

IKLIM KOMUNIKASI KALTIM TODAY DALAM UPAYA MENGHASILKAN PRODUK JURNALISTIK BERKUALITAS

Shiba Syahidah¹, Nurliah²

Abstrak

Penelitian ini meneliti pola dan iklim komunikasi organisasi di Kaltim Today, sebuah media online di Kalimantan Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pola komunikasi yang melibatkan penyampaian informasi dari pimpinan ke karyawan secara langsung, terutama dalam situasi yang memerlukan respons cepat. Komunikasi horizontal antar karyawan cenderung fokus pada koordinasi tugas, terutama di bidang redaksi. Iklim komunikasi diukur melalui lima nilai, yaitu dukungan, pengambilan keputusan partisipatif, kepercayaan, keterbukaan dan ketulusan, serta tujuan kinerja tinggi. Temuan menunjukkan bahwa meskipun terdapat dukungan dari pimpinan, keterbukaan antara karyawan dan pimpinan masih menjadi perhatian. Pengambilan keputusan lebih cenderung terpusat pada pimpinan, dan perusahaan mengalami kendala dalam penetapan visi, misi, dan standar operasional prosedur yang jelas. Rekomendasi untuk memperbaiki iklim komunikasi meliputi peningkatan keterlibatan bawahan dalam pengambilan keputusan, penyelesaian masalah keterbukaan, perancangan visi misi melibatkan karyawan, dan peningkatan manajemen komunikasi terstruktur. Langkah-langkah ini diharapkan dapat menguatkan iklim komunikasi, meningkatkan kualitas produk jurnalistik, dan mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

Kata Kunci: *Komunikasi Organisasi, Jurnalisme, Media Online*

Pendahuluan

Media online saat ini menjadi pilihan utama masyarakat untuk mendapatkan informasi karena dianggap memiliki beragam keunggulan, seperti ruang yang tidak terbatas (unlimited space), kontrol audiens (audiens dapat bersaing, memilih konten sesuai keinginan), non-linieritas (audiens tidak perlu membaca secara berurutan), penyimpanan dan pengambilan informasi yang mudah diakses kapan saja dan di mana saja (storage and retrieval), kecepatan dan kelengkapan informasi (immediacy), kemampuan multimedia (bisa

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: shibasyahidah27@gmail.com.

²Dosen Pengajar dan Dosen Pembimbing, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

disajikan dengan berbagai media), dan interaktivitas (memungkinkan adanya interaksi) (Lestari, 2017).

Kondisi ini mendorong pelaku industri media online untuk bersaing dengan kompetitor lainnya dalam upaya memikat perhatian audiens.

Luwi Ishwara, seperti yang diungkapkan dalam penelitian oleh Lestari pada tahun 2017, menyatakan bahwa kemajuan teknologi internet yang pesat berdampak signifikan pada tugas media, yang kini menjadi lebih berat karena perubahan berita yang terjadi dengan sangat cepat. Hal ini juga memengaruhi pangsa pasar media yang menjadi lebih sempit dan terjangkau. Sebagai hasil dari perubahan ini, industri media cenderung fokus pada konten yang bersifat sensasional, hiburan, dan opini dalam upaya menarik perhatian audiens. Namun, kecenderungan ini juga berpotensi menyebabkan pelanggaran etika pers.

Suasana komunikasi, atau yang dikenal sebagai iklim komunikasi, adalah kondisi yang terbentuk di dalam suatu organisasi dan mampu menimbulkan respons positif atau negatif. Kondisi ini dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal organisasi (Meirani, 2020). Keberadaan iklim komunikasi yang positif memiliki potensi untuk memberikan motivasi kepada anggota organisasi dalam mencapai tujuan bersama. Di sisi lain, iklim komunikasi yang negatif dapat menjadi penyebab terhambatnya kelancaran kerja suatu organisasi (Afina, 2019). Menurut Peter F. Drucker, sebagaimana disebutkan dalam karya Harjana (2013), menegaskan pentingnya penetapan tujuan bersama perusahaan secara jelas sebagai tolok ukur kinerja karyawan. Keterlibatan karyawan dalam proses penetapan tujuan tersebut juga memiliki dampak besar terhadap sikap keterbukaan dan ketulusan karyawan dalam mencapai visi perusahaan, sejalan dengan prinsip MBO (management by objectives).

