

**IMPLEMENTASI BUDAYA KOMUNIKASI ORGANISASI BERBASIS  
KEARIFAN LOKAL *Pasang Ri Kajang* DALAM MENDORONG  
PROGRAM PEMBANGUNAN RAMAH LINGKUNGAN PEMERINTAH  
DAERAH KABUPATEN BULUKUMBA**

*The Implementation Of Organizational Communication Culture Based  
On Local Wisdom *Pasang Ri Kajang* in Encouraging Environmentally  
Friendly Development Programs for the Regional Government of  
Bulukumba Regency*

**EMIL FATRA  
E022191008**



**PROGRAM PASCASARJANA  
ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
2021**

**IMPLEMENTASI BUDAYA KOMUNIKASI ORGANISASI BERBASIS  
KEARIFAN LOKAL *PASANG RI KAJANG* DALAM MENDORONG  
PROGRAM PEMBANGUNAN RAMAH LINGKUNGAN PEMERINTAH  
DAERAH KABUPATEN BULUKUMBA**

*The Implementation Of Organizational Communication Culture Based  
On Local Wisdom Pasang Ri Kajang in Encouraging Environmentally  
Friendly Development Programs for the Regional Goverment of  
Bulukumba Regency*

**Tesis**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister**

**Program Studi**

**Ilmu Komunikasi**

**Disusun dan Diajukan Oleh**

**EMIL FATRA**

**Kepada**

**SEKOLAH PASCASARJANA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

**IMPLEMENTASI BUDAYA KOMUNIKASI ORGANISASI BERBASIS  
KEARIFAN LOKAL PASANG RI KAJANG DALAM MENDORONG  
PROGRAM PEMBANGUNAN RAMAH LINGKUNGAN PEMERINTAH  
DAERAH KABUPATEN BULUKUMBA**

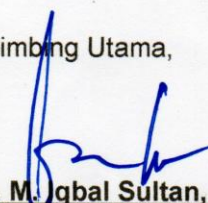
Disusun dan diajukan oleh

**EMIL FATRA**  
E022191008

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin  
pada tanggal **(03 Mei 2021)**  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,

  
Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si  
Nip. 196312101991031002

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi,

  
Dr. H. Muhammad Farid, M. Si  
Nip. 196107161987021001

Pembimbing Pendamping,

  
Dr. Tuti Bahriarti, S.Sos., M. Si.  
Nip. 197306172006042001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,

  
Prof. Dr. H. Armin, M.Si.  
Nip. 196511091991031008

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Emil Fatra  
Nomor Pokok : E022191008  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

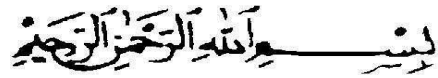
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebahagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Makassar, 31 Mei 2021

Yang menyatakan  
  
Emil Fatra



## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah swt. karena atas rahmat, inayah, dan kuasa- Nya sehingga penulis dengan segala usaha dan perjuangan dapat menyelesaikan penelitian berjudul “Implementasi Budaya Komunikasi Organisasi Berbasis Kearifan Lokal *Pasang Ri Kajang* Dalam Mendorong Program Pembangunan Ramah Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bulukumba.”

Tesis ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata II pada Universitas Hasanuddin. Peneliti menyadari proses penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan, bantuan dan doa restu dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. H. Iqbal Sultan, M.Si. selaku pembimbing I dan Dr. Tuti Bahfiarti, S. Sos., M.Si., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu memberikan arahan, bimbingan, dukungan, dan bantuan kepada penulis selama proses bimbingan hingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Dr. Muh. Akbar, M.Si, Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si dan Dr. H. Muhammad Farid, M.Si. selaku tim penguji yang senantiasa memberikan arahan, koreksi, dan saran yang membangun untuk penyempurnaan

tesis ini.

3. Dr. H. Muhammad Farid, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Komunikasi Universitas Hasanuddin dengan tulus memberikan arahan dan motivasi selama penulis menyelesaikan pendidikan.

4. Para dosen Pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dengan segala jerih payah membimbing dan memandu perkuliahan sehingga menambah wawasan penulis.

5. Jajaran pengelola Pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang telah memberikan pelayanan maksimal dalam administrasi selama perkuliahan dan penyelesaian tesis.

6. Kedua orang tua, saudara dan keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan moral dan materil selama penulis menyelesaikan pendidikan.

7. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2019 Universitas Hasanuddin yang berjuang bersama dalam proses perkuliahan dan senior yang selalu meluangkan waktu memberikan arahannya.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu yang telah membantu penelitian ini.

Penulis menyadari dalam tesis ini masih terdapat kekeliruan dan ketidaksempurnaan dari segi substansi maupun metodologi. Penulis

berharap masukan konstruktif untuk tulisan ini, akan hadir tulisan yang lebih baik. Semoga Allah swt. memberi perlindungan dan kebaikan kepada semua pihak yang berperan dalam tesis ini.

Makassar, April 2021

Penulis,

**Emil Fatra**

## ABSTRAK

**EMIL FATRA.** *Implementasi Budaya Komunikasi Organisasi Berbasis Kearifan Lokal Pasang ri Kajang dalam Mendorong Program Pembangunan Ramah Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bulukumba* (dibimbing oleh Muh. Iqbal Sultan dan Tuti Bahfiarti).

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan kategorisasi budaya komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal Pasang ri Kajang dan mengimplementasikan budaya komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal *Pasang ri Kajang* serta mengemukakan faktor pendukung dan penghambat pemerintah Kabupaten Bulukumba dalam mengimplementasikan budaya komunikasi berbasis kearifan lokal *Pasang ri Kajang*.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan penelitian etnografi komunikasi. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam (*indepth interview*) dan dokumentasi. Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposif sampling menurut posisi jabatan dan kedudukan kerja dalam organisasi pemerintahan di Kabupaten Bulukumba.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada beberapa bentuk kategorisasi budaya komunikasi organisasi yang diterapkan pada pemerintahan Kabupaten Bulukumba saat ini, yaitu prinsip *lambusu na gattang* artinya jujur dan taat aturan serta disiplin, *palampa paunnu* yang artinya sikap keterbukaan, *assipakatau* yang artinya menciptakan harmonisasi dan rasa saling menghargai, dan *sipatuntung* yang artinya saling mendorong dan memotivasi. Selanjutnya, implementasi budaya komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal *Pasang ri Kajang* yaitu, melalui festival adat tahunan, melalui prinsip *kamase-masea* yang berarti kesederhanaan, *allemo sibatu* yang artinya mari bersatu, dan adanya budaya *Siri*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam mengimplementasikan budaya organisasi berbasis kearifan lokal Pasang ri Kajang yaitu, faktor pendukung yaitu *pertama* adanya bantuan dana Hibah. *Kedua*, kuatnya adat lokal setempat. Kemudian faktor internal yaitu kurangnya literasi dan seminar dan faktor eksternal yaitu perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Kata kunci: Implementasi, Budaya Komunikasi Organisasi, Kearifan Lokal *Pasang ri Kajang*. Pembangunan dan Bulukumba.





## ABSTRACT

**EMIL FATRA:** *The Implementation of Organizational Communication Culture Based on Local Wisdom Pasang Ri Kajang in Encouraging Environmentally Friendly Development Programs for the Regional Government of Bulukumba Regency (supervised by Muh. Iqbal Sultan and Tuti Bahfiarti).*

The aims of this study are to describe the categorization of organizational communication culture based on Pasang Ri Kajang's local wisdom and its implementation as well as to explain the supporting and inhibiting factors faced by the local government of Bulukumba Regency in its implementation.

The research method used was descriptive qualitative with a communication ethnographic research approach-data obtained through observation, in-depth interview, and documentation. The informants taken as sample were determined using purposive sampling technique according to their position and position of work in the government organizations of Bulukumba Regency.

The results indicate several forms of organizational communication culture categorization applied by the current government of Bulukumba Regency, i.e. Lambusu na Gattang, meaning honesty and obeying rules and discipline, Palampa Paunnu, meaning openness, Assipakatau meaning creating harmony and mutual respect, and Sipatuntung meaning encouraging and motivating each other. The research results also indicate the implementation of the organizational communication culture based on Pasang Ri Kajang's local wisdom through annual traditional festival, the principle of Kamasemasea meaning simplicity, Allemo Si Batu meaning let us unite, and the presence of Siri' culture. Furthermore, the results also indicate supporting and inhibiting factors in the implementation of the local wisdom-based organizational culture of Pasang Ri Kajang. The supporting factors are the existence of grants and the strength of local customs, while the inhibiting factor are internal factors, i.e. the lack of literacy and seminars, and external factors, i.e. the effect of rapid development of technology.

Key words: implementation, organizational communication culture, local wisdom, Pasang Ri Kajang, development, Bulukumba.



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>GLOSARIUM.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kegunaan Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
A. Kajian Konsep .....	13
1. Konsep Implementasi Komunikasi Organisasi.....	13
2. Konsep Budaya Organisasi.....	26
3. Konsep Komunikasi .....	32
4. Kearifan Lokal .....	40
5. Pembangunan.....	48
B. Kajian Teoritis .....	53
1. Teori Budaya Organisasi.....	53

2. Teori Perilaku Komunikasi.....	60
C. Hasil Riset yang Relevan .....	62
D. Kerangka Konseptual .....	70
E. Definisi Operasional .....	70
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>72</b>
A. Rancangan Penelitian .....	72
B. Pendekatan Penelitian .....	72
C. Instrumen Penelitian.....	73
D. Lokasi Penelitian .....	74
E. Sumber Data .....	74
F. Teknik Pengumpulan Data .....	75
G. Teknik Analisis Data.....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>79</b>
A. Gambaran Umum.....	79
B. Hasil Penelitian .....	94
B1 Karakteristik informan .....	94
B2 Kategorisasi Budaya Komunikasi Organisasi.....	99
B3 Implementasi Budaya komunikasi Organisasi .....	123
B4 Faktor Pendukung dan Penghambat.....	140
C. Pembahasan.....	154
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>177</b>
A. Kesimpulan .....	177
B. Saran .....	179
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>174</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>178</b>

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian .....	69
Gambar 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	80
Gambar 4.2 Peta Administratif Kab. Bulukumba .....	82
Gambar 4.3 Luas Wilayah Tiap Kecamatan .....	83
Gambar 4.4 Grafik Kepadatan Penduduk .....	88

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	75
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk .....	87
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Miskin .....	89
Tabel 4.3 Rumah Tangga Sasaran (RTS).....	90
Tabel 4.4 Sarana Pendidikan.....	91
Tabel 4.5 Fasilitas Kesehatan.....	92
Tabel 4.6 Tempat Ibadah.....	93
Tabel 4.7 Karakteristik Informan .....	94
Tabel 4.8 Matrix Kategorisasi Budaya Komunikasi .....	122
Tabel 4.9 Matrix Implementasi Budaya Organisasi .....	138
Tabel 4.10 Matrix Penghambat Implementasi Komunikasi.....	152

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian Dari Unhas

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Propinsi Sulawesi Selatan

Lampiran 4. Surat Izin Penelitian dari Kesbangpol Kabupaten Bulukumba

Lampiran 5. Dokumentasi

Lampiran 6. Biodata Penulis

## GLOSARIUM

Pasang Ri Kajang	: Pesan Leluhur/ kebaikan dan aturan
Lambusu Na Gattang	: Jujur dan Disiplin
Palampa Paunnu	: Sikap Keterbukaan
Assipakatau	: Mengharmonisasikan
Sipatuntung	: Saling Memotivasi
Kamase-masea	: Kesederhanaan
Allemo Sibatu	: Mari Bersatu
Siri	: Malu

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pembangunan sebagai sesuatu yang nyata dan berencana, menjadi menonjol sejak selesainya perang dunia II. Merdekanya bangsa-bangsa itu sendiri yang tadinya berada dibawah penjajahan Negara kolonial, maka sejak saat itu mereka mulai berkesempatan untuk membenahi nasib masing-masing, dalam arti membangun negara dan kehidupan rakyatnya. Pembangunan sering dirumuskan sebagai proses perubahan yang terencana dari suatu situasi nasional ke situasi nasional lainnya yang dinilai lebih tinggi. Saat ini secara sadar dikatakan bahwa, pembangunan selalu mengikut sertakan proses perbaikan. (Zulkarimen, 2012: h.23)

Beberapa wacana yang berkembang tentang pembangunan, terutama setelah turunya pemerintahan orde Baru, bahwa ternyata pembangunan telah mati (*development is dead*). Kata ini sebenarnya cenderung sangat provokatif atau memiliki tendensius, bahwa seolah-olah pembangunan yang dilakukan pemerintah saat ini seakan tidak ada gunanya. Munculnya wacana bahwa pembangunan itu telah mati karena pembangunan yang dilakukan pemerintah saat ini masih beroreantasi pada pola-pola *top down* (dari atas/ kepentingan pemerintah), bukan gabungan *bottom up* (dari bawah/ kepentingan rakyat). Kemudian dari berbagai strategi perencanaan pembangunan dianggap pragmatis atau



sepihak terutama dalam proses pembangunan yang dilakukan pemerintah saat ini, sehingga suara-suara protes dan kritikan dan perlawanan sering terjadi karena disebabkan kepentingan masyarakat tidak diakomodir dan bahkan nilai-nilai sosial masyarakat setempat terabaikan.

