



Pola Komunikasi Organisasi Muhammadiyah dalam Penetapan Hari Raya Idul Fitri di Banjarmasin

Bagus Krisna¹, Bachruddin Ali Akhmad², Siswanto³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat,
Banjarmasin

Surel: 1710414210006@mhs.ulm.ac.id

Abstrak: Komunikasi organisasi memegang peran krusial dalam menjaga kohesi internal serta efektivitas pencapaian tujuan, khususnya pada organisasi berbasis nilai seperti Muhammadiyah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi organisasi Muhammadiyah dalam proses penetapan Hari Raya Idul Fitri di Kota Banjarmasin. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pola komunikasi organisasi Muhammadiyah di Banjarmasin terbagi menjadi tiga bentuk: komunikasi ke bawah, ke atas, dan horizontal. Komunikasi ke bawah berlangsung secara efektif melalui jalur formal dan terstruktur, memungkinkan keputusan Pimpinan Pusat mengenai penetapan hari raya tersampaikan dengan jelas hingga ke level cabang, ranting, hingga simpatisan. Sebaliknya, komunikasi ke atas menunjukkan intensitas yang rendah, mencerminkan kuatnya otoritas pusat dalam struktur organisasi. Adapun komunikasi horizontal terjadi secara informal dalam suasana kekeluargaan, diperkuat oleh nilai-nilai budaya lokal seperti tradisi berbagi *wadai*, yang turut mempererat solidaritas antarpersonal dalam organisasi. Pola komunikasi ini dinilai mampu menjaga stabilitas internal dan kelancaran distribusi informasi, meskipun masih terdapat ruang untuk memperkuat mekanisme umpan balik dari daerah ke pusat. Temuan ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi organisasi, khususnya dalam konteks organisasi keagamaan dan masyarakat multikultural.

Kata Kunci: budaya organisasi, Idul Fitri, komunikasi horizontal, komunikasi ke bawah, komunikasi organisasi, Muhammadiyah

Cara Sitasi: Krisna, et al. (2025). Pola Komunikasi Organisasi Muhammadiyah dalam Penetapan Hari Raya Idul Fitri di Banjarmasin. *JURNAL PERSUASI*, 2(3): 159-166.

PENDAHULUAN

Komunikasi memegang peranan sentral dalam pembentukan interaksi sosial dan koordinasi dalam suatu organisasi. Dalam konteks organisasi, komunikasi tidak hanya menjadi sarana pertukaran informasi, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme pembentukan identitas kolektif dan pengelolaan dinamika internal organisasi. Efektivitas

komunikasi menjadi indikator penting dalam menjaga eksistensi organisasi, menyelesaikan konflik, serta merespons perubahan lingkungan eksternal.

Dalam organisasi berbasis nilai seperti Muhammadiyah, komunikasi berperan ganda: sebagai alat koordinatif dan sekaligus sebagai medium penyatuan visi dalam keragaman. Pola komunikasi organisasi, sebagaimana dikemukakan oleh Pace dan Faules, mencakup proses penciptaan dan pertukaran makna, serta pengelolaan pesan untuk mencapai tujuan bersama. Hal ini menjadi semakin kompleks dalam konteks masyarakat multikultural seperti Indonesia, di mana dimensi budaya seperti hierarki kekuasaan (*power distance*) dan kolektivisme turut membentuk arah dan sifat komunikasi yang terjadi dalam organisasi.

Muhammadiyah sebagai salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia, memiliki struktur berlapis dan sistem pengambilan keputusan yang terpusat, termasuk dalam penetapan Hari Raya Idul Fitri. Keputusan ini didasarkan pada metode hisab hakiki wujudul hilal, yang kerap kali berbeda dengan metode rukyat yang digunakan oleh pemerintah. Perbedaan ini menciptakan dinamika tersendiri, khususnya dalam masyarakat yang plural seperti di Kota Banjarmasin, yang dihuni oleh berbagai organisasi keislaman dengan praktik ibadah yang beragam.

Meskipun demikian, Muhammadiyah tetap mampu menjaga stabilitas dan loyalitas anggotanya di tengah perbedaan tersebut. Fenomena ini menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi memainkan peran penting dalam menyampaikan keputusan pusat, merespons dinamika di tingkat daerah, serta memperkuat solidaritas antaranggota melalui nilai-nilai lokal. Dalam kerangka *Functional Theory of Group Decision Making* yang dikembangkan oleh Hirokawa dan Gouran, keberhasilan suatu keputusan organisasi ditentukan oleh kemampuan kelompok dalam menjalankan fungsi analisis, perumusan tujuan, eksplorasi alternatif, dan evaluasi. Bagaimana Muhammadiyah melaksanakan fungsi-fungsi ini melalui pola komunikasinya menjadi pertanyaan sentral yang layak diteliti.