Dalam upaya menghasilkan produk jurnalistik yang berkualitas, manajemen keredaksian atau newsroom memainkan peran yang sangat krusial (Parwati, 2021). Manajemen keredaksian dapat diartikan sebagai penerapan fungsi manajemen melalui perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengendalian (controlling) dalam mengelola materi pemberitaan (Azwar, 2018).

Kaltimtoday.co, sebuah media online yang berbasis di Samarinda, memiliki fokus utama pada isu politik, lingkungan, dan pendidikan di wilayah Kalimantan Timur dan juga isu nasional. Didirikan di bawah naungan PT. Media Mandiri Perkasa pada tahun 2018, Kaltimtoday.co telah mengalami verifikasi administratif dan faktual oleh Dewan Pers pada tahun 2021. Hingga saat ini, Kaltimtoday.co belum memiliki struktur manajemen keredaksian yang ideal sebagaimana fungsi manajemen diatas, yang seharusnya terdiri dari pimpinan/penanggung jawab redaksi, redaktur pelaksana, redaktur/editor, koordinator liputan, dan reporter/wartawan.

Berdasarkan deskripsi tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan eksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana iklim komunikasi organisasi terbentuk di Kaltimtoday.co dan bagaimana hal tersebut memengaruhi kualitas produk jurnalistik yang dihasilkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam aktivitas dan pola komunikasi yang terjadi di Kaltimtoday.co yang berdampak pada pembentukan iklim komunikasi organisasi.

Kerangka Dasar Teori

Komunikasi Organisasi

Max Weber, seperti yang dijelaskan dalam karya Morrisson (2020), mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem kegiatan antar pribadi yang bertujuan untuk mengkoordinasikan atau mengkomunikasikan tugas-tugas individu. Di sisi lain, Karl Weick memandang bahwa organisasi terbentuk sebagai hasil dari proses komunikasi antar individu untuk saling membangun kesepahaman.

Menurut Pace & Faules (2006), komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai perilaku yang terjadi di dalam suatu organisasi, yang melibatkan anggotanya dalam pertukaran makna. Goldhaber (1986) menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu proses di mana pesan diciptakan dan ditukar melalui jaringan hubungan yang saling bergantung.

Menurut Joseph A. DeVito, sebagaimana dijelaskan oleh Alwi (2019), struktur jaringan komunikasi dapat dikelompokkan menjadi lima bagian, yaitu struktur lingkaran, struktur roda, struktur Y, struktur rantai, dan struktur semua saluran.

Struktur komunikasi lingkaran: Setiap anggota dapat berkomunikasi dengan dua anggota tetangga, tanpa hierarki atau pemimpin. Struktur roda: Pemimpin sentral (A) sebagai satu-satunya yang bisa berkomunikasi dengan seluruh anggota, anggota lain harus melibatkan pemimpin sebagai perantara. Struktur Y: Pemimpin (A dan B) dengan dua pusat komunikasi sentral, komunikasi dibatasi pada jalur tertentu. Struktur rantai: Mirip dengan struktur lingkaran, namun komunikasi terbatas pada satu anggota tetangga, dengan anggota tengah berperan lebih signifikan. Struktur semua saluran/bintang: Setiap anggota dapat berkomunikasi dengan semua anggota, menciptakan struktur desentralisasi yang mendukung partisipasi maksimal.

Teori Strukturasi Adaptif (M.S. Poole & Robert Mcphee)

Teori ini mengemukakan bahwa struktur organisasi menciptakan suatu iklim komunikasi yang menetapkan sikap bersama, membentuk harapan, perasaan, dan kinerja anggota organisasi. Dampak dari iklim komunikasi ini dianggap sangat penting dalam proses komunikasi berikutnya, juga produktivitas dan kepuasan karyawan, menjadikannya sebagai variabel kunci dalam konteks komunikasi organisasi. Dalam konteks teori ini, ada tiga faktor

yang memiliki peran dalam pembentukan iklim komunikasi dalam suatu organisasi.

Faktor pertama ialah struktur organisasi, yang mengatur dan membatasi aliran komunikasi dalam organisasi. Faktor kedua adalah aparat penghasil iklim atau panduan yang dirancang untuk memengaruhi persepsi dan kinerja karyawan. Terakhir, faktor ketiga melibatkan karakteristik atau kemampuan anggota organisasi. Dalam kerangka teori ini, ketiga faktor tersebut dianggap memegang peran yang sangat penting dalam membentuk iklim komunikasi di dalam suatu organisasi.

Iklm Komunikasi Organisasi (W. Charles Redding)

Faktor pertama ialah struktur organisasi, yang mengatur dan membatasi aliran komunikasi dalam organisasi. Faktor kedua adalah aparat penghasil iklim atau panduan yang dirancang untuk memengaruhi persepsi dan kinerja karyawan. Terakhir, faktor ketiga melibatkan karakteristik atau kemampuan anggota organisasi. Dalam kerangka teori ini, ketiga faktor tersebut dianggap memegang peran yang sangat penting dalam membentuk iklim komunikasi di dalam suatu organisasi.

W. Charles Redding mengartikan iklim komunikasi yang mendukung sebagai sifat lingkungan kerja yang menerima dengan terbuka ide-ide, informasi, dan pengaruh yang dapat mengalir secara bebas di antara anggota organisasi. Menurut Harjana (2013), iklim komunikasi yang mendukung harus memenuhi lima dimensi utama. Beberapa di antaranya mencakup:

Dukungan (Supportiveness)

Anggota organisasi pada tingkatan yang lebih rendah percaya bahwa berkomunikasi dengan atasan dapat membangun kepercayaan dan keyakinan bahwa kinerja mereka memiliki nilai bagi organisasi.

Pengambilan Keputusan Partisipatif (Participative Decision Making)

Anggota organisasi di semua tingkatan diberikan kebebasan untuk berkomunikasi. Ide, pandangan, dan saran dianggap dalam pengambilan keputusan terkait kebijakan organisasi.

Kepercayaan, Keyakinan, dan Kredibilitas (Trust, Confidence, Credibility)

Hubungan antara pimpinan dan bawahan didasari oleh saling kepercayaan dan keyakinan satu sama lain.

Keterbukaan dan Ketulusan (Openness and Candor)

Komunikasi, baik formal maupun informal, terjalin secara tulus dan terbuka, baik antara pimpinan dan bawahan maupun di antara bawahan.

Tujuan Kinerja Tinggi (High Performance Goals)

Tujuan kinerja secara jelas dikomunikasikan di dalam organisasi untuk mendorong pencapaian kinerja yang tinggi.

Standar Jurnalisme Berkualitas

Jurnalisme melibatkan serangkaian kegiatan seperti pencarian, perolehan, kepemilikan, penyimpanan, pengelolaan, dan penyiaran berita atau informasi dalam bentuk tulisan, suara, dan gambar melalui media massa (Widarmanto, 2017). Kualitas jurnalisme, menurut definisi Lacy & Rosenstiel (2015), dinilai dari dua perspektif, yaitu akademis dan profesional. Dalam perspektif akademis, standar kualitas jurnalisme ditentukan melalui pendekatan demand approach dan production approach.

Pendekatan pertama, demand approach, menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan audiens sebagai kriteria utama kualitas jurnalisme. Respons dan minat pembaca atau pemirsa dianggap sebagai faktor penentu utama. Pendekatan kedua, product approach, menekankan bahwa peningkatan kualitas konten memerlukan keberadaan karakteristik khas dalam pesan atau informasi yang disampaikan. Dalam hal ini, ciri khas atau keunikan pesan menjadi fokus utama untuk meningkatkan kualitas jurnalisme. Meskipun demikian, dalam penilaian kualitas jurnalisme, kelompok profesional lebih cenderung menggunakan pendekatan product approach, seperti yang tampak dalam perspektif akademis (Pratiwi & Ambardi, 2020). Berdasarkan pengamatan pada kedua pendekatan tersebut, Lacy & Rosenstiel kemudian merumuskan standar kualitas jurnalisme yakni: Kualitas presentasi (presentation quality), Terpercaya (trustworthiness), Keberagaman (diversity), Kedalaman dan keluasan informasi (depth and breadth of information), Kelengkapan (comprehensive), Urusan publik (public affairs), dan relevansi geografis (geographic relevance).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara, dan dokumentasi. Data primer dan sekunder diperoleh, dengan informan yang dipilih melalui teknik purposive sampling, yakni menentukan informan kunci dan pendukung. Informan kunci dalam penelitian ini melibatkan pimpinan redaksi/penanggung jawab redaksi Kaltimtoday.co, Tiga wartawan berpengalaman dengan sertifikat wartawan muda, serta informan pendukung yang merupakan wartawan dengan pengalaman kurang dari 1 tahun serta perwakilan bidang-bidang yang ada di Kaltimtoday.co

Hasil Penelitian

Pola komunikasi di Kaltim Today mencakup beberapa aspek, termasuk komunikasi ke atas, ke bawah, dan horizontal, serta komunikasi informal antar karyawan. Komunikasi ke atas melibatkan karyawan yang menyampaikan informasi atau pesan terkait organisasi kepada manajemen. Sebaliknya,

komunikasi ke bawah terjadi ketika manajemen memberikan instruksi atau pesan kepada karyawan. Meskipun ada koordinator untuk mengelola tugas dari pimpinan redaksi, banyak komunikasi langsung dilakukan oleh pimpinan kepada karyawan karena keterbatasan sumber daya manusia. Selain itu, terdapat komunikasi horizontal antar karyawan pada tingkat yang sama, serta komunikasi informal yang dapat memperkuat hubungan di lingkungan kerja. Adanya keterbatasan sumber daya manusia menunjukkan perlunya mempertimbangkan strategi atau perubahan dalam struktur organisasi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

Proses penyampaian ide dan gagasan dari karyawan ke pimpinan di Kaltim Today biasanya terjadi dalam rapat redaksi yang diadakan setiap minggu. Dalam rapat tersebut, seluruh karyawan diminta untuk melaporkan rencana kegiatan mingguan dan memberikan evaluasi kinerja dari pekan sebelumnya. Meski demikian, penulis mengamati bahwa rapat ini tidak berjalan optimal dan hanya diselenggarakan jika ada informasi penting terkait kebijakan pimpinan yang perlu disampaikan kepada seluruh karyawan atau karyawan di bidang tertentu.

Secara umum, komunikasi antar karyawan di Kaltim Today lebih fokus pada koordinasi pekerjaan. Di bidang redaksi, wartawan sering berkoordinasi dengan rekan wartawan saat mendapatkan tugas liputan khusus, di mana pembagian tugas dapat dibahas bersama. Selain itu, wartawan juga berinteraksi dengan tim kreatif yang bertanggung jawab atas foto dalam liputan iklan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi dalam pengambilan keputusan antara pimpinan dan karyawan di Kaltim Today mengikuti pola struktur Y. Meskipun sebagian besar keputusan dipusatkan pada pimpinan redaksi, terdapat situasi di mana pimpinan redaksi tidak selalu terlibat dalam pengambilan keputusan, terutama dalam tim kreatif dan media sosial. Dalam kasus tersebut, koordinator kadang-kala memiliki peran yang lebih aktif dalam mengambil keputusan terkait topik berita berupa video tanpa harus melibatkan persetujuan langsung dari pimpinan redaksi.

Dalam konteks komunikasi antar sesama karyawan di Kaltim Today, terbentuk pola struktur semua saluran. Pola ini memungkinkan seluruh karyawan memiliki tingkat setara, memungkinkan mereka untuk berkomunikasi secara terbuka tanpa melibatkan unsur karyawan tertentu. Terdapat komunikasi antar bidang, seperti koordinasi langsung antara bidang marketing dan tim kreatif dalam memproduksi konten advertorial. Selain itu, tim kreatif juga berkoordinasi dengan karyawan dan copywriter terkait naskah video. Pola struktur semua saluran memperbolehkan interaksi antar karyawan tanpa hambatan hierarki yang signifikan.

Iklm komunikasi organisasi memiliki dampak signifikan pada kualitas produk jurnalistik yang dihasilkan. Meskipun demikian, terdapat beberapa nilai-nilai dalam iklim komunikasi yang perlu mendapatkan perhatian lebih, seperti tujuan kinerja tinggi, keterbukaan, ketulusan, dan pengambilan

keputusan partisipatif. Dari hasil penelitian ini, penulis menilai bahwa ketiga dimensi tersebut belum terimplementasikan dengan baik dalam konteks Kaltim Today.

Berdasarkan temuan penelitian, penulis juga menemukan bahwa hingga saat ini, Kaltim Today belum menetapkan standar kelayakan berita yang jelas. Oleh karena itu, dalam praktiknya, kebijakan pimpinan seringkali mengalami perubahan, dan standar yang digunakan dalam menghasilkan produk jurnalistik hanya merujuk pada kode etik dan pedoman media siber Dewan Pers. Sebagai tambahan, setiap media memiliki kebijakan internal yang mengatur tugas wartawannya di lapangan (Azwar, 2018). Dalam hal ini, proses newsroom di Kaltim Today belum mencerminkan fungsi manajemen yang utuh, terutama karena absennya pelaksanaan rapat perencanaan berita dan evaluasi. Menurut (Junaedi, 2014), proses manajemen media seharusnya melibatkan fungsi manajemen secara komprehensif, yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan atau evaluasi.

Ketidajelasan dalam pedoman dan standar yang belum ditetapkan di Kaltim Today menjadi kendala bagi karyawan dalam mencapai tujuan bersama perusahaan. Meskipun demikian, peluang untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di Kaltim Today memberikan kesempatan bagi karyawan untuk melaksanakan tugas dengan kualitas yang lebih baik.

Standar kualitas jurnalisme dalam penelitian ini mengacu pada konsep Lacy & Rosentiel, yang diperoleh dari hasil penelitian terhadap dua kelompok, yakni akademisi dan praktisi jurnalistik. Standar tersebut melibatkan beberapa dimensi penting, termasuk kualitas presentasi, kepercayaan, keberagaman, kedalaman dan keluasan informasi, kelengkapan, urusan publik, serta relevansi geografis atau wilayah. Standar ini mencerminkan usaha untuk memastikan bahwa jurnalisme memenuhi kriteria kualitas tertentu, sejalan dengan pandangan akademisi dan praktisi di bidang jurnalistik.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kaltim Today menekankan kualitas presentasi dalam produk jurnalismenya dengan memperhatikan berbagai aspek penting, termasuk prinsip dasar dan kode etik jurnalistik. Pemenuhan unsur 5W+1H dalam kelengkapan berita menunjukkan usaha untuk menyajikan informasi secara komprehensif. Selain itu, keterlibatan wartawan dalam peliputan langsung dengan mewawancarai narasumber dari berbagai pihak mencerminkan komitmen untuk memberikan sudut pandang yang beragam dan inklusif.

Kaltim Today juga terus memberikan perhatian khusus pada aspek-aspek seperti kedalaman informasi, keluasan cakupan, keberagaman perspektif, dan relevansi geografis untuk memastikan kualitas produk jurnalisme yang lebih mendalam dan memenuhi kebutuhan serta harapan audiens.

Dalam konteks penyeleksian berita, apabila suatu berita dianggap layak untuk ditayangkan, baik dari segi sudut pandang (angle), judul, lead, hingga isi, maka pimpinan tidak memberikan komentar dan berita tersebut langsung

disiarkan oleh editor berita. Namun, jika terdapat aspek yang dianggap kurang oleh pimpinan, langkah selanjutnya adalah melakukan konfirmasi ulang dengan wartawan yang melakukan peliputan.

Konten infografis menarik bagi para audiens karena mengemas informasi dengan desain khas Kaltim Today, yang menjadi elemen penting dalam aspek kualitas presentasi. Informasi disajikan melalui situs web dan media sosial, dengan penekanan pada relevansi geografis dengan audiens, yaitu masyarakat lokal di Kalimantan Timur. Kaltim Today menyajikan beragam isu, termasuk politik lokal dan nasional, gaya hidup, pendidikan, dan hiburan.

Dalam upaya memenuhi urusan publik, Kaltim Today menunjukkan komitmen yang tinggi dengan memberikan ruang kepada audiens untuk menyampaikan saran dan komentar melalui media sosial. Selain itu, mereka berkomitmen untuk memberikan hak jawab kepada siapa pun yang merasa dirugikan atau membutuhkan hak jawab tersebut.

Karakteristik dan kemampuan karyawan yang memiliki usia yang seajar menjadi faktor kunci dalam membentuk iklim komunikasi di Kaltim Today. Adanya kemiripan usia memudahkan adaptasi antar karyawan dan dengan sistem kerja yang fleksibel, sesuai dengan kemampuan atau keterampilan mereka. Pimpinan turut berperan aktif dalam meningkatkan keterampilan dan pemahaman karyawan melalui bimbingan pribadi terkait standar di Kaltim Today. Upaya ini mencakup uji kompetensi wartawan, penerapan teknik Search Engine Optimization (SEO) oleh copywriter, dan fasilitasi teknologi Artificial Intelligence (AI) bagi content writer dan editor video untuk meningkatkan efisiensi kerja.

Penelitian tentang iklim komunikasi organisasi di Kaltim Today dievaluasi berdasarkan nilai-nilai yang mendukung iklim komunikasi, termasuk nilai dukungan, pengambilan keputusan partisipatif, kepercayaan, keyakinan dan kredibilitas, keterbukaan dan ketulusan, serta tujuan kinerja tinggi. Pada nilai dukungan, di Kaltim Today tercermin dalam interaksi antara pimpinan dan karyawan. Meskipun upaya untuk menunjukkan dukungan telah dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung, namun tingkat kedekatan bervariasi di antara karyawan. Mereka yang bekerja di kantor menunjukkan kedekatan dan dukungan yang kuat, sementara karyawan yang bertugas di lapangan sebagai wartawan lebih cenderung merasa nyaman ketika melaksanakan pekerjaan dan berdiskusi di luar kantor, terutama bersama rekan wartawan dari media lain.

Proses pengambilan keputusan di Kaltim Today cenderung berpusat pada pimpinan perusahaan. Meskipun ada usaha untuk melibatkan seluruh karyawan, tidak semua dari mereka merasa nyaman memberikan kritik atau saran terkait kebijakan-kebijakan yang ada.

Dalam konteks nilai kepercayaan, keyakinan, dan kredibilitas, karyawan di Kaltim Today merasakan langsung dukungan yang diberikan oleh pimpinan terkait tugas mereka. Meskipun demikian, kredibilitas informasi

terkait tugas yang diberikan masih menjadi kendala, dapat disebabkan karena penyampaian informasi yang kurang jelas dan sulit dipahami.

Dalam konteks nilai keterbukaan dan ketulusan, terdapat perbedaan dalam komunikasi antara karyawan dan pimpinan, yang cenderung kurang menunjukkan adanya keterbukaan. Meskipun begitu, pengamatan di lapangan mengindikasikan bahwa keterbukaan antar sesama rekan kerja di Kaltim Today berjalan positif, di mana mereka tidak mengalami kecanggungan dan saling terbuka.

Dalam konteks nilai tujuan kinerja tinggi, terdapat masalah yang muncul di Kaltim Today karena perusahaan belum memiliki visi dan misi serta standar operasional prosedur yang jelas. Kondisi ini sering menyebabkan kebingungan di kalangan karyawan terkait pekerjaan dan tugas mereka, karena adanya kebijakan yang kerap mengalami perubahan.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, berikut adalah beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat membantu memperbaiki iklim komunikasi di Kaltim Today:

1. Ditingkatkan dan dipertahankan keterlibatan bawahan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan organisasi, serta membangun kepercayaan antara atasan-bawahan dan rekan sekerja untuk mendukung pelaksanaan pekerjaan.
2. Penyelesaian masalah keterbukaan antara karyawan dan pimpinan agar bawahan tidak mengalami kesulitan dalam memahami arah tujuan organisasi.
3. Rancang visi, misi, dan standar operasional prosedur melibatkan karyawan untuk meningkatkan pemahaman dan kinerja, khususnya dalam penegakan proses newsroom sesuai standar jurnalistik.
4. Pemahaman yang baik mengenai visi dan misi dapat meningkatkan kinerja karyawan, oleh karena itu, perlu komunikasi lisan dan tertulis yang jelas dalam memahami hal tersebut.
5. Rancang manajemen komunikasi dan terstruktur untuk membentuk standar kualitas jurnalisme serta iklim komunikasi organisasi yang mendukung. Posisi fungsional redaktur perlu diperhatikan dengan memastikan latar belakang sesuai bidangnya.
6. Pertimbangkan pembatasan proses newsroom dengan keberlanjutan bisnis perusahaan dan menyusun business model yang memanfaatkan platform media digital, seperti youtube, tiktok, instagram, facebook, untuk mengurangi ketergantungan pada iklan pemberitaan pemerintah yang umumnya bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD).

Demikianlah kesimpulan dan rekomendasi yang disampaikan penulis. Dengan penerapan rekomendasi ini, diharapkan Kaltim Today dapat memperkuat iklim komunikasinya, meningkatkan kualitas produk jurnalistik, dan mencapai tujuan perusahaan secara lebih efektif. Semoga langkah-langkah yang diusulkan dapat memberikan kontribusi positif dalam memperbaiki aspek-aspek yang perlu ditingkatkan dalam organisasi tersebut.

Daftar Pustaka

- Afina, N. L. (2019). Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi di Berrybenka. *Jurnal Manajemen*, 1(2).
- Alwi, S. (2019). *Pola Komunikasi Organisasi di Balai Pendidikan Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah*. Program Studi Kmunikasi, Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Azwar, A. (2018). *4 Pilar Jurnalistik: Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik* (1 ed.). Kencana.
- Harjana, A. A. (2013). Iklim Komunikasi Keorganisasian. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 4(2). <https://doi.org/10.24002/jik.v4i2.226>
- Lacy, S., & Rosenstiel, T. (2015). Defining and Measuring Quality Journalism. *Rutgers School of Communication and Information*. <http://mpii.rutgers.edu/wp-content/uploads/sites/50/2015/04/Defining-and-Measuring-Quality-Journalism.pdf>
- Lestari, R. D. (2017). Quality News dan Popular News sebagai Trend Pemberitaan Media Online (Studi Deskriptif Kualitatif Trend Pemberitaan Quality News dan Popular News pada Media Online Nasional di Indonesia Periode 2016). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6355>
- Meirani, R. (2020). Iklim Komunikasi Organisasi Media Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Morrison. (2020). *Komunikasi Organisasi* (1 ed.). Kencana.
- Pratiwi, E., & Ambardi, K. (2020). Performa Jurnalisme Online dan Kecenderungan Politainment dalam Berita Pilpres 2019. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 2(1), 25–44. <https://doi.org/10.15408/jsj.v1i2.14601>
- Widarmanto, T. (2017). *Pengantar jurnalistik: Panduan awal penulisan dan jurnalis*. Araska.