Pembangunan yang kerap dinilai kurang tepat semakin kuat dengan adanya wacana bahwa, pembangunan itu telah mati, karena pembangunan yang dilakukan pada negara berkembang seperti Indonesia, tentunya masih memiliki kelemahan-kelemahan karena pembangunan masih berorientasi *top down* dari atas atau pemerintah, bukan gabungan dengan *bottom up* dari bawah, rakyat dan pemerintah. Kemudian berbagai perencanaan pembangunan masih menggunakan pendekatan teori-teori dari barat yang tidak bersifat kontekstual, belum tentu cocok diterapkan dinegara-negara sedang berkembang, seperti Indonesia. Faktanya bahwa, pembangunan sebagai salah satu bentuk modernisasi, sehingga akan akan kental dengan warna westerlisasi dan melupakan kearifan lokal bangsa ini. (Nasution, 2012:13)

Saat ini pemerintah selaku katalisator atau orang yang berperan dalam melakukan pembangun seharusnya memerlukan sebuah startegi atau metode yang memang baik dan jelas, sehingga ketimpangan dan ketidakadilan mampu diantisipasi sedini mungkin. Saat ini menurut data yang diperoleh dari Badan Statistik Pusat dan Kementerian Keuangan (APBN) tahun 2020, bahwa jumlah pendapatan negara 2.233, 2 triliun, dengan tingkat pengangguran 4,8%-5,0% dan tingkat kemiskinan yaitu

8,9-90%. Artinya bahwa kalau pengelolaan yang dilakukan pemerintah kurang baik maka yang terjadi adalah pertumbuhan negara tersebut akan terhambat. Dengan jumlah pendapatan negara seperti diatas jika dikelola dengan baik maka tidak ada lagi jerit anak yang kelaparan, serta tidak ada lagi anak yang putus sekolah. Data berikutnya dari Badan Statsitik Daerah dan Dinas Lingkungan Hidup mencatat beberapa kerusakan lingkungan yang diakibatkan dari pabrik-pabrik swasta yang beroperasi dibulukumba mengakibatkan kerusakan lingkungan itu sendiri artinya bahwa, pengolaan yang selama ini dilakukan pemerintah belum bisa dikatakan pembangunan yang dapat berkelanjutan. Banyak kebijakan yang dikeluarkan pemerintah saat ini dianggap gagal dan tidak sesuai dengan apa yang butuhkan rakyat karena, pada dasarnya para pemangku kebijakan tidak memiliki strategi dan pendekatan komunikasi yang baik. (Harun dan Ardianto, 2017: h. 262)

Banyaknya persoalan muncul hari ini, membuat pemerintah harus jitu dalam menyusun sebuah strategi dan persoalan tersebut harus memiliki pola pendekatan yang kuat sehingga pembangunan itu tidak kerap menjadi kegiatan politik semata. Salah satu cara sebagai alternatif baru untuk mendorong pembangunan yaitu meningkatkan budaya komunikasi organisasi dalam sebuah instansi dan pemerintahan.

Budaya komunikasi organisasi didalam sebuah pemerintahan merupakan implementasi nilai-nilai luhur daerah tersebut. Dalam organisasi pemerintah harus diwujudkan dalam semua tingkatan

kepemimpinan. Pola komunikasi yang partisipatif, gaya kepemimpinan yang lebih pada mengajak daripada memerintah, memberi keteladanan yang baik, mendorong dan memberikan kepercayaan kepada bawahan, serta pengambilan keputusan dengan cara musyawarah merupakan konsekuensi dari keharusan melaksanakan nilai-nilai dari falsafah dari kearifan lokal tersebut. Nilai-nilai budaya organisasi yang dipengaruhi unsur-unsur falsafah tersebut dapat membentuk sistem kerja dan lingkungan kerja yang disiplin, efektif, efisien. Penanaman budaya kerja pada organisasi pemerintah menjadi penting sebagai upaya pemerintah melaksanakan amanat rakyat dalam memberikan perlindungan dan pelayanannya.

Esensi budaya komunikasi organisasi juga menyangkut bagaimana pengambilan keputusan oleh pimpinan pemerintahan, motivasi yang diberikan pemangku jabatan kepada pegawai dan interaksi yang terjadi diantara pegawai dengan masyarakat yang akan menghasilkan sesuatu yang bersinergi dalam hal pembangunan. Hal ini juga berkaitan dengan sistem pengendalian yang ada atau berlaku di pemerintahan. Kondisi yang ideal bagi sebuah pemerintahan adalah memiliki iklim kerja yang terbuka, jujur, dan dapat dipercaya. Selain itu, dalam hal ini, budaya komunikasi yang ideal juga adalah bagaimana pemerintah memanfaatkan media komunikasi yang ada untuk bisa menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat. (Masmuh,2010:7)

Budaya komunikasi organisasi juga bisa menentukan atmosfer atau suasana yang berlangsung di lingkungan pemerintahan. Hal ini dikarenakan budaya komunikasi bisa menentukan kesepahaman karyawan dengan informasi atau pesan yang dia terima. Selain itu, tiap-tiap individu yang ada di dalam organisasi (pemerintahan) juga memiliki nilai sosial yang berbeda yang dipengaruhi oleh sisi internal pribadi mereka. Dengan adanya budaya komunikasi yang ideal, dalam artian budaya komunikasi yang bisa menghadirkan dan menciptakan kesepahaman antar pemangku kebijakan terhadap pesan yang disampaikan baik menyangkut masalah organisasi maupun personal, maka akan tercipta kenyamanan dalam lingkungan kerja, maka proses kerja pemerintah akan loyal terhadap masyarakat tersebut. (Bungin, 2008:57)

Komunikasi organisasi yang baik serta berorientasi terhadap kepentingan organisasi pasti akan berdampak terhadap kinerja pegawai yang baik pula serta profesional. Kualitas kerja yang baik tidak bisa terlepas dengan kajian komunikasi organisasi yang efisien, karena ketika didalam sebuah organisasi tidak terjadi komunikasi yang baik serta memperhatikan etika dalam berkomunikasi pasti akan berdampak buruk terhadap internal organisasi. Atasan dan pegawai merupakan sebuah kesatuan yang harus bersatu dalam mewujudkan organisasi yang sehat. Ketika 2 elemen ini bekerja dan berbuat tidak berorientasi terhadap

organisasi akan menimbulkan fenomena internal organisasi yang buruk imbasnya organisasi mengalami stagnan.

Menerapkan atau mengimplementasikan nilai-nilai kearifan lokal dalam budaya organisasi suatu pemerintahan memang bukan persoalan yang mudah seperti membalikkan kedua telapak tangan namun hal diatas tentunya dapat mendorong pembangunan dan perubahan sosial yang ramah lingkungan dengan melibatkan kearifan lokal (*local wisdom*). Hal tersebut merujuk pada lokalitas dan komunitas tertentu. Kearifan lokal merupakan tata nilai atau perilaku hidup masyarakat lokal dalam berinteraksi dengan lingkungan tempatnya hidup secara arif. Maka dari itu kearifan lokal tidaklah sama pada tempat dan waktu yang berbeda dan suku yang berbeda. Perbedaan ini disebabkan oleh tantangan alam dan kebutuhan hidupnya berbeda-beda, sehingga pengalamannya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya memunculkan berbagai sistem pengetahuan baik yang berhubungan dengan lingkungan maupun sosial. Sebagai salah satu bentuk perilaku manusia, kearifan lokal bukanlah suatu hal yang statis melainkan berubah sejalan dengan waktu, tergantung dari tatanan dan ikatan sosial budaya yang ada di masyarakat. (Ngakan dalam Akhmar dan Syarifudin, 2007: h. 164).

Kearifan lokal dapat didefinisikan sebagai suatu kekayaan budaya lokal yang mengandung kebijakan hidup; pandangan hidup (*way of life*) yang 2 mengakomodasi kebijakan (*wisdom*) dan kearifan hidup. Di Indonesia kearifan lokal itu tidak hanya berlaku secara lokal pada budaya

atau etnik tertentu, tetapi dapat dikatakan bersifat lintas budaya atau lintas etnik sehingga membentuk nilai budaya yang bersifat nasional. (Suyono Suyatno: 2014).

Kearifan lokal yang dimaksudkan adalah menerapkan budaya komunikasi organisasi nilai *Pasang Ri Kajang* sebagai nilai spritual yang didalamnya mencakup kegiatan musyawarah bersama, gotong royong, ritual keagamaan dan pelestarian lingkungan yang ada disekitar kita.

Fenomena *Pasang Ri Kajang* menjadikan pola hidup masyarakat Kajang selalu harmonis baik antara sesama manusia maupun hubungan mereka dengan alam itu sendiri, hal inilah yang mereka pegang teguh sehingga dapat dipastikan masalah-masalah yang terjadi didalam komunitas tersebut selalu memiliki cara penyelesaian yang tepat melalui pengaruh dari *Pasang Ri Kajang*. Untuk kemudian lebih memfokuskan terwujudnya peradaban kehidupan ini maka perlu memang melibatkan sebuah perencanaan dan strategi yang efektif. Tidak hanya itu perlu penegasan dan etos kerja yang tinggi dilingkungan pemerintah itu sendiri yang berbasis kearifan lokal dengan mengadopsi dan menerapkan nilai *Pasang Ri Kajang*,d imana secara umum makna dari ajaran tersebut adalah menuntut seluruh manusia untuk taat pada aturan dan melaksanakan aturan tersebut dengan senang hati. (Darmapuetra, 2014: h. 17)

Menurut peneliti memahami dan menerapkan nilai *Pasang Ri Kajang* pada seluruh jajaran pemerintahan yang ada, maka dapat

dipastikan bahwa, perilaku menyimpang seperti praktik-praktik korupsi, kolusi dan nepotisme ataupun pemotongan dana yang seharusnya merata untuk didistribusikan itu tidak akan terjadi dalam lingkup pemerintahan. *Pasang Ri Kajang* harus dipahami seluruh pemangku kebijakan yang ada di daerah, mulai dari Bupati sampai perangkat pemerintahan yang paling bawah. Menerapkan nilai atau makna dari *Pasang Ri Kajang* ini termasuk upaya untuk mendorong proses pembangunan yang bersih dari korupsi dalam pemerintahan itu sendiri terkhusus pemerintah Kabupaten Bulukumba.

Khususnya dilingkup pemerintahan Kabupaten Bulukumba peneliti melihat sudah cukup baik dalam penerapan dan penempatan sebuah komunikasi organisasi yang baik melalui nilai *Pasang Ri Kajang*, hanya saja masih perlu lebih ditingkatkan agar kiranya tujuan pemerintah akan dapat mudah terwujud sebagaimana mestinya.

Urgensitas penelitian ini semakin terlihat bahwa, budaya komunikasi organisasi dengan melibatkan kerifan lokal berbasis *Pasang Ri Kajang* seharusnya akan menciptakan budaya kerja yang baik dalam lingkungan pemerintah Kabupaten Bulukumba, termasuk tidak adanya lagi pelanggaran birokrasi apalagi kegiatan Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN). Namun hal tersebut masih belum bisa dihilangkan secara menyeluruh dalam pemerintahan Kabupaten Bulukumba.

Peneliti melihat pentingnya mengkaji budaya komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal melalui nilai *Pasang Ri Kajang*, menjadikannya

sebagai suatu jawaban strategis pembangunan yang baik dalam suatu pemerintahan. Serta pelibatan kearifan lokal berorientasi pada nilai *Pasang Ri Kajang* yang seharusnya telah menjadi acuan yang bersifat tetap dan menyeluruh dalam melaksanakan proses pembangunan, sehingga melalui nilai *Pasang Ri kajang* Budaya Komunikasi dalam pemerintahan tersebut akan meningkat, tidak hanya sebatas bacaan. Sebab karena itu dalam hal ini pemerintah khususnya Kabupaten Bulukumba mesti mampu mengolah sebuah pembangunan dengan konsisten dengan melibatkan nilai-nilai dan kearifan lokal yang berorientasi pada nilai *Pasang Ri Kajang* sehingga masyarakat sadar bahwa, pembangunan itu tidak mati, pembangunan itu ada dan masih diperjuangkan hingga hari ini.

Penelitian ini mencoba mengungkapkan nilai kearifan lokal (*local wisdom*) terhadap budaya komunikasi organisasi pemerintah Kabupaten Bulukumba melalui *Pasang Ri Kajang* untuk mendorong proses pembangunan yang ramah lingkungan. Peneliti berharap apa yang dituliskan merupakan sebuah upaya sehingga mendorong agar tercipta satu keselarasan yang adil dalam kehidupan ini dan dapat memberikan informasi kepada rakyat terkhusus pemerintah tentang pelaksanaan pembangunan baik secara material dan spiritual dengan baik dan tepat melalui model komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal *Pasang Ri Kajang*.



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan dikemukakan diatas secara runut maka, peneliti mencoba memberikan rumusan masalah terkait dengan proposal tesis yang berjudul Implementasi Budaya Komunikasi Organisasi Berbasis Kearifan Lokal Melalui *Pasang Ri Kajang* Dalam Mendorong Program Pembangunan Yang Ramah Lingkungan berikut rumusan masalah :

1. Bagaimana kategorisasi budaya komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal *Pasang Ri Kajang* dalam mendorong proses pembangunan yang ramah lingkungan ?
2. Bagaimana implementasi budaya komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal *Pasang Ri Kajang* dalam mendorong proses pembangunan yang tetap ramah lingkungan ?
3. Faktor apa yang menjadi pendukung dan penghambat pemerintah Kabupaten Bulukumba dalam melakukan program pembangunan yang ramah lingkungan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sebuah karya penelitian ilmiah yang baik selalu memiliki tujuan yang ingin dicapai, sehingga tidak timbul praduga dan pemahaman yang kurang tepat dari hasil tulisan peneliti. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan kategorisasi budaya komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal *Pasang Ri Kajang* sebagai upaya mendorong proses pembangunan yang ramah lingkungan.
2. Untuk menganalisis implementasi budaya komunikasi organisasi berbasis kearifan loka *Pasang Ri Kajang* dalam mendorong proses pembangunan yang dilakukan pemerintah Kabupaten Bulukumba yang tetap ramah lingkungan. Melibatkan dan mendorong proses pembangunan tersebut melalui kearifan lokal (local wisdom) sebagai sebuah strategi komunikasi yang tetap ramah lingkungan
3. Untuk mengkategorisasi faktor-faktor penghambat pemerintah dalam mendorong pembangunan yang ramah lingkungan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Agar tidak menimbulkan multitafsir dan praduga yang salah, maka peneliti memberikan manfaat penelitian ini meliputi manfaat teoritis dan manfaat yang praktis sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

penelitian ini diharapkan mampu berguna bagi pengembangan studi ilmu komunikasi secara umum, dan secara khusus dapat memberikan sumbangan bagi penelitian komunikasi sosial dengan menggunakan pendekatan penelitian etnografi komunikasi.

## 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yaitu penelitian ini di harapkan mampu menjadi referensi bagi pemerintah khusus Pemkab Bulukumba dalam melakukan atau mendorong proses pembangunan yang ramah lingkungan. Serta memberikan pengetahuan dan informasi bagi peneliti tentang kearifan lokal sebagai strategi pembangunan dan kontribusi bidang komunikasi dalam mendorong pembangunan dan perubahan sosial yang baik dan tepat sasaran. Selain itu tidak kalah pentingnya adalah bahwa penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan peneliti dalam penelitian-penelitian terkait yang akan dilakukan selanjutnya di masa yang akan datang.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Konsep

##### 1. Konsep Implementasi Komunikasi Organisasi

Implementasi adalah suatu bentuk penerapan atau tindakan yang dilakukan berdasarkan rencana yang telah disusun atau dibuat dengan cermat dan terperinci sebelumnya. Pendapat lain mengatakan bahwa pengertian implementasi adalah suatu tindakan atau bentuk aksi nyata dalam melaksanakan rencana yang telah dirancang dengan matang. Dengan kata lain, implementasi hanya dapat dilakukan jika sudah ada perencanaan dan bukan hanya sekedar tindakan semata. Dari penjelasan tersebut kita dapat melihat bahwa implementasi bermuara pada mekanisme suatu sistem. Penerapan implementasi harus sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat agar hasil yang dicapai sesuai dengan yang diharapkan.

Implementasi merupakan terjemahan dari kata *implementation*, berasal dari kata kerja *to implement*. Dalam *Webster's Dictionary* (1979:914), *to implement* berasal dari kata latin, *implementum* dari asal kata *impere* dan *plere*. Kata *impere* dimaksudkan *to fill up ; to fill in*, yang artinya mengisi penuh ; melengkapi, sedangkan *plere* maksudnya *to fill*, yaitu mengisi.

Dengan demikian, secara epistemologi, implementasi merupakan suatu aktivitas yang berkaitan dengan penyelesaian suatu pekerjaan dengan penggunaan sarana (alat) untuk memperoleh hasil. (Tajchan, 2006:24)

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat didefinisikan bahwa, implementasi adalah aturan yang tertulis yang harus diterapkan dan bersifat mengikat, mengatur perilaku dengan tujuan menciptakan tata nilai baru dalam masyarakat. (Dewi, 2016:155).

Pengertian Implementasi secara sederhana implementasi bisa diartikan pelaksanaan atau penerapan. Browene dan Wildaf Sky (Usman, 2004:7) mengemukakan bahwa "implementasi adalah perluasan aktifitas yang saling menyesuaikan". Menurut Syaukani dkk (2004:295) implementasi merupakan suatu rangkaian aktifitas dalam rangka menghantarkan kebijakan kepada masyarakat sehingga kebijakan tersebut dapat membawa hasil sebagai mana diharapkan. Rangkaian kegiatan tersebut mencakup, *pertama* persiapan seperangkat peraturan lanjutan yang merupakan interpretasi dari kebijakan tersebut. *Kedua* menyiapkan sumber daya guna menggerakkan kegiatan implementasi termasuk di dalamnya sarana dan prasana, sumber daya keuangan dan tentu saja penetapan siapa yang bertanggung jawab melaksanakan kebijakan tersebut. Ketika bagaimana menghantarkan kebijaksanaan secara kongkrit ke masyarakat. Berdasarkan pandangan tersebut diketahui bahwa proses implementasi kebijakan sesungguhnya tidak hanya menyangkut perilaku badan administratif yang bertanggung jawab

untuk melaksanakan program dan menimbulkan ketaatan pada diri kelompok sasaran, melainkan menyangkut jaringan kekuatan politik, ekonomi, dan sosial yang langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi perilaku dari semua pihak yang terlibat untuk menetapkan arah agar tujuan kebijakan publik dapat direalisasikan sebagai hasil kegiatan pemerintah. Sedangkan menurut *Daniel A. Mazmanian dan Paul A. Sabatier dalam Wahab (2005 : 65)* menjelaskan makna implementasi ini dengan mengatakan bahwa memahami apa yang senyatanya terjadi sesudah suatu program dinyatakan berlaku atau dirumuskan merupakan fokus perhatian implementasi kebijaksanaan, yakni kejadian-kejadian dan kegiatan-kegiatan yang timbul sesudah disahkannya pedoman-pedoman kebijaksanaan negara, yang mencakup baik usaha-usaha untuk mengadministrasikan maupun untuk menimbulkan akibat/dampak nyata pada masyarakat atau kejadian-kejadian (I Nyoman Sumaryadi, 2005)

Tiga unsur penting dalam proses implementasi yaitu:

- a. adanya program atau kebijakan yang dilaksanakan.
- b. arget group yaitu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran dan ditetapkan akan menerima manfaat dari program, perubahan atau peningkatan.
- c. unsur pelaksana (Implementor) baik organisasi atau perorangan untuk bertanggung jawab dalam memperoleh pelaksanaan dan pengawasan dari proses implementasi tersebut.

Implementasi melibatkan usaha dari policy makers untuk memengaruhi apa yang oleh *Lipsky* disebut “*street level bureaucrats*” untuk memberikan pelayanan atau mengatur perilaku kelompok sasaran (target group). Untuk kebijakan yang sederhana, implementasi hanya melibatkan satu badan yang berfungsi sebagai implementor, misalnya, kebijakan pembangunan infrastruktur publik untuk membantu masyarakat agar memiliki kehidupan yang lebih baik, Sebaliknya untuk kebijakan makro, misalnya, kebijakan pengurangan kemiskinan dipedesaan, maka usaha-usaha implementasi akan melibatkan berbagai institusi, seperti birokrasi kabupaten, kecamatan, pemerintah desa. Keberhasilan implementasi kebijakan akan ditentukan oleh banyak variabel atau faktor, dan masing-masing variabel tersebut saling berhubungan satu sama lain.

Sedangkan hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, dimana yang dinyatakan itu adalah pikiran, perasaan seseorang kepada orang lain, dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Namun pengertian komunikasi secara epistemologi, menurut Wilbur Schramm berasal dari bahasa latin yaitu “*communication*” (pemberitahuan, pemberi bagian, pertukaran, dan ikut ambil bagian). Komunikasi itu “*Ubiquitous*” artinya selalu ada, berada dimanapun dan kapanpun juga. Hal ini menjelaskan bahwa, fenomena komunikasi ada dimanapun. Selain itu, dapat mengkomunikasikan apa yang dikomunikasikan, yang dalam ilmu komunikasi dikenal dengan istilah “*Metacommunication*”. Dari tahun ke tahun, dari abad 16, tidak ada

permasalahan apapun di dunia ini yang tidak melibatkan permasalahan komunikasi. Oleh karena itu , penting bagi kita semua untuk mengenal esensi dasar komunikasi itu sneidir didalam kehidupan ini. Tidak ada manusia yang hidup tanpa komunikasi baik itu perosoalan pribadi, dan social serta bidang pendidikan dan pembangunan. (Rosmawaty, 2010: h, 14).

*R. Wayne Pace dan F. Faules* yang dialih bahasakan oleh Mulyana (2001:31-32) mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan antar unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dar suatu organisasi tertentu.suatu organisasi, dengan demikian, terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. (Rulyana 2016: h. 25).

Komunikasi organisasi adalah pengirim dan penerima berbagai pesan organisasi didalam kelompok formal maupun informal di suatu organisasi. Bila organisasi semakin besar dan kompleks maka akan mengakibatkan semakin kompleks pula proses komunikasinya. Organisasi kecil yang anggotanya hanya tiga orang, proses komunikasi yang anggotanya seribu orang menjadi komunikasinya sangat kompleks. Komunikasi dapat bersifat formal dan informal. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan



dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual. (Wiryanto, 2014: h. 54).

Bermacam-macam persepsi dari para ahli mengenai komunikasi organisasi ini tapi dari semuanya itu ada beberapa hal yang umum yang dapat disimpulkan yaitu:

- a. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu konteks terbuka yang kompleks dan dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal.
- b. Komunikasi organisasi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah dan media.
- c. Komunikasi organisasi tersebut yaitu meliputi orang dan sikapnya, perasaannya, hubungannya dan keterampilan/skilnya. (Arny, 2005: h. 65).

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia dan dengan adanya komunikasi yang baik maka suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dan begitu pula sebaliknya apabila kurang atau tidak adanya komunikasi maka organisasi akan macet atau berantakan. Komunikasi. Organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Komunikasi organisasi

terjadi kapan pun juga setidaknya-tidaknya terdapat satu orang yang menduduki suatu jabatan dalam suatu organisasi yang menafsirkan suatu pertunjukan pesan.

Menurut *Gold Haber* yang dikutip oleh Arni Muhammad dalam bukunya komunikasi organisasi yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang sering berubah-ubah. Komunikasi organisasi mempunyai peranan penting dalam memadukan fungsi manajemen dalam suatu perusahaan yaitu Menetapkan dan menyebarluaskan tujuan perusahaan, Menyusun rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, Melakukan pengorganisasian terhadap sumber daya manusia dan sumber daya lainnya dengan cara efektif, Memimpin, mengarahkan, memotivasi dan menciptakan iklim yang menimbulkan keinginan orang untuk memberikan kontribusi dan Mengendalikan prestasi.

Komunikasi organisasi menurut *Redding* dan *Sanborn* (dalam Muhammad Arni, 2004: 65) mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatannya

dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

#### 1. Tujuan Komunikasi Organisasi

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Koontz (dalam Moekijat, 1993: 15-16), dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk mempengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan. Sementara itu Liliweri (2013: 372-373) mengemukakan ada empat tujuan komunikasi organisasi, yakni :

- a) Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat. Memberi peluang bagi para pemimpin organisasi dan anggotanya untuk menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat sehubungan dengan tugas dan fungsi yang mereka lakukan.
- b) Membagi informasi (*information sharing*). Memberi peluang kepada seluruh aparatur organisasi untuk membagi informasi dan memberi makna yang sama atas visi, misi, tugas pokok, fungsi organisasi, sub organisasi, individu, maupun kelompok kerja dalam organisasi
- c) Menyatakan perasaan dan emosi. Memberi peluang bagi para pemimpin dan anggota organisasi untuk bertukar informasi yang berkaitan dengan perasaan dan emosi.
- d) Tindakan koordinasi. Bertujuan mengkoordinasi sebagai atau seluruh tindakan yang berkaitan dengan tugas dan fungsi organisasi yang telah

dibagi habis ke dalam bagian atau subbagian organisasi. Organisasi tanpa koordinasi dan organisasi tanpa komunikasi sama dengan organisasi yang menampilkan aspek individual dan bukan menggambarkan aspek kerja sama.

## 2. Fungsi komunikasi Organisasi

Menurut Liliweri (2014;373-374), ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan khusus. Dibawah ini dijabarkan dua fungsi tersebut :

### a) Fungsi umum

- 1) Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya.
- 2) Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang suatu yang merupakan subjek layanan.
- 3) Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang dijual tentang organisasi tersebut.
- 4) Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah

orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia dan mengalokasikannya dalam organisasi tersebut. (Rulyana, 2016: h. 34).

b) Fungsi khusus

- 1) Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi, lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu dibawah sebuah komando.
- 2) Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produk organisasi.
- 3) Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani atau mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

Menurut Charles Conrad (1985) yang dikutip oleh Alo Liliweri dalam bukunya sosiologi & komunikasi organisasi menyatakan bahwa ada dua fungsi makro komunikasi organisasi, yaitu fungsi komando dan fungsi relasi bermuara pada fungsi komunikasi yang mendukung organisasi dalam pengambilan keputusan, terutama ketika organisasi menghadapi situasi yang tidak menentu. (Liliweri, 2014: h. 373).

Pengertian komunikasi organisasi dalam buku komunikasi adalah perilaku perorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka terlibat dalam suatu proses transaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi. Komunikasi organisasi dalam perspektif subjektif adalah perilaku pengorganisasian bagaimana mereka secara langsung terlibat.

Sedangkan secara definisi objektif adalah kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasi. Dalam perspektif ini yang ditekankan sebenarnya ada atau tidak komunikasi sebagai suatu alat yang memungkinkan orang beradaptasi dengan lingkungan mereka.

Jika R. Weyne memandang komunikasi organisasi dalam dua perspektif, lain halnya Redding dan Sanborn yang dikutip oleh Arny Muhammad (2007:23) dalam buku komunikasi organisasi, menurut mereka, komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks.

Menurut *Arnold* dan *Feldman* (1986) komunikasi organisasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara orang-orang dalam suatu organisasi. Dimana didalamnya terdapat empat tahapan komunikasi yang meliputi yaitu *Attention* (atensi/perhatian), *Comprehension* (komprehensi), *Acceptance as True* (kebenaran/fakta) dan *Retention* (retensi)

Pendapat lain dikemukakan oleh Pace dan Faules (2001), mereka berpendapat bahwa komunikasi organisasi merupakan perilaku mengatur organisasi yang telah terjadi diantara orang-orang dalam organisasi. Dan juga bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu berinteraksi dan memberi makna atas apa yang terjadi.

Sementara itu menurut Wiryanto (2005), komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan organisasi didalam suatu kelompok, baik itu formal maupun dari suatu organisasi.

Komunikasi merupakan nafas dari keberlangsungan sebuah organisasi. Suatu organisasi tidak akan berjalan tanpa adanya komunikasi. Hal tersebut yang melatarbelakangi studi mengenai komunikasi organisasi. Dimana komunikasi organisasi sendiri merupakan suatu jaringan komunikasi antar manusia yang saling bergantung satu sama lain dalam konteks organisasi.

### 3. Komunikasi Organisasi

*Goldhaber* menjelaskan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain. Kemudian, Ia juga menjelaskan bahwa komunikasi organisasi bertujuan untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti dan selalu berubah ubah. Lebih lanjut ia menjelaskan tujuh konsep dalam komunikasi organisasi :

- a) Proses: Organisasi merupakan suatu sistem terbuka yang dinamis. Oleh karena itu, proses dibutuhkan agar dapat menciptakan serta saling menukar pesan diantara anggotanya. Dimana gejala ini terjadi secara terus menerus sehingga dikatakan sebagai suatu proses
- b) Pesan: Dalam komunikasi organisasi pesan menjadi suatu hal yang sangat penting. Seseorang dalam organisasi harus mampu menciptakan dan menerima pesan dengan baik dan pesan yang baik adalah pesan yang mampu diterima sama seperti apa yang disampaikan

- c) Jaringan: Organisasi ibarat sebuah jaringan yang terdiri atas serangkaian seri. Seri ini terdiri atas sekumpulan orang yang menduduki posisi atau jabatan tertentu. Sekumpulan orang tersebut kemudian menjalankan tugas, fungsi, dan perannya masing-masing dalam sebuah organisasi.
- d) Keadaan Saling Tergantung: Hal ini sudah menjadi sifat organisasi sebagai suatu sistem terbuka. Ketergantungan dibutuhkan bilamana suatu bagian tidak berfungsi sebagaimana mestinya akan mengganggu kinerja dari bagian lain juga.
- e) Hubungan: Organisasi sebagai suatu sistem sosial. Fungsi dari beberapa bagiannya dijalankan oleh manusia bergantung kepada hubungan diantara manusia-manusia itu sebagai anggotanya.
- f) Lingkungan: Lingkungan adalah semua totalitas baik fisik maupun sosial yang diperhitungkan dalam pengambilan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem yang disebut organisasi. lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan eksternal organisasi.

#### 4. Arah komunikasi organisasi

- a) Komunikasi ke bawah.

Komunikasi kebawah yaitu alur komunikasi yang mengalir dari individu pada tingkat hierarki atas kepada individu yang berada pada tingkat hierarki bawah. Dapat diartikan pula sebagai alur komunikasi antara atasan dan bawahan. bentuk komunikasi kebawah yang paling umum adalah instruksi kerja.



b) Komunikasi ke atas.

Komunikasi keatas merupakan arah dan alur komunikasi yang membawa informasi dari tingkat bawah ke tingkat atas dalam suatu organisasi, yang artinya komunikator berada pada tingkat bawah dan komunikan merupakan tingkat atas. Dapat diartikan pula sebagai suatu alur komunikasi dari bawahan ke atasan. komunikasi keatas ini mencakup saran, keluhan dan hal hal lain yang mana dalam sebuah organisasi yang besar komunikasi keatas sulit mencapai taraf efektif

c) Komunikasi horizontal

Komunikasi horizontal merupakan komunikasi yang memiliki banyak fungsi dalam organisasi. Bentuk komunikasi ini diperlukan untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai fungsi dalam organisasi sehingga dapat berjalan sebagaimana mestinya. Komunikasi horizontal umumnya sering diabaikan padahal penting dalam penggunaannya sebagai contoh agar tidak terjadi tumpang tindih tugas wewenang dalam organisasi maka diperlukan komunikasi horizontal antar pihak terkait. (Ruliyana, 2018: 75-76)

## **2. Konsep Budaya Komunikasi Organisasi**

Menurut Wibowo (2010: 3), budaya mengandung pengertian lingkup yang lebih luas. Bangsa-bangsa di dunia mempunyai budaya sendiri yang menjadi nasional. Dalam suatu negara mungkin terdapat berbagai suku yang mempunyai budaya tersendiri, sebagai subkultur berdasarkan kesukuan atau kewilayahan. Demikian pula dengan

organisasi dapat mempunyai budaya sendiri yang berbeda dengan organisasi lainnya. Inilah yang disebut dengan budaya organisasi. Dengan demikian, budaya organisasi adalah budaya yang diterapkan pada lingkup organisasi tertentu.

Sedangkan organisasi adalah, Menurut Robbins dan Coulter (2009:18), organisasi adalah pengaturan yang tersusun terhadap sejumlah orang untuk mencapai tujuan tertentu. Dan Bernard (2009:34), mendefinisikan organisasi adalah suatu sistem mengenai usaha-usaha kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih.

Budaya organisasi dapat didefinisikan sebagai perangkat sistem nilai-nilai (*values*), keyakinan-keyakinan (*beliefs*), asumsi-asumsi (*assumptions*), atau norma-norma yang telah berlaku, disepakati dan diikuti oleh para anggota suatu organisasi sebagai pedoman perilaku dan pemecahan masalah-masalah organisasinya. (Sutrisno,2014: 2).

Budaya organisasi merupakan pola keyakinan dan nilai-nilai organisasi yang dipahami, dijiwai dan dipraktekkan oleh organisasi sehingga pola tersebut memberikan arti tersendiri dan menjadi dasar aturan berperilaku dalam organisasi. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Mangkunegara yang menyatakan bahwa budaya organisasi adalah seperangkat asumsi atau sistem keyakinan, nilai-nilai, dan norma yang dikembangkan dalam organisasi yang dijadikan pedoman tingkah laku bagi anggota-anggotanya untuk mengatasi masalah adaptasi eksternal dan internal. Dalam budaya organisasi terjadi sosialisasi nilai-nilai dan

menginternalisasi dalam diri anggota, menjiwai orang per orang di dalam organisasi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi merupakan pola keyakinan dan nilai-nilai organisasi yang diyakini dan dijiwai oleh seluruh anggotanya dalam melakukan pekerjaan sebagai cara yang tepat untuk memahami, memikirkan, dan merasakan terhadap masalah-masalah terkait, sehingga akan menjadi sebuah nilai atau aturan di dalam organisasi tersebut.

a. fungsi budaya komunikasi organisasi

Dalam konteks pengembangan organisasi, memahami makna budaya dalam kehidupan organisasi dianggap relevan. Oleh karena itu budaya organisasi bisa dianggap sebagai asset. Paling tidak budaya organisasi berperan sebagai alat untuk integrasi internal. (Mardiyah, 2011:79).

Budaya organisasi mempunyai beberapa fungsi. Pertama, budaya mempunyai suatu peran pembeda. Hal itu berarti bahwa budaya menciptakan pembeda yang jelas antara satu organisasi dengan organisasi yang lain. Kedua, budaya organisasi membawa suatu rasa identitas bagi anggota-anggota organisasi. Ketiga, budaya organisasi mempermudah timbul pertembuhan komitmen pada sesuatu yang lebih luas dari pada kepentingan individual. Keempat, budaya organisasi meningkatkan kemantapan sistem sosial.

Yaitu dengan demikian, fungsi budaya organisasi adalah sebagai perekat sosial dalam mempersatukan anggota-anggota dalam mencapai tujuan organisasi berupa ketentuan-ketentuan atau nilai-nilai yang harus diucapkan dan dilakukan oleh anggota organisasi

b. karakteristik budaya komunikasi organisasi

Budaya organisasi mengacu ke suatu sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan organisasi itu dari organisasi-organisasi lain. Sistem bersama ini, bila diamati dengan lebih seksama, merupakan seperangkat karakteristik utama yang dihargai oleh organisasi itu. Dan menurut riset paling baru yang dilakukann oleh J. Chatman dan D.F. Caldwell. Dan dalam penelitian yang dilakukan oleh Mardiyah dikemukakan tujuh karakteristik primer yang menangkap hakikat budaya organisasi:

1. Inovasi dan pengambilan resiko, sejauh mana para anggota organisasi didorong untuk inovatif dan mengambil resiko.
2. Perhatian ke rincian, sejauh mana para anggota organisasi diharapkan memperlihatkan presisi-kecermatan, analisis kepada rincian.
3. Orientasi hasil, sejauh mana manajemen memfokuskan pada hasil bukannya pada teknik dan proses yang digunakan untuk mencapai hasil.

4. Orientasi orang, sejauh mana keputusan-keputusan manajemen memperhitungkan efek hasil-hasil pada orang-orang di dalam organisasi itu.
5. Orientasi tim, sejauh mana kegiatan kerja diorganisasikan sekitar tim-tim bukan individu-individu.
6. Keagresifan, sejauh mana orang-orang itu agresif dan kompetitif, bukannya santai-santai.
7. Kemantapan, sejauh mana kegiatan organisasi menekankan dipertahankannya status quo. (Mardiyah, 2011:78-79).

Nilai-nilai yang dianut organisasi tidak hanya berhenti pada slogan, tetapi dihayati dan dinyatakan dalam tingkah laku sehari-hari secara konsisten oleh orang-orang yang bekerja dalam instansi, dari mereka yang berpangkat paling rendah sampai pada pimpinan tertinggi.

c. elemen budaya komunikasi organisasi

Beberapa ahli mengemukakan elemen budaya organisasi, seperti Denison antara lain : nilai-nilai, keyakinan dan prinsip-prinsip dasar, dan praktek-praktek manajemen serta perilaku. Serta Schein yaitu : pola asumsi dasar bersama, nilai dan cara untuk melihat, berfikir dan merasakan, dan artefak.

Terlepas dari adanya perbedaan seberapa banyak elemen budaya organisasi dari setiap ahli, secara umum elemen budaya organisasi terdiri dari dua elemen pokok yaitu elemen yang bersifat idealistik dan elemen yang bersifat perilaku.

### 1) Elemen idealistik

Elemen idealistik umumnya tidak tertulis, bagi organisasi yang masih kecil melekat pada diri pemilik dalam bentuk doktrin, falsafah hidup, atau nilai-nilai individual pendiri atau pemilik organisasi dan menjadi pedoman untuk menentukan arah tujuan menjalankan kehidupan sehari-hari organisasi. Elemen idealistik ini biasanya dinyatakan secara formal dalam bentuk pernyataan visi atau misi organisasi, tujuannya tidak lain agar ideologi organisasi tetap lestari. (Sobirin, 2007:129).

Schein (1992) dan Rosseau (1990) mengatakan elemen idealistik tidak hanya terdiri dari nilai-nilai organisasi tetapi masih ada komponen yang lebih esensial yakni asumsi dasar yang bersifat diterima apa adanya dan dilakukan diluar kesadaran, asumsi dasar tidak pernah dipersoalkan atau diperdebatkan keabsahannya.

### 2) Elemen behavioral

Elemen bersifat *behavioral* adalah elemen yang kasat mata, muncul kepermukaan dalam bentuk perilaku sehari-hari para anggotanya, logo atau jargon, cara berkomunikasi, cara berpakaian, atau cara bertindak yang bisa dipahami oleh orang luar organisasi dan bentuk-bentuk lain seperti desain dan arsitektur instansi.

Bagi orang luar organisasi, elemen ini sering dianggap sebagai representasi dari budaya sebuah organisasi sebab elemen ini mudah diamati, dipahami dan diinterpretasikan, meski interpretasinya kadang-

kadang tidak sama dengan interpretasi orang-orang yang terlibat langsung dalam organisasi.

### **3. Konsep Komunikasi**

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*strata*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti pemimpin. Dengan demikian strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau satu rencangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya.

Menurut Bryson sebagaimana dikutip Hesel Nogi S Tangklisan, strategi adalah pola tujuan, kebijakan program keputusan atau lokasi sumber daya yang menentukan apakah sebuah organisasi itu, apa yang dikerjakannya dan mengapa organisasi melakukan itu. Dengan demikian strategi merupakan perpanjangan dari misi untuk jembatan antara sebuah organisasi dengan lingkungannya. (Hesel, 2003: h. 24).

Strategi menghasilkan gagasan dan konsep yang dikembangkan oleh para praktisi. Oleh karena itu para pakar strategi tidak hanya lahir dari kalangan yang memiliki latar belakang militer, tetapi juga dari profesi lain. Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi

penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. *Rogers* (1982) member batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi *Middleton* (1980) membuat definisi dengan menyatakan “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.(Cangara, 2017: h. 64).

Pandangan dasarnya strategi adalah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan. Kegiatan Komunikasi akan berjalan efektif jika ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi yang tepat. “Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*management planning*) untuk mencapai suatu tujuan.Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan secara taktis bagaimana operasionalnya.Dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) berbeda sewaktu-waktu, bergantung kepada situasi dan kondisi. (Effendy, 2016: h. 29).

Strategi komunikasi diawali dengan penelitian dan diakhiri dengan evaluasi yang secara bertahap, strategi ini diterapkan pada lingkungan tertentu yang melibatkan organisasi tersebut dan yang berbeda, yang



berhubungan dengan organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Agar pesan yang disampaikan kepada sasaran (*public*) menjadi efektif, maka diperlukan rumusan strategi komunikasi sebagai berikut:

a) Mengetahui khalayak

Mengetahui khalayak haruslah langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif, sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi. Artinya khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikator dan komunikator juga dapat dipengaruhi oleh khalayak.

b) Menyusun pesan

Setelah mengetahui khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi, ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan perhatian. Pesan yang disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi, isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Adapun sesuatu yang dimaksud dengan pesan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Syarat komunikasi efektif bagi sebuah pesan adalah menarik,

dapat memperoleh kebutuhan individual pada komunikan, dapat memuaskan kebutuhan pesan yang disampaikan.

c) Menetapkan metode

Selain tergantung dari kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak, metode penyampaian pesan kepada sasaran juga turut mempengaruhi.

1) Proses Komunikasi

Menurut Effendy (1989:63-64), proses komunikasi adalah : berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan dsb oleh komunikator pada komunikan (pengirim dan penerima) dengan menggunakan lambing, misalnya bahasa, gambar, warna yang merupakan kegiatan komunikasi, menurut B. Aubrey Fisher (1986-139-320) dalam bukunya *Teori-Teori Komunikasi* dapat menggunakan 4 perspektif, yaitu : (a) Perspektif Mekanistik, (b) Perspektif Psikologis, (c) Perspektif Interaksional, dan (d) Perspektif Pragmatis. (Rosmawati, 2010: h. 20).

Adapun yang dimaksud "Perspektif" menurut B. Aubrey Fisher (1978) dalam bukunya "*Perspektif on Human Communication*", yaitu sebagai suatu pandangan mendasar dari suatu disiplin ilmu tentang apa yang menjadi pokok persoalan (subject matter). Dalam hal ini, karenanya perspektifnya adalah perspektif komunikasi, maka ilmu yang digunakan sebagai sudut pandang adalah ilmu komunikasi.

Perspektif komunikasi dapat digunakan untuk melihat bagaimana makna dibangun, bagaimana manusia berorientasi kepada dunia melalui symbol-simbol, dan bagaimana orang yang berbeda hal-hal tentang kehidupan dapat berinteraksi. Perspektif komunikasi ini dapat membantu kita dalam melihat bagaimana setiap aspek pengalaman diciptakan melalui komunikasi dan bagaimana manusia membangun dan mengelola perbedaan-perbedaan mereka melalui komunikasi. Meskipun perbedaan-perbedaan tersebut terkadang dipandang sebagai suatu yang berharga, bermasalah, dan atau kadang-kadang berbahaya. Dengan perspektif komunikasi kita juga dapat melihat bagaimana perbedaan yang bijaksana itu dibangun dan bagaimana perbedaan tersebut dibuat menjadi sebuah konflik. Berikut 4 perspektif komunikasi untuk melihat proses komunikasi menurut Fisher (1986: 139- 320) :

a) Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik

Proses ini dapat dilihat mulai dari awal berlangsung, yaitu tepat ketika komunikator mengoperkan atau melemparkan sebuah pesan, baik dengan bibir (lisan), tulisan atau bahasa tubuh (isyarat) dan pesan itu sampai ditangkap oleh komunikan. Termasuk juga proses ketika komunikan menangkap pesan itu, baik dengan indera telinga ataupun mata.

b) Proses komunikasi dalam perpektif psikologis

Yaitu proses dalam diri sendiri (komunikator) ketika berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya

suatu proses. Proses ini terjadi dalam diri komunikator juga komunikan, yaitu proses komunikasi interpersonal atau berpikir, yang dimulai dari proses selektivitas (dimana individu mencari informasi, menangkap, menyimpan dan mengelola informasi tersebut) sesungguhnya proses ini sulit untuk diamati secara langsung. Kita hanya dapat menyimpulkan keadaan internal tersebut hanya dari keadaan perilaku eksternalnya saja atau hanya dari pengamatan terhadap stimulus dan respon yang diberikan.

c) Proses komunikasi dalam perspektif interaksional

Perspektif interaksional secara tidak langsung dikembangkan dari cabang ilmu sosiologi, yang saat ini dikenal dengan istilah interaksi simbolik. Perspektif ini sebenarnya lebih menekankan kegunaan dan nilai individu di atas segala pengaruh yang lainnya. Perspektif ini berasumsi bahwa didalam diri setiap manusia pasti terdapat esensi kebudayaan, rasa ingin saling berhubungan dan bermasyarakat, dan adanya buah pikiran, yang mana semua unsur ini mempengaruhi tiap bentuk interaksi social manusia.

d) Proses komunikasi dalam perspektif pragmatis

Memahami komunikasi dalam perspektif pragmatis berarti mencari pola-pola interaksinya. Perspektif ini menjelaskan bahwa sebuah proses komunikasi lebih merupakan pola interaksi yang dapat dipengaruhi oleh perubahan. Artinya, sebuah proses komunikasi untuk

setiap tindakan social tidaklah sama semuanya. (Rosmawaty, 2010: h. 22).

## 2) Hambatan-Hambatan Komunikasi

Menurut Effendy (1993:50-51), hambatan komunikasi pada umumnya mempunyai dua sifat, yaitu sebagai berikut :

- a. Hambatan yang bersifat objektif, yaitu gangguan dan halangan terhadap jalannya komunikasi yang tidak disengaja dibuat oleh pihak lain. Tapi mungkin disebabkan oleh keadaan yang tidak menguntungkan, misalnya gangguan cuaca. Namun, rintangan atau hambatan objektif ini juga dapat dikarenakan kurangnya kemampuan berkomunikasi (*field of experience*) yang tidak “*In Tune*” antara komunikator dengan komunikan, pendekatan yang kurang baik, waktu yang tidak tepat, penggunaan media yang keliru, dan sebagainya.
- b. Hambatan yang bersifat subjektif, ialah gangguan yang sengaja dibuat oleh orang lain, sehingga merupakan gangguan, penentangan terhadap suatu usaha komunikasi dan dasar gangguan ini biasanya bersifat tamak, iri hati pertentangan kepentingan dan sebagainya.

Menurut Devito (1997:129), komunikasi dapat macet atau menjumpai hambatan pada sebarang titik dalam proses dari pengiriman dan penerimaan. Berikut beberapa hambatan menurut Devito diantaranya :

- Polarisasi. Polarisasi adalah kecenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan kata dan menguraikan dalam bentuk ekstrim,

misalnya baik-buruk, positif-negatif, sehat-sakit dan sebagainya. Kecenderungan ini sering kali dimaknai sebagai kesalahan dalam komunikasi.

- Orientasi Intensional. Bagian ini mengacu pada kecenderungan kita untuk melihat manusia, objek dan kejadian sesuai dengan ciri yang melekat pada mereka. Sedangkan orientasi ekstensional adalah kecenderungan untuk terlebih dulu memandang manusia, objek dan kejadian dan baru setelah itu memperhatikan cirinya.
- Kekacauan karena menyimpulkan fakta secara keliru. Seringkali sebuah pernyataan dibuat bukan hanya berdasarkan pada apa yang dilihat, melainkan juga pada apa yang disimpulkan. Permasalahannya, jika ada pernyataan seakan-akan pernyataan inferensi itu adalah pernyataan *factual*.
- Potong kompas (*Bypassing*). Potong kompas adalah pola kesalahan evaluasi dimana orang gagal mengkomsumsikan makna yang mereka maksudkan. William Haney (1973) mendefinisikan sebagai pola salah komunikasi yang terjadi bila pengiriman pesan (pembicara, penulis dan sebagainya) dan penerima (pendengar, pembaca, dan sebagainya) sering menyalah-artikan makna pesan mereka”.
- Indiskriminasi. Tidak ada yang benar sama didunia ini. Sehingga, setiap hal adalah unik. Tetapi bahasa memiliki kata benda yang mengelompokkan sesuatu ke dalam kumpulan yang serupa.

Indiskriminasi terjadi bila kita memusatkan perhatian pada kelompok orang, benda, dan masing-masing kejadian dan tak mampu melihat bahwa masing-masing bersifat unik atau khas dan perlu diamati secara individual.

Mengutip pendapat Effendy (1993 : 45-47) tentang dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi, (a). Gangguan Mekanik yaitu gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. (b). Gangguan Semantic, jenis gangguan ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantic tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang terdapat pada komunikator, akan lebih banyak gangguan semantic dalam pesannya.

#### **4. Kearifan Lokal (*Pasang Ri Kajang*)**

Kearifan lokal (local wisdom), merupakan bagian dari budaya suatu masyarakat yang tidak dapat dipisahkan dari bahasa masyarakat itu sendiri. Kearifan lokal biasanya diwariskan secara turun temurun dari satu generasi ke generasi lainnya melalui cerita-cerita dari mulut ke mulut. Kearifan lokal ada di dalam cerita rakyat, pribahasa lagu, dan permainan rakyat. Kearifan lokal sebagai suatu pengetahuan yang ditemukan oleh masyarakat lokal tertentu melalui kumpulan-kumpulan pengalaman dalam mencoba dan diintegrasikan dengan pemahaman terhadap budaya dan keadaan alam suatu tempat. Kearifan lokal dapat dipahami suatu

pemahaman kolektif, pengetahuan dan kebijaksanaan yang mempengaruhi suatu keputusan penyelesaian atau penanggulangan suatu masalah kehidupan. Kearifan dalam hal ini merupakan perwujudan seperangkat pemahaman dan pengetahuan yang mengalami proses dan pengalaman setempat atau komunitas yang ada di daerah tersebut. (Marfai, 2013: h, 33).

Kaitannya dengan penelitian yang dicoba dikemukakan penulis adalah pemerintah dalam hal ini pelaksana, harus mampu melihat dan membuka mata bahwa ada nilai sosial dan budaya yang selama ini tidak ikut sertakan dalam pembangunan yaitu menerapkan nilai *Pasang Ri Kajang* sebagai bentuk pedoman untuk taat pada aturan (Rahmayani et al., 2017). Misalnya duduk musyawarah dengan masyarakat, sejauh ini menurut peneliti, jarang atau bahkan tidak pernah diadakan sebuah program sebelum melakukan pembangunan maka seluruh elemen baik dari pemerintah dan masyarakat harus duduk bersama, mendiskusikan apa yang ingin dibangun kepada masyarakat dan penting untuk disepakati bersama, agar kedua belah pihak saling memiliki manfaat dan hasil untuk masyarakat itu sendiri.

*Pasang Ri Kajang* sendiri merupakan pedoman hidup yang dipahami dan dimaknai selama bertahun-tahun, telah menjadi sumber kehidupan dan penguatan lokal komunitas Ke-Ammatoan. Pengimplementasian nilai-nilai lokal yang ada di kawasan adat Ke-Ammatoan merupakan perwujudan dari sebuah budaya yang disebut



dengan *Pasang Ri Kajang*. Mereka memahami bahwa, *Pasang Ri Kajang* telah menggariskan satu nilai hidup yang tidak ada duanya di dunia ini. olehnya dalam setiap sendi kehidupan komunitas Ke-Ammatoaan berangkat dari nilai *Pasang Ri Kajang* tersebut. Sebagai penganut setia, mereka disiplin dalam menjalankan *Pasang Ri Kajang* dengan kekonsistenan mereka sehingga terciptalah satu kehidupan kemasyarakatan yang kuat ditengah era modernisme. (Kamaluddin & Mustolehudin, 2020)

Sudah jamak diketahui bahwa tujuan pembangunan (atau dalam istilah kekinian: pemberdayaan) yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan lahir dan batin masyarakat di mana pembangunan atau pemberdayaan itu dilaksanakan. Melalui pembangunan/pemberdayaan kemudian terjadilah perubahan dan kemajuan seperti yang telah direncanakan bersama. Kondisi kehidupan masyarakat menjadi lebih baik, lebih berkembang dibandingkan waktu-waktu sebelumnya. Pembangunan/pemberdayaan sebagai proses perubahan terencana (*the process of planned change*) yang secara sadar dilakukan masih sering dipersepsi secara sempit bahwa keberhasilannya hanya dilihat dari bentuk-bentuk berupa benda/materi kasat mata yang ada misalnya: gedung-gedung megah, jembatan, bendungan, jalan, berdirinya proyek-proyek fisik ataupun wujud infrastruktur lainnya. Memang tidak keliru jika dilihat dari Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah/Nasional (RPJP-D/RPJP-N) bahwa sebagian besar program-program yang telah disusun dan

direncanakan untuk pemberdayaan rakyat didominasi oleh kegiatan yang bersifat fisik, terutama menyangkut bidang perekonomian, perdagangan serta berbagai infrastruktur pendukungnya. Tetapi jika dicermati lebih dalam, bahwa pembangunan atau pemberdayaan yang termasuk bidang kesejahteraan masyarakat atau bidang terkait lain ternyata tidak kalah pentingnya bahwa yang bersifat non-fisik juga mendapat perhatian.

Salah satu contoh: kebudayaan (daerah) telah mendapatkan porsi yang cukup penting untuk dibangun/diberdayakan sehingga hal ini mengindikasikan bahwa kemajuan secara fisik juga harus diimbangi oleh kemajuan di bidang non-fisik. Artinya, semaju/sepesat apapun hasil pembangunan/pemberdayaan yang ditandai modernisasi di segala bidang, namun kebudayaan di masing-masing daerah tidak boleh tergerus oleh kemajuan zaman.

Persoalan ini pantas mendapat perhatian dan perlu digarisbawahi, mengingat proses kemajuan dan perkembangan, termasuk di daerah akan selalu bersentuhan dengan globalisasi (era pasar bebas) yang juga harus disadari bahwa di dalam globalisasi itu sendiri terkandung nilai-nilai liberal yang belum tentu berdampak positif sehingga jangan sampai kita sebagai bangsa yang berdaulat dan mandiri akan kehilangan dasar pijakan yaitu kebudayaan daerah yang memiliki nilai adiluhung (kearifan lokal) sekaligus sebagai landasan dalam meraih harapan di masa depan. Itu semua sesuai dengan amanat yang tercakup dalam Pancasila dan UUD 1945 yaitu berdaulat dalam bidang politik, mandiri di bidang ekonomi serta

menjunjung tinggi kepribadian/berjati diri sebagai bangsa yang berkarakter. (Marfai, 2013: h, 66-69).

Sebelum membahas lebih jauh, perlu dipahami bahwa kebudayaan secara umum masih dimaknai sebagai sesuatu yang tampak, benda-benda maupun artefak baik yang bergerak atau tidak bergerak. Benda-benda yang tidak bergerak berupa: artefak peninggalan sejarah, batu-batu candi, atau bangunan cagar budaya lainnya.

Sedangkan yang bergerak dapat dilihat melalui pertunjukan seni-budaya berupa: tari-tarian, seni sastra/kesusasteraan, upacara-upacara tradisi atau ritual adat, pertunjukan wayang dan pertunjukan rakyat lainnya, yang hingga kini masih ditemui di seluruh wilayah nusantara. Itulah kekayaan budaya kita, budaya Indonesia yang terdiri dari aneka ragam daerah dengan kekhasannya masing-masing.

Konteks tulisan ini, yaitu pada level pemahaman lebih lanjut dapat disebutkan bahwa kebudayaan lebih ditekankan pada nilai-nilai (*value*) yang terkandung dalam setiap benda-benda budaya atau artefak, baik yang tidak bergerak atau yang bergerak—sehingga nilai-nilai kehidupan yang didukung masyarakatnya itulah yang memberi kontribusi terhadap perilaku yang membumi, berkearifan lokal (*local wisdom*).

Memaknai kebudayaan sebagai kata kerja (bukan sekedar kata benda), akan memahamkan kita bahwa nilai-nilai kandungan budaya itu akan selalu mewarnai perilaku manusia penganutnya, menjadikan 'pedoman' dalam bertindak/bersikap dan tidak tercerabut dari akar

kehidupan di mana manusia berada. Pelestarian terhadap nilai-nilai kebudayaan ini menjadi urgen, perlu mendapat perhatian dari semua pihak. Termasuk dalam rangka melaksanakan pembangunan dan pemberdayaan daerah maka aspek kebudayaan sudah sepantasnya selalu bahkan harus disertakan dalam setiap langkah pelaksanaan pembangunan dan pemberdayaan sehingga berjalan simultan sekaligus menghindari tergerusnya kultur lokal yang penuh dengan nilai kearifan.

Betapapun kemajuan dalam arti perubahan yang telah dicapai atau betapapun pesatnya perkembangan zaman menuju modernisasi, bukan berarti bahwa kebudayaan di daerah yang penuh bermuatan nilai-nilai kelokalan ini ikut tergerus oleh arus percepatan zaman. Gencarnya globalisasi yang merambah hingga pelosok negeri menjadi hal yang patut dicermati dan disikapi secara bijak agar jangan sampai berdampak terhadap keberadaan kebudayaan lokal/daerah. Menerima hadirnya kebudayaan luar/asing di era yang terus mengglobal, namun tetap memiliki dan memegang teguh kebudayaan sendiri sebagai pijakan bersikap/berperilaku barangkali merupakan salah satu langkah yang perlu diwujudkan. Ini menunjukkan bahwa kita sebagai bangsa yang penuh toleransi namun tetap berkarakter/berbudaya atau berjatidiri.

Hal ini tentunya sejalan dengan pemahaman lebih luas dan lengkap bahwa pembangunan atau pemberdayaan sebagai proses perubahan yang multidimensional, mengandung pengertian bahwa di dalamnya tercakup nilai-nilai hakiki yang tidak boleh diabaikan. Nilai-nilai hakiki

tersebut antara lain: peningkatan produksi dan distribusi yang baik, menjunjung harga diri manusia, dan kebebasan dari ketergantungan.

Berdasarkan nilai-nilai hakiki itulah diharapkan implementasi kebijakan bagi setiap daerah, terutama dalam membangun dan menjadikan seluruh wilayahnya yang berdaulat, mandiri, dinamis, dan berjati diri. Dengan demikian maka kemajuan yang dicapai dalam upaya membangun/memberdayakan daerah, tanpa kehilangan nilai-nilai kearifan lokalnya. (Winarno, 2013: h, 105).

*Pasang ri Kajang* merupakan pedoman hidup masyarakat Ammatoa yang terdiri dari kumpulan amanat leluhur. Nilai-nilai yang terkandung dalam *Pasang* dianggap sakral oleh masyarakat Ammatoa, yang bila tidak diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari akan berdampak buruk bagi kehidupan kolektif orang Ammatoa (Usop, 1978). Dampak buruk yang dimaksud adalah rusaknya keseimbangan ekologis dan kacaunya sistem sosial. Begitulah keyakinan masyarakat Ammatoa terhadap *Pasang ri Kajang*.

*Pasang* mengandung panduan bagi hidup manusia dalam segala aspek, baik itu aspek sosial, religi, mata pencaharian, budaya, lingkungan serta sistem kepemimpinan yang diatur oleh *Pasang*. Bahkan *Pasang Ri Kajang* juga mendeskripsikan sebuah proses yang terjadinya bumi dengan berlandaskan pada mitologi masyarakat Ammatoa. Secara esensi, *Pasang* mirip dengan Lontarak dalam sistem kebudayaan Bugis.

Sekilas, *Pasang* juga menyerupai sebuah ajaran agama yang mengatur pola kehidupan manusia secara holistik. Meskipun tampaknya masyarakat Ammatoa tidak menganggap *Pasang* sebagai suatu religi atau sistem kepercayaan, karena *Pasang* justru dianggap lebih luas dari itu. Faktanya, masyarakat Ammatoa menganut sistem kepercayaan yang dinamakan *Patuntung*. Dan ajaran *Patuntung* ini menjadi bagian yang tak terpisahkan dari *Pasang ri Kajang*.

Sebagaimana halnya kearifan lokal yang terdapat pada masyarakat adat pada umumnya, *Pasang* memuat berbagai ajaran leluhur yang substansinya adalah menuntun manusia untuk berbuat baik, hidup jujur dan sederhana. Hal itu tampak dalam ajaran yang terdapat dalam *Pasang* berikut ini :

*Patuntung manuntungi, Manuntungi kalambusanna na kamase-maseanna, Lambusu', Gattang, Sa'bara nappiso'na,*

Artinya :

Manusia yang telah menghayati dan melaksanakan apa yang dituntutnya dikawasan adat (*Ammatoa*), yakni yang menuntut kejujuran, kesabaran, ketegasan, kebersahajaan dan kepasrahan dalam hidupnya.

Kebudayaan Ammatoa memang sangat lekat dengan pola hidup sederhana. Itupun berkorelasi dengan ajaran *Pasang* yang mengamanatkan kebersahajaan. Dalam konsepsi adat Ammatoa, ada ungkapan yang berbunyi "*Anre kalumanyyang kalupepeang, Rie' Kamase-masea*" yang berarti "ditempat ini (kawasan adat Ammatoa) tidak ada kemakmuran, yang ada hanya kebersahajaan . Hal ini mencerminkan

pandangan hidup orang Ammatoa yang menganggap kehidupan ideal itu adalah kehidupan yang sederhana atau 'cukup', bukan kehidupan yang makmur. Makmur diartikan sebagai kehidupan yang berlebihan.

*Pasang* mengajarkan :

*Angnganre na rie', care-care na rie, Pammalli juku na rie', tan koko na galung rie, Balla situju-tuju.*

Artinya :

Hidup yang cukup itu adalah bila makanan ada, pakaian ada, pembeli lauk ada, sawah dan ladang ada dan rumah yang sederhana saja, (Hijjang, 2002).

Kebersahajaan hidup inilah yang berpengaruh pada sistem pengelolaan lingkungan hidup mereka yang berada di hutan kawasan adat Ammatoa. Dan membuat hutan adat mereka menjadi lebih terawat.

## **5. Konsep Pembangunan**

Pembangunan adalah perubahan yang berguna menuju suatu perubahan sosial dan ekonomi yang diputuskan sebagai kehendak suatu bangsa (Rogers, dalam Rogers, 1985: 2). Pembangunan mula-mula dipakai dalam arti pertumbuhan ekonomi. Sebuah masyarakat dinilai berhasil melaksanakan pembangunan, bila pertumbuhan ekonomi masyarakat tersebut cukup tinggi. Dengan demikian, yang diukur adalah produktivitas masyarakat atau produktivitas sosial setiap tahunnya.

Pembangunan adalah proses sosial yang direkayasa, yang kata intinya adalah perubahan sosial, dan rekayasa sosial model pembangunan

yang terjadi secara besar-besaran di dunia ketiga. Ada banyak konsep pembangunan. Misalnya menyamakan pembangunan dengan modernisme. Dengan demikian, pembangunan adalah beralihnya masyarakat tradisional menjadi modern, adanya rekayasa sosial untuk mengubah masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern..(Harum & Ardianto, 2017: h. 4).

*Goldthorpe* membedakan pertumbuhan dan pembangunan. Ia melihat pertumbuhan adalah sesuatu yang sifatnya kuantitatif, tingkat kecepatan atau kualitas dari penumpukan barang, sementara pembangunan adalah sesuatu yang sifatnya kualitatif, di mana transisi antara dua bentuk yang berbeda secara fundamental dari kehidupan. Lebih menarik lagi pandangan Anthony Thirlwall, mahaguru Ekonomi *University of Kent* (1974), yang mengatakan bahwa, Pembangunan tidak mungkin terjadi tanpa pertumbuhan, pertumbuhan saja terjadi tanpa pembangunan dan pembangunan juga terjadi tanpa pertumbuhan. Pembangunan tidak mungkin terjadi tanpa pertumbuhan adalah sesuatu yang sangat sulit dibayangkan, bagaimana pembangunan dilakukan tanpa didukung oleh biaya sebab dengan adanya pertumbuhan, akan diperoleh modal awal untuk perencanaan yang lebih banyak proyek-proyek pembangunan yang ambisius. (Cangara, 2020: h. 13).

Secara lebih mendalam dari pengertian dasarnya, pembangunan merupakan suatu istilah yang dipakai dalam bermacam-macam konteks, dan sering kali digunakan dalam konotasi politik dan ideology tertentu.



Ada banyak kata yang mempunyai persamaan makna dengan kata pembangunan, misalnya perubahan social, pertumbuhan, progress, dan modernisasi. Pertanyaan dasarnya apakah konsep pembangunan adalah suatu kategori tersendiri atau jenis dari suatu yang lebih besar. Indonesia sendiri telah melakukan berbagai konsep pembangunan seperti yang dijelaskan diatas, namun timbul perilaku sosial yang panjang bahwa, model pembangunan yang dibutuhkan rakyat saat ini seperti apa. Namun pembangunan yang dilakukan pemerintah saat ini masih belum efektif atau tidak tepat sasaran sehingga menimbulkan ketimpangan sosial dan keadaan ekonomi menjadi buruk. Bagi peneliti pembangunan yang tidak tepat sasaran adalah seperti memberikan luka sakit dimasa yang akan gdatan. Pemerintah tidak bisa dan mampu melakukan serta meletakkan pembangunan sebagaimana mestinya, fakta menunjukkan bahwa, dibalik perbaikan infrastruktur jalan yang semakin membaik masih ada orang-orang atau rakyat di Negara ini yang tidur makannya dibawa kolom jembatan.

Widjoyo Nitisastro adalah salah satu dari beberapa ahli ekonomi yang sangat berpengaruh dalam merencanakan pembangunan di masa Orde Baru. Dalam berbagai kesempatan, defenisi yang diungkapkannya mengenai pembangunan selaras dengan apa yang dikerjakan Orde Baru dalam melakukan pembangunan pronomi. Menurut Nitisastro (2019:9), pembangunan merupakan proses menurut waktu, suatu proses transformasi yang merupakan suatu "*breakthrough*" dari keadaan ekonomi

yang terhenti ke suatu perubahan yang kumulatif yang bersifat terus menerus. Dalam proses pembangunan lebih lanjut yang didefinisikan sebagai pertumbuhan adalah peningkatan produksi dan konsumsi dalam suatu masa, oleh karenanya, diberlakukan suatu perencanaan pembangunan. Perencanaan ataupun strategi pembangunan itu berkisar pada dua hal, yakni: *pertama*, pentuan pilihan secara sadar mengenai berbagai tujuan konkrit yang hendak dicapai dalam jangka waktu tertentu atas dasar nilai-nilai yang dimiliki masyarakat yang bersangkutan. *Kedua*, pilihan diantara cara-cara alternatif yang efisien, serta rasional guna mencapai berbagai tujuan tersebut. (Winarno, 2013: h. 38).

Ada banyak studi di mana proyek-proyek pembangunan yang sebenarnya hanya merefleksikan kepentingan dan kebutuhan kelas menengah yang berkuasa. Tantangan yang hari ini yang mesti kita hadapi adalah bagaimana rumusan formal serta pelibatan pilihan-pilihan strategis dalam menentukan dan memfokuskan sebuah pembangunan sehingga pembangunan itu dapat dirasakan dengan baik oleh rakyat itu sendiri. (Winarno, 2013: h. 62).

Berdasarkan data yang didapatkan dari Badan Nasional Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN), jumlah penduduk Indonesia pada Juli 2017 adalah 262 juta jiwa dengan pertumbuhan 1,49%. Artinya, setiap tahunnya jumlah penduduk bangsa ini bertambah sekitar empat juta jiwa dengan komposisi etnik yang sedikit mengalami perubahan. Demografi ini pada satu sisi adalah potensi positif jika

diberdayakan dan memiliki kemampuan untuk berkarya dan berkontribusi, serta memproduksi. Sebaliknya akan, akan menjadi potensi social jika tidak memiliki kemampuan dan cara berpikir yang baik, karena dibutuhkan program pembangunan wawasan untuk mendampingi bangsa ini agar tidak menjadi beban keluarga, masyarakat dan sosial.

Konsep pembangunan “dari bawah” kini bukan lagi sebuah hal baru yang muncul disaat sekarang. Bahkan istilah ini, sudah sering menjadi jargon yang banyak dibicarakan atau disinggung diberbagai pertemuan baik itu seminar dan proses perkuliahan yang khususnya pada tingkat internasional. Kalangan birokrasi di negara sedang berkembang, termasuk Indonesia, masih segan-segan menyebutnya, karena istilah itu bagi sebagian berkonotasi sosialis dan revolusioner. Tetapi setidaknya sudah banyak yang mulai menerjemahkannya secara parsial dengan istilah teknis “perencanaan dari bawah” atau “partisipasi masyarakat”. Pembangunan selalu mengarahkan pada perubahan sosial atau tatanan sosial yang baru dalam sebuah masyarakat yang ingin lebih tinggi dari pada keadaan yang sebelumnya. Proses pembangunan selalu mengarahkan menuju tingkat yang lebih maju, baik dalam aspek sosial maupun ekonomi itu sendiri. Namun semua itu tidak akan mendekati kata maju jika pemerintah tidak mengubah pola pembangunan yang diterapkan saat ini. Perubahan dan kemajuan tatanan kehidupan sebuah bangsa dari tradisonal ke modern juga akan menciptakan banyak kesengangan dan nilai kehidupan yang mulai bergeser. Modernisme membawa arah

kehidupan yang baru namun memiliki banyak masalah jika tidak dapat dikelola dengan baik oleh para pemangku kebijakan ataupun pemerintah itu sendiri.

Tujuan-tujuan pembangunan yang dirumuskan secara konkret, kemudian dipertimbangkan secara rasional dan dapat terealisasi sebatas teknologi dan sumber-sumber yang tersedia, yang ditegakkan sebagai aspirasi antara suatu situasi yang ada dengan tujuan akhir pembangunan. Pada dasarnya pembangunan bukan hanya sebagai perubahan tetapi juga sebagai pertumbuhan. Keadaan yang ditandai dengan jurang perbedaan yang mencolok antara misalnya kedua tempat atau kedua daerah tersebut memungkinkan timbul keinginan yang sungguh-sungguh untuk segera mengubahnya, agar kehidupan dan pergaulan antar manusia menjadi lebih seimbang. Pembangunan terbagi menjadi dua jenis yang pertama pembangunan secara material (pembangunan ekonomi) dan pembangunan spiritual (pembangunan kualitas hidup manusia (Nasution, 2012: 67).

## **B. Kajian Teoritis**

### **1. Teori budaya organisasi**

Organisasi memiliki peran sangat penting dalam kehidupan manusia, dan mungkin tidak banyak dari kita yang menyadari betapa dominan peran organisasi dalam kehidupan kita. Organisasi dibentuk melalui komunikasi ketika individu didalamnya saling berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan individu dan tujuan bersama. Proses

komunikasi yang terjadi dalam organisasi menghasilkan berbagai hal seperti hubungan kewenangan, terciptanya peran, adanya jaringan komunikasi, dan iklim organisasi. Organisasi menciptakan hasil dan keluaran (output) akibat adanya interaksi diantara individu dan kelompok dalam organisasi yang pada gilirannya memengaruhi interaksi masa depan di dalam organisasi. (Morissan, 2013:383)

Kehidupan tidak lepas dari ikatan budaya yang diciptakan. Ikatan budaya tercipta oleh masyarakat yang bersangkutan, baik dalam keluarga, organisasi, bisnis maupun bangsa. Budaya membedakan masyarakat satu dengan yang lain dalam cara berinteraksi dan bertindak menyelesaikan suatu pekerjaan. Budaya mengikat anggota kelompok masyarakat menjadi satu kesatuan pandangan yang menciptakan keseragaman berperilaku atau bertindak. Seiring dengan bergulirnya waktu, budaya pasti terbentuk dalam organisasi dan dapat pula dirasakan manfaatnya dalam memberi kontribusi bagi efektivitas organisasi secara keseluruhan.

Teori Budaya Organisasi awalnya dikaji oleh duo Michael Pacanowsky dan Nick O'Donnel Trujillo yang mendasarkan penelitiannya pada ide yang lebih dahulu dimiliki oleh Clifford Geertz, seorang Antropolog, mengenai kebudayaan. Hal itulah yang menyebabkan teori ini tak terlepas dari pengaruh etnografi.

Teori-teori mengenai budaya organisasi menekankan pada cara-cara manusia mengonstruksikan suatu realitas organisasi. Sebagai suatu studi mengenai gaya hidup organisasi, pendekatan budaya organisasi

melihat pada makna dan nilai yang dimiliki anggota organisasi. Budaya organisasi meneliti pada cara-cara individu anggota organisasi menggunakan berbagai cerita, ritual, simbol, dan kegiatan lainnya untuk menghasilkan dan menghasilkan kembali seperangkat pengertian. Gerakan budaya organisasi mencakup aspek gerakan budaya organisasi mencakup aspek yang sangat luas yang menyentuh aspek kehidupan organisasi. John van Maanen dan Stephen Baley menemukan adanya empat wilayah atau domain budaya organisasi yaitu :

1. Domain pertama disebut dengan “Konteks ekologis” (*Ecological context*) yaitu dunia fisik, termasuk lokasi, waktu, sejarah dan konteks sosial dimana organisasi berada dan bekerja.
2. Domain kedua budaya organisasi terdiri atas jaringan atau disebut juga dengan interaksi diferensial “ (*defferential interaction*).
3. Domain ketiga adalah “pemahaman bersama “ (*Collective understanding*) yaitu cara bersama dalam menafsirkan pesan yang merupakan isi atau konten dari budaya yang terdiri atas gagasan, nilai, standar kebaikan ( ideal), kebiasaan.
4. Domain kelima disebut dengan “ domain individu ( Individual domain) yang terdiri dari atas tindakan atau kebiasaan para individu.  
(Morissan, 2013: 467)

Organisasi besar dapat memiliki satu budaya, namun dalam banyak kasus, sub budaya tertentu yang terkait dengan kelompok- kelompok

tertentu akan muncul. Dalam hal ini, kita dapat membayangkan organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai budaya yang saling tumpang-tindih.

Penelitian budaya organisasi ditandai dengan perubahan dibidang studi kasus ini dari perspektif fungsional (functionalisme) kepada perspektif interpretasi, dari asumsi bahwa organisasi memiliki elemen-elemen yang sudah ada sebelumnya yang bertindak atau berinteraksi satu sama lain dengan cara yang dapat diperkirakan sebelumnya kepada asumsi bahwa terdapat perubahan makna secara terus menerus.

Pacanowsky dan O'Donnell Trujilo (1982) mempercayai bahwa sebuah budaya organisasi mengindikasikan apa yang menyusun dunia nyata yang ingin diselidiki. Mereka mengatakan bahwa budaya organisasi (*organizational culture*) adalah esensi dari kehidupan organisasi dimanapun berada. Mereka menerapkan prinsip-prinsip antropologi untuk mengontruksi teori mereka. Mereka juga mengadopsi pendekatan Interpretasi Simbolik yang dikemukakan oleh Clifford Geertz (1973) dalam model teoritis mereka. Dalam teorinya Geertz menyatakan bahwa orang-orang adalah hewan “yang tergantung didalam jaringan kepentingan”, artinya orang-orang yang memuat pada lingkungan mereka sendiri.

Penelitian ini sendiri mendobrak sebuah rutinitas membosankan para peneliti yang hanya berusaha mengkuantatifkan objek kajian dalam hal ini organisasi akibat sistematika penelitian dengan metode ilmiah yang memasung inovasi baru. Dengan adanya teori ini, mereka akan beranggapan bahwa para peneliti menjadi lebih mampu masuk ke dalam

sebuah organisasi, lalu melihat dan memahami aspek berupa sistem kebudayaan yang merupakan bagian absolut dari organisasi. Geertz menyebutkan bahwa metode ilmiah yang positivistik (generalisasi) sangat terbatas, stagnan dan kabur. Alih-alih melakukan pengukuran dan pengurain, seharusnya para etnograf mencoba menginterpretasikan kebudayaan. Dan penafsiran harus dikembangkan menjadi deskripsi mendalam (*thick description*) yang harus diikatkan secara mendalam ke dalam kekayaan konteks kehidupan sosial.

Budaya di sini bukan membicarakan area SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan). Budaya organisasi juga bukan hanya mencakup aspek matrealistis, namun juga emosionalitas dan kondisi psikologis partisipan yang ada dalam sebuah kegiatan berorganisasi. Budaya itu sendiri mencakup aspek-aspek mendasar seperti spirit anggota, sikap, kuantitas dan kualitas produktifitas, simbol-simbol yang tentunya memiliki esensi baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal, yang mana keseluruhan hal tersebut akan merepresentasikan kondisi iklim sebuah organisasi. (West dan Turner, 2012:315)

Daya tarik Teori Budaya Organisasi telah begitu luas dan jauh, sehingga menyebabkan teori ini bersifat umum dan dekat dengan persoalan budaya masyarakat. Misalnya saja, teori ini telah mbingkai penelitian yang mengkaji karyawan Muslim, petugas penegak kebijakan, dan karyawan yang sedang mengandung. Teori ini telah memengaruhi banyak ilmuwan untuk mempertimbangkan mengenai apa itu budaya



organisasi dan bagaimana mereka mengajarkan mengenai hal ini di dalam kelas dan relevan bagi kita yang berada di dalam bidang pendidikan. Teori ini telah digunakan untuk mempelajari cerita-cerita mengenai mahasiswa dan persepsi mereka akan penyesuaian diri di kampus.

Teori ini berguna karena informasinya dapat diterapkan pada semua karyawan di dalam sebuah organisasi. Pendekatan ini berguna karena banyak informasi dari teori (misalnya, kisah, ritual) memiliki hubungan langsung pada bagaimana karyawan bekerja dan identifikasi mereka terhadap lingkungan kerja mereka (Schrodt, 2002). Karena karya para teoretikus ini didasarkan pada organisasi yang nyata dan karyawan yang benar-benar ada, para peneliti ini telah membuat teori ini menjadi lebih berguna dan praktis.

#### 1. Asumsi teori budaya organisasi

Sebuah teori tak terlepas dari asumsi-asumsi, begitu juga Teori Budaya Organisasi. Asumsi-asumsinya antara lain;

- a) Anggota-anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan suatu perasaan yang dimiliki bersama mengenai realitas organisasi, yang berakibat pada pemahaman yang lebih baik mengenai nilai-nilai sebuah organisasi. Inti dari asumsi ini adalah nilai yang dimiliki organisasi. Nilai merupakan standard dan prinsip-prinsip yang terdapat dalam sebuah budaya. Penggunaan dan interpretasi simbol sangat penting dalam budaya organisasi. Ketika

seseorang dapat memahami simbol tersebut, maka seseorang akan mampu bertindak menurut budaya organisasinya.

- b) Budaya bervariasi dalam organisasi-organisasi yang berbeda, dan interpretasi tindakan dalam budaya ini juga beragam. Setiap organisasi memiliki budaya yang berbeda-beda dan setiap individu dalam organisasi tersebut menafsirkan budaya tersebut secara berbeda. Terkadang, perbedaan budaya dalam organisasi justru menjadi kekuatan dari organisasi sejenis lainnya.

## **2. Teori Perilaku Komunikasi Organisasi**

Perilaku atau aktivitas-aktivitas tersebut dalam pengertian yang luas, yaitu perilaku yang menampak (*overt behavior*) dan atau perilaku yang tidak menampak (*inert behavior*), demikian pula aktivitas – aktivitas dan kognitif. Sedangkan perilaku komunikasi sendiri yaitu suatu tindakan atau perilaku komunikasi baik itu berupa verbal ataupun non verbal yang ada pada tingkah laku seseorang.

Komunikasi bergerak melibatkan unsur lingkungan sebagai wahana yang "mencipta" proses komunikasi itu berlangsung. Porter dan Samovar, dalam Mulyana alih-alih komunikasi merupakan matrik tindakan - tindakan sosial yang rumit dan saling berinteraksi, serta terjadi dalam suatu lingkungan sosial yang kompleks. lingkungan sosial ini merefleksikan bagaimana orang hidup, dan berinteraksi dengan orang lain, lingkungan sosial ini adalah budaya, dan bila ingin benar-benar memahami komunikasi, maka harus memahami budaya. Dalam buku lain diuraikan

bahwa perilaku adalah suatu kegiatan atau aktifitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. oleh sebab itu, dari sudut pandang biologis semua makhluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mereka mempunyai aktifitas masing-masing. sehingga yang dimaksud perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktifitas manusia dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, tertawa, bekerja dan sebagainya. dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku (manusia) adalah serangkaian kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar.

Skinner (1938) seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespon, maka teori skinner disebut teori "S-O-R" atau *stimulus - organisme- respon*. skinner membedakan adanya dua proses.

#### 1. Bentuk perilaku komunikasi

- a) Perilaku tertutup adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. respon atau aksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan/kesadaran dan sikap yang terjadi belum bisa diamati secara jelas oleh orang lain.

b) perilaku terbuka adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. respon terhadap stimulus tersebut jelas dalam bentuk tindakan atau praktek (practice).

## 2. Faktor yang mempengaruhi perilaku komunikasi

Menurut Lawrence Green bahwa perilaku itu sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor yaitu:

- a) terwujud dalam sikap dan perilaku petugas lainnya yang merupakan faktor predisposisi yang terwujud dalam pengetahuan, sikap, kepercayaan keyakinan, nilai - nilai dan motivasi.
- b) faktor *enabling*/pendukung yang terwujud dalam lingkungan fisik, tersedia atau tidak tersedianya fasilitas - fasilitas atau sarana - sarana kesehatan. misalnya : pusat pelayanan kesehatan.
- c) faktor *reenforcing*/pendorong yang kelompok referensi dari perilaku masyarakat.

Asumsi-asumsi teori perilaku komunikasi organisasi, yaitu :

- a) perilaku organisasi dititik beratkan untuk menciptakan kerja sama didalam sebuah organisasi dimana seseorang berada. Kerjasama yang bermanfaat dan punya sistem saling mengait diantara para anggota organisasi tersebut.
- b) asumsi kedua adalah menciptakan partisipasi aktif didalam sebuah organisasi. partisipasi yang dimaksud adalah adanya pelibatan diri sebagai anggota organisasi sehingga tujuan dari lembaga organisasi tersebut sama-sama mereka pertahankan dan didapatkan. Asumsi ini

menjadi bagian yang penting dalam mempertahankan sebuah nilai yang ada didalam organisasi tersebut.

- c) asumsi ketiga adalah kepuasan, kepuasan berada didalam sebuah organisasi. asumsi ini menyimpulkan teori perilaku komunikasi organisasi bahwa, perilaku komunikasi yang mereka ciptakan akan mempengaruhi posisi mereka didalam sebuah instansi ataupun organisasi.

### **C. Hasil Riset Yang Relevan**

Penelitian ini merupakan kajian sosial yang mendalami aspek sebuah perubahan dalam pembangunan. Untuk mendukung dan memperkuat penelitian ini maka peneliti mencoba menelusuri beberapa penelitian yang sejalan dan relevan dengan apa yang peneliti angkat menjadi suatu topik yang menarik. Agar tidak menimbulkan multitafsir yang berlebihan maka berikut beberapa penelitian yang sejalan dengan topik yang diangkat oleh peneliti diantaranya :

**1. Artikel Jurnal Tuti Bahfiarti (2012) Berjudul “*Pengembangan Hubungan Dalam Komunikasi Antarpribadi Mantan Narapidana Perempuan Bugis-Makassar*” dan Artikel Jurnal Muhammad Farid Yang Berjudul *Strategies To Addres The Loss Of Local Art and Wisdom in Indonesia.***

Komunikasi antarpribadi mantan narapidana perempuan dalam adaptasi diri dan pengembangan hubungan dengan nilai *ade siri* pada

masyarakat Bugis-Makassar di Kota Makassar. Fokus penelitiannya adalah bagaimana komunikasi antarpribadi mantan narapidana perempuan dalam melakukan pengembangan hubungan antarpribadi dengan masyarakat Bugis-Makassar. Tujuan penelitian ini adalah menemukan dan mengkategorisasikan pengembangan hubungan antarpribadi, menggambarkan pola tahapan pengembangan hubungan antarpribadi mantan narapidana perempuan dengan *old significant others* dan *new significant others*. Dalam mencapai tujuan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif atau paradigma interpretatif. Berdasarkan pada metode penelitian kualitatif, maka pengumpulan data dilakukan melalui observasi non partisipan atau pengamatan tidak berperan, wawancara mendalam (*in-depth interview*), studi dokumenter yang relevan penelitian subkultur Bugis- Makassar. Pengembangan hubungan antarpribadi yang dilakukan oleh mantan narapidana perempuan dalam mengembangkan hubungan antarpribadi yang ditemukan dalam penelitian ini adalah, yakni terbuka, semi terbuka, dan tertutup.

Penentuan bagian ditentukan oleh faktor internal (*in self*) dalam diri mantan narapidana perempuan termasuk kelekatan *siri'* yang dimiliki dan faktor eksternal (*out self*) *significant others*. Keterkaitan penelitian diatas adalah dengan menggunakan konsep kearifan lokal sehingga dapat membawa komunikasi tersebut menjadi lebih efektif sesuai dengan fokus dan fungsi dari penelitian tersebut. konsep lokal yang saat ini mulai dilirik

oleh beberapa peneliti membuktikan bahwa, untuk membangun dan menyelesaikan sebuah masalah maka harus diawali dengan praktek-praktek kearifan lokal sebuah daerah. (Bahfiarti, 2012)

Penelitian yang dilakukan Muhammad Farid bertujuan untuk menganalisis kesenian tradisional sebagai kearifan lokal yang digunakan sebagai media komunikasi untuk menyebarkan pesan-pesan yang berkaitan dengan moral, etika, pergaulan, dan agama serta menganalisis hambatan-hambatan yang terdapat dalam kesenian tradisional. Pendekatan media komunikasi diharapkan dapat menemukan potensi media tradisional yang masih eksis di masyarakat tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua media yang ada yaitu Tennong, Tari Pammingki, dan Sere Api merupakan kesenian tradisional yang digunakan sebagai media komunikasi tradisional. Mereka membawa pesan-pesan tentang agama, moral, dan etika dalam pergaulan. Namun kesenian tersebut mengalami kesulitan dalam perkembangannya, karena tidak diajarkan kepada masyarakat serta tidak mendapat anggaran dari pemerintah (Farid & Karnay, 2017).

Penelitian diatas berkaitan erat dengan penelitian yang dilakukan peneliti, bahwa konsep lokal atau tradisonal memiliki fungsi dan tugas yang dapat dijadikan alat untuk merubah situasi dengan cara yang humanis. Termasuk menyampaikan pesan-pesan dalam pemerintahan dengan melibatkan kearifan lokal sehingga masyarakat akan mudah dan memberikan dukungan pembangunan yang dilakukan pemerintah.

**2. Artikel Jurnal Bobby Dwikia Putra Cahyanto dan I Wayan Mudiarta Utama (2016) Berjudul “*Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pada PT. Cakra Transport Utama Jimbaran, Bali.*”**

Penelitian tentang pengaruh komunikasi organisasi dan lingkungan kerja diatas dilakukan di PT. Cakra Transport Utama Jimbaran Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh komunikasi orgnisasi terhadap kepuasan kerja dan pengaruh lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja pada PT. Cakra Transport Utama. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode sampel jenuh dengan reponden sebanyak 47 karyawan PT. Cakra Transport Utama Jimbaran, Bali. Data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan dan (2) lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan (Cahyanto & Utama, 2016)

Artikel jurnal diatas adalah satu dari banyaknya penelitian yang dianggap serupa dan relevan dengan apa yang diteliti penulis. karena sama-sama memiliki objek komunikasi organisasi. Namun jenis penelitian diatas adalah kuantitatif sedangkan peneliti adalah kualitatif.



**3. Wilangun (2005). dengan judul penelitian yaitu, *Pengaruh Budaya Komunikasi Terhadap Kinerja Organisasi dan Kepuasