan yang biasa disebut sebagai divisi *off-print*. Dalam bagian ini sekaligus juga merangkap sebagai Penelitian dan Pengembangan (litbang) yang bertugas mengembangkan pasar dengan mengadakan berbagai survei, baik ke pembaca maupun agen-agen serta pemasang iklan untuk mengetahui perkembangan secara detail Koran Meteor (segmen dan kebutuhan pembaca) serta membangun strategi pemasaran sesuai dengan hasil survei.

2. Bagian ekspedisi bertugas mengedarkan koran hasil cetak ke agen-agen Meteor yang tersebar di seluruh wilayah Jawa Tengah dan DIY.

Gambar. 4
Struktur Organisasi Harian Meteor



2.3. KEBIJAKAN MEDIA

Dalam merencanakan penerbitan pers, sekurangnya dibutuhkan beberapa persiapan yang menyangkut perumusan beberapa konsep fundamental. (Affandi, 2008 : 7). Konsep tersebut antara lain : (1) paradigma penerbitan. Ini menyangkut pilihan atas dasar mengikuti iklim pasar bebas (independen) atau merupakan penerbitan misionaris (propaganda); (2) isi dan misi penerbitan, yang dirumuskan dalam konsep penerbitan tersebut sebagai solusi bagi problematik pembaca serta ditujukan untuk sasaran pembaca tertentu; (3) peta persaingan media; (3) problematika pembaca; (4) sasaran pembaca yang meliputi identifikasi pembaca berdasarkan aspek demografi, psikografi dan cohort; (4) rubrikasi; (5) pengorganisasian penerbitan; dan (6) pembiayaan penerbitan.

Demikian pula dengan landasan saat diterbitkannya Harian Meteor yang merupakan salah satu produk dari 'Jawa Pos Media Group'. Koran ini menjadi salah satu koran lokal berjaringan, dengan membidik segmen masyarakat pembaca kalangan menengah ke bawah. Media yang satu ini memasuki pasar dalam persaingan bisnis media massa dengan basis di Semarang mulai 6 September 2000.

Pendirian Harian Meteor sendiri dimulai dengan skala dan wilayah persaingan yang relatif luas, hingga seluruh wilayah Jawa Tengah dan DIY. Hadirnya Harian Meteor tentunya cukup beralasan, khususnya untuk memenuhi kebutuhan individu akan informasi dengan tingkat kompleksitas dan akurasi berita yang tinggi, serta aktual dan menarik.

Sejak awal berdirinya, media yang satu ini memang telah memosisikan diri sebagai ‘koran kuning’ dengan *tagline* ‘Harian Pagi Kriminalitas dan Metafisika’, yang memegang 3 ‘pakem’ pemberitaan, yakni kriminal, pendidikan seks dan supranatural. Meski dalam perkembangannya dengan pertimbangan bisnis kerap berganti perwajahan dan slogan, namun, konsep Harian Meteor sebagai pilar harian kriminal terbesar di Jawa Tengah dan DIY hingga kini masih tetap dipertahankan.

Pada masa kejayaannya, Harian Meteor bahkan pernah menempati peringkat ke-3 sebagai kategori koran metro (kriminal) terbesar dari 60 anak perusahaan Group Jawa Pos yang bergerak di bidang penerbitan pers. Tiga kota indikator perkembangan perekonomian di Semarang, Solo dan Yogyakarta telah menjadi pasar utama Harian Meteor. Masa kejayaan itu berlangsung 6 (enam) bulan setelah Harian Meteor terbit untuk pertama kalinya, yakni saat adanya liputan berita metafisika yang meliput mengenai hilangnya seorang pemuda yang dipercayai diculik oleh makhluk halus. Momentum adanya liputan tersebut membuat masyarakat banyak yang tertarik untuk membaca Harian Meteor, sehingga mampu meningkatkan *awareness* Harian Meteor .

Pers dan masyarakat mengalami euforia yang sama, yaitu euforia kebebasan. Pers merasa bertanggung jawab menjalankan kebebasannya dalam menyebarkan informasi, masyarakat merasa memiliki kebebasan untuk bertindak sesuai kehendak mereka kalau merasa dirugikan oleh suatu pemberitaan. Terdapat benturan antara keduanya dan kalau tidak ada

jalan keluar, maka kebebasan pers justru dapat menjadi bumerang bagi kehidupan pers sendiri. Dapat terjadi adu kekuatan di antara keduanya; kalau pers yang lebih kuat maka yang terjadi adalah pers menekan masyarakat, sebaliknya kalau masyarakat yang lebih kuat maka masyarakat yang menekan pers.

Demikian juga yang dialami oleh Harian Meteor. Seiring dengan meningkatnya *awareness* masyarakat terhadap Harian Meteor, menimbulkan respon yang cukup beragam terhadap koran ini. Pada perjalanannya, banyak pro dan kontra terhadap koran ini khususnya kolom pendidikan seksualitas yang paling terkenal saat itu, *Alkisah*. Bahkan, seringkali pihak manajemen dalam hal ini Pemimpin Redaksi dipanggil oleh beberapa instansi masyarakat khususnya instansi pemuka agama untuk mempertanggungjawabkan keputusan Harian Meteor dalam memuat rubrik seks di koran yang beredar secara luas di masyarakat. Harian Meteor bahkan pernah dilaporkan kepada pihak kepolisian agar ditindak terkait dengan pemberitaan yang dinilai vulgar. Rubrik *Alkisah* menjadi cukup fenomenal, meski pada mulanya merupakan rubrik yang dikhususkan sebagai upaya untuk memberikan pengetahuan seksual kepada pembaca secara positif.

Demikian pula dengan liputannya terkait dengan pihak pemerintahan. Harian Meteor akan selalu membuat berita yang cenderung provokatif. Sehingga tidak jarang manajemen redaksi dipanggil oleh instansi pemerintahan terkait dengan pemberitaan yang dimuat di Meteor.

Gubernur Mardiyanto pada masa pemerintahannya saat itu pernah ‘memprotes’ dengan memanggil tim redaksi Meteor saat koran ini memuat berita dengan judul “Gubernur tidak berpihak pada rakyat” secara dominan di halaman 1 terkait dengan pemberitaan mengenai anggaran APBD Propinsi Jawa Tengah. Pemuatan judul pemberitaan ini tentu bukan tanpa sebab.

Kebijakan dari seluruh muatan yang ada dalam Harian Meteor tentu sangat mendasar. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pemberitaan yang mempengaruhi kebijakan redaksi, antara lain faktor individual dan profesionalisme pengelola pers. Dalam hal ini, peran Pemimpin Redaksi menjadi orang yang sangat menentukan dalam membentuk karakter pemberitaan Harian Meteor. Sebagai seorang Pemimpin Redaksi, mempunyai peran yang sangat strategis dalam menentukan ‘warna’ atau ‘karakter tulisan’, serta mempertahankan ciri khas media sesuai dengan motto yang diembannya. Selain itu, Pemimpin Redaksi juga bertugas memimpin semua jenis kegiatan yang berkaitan dengan wilayah keredaksian, mulai dari rapat redaksi untuk menentukan tematik tiap rubrik (sekaligus *angle*/bidikan tema yang akan diangkat), *job description*, *editing*, sampai naik cetak.

Keputusan Harian Meteor untuk memiliki format seperti sekarang ini, ternyata juga merupakan hasil pemikiran dari Pemimpin Redaksi Harian Meteor, Bejan Syahidan, yang mengacu pada pengalamannya yang pernah menangani koran serupa di Jawa Pos Group.

Sementara dalam perkembangannya, melihat situasi persaingan pasar media massa yang makin ketat mendorong pihak pengelola Harian Meteor, dalam hal ini Pemimpin Redaksi untuk kembali berpikir ulang akan konsep yang telah diusungnya sebagai Koran kuning. Apalagi, konsumen pembaca kini sudah sangat kritis dan cerdas dalam mengkonsumsi informasi. Mereka tidak sekadar mencerpap berita yang mereka terima, namun juga menyeleksi dan memberikan penilaian. Masyarakat mempunyai realitas sendiri dalam menilai pemberitaan. Pada titik itulah, Harian Meteor pun mulai akomodatif dengan tuntutan masyarakat. Sehingga, pada tahun 2007 liputan mengenai metafisika dan seks mengalami titik jenuh, dan rubrik *Alkisah* pun mulai dihilangkan. Harian Meteor kini lebih mengarah kepada liputan yang lebih bersifat umum, meski tanpa menghilangkan ciri khas utamanya pada berita-berita kriminal. *Lay out* warna yang tadinya menampilkan secara atraktif, muatan foto-foto korban kecelakaan yang tampil menyeramkan (tanpa editing), kini berangsur juga berubah menjadi *soft*.

Perubahan itulah yang membuat Harian Meteor kini ‘mengklaim’ produknya sebagai produk media cetak dalam konsep ‘koran putih’ atau koran sebagaimana umumnya. Meski berubah konsep, Harian Meteor pun tetap berpijak pada ciri khas lainnya, yakni menampilkan pemberitaan yang berbeda dengan koran lokal yang sudah eksis sebelumnya, seperti Suara Merdeka, Wawasan ataupun Radar Semarang yang notabene juga berada di bawah naungan grup yang sama, Jawa Pos.

Dalam proses perubahan tersebut, pihak manajemen dan pengelola tetap menekankan kepada timnya jika Harian Meteor harus tampil lain. Inilah upaya untuk masuk ke dalam *awareness* pembaca. '*Different or Die*', inilah yang menjadi strategi Harian Meteor dalam mencuri perhatian pembaca di wilayah Jawa Tengah dan Yogyakarta, khususnya di Kota Semarang.

Kini, secara konten Harian Meteor cenderung mengedepankan isi yang lebih *soft* ketimbang *hard crime*, seperti saat pertama kali muncul. Fakta ini karena didukung kecenderungan pasar yang semakin lama mulai jenuh dengan suguhan-suguhan *hard crime* di koran metro.