Sayangnya, kajian akademik yang menyoroti aspek komunikasi organisasi dalam konteks penetapan hari besar keagamaan, khususnya di tingkat daerah, masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi organisasi Muhammadiyah Kota Banjarmasin dalam penetapan Hari Raya Idul Fitri serta kontribusinya dalam menjaga kohesi internal organisasi di tengah keragaman sosial dan budaya masyarakat setempat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam pola komunikasi organisasi Muhammadiyah dalam proses penetapan Hari Raya Idul Fitri di Kota Banjarmasin. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi realitas sosial dalam konteks alaminya melalui deskripsi naratif yang kaya dan holistik. Lokasi penelitian ditentukan secara purposif, yaitu di Kota Banjarmasin, mengingat wilayah ini memiliki dinamika keagamaan yang kompleks serta aktivitas keorganisasian Muhammadiyah yang aktif. Objek penelitian

difokuskan pada pola komunikasi internal dalam organisasi Muhammadiyah, meliputi komunikasi ke bawah, ke atas, dan horizontal.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari satu informan kunci, yaitu Ketua Pimpinan Cabang Muhammadiyah Banjarmasin, serta beberapa informan pendukung dari pengurus cabang yang dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan aktif mereka dalam kegiatan organisasi. Data penelitian diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara terstruktur, observasi non-partisipatif, dan dokumentasi langsung (Sugiyono, 2015). Wawancara dilakukan berdasarkan panduan pertanyaan yang telah disusun, sementara observasi difokuskan pada situasi komunikasi dan interaksi organisasi di lapangan. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tertulis seperti notulen rapat, arsip internal, dan dokumen keorganisasian.

Teknik analisis data merujuk pada model interaktif dari Miles dan Huberman (1992), yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi relevan, penyajian data disusun dalam bentuk naratif, dan penarikan kesimpulan dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian untuk memperoleh makna yang valid.

Triangulasi data dilakukan untuk menguji kredibilitas dan keabsahan temuan, dengan memanfaatkan triangulasi sumber, metode, dan waktu (Sugiyono, 2008). Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari informan kunci dan pendukung, sementara triangulasi metode dilakukan dengan mengombinasikan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan selama periode September 2023 hingga Mei 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Komunikasi ke Bawah (*Downward Communication*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dari Pimpinan Pusat Muhammadiyah hingga ke tingkat daerah dan simpatisan dilakukan secara sistematis dan berjenjang. Ketua Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Banjarmasin, Dr. H. Maskur, MM, menyatakan bahwa maklumat Idul Fitri disampaikan secara resmi dari pusat ke wilayah, kemudian ke daerah, cabang, ranting, hingga masyarakat akar rumput. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman dan menjaga keseragaman informasi (Wawancara, 21 Februari 2024).

Sekretaris PDM, H. Jumanhuri, S.Pd., M.Pd., menegaskan bahwa komunikasi ke bawah berjalan efektif karena struktur yang mapan dan penerimaan yang baik dari anggota di tingkat bawah (Wawancara, 24 Februari 2024). Hal ini diperkuat oleh Ketua Majelis Tarjih, H. Mairijani, M.Ag, yang menyebutkan bahwa anggota daerah cenderung langsung menerima keputusan pusat karena sudah didasari kajian ilmiah yang terpercaya (Wawancara, 27 Februari 2024).

Pola ini sejalan dengan teori Pace dan Faules (2010) yang menekankan bahwa komunikasi organisasi merupakan sistem penciptaan dan pertukaran makna dalam struktur

sosial. Pola komunikasi ke bawah yang formal dan hirarkis ini juga mendukung pandangan Robbins dan Judge (2017) mengenai efektivitas komunikasi vertikal dalam penyampaian kebijakan organisasi.

Komunikasi ke Atas (*Upward Communication*)

Berbeda dengan komunikasi ke bawah yang berlangsung aktif, komunikasi ke atas menunjukkan intensitas yang rendah. Ketua PDM menyatakan bahwa umpan balik atau sanggahan dari daerah jarang dilakukan karena tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap otoritas pusat dan kompetensi ilmiah dalam penetapan waktu ibadah (Wawancara, 21 Februari 2024). Hal serupa disampaikan oleh sekretaris PDM dan Ketua Majelis Tarjih yang menyatakan bahwa keputusan pusat sudah disertai alasan yang lengkap sehingga tidak diperlukan diskusi ulang di daerah (Wawancara, 24 & 27 Februari 2024).

Fenomena ini mencerminkan tingginya *power distance* dalam struktur organisasi Muhammadiyah, sebagaimana dijelaskan oleh Hofstede (1980), yaitu kecenderungan menerima struktur kekuasaan yang hierarkis sebagai hal yang wajar. Ketidaktifan komunikasi ke atas dipandang bukan sebagai kelemahan, melainkan sebagai bentuk kepatuhan terhadap sistem sentralistik dan kepercayaan terhadap otoritas pusat.

Komunikasi Horizontal (*Horizontal Communication*)

Komunikasi horizontal di kalangan pengurus Muhammadiyah Banjarmasin berlangsung secara informal namun efektif. Ketua PDM menyampaikan bahwa setelah maklumat diterima, mereka langsung berkoordinasi dengan pengurus cabang untuk membahas strategi penyampaian kepada masyarakat dengan bahasa yang mudah dipahami (Wawancara, 21 Februari 2024).

Diskusi internal biasanya dilakukan secara kekeluargaan dalam forum kecil, bahkan disertai kebiasaan lokal seperti berbagi “wadai” (kue tradisional), sebagaimana dijelaskan oleh Sekretaris PDM (Wawancara, 24 Februari 2024). Ketua Majelis Tarjih menambahkan bahwa diskusi ini juga berfungsi untuk menyatukan pemahaman dan memperkuat keyakinan terhadap keputusan pusat (Wawancara, 27 Februari 2024).

Menurut Pace dan Faules (2010), komunikasi horizontal penting dalam menciptakan kerja sama antar bagian organisasi. Sementara itu, Cheney (1991) menekankan bahwa praktik komunikasi informal yang bersandar pada budaya lokal dapat memperkuat identitas kolektif dan solidaritas organisasi, yang juga tampak dalam konteks Muhammadiyah Banjarmasin.

Proses Pengambilan Keputusan Kelompok

Penelitian ini juga menyoroti bagaimana pengambilan keputusan dijalankan secara sentralistik. Ketua PDM menegaskan bahwa proses analisis dan perumusan keputusan sepenuhnya dilakukan di tingkat pusat, sedangkan daerah berperan dalam menyosialisasikan hasilnya (Wawancara, 21 Februari 2024). Sekretaris dan Ketua Majelis Tarjih menyatakan bahwa daerah tidak perlu melakukan kajian ulang karena dasar keputusan pusat sudah berdasarkan metode ilmiah yang konsisten digunakan Muhammadiyah (Wawancara, 24 & 27 Februari 2024).

Hal ini sesuai dengan *Functional Theory of Group Decision Making* oleh Hirokawa dan Gouran (2008), yang menyebutkan bahwa efektivitas keputusan ditentukan oleh kemampuan kelompok menjalankan empat fungsi: analisis masalah, penetapan tujuan, identifikasi alternatif, dan evaluasi konsekuensi. Dalam konteks Muhammadiyah, fungsi-fungsi tersebut telah dijalankan sepenuhnya oleh Pimpinan Pusat melalui metode hisab hakiki wujudul hilal, sementara PDM Banjarmasin fokus pada distribusi dan internalisasi keputusan kepada anggota.

Proses ini mencerminkan pola komunikasi birokratis yang dikemukakan oleh Weber (1947), di mana struktur otoritas yang rasional-legal memungkinkan organisasi mencapai efisiensi dan stabilitas melalui kepatuhan terhadap sistem hierarkis yang telah ditetapkan.

Pembahasan

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pola komunikasi organisasi di Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Banjarmasin dalam penetapan Hari Raya Idul Fitri mencerminkan integrasi antara komunikasi vertikal, horizontal, dan minimnya komunikasi ke atas. Pola ini membentuk sistem komunikasi organisasi yang efektif dalam menjaga stabilitas internal, menyelaraskan visi, serta memfasilitasi penyampaian keputusan pusat secara akurat kepada seluruh lapisan anggota.

Pola Komunikasi Organisasi, Struktur dan Makna

Komunikasi ke bawah berlangsung secara terstruktur melalui jalur formal organisasi dari Pimpinan Pusat hingga ke simpatisan. Maklumat Idul Fitri disampaikan dengan sistematis melalui surat resmi dan sosialisasi berjenjang. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules (2010), yang menekankan efisiensi dalam penciptaan, pertukaran, interpretasi, dan penyimpanan pesan. Kejelasan pesan, minimnya distorsi, dan penerimaan yang tinggi oleh anggota menunjukkan keberhasilan saluran vertikal ini.

Sebaliknya, komunikasi ke atas cenderung minim. Informasi dan masukan dari daerah ke pusat tidak menjadi bagian dominan dalam proses komunikasi. Fenomena ini selaras dengan konsep *power distance* tinggi yang dikemukakan Hofstede (1980), di mana anggota organisasi menerima keputusan otoritas pusat tanpa banyak pertanyaan atau kritik. Meskipun hal ini menjaga keseragaman dan stabilitas, keterbatasan komunikasi ke atas berpotensi menutup ruang aspirasi daerah dan memperlambat proses inovasi dari bawah.

Sementara itu, komunikasi horizontal berlangsung dinamis dalam suasana informal dan egaliter. Diskusi ringan antar pengurus dalam suasana kekeluargaan, seperti makan wadai bersama, menjadi media efektif untuk menyamakan persepsi. Hal ini mendukung pandangan Cheney (1991) bahwa praktik komunikasi yang memperkuat identitas kolektif dapat meningkatkan kohesi organisasi. Adaptasi terhadap budaya lokal juga menunjukkan fleksibilitas Muhammadiyah dalam menjalin solidaritas internal sambil tetap menjaga prinsip modernitas.

Efektivitas Pengambilan Keputusan: Sentralisasi dan Implementasi Lokal

Pengambilan keputusan terkait penetapan Hari Raya Idul Fitri bersifat sentralistik, di mana PDM Banjarmasin sepenuhnya mengacu pada keputusan Pimpinan Pusat. Berdasarkan *Functional Theory of Group Decision Making* (Hirokawa & Gouran, 2008), seluruh fungsi pengambilan keputusan—mulai dari analisis masalah, penetapan tujuan, identifikasi alternatif, hingga evaluasi konsekuensi—dijalankan di tingkat pusat. PDM Banjarmasin berperan dalam menyosialisasikan keputusan dan memastikan penerapannya secara lokal.

Model sentralistik ini efektif dalam menjaga konsistensi dan legitimasi keputusan, namun sekaligus menegaskan bahwa peran daerah lebih bersifat implementatif daripada partisipatif. Dalam jangka panjang, kurangnya ruang partisipasi dapat menjadi tantangan jika tidak diimbangi dengan mekanisme komunikasi dua arah.

Implikasi Praktis

Temuan ini memberikan sejumlah implikasi praktis bagi pengembangan sistem komunikasi organisasi Muhammadiyah, khususnya di tingkat daerah:

1. Penguatan komunikasi vertikal formal perlu diimbangi dengan sistem monitoring dan dokumentasi digital guna memastikan integritas pesan dan menghindari distorsi.
2. Peningkatan umpan balik ke atas penting dilakukan untuk memperkuat partisipasi daerah. Forum musyawarah tahunan, survei kepuasan internal, serta platform digital bisa menjadi kanal komunikasi dua arah yang konstruktif.
3. Pelestarian nilai budaya lokal, seperti diskusi sambil berbagi wadai, terbukti efektif mempererat hubungan antar anggota. Muhammadiyah dapat mendokumentasikan praktik semacam ini sebagai bagian dari pembelajaran organisasi (*organizational learning*).
4. Evaluasi berkala terhadap efektivitas komunikasi—baik vertikal maupun horizontal—dapat dilakukan melalui audit komunikasi, FGD, dan pelatihan komunikasi internal, untuk memastikan pemahaman yang menyeluruh terhadap maklumat organisasi.
5. Mitigasi risiko komunikasi satu arah menjadi hal yang krusial. Strategi seperti *mentoring lintas tingkatan*, workshop partisipatif, serta digitalisasi ruang diskusi dapat memperkuat komunikasi berbasis dialog tanpa mengorbankan kesatuan visi.

Secara keseluruhan, pola komunikasi organisasi Muhammadiyah di Banjarmasin menunjukkan efektivitas dalam mempertahankan kohesi internal dan keseragaman keputusan. Namun, terdapat ruang untuk memperkaya proses komunikasi melalui pendekatan partisipatif yang menghargai kontribusi dari tingkat bawah. Hal ini penting untuk memastikan bahwa stabilitas yang telah terbangun dapat bertransformasi menjadi ketahanan organisasi yang adaptif dan berkelanjutan di tengah dinamika sosial yang terus berkembang.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi Muhammadiyah di Kota Banjarmasin dalam penetapan Hari Raya Idul Fitri mencerminkan integrasi antara komunikasi vertikal yang terstruktur dan komunikasi horizontal yang berbasis nilai-nilai lokal. Komunikasi ke bawah berjalan secara sistematis dan efektif melalui jalur formal organisasi dari Pimpinan Pusat hingga ke tingkat simpatisan, memastikan bahwa maklumat dapat diterima dan dipahami secara seragam oleh seluruh anggota. Hal ini menunjukkan adanya pengelolaan informasi yang baik dalam menjaga keselarasan arah organisasi.

Namun demikian, komunikasi ke atas berlangsung dengan intensitas yang rendah. Rendahnya partisipasi dari daerah dalam menyampaikan umpan balik atau masukan ke tingkat pusat mencerminkan budaya organisasi yang menjunjung tinggi hierarki dan otoritas pusat. Meskipun pola ini mendukung stabilitas internal, kurangnya komunikasi dua arah dapat menjadi kendala dalam pengembangan organisasi yang lebih partisipatif.

Sementara itu, komunikasi horizontal di antara pengurus daerah berjalan secara informal dan egaliter, memperlihatkan integrasi antara pola komunikasi organisasi dengan budaya lokal. Praktik diskusi santai dan kekeluargaan tidak hanya memperkuat hubungan antaranggota, tetapi juga menjadi media efektif dalam menyamakan persepsi dan memperlancar arus informasi.

Dengan demikian, pola komunikasi organisasi Muhammadiyah Kota Banjarmasin dalam konteks penetapan Hari Raya Idul Fitri merupakan perpaduan antara struktur formal dan fleksibilitas kultural. Pola ini efektif dalam menjaga kohesi internal dan konsistensi keputusan organisasi. Namun, untuk memperkuat kapasitas adaptif dan responsif di masa depan, perlu dikembangkan mekanisme komunikasi ke atas yang lebih terbuka dan partisipatif. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan sistem komunikasi organisasi, khususnya di lingkungan keagamaan yang berakar pada nilai budaya lokal dan struktur hierarkis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Banjarmasin, khususnya kepada Bapak Dr. H. Maskur, MM, Bapak H. Jumanhuri, S.Pd., M.Pd., dan Bapak H. Mairijani, M.Ag., atas kesediaan mereka menjadi informan dalam penelitian ini serta atas dukungan dan informasi yang telah diberikan selama proses pengumpulan data.

Penulis juga menghaturkan terima kasih kepada dosen pembimbing dan seluruh pihak yang telah memberikan masukan, arahan, serta dukungan dalam penyusunan artikel ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu komunikasi organisasi, khususnya dalam konteks keagamaan dan sosial budaya di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Hancock, B. (1998). Trent Focus for Research and Development in Primary Health Care: An Introduction to Qualitative Research. *Trent Focus Group*.
- Hirokawa, R. Y., & Gouran, D. S. (2008). Functional Theory of Group Decision-Making: Enhancing Communication and Effectiveness in Groups. In C. R. Berger, M. E. Roloff, & D. R. Roskos-Ewoldsen (Eds.), *The Handbook of Communication Science* (2nd ed., pp. 190–206). SAGE Publications.
- Cheney, G. (1991). *Rhetoric in an Organizational Society: Managing Multiple Identities*. University of South Carolina Press.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2003). *Strategies of Qualitative Inquiry* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Faisal, S. (2010). *Format-format Penelitian Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. SAGE Publications.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2008). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2010). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Terj. D. Soemirat). Remaja Rosdakarya.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistik untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Suprpto, H. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi dalam Riset Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Usman, H., Akbar, F., & Taufik, M. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bumi Aksara.
- Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. Free Press.
- Rahman, A., & Prasetya, T. A. (2018). Pola Komunikasi Organisasi dalam Membangun Budaya Kerja. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 115–126. <https://doi.org/10.25008/jk.v12i2.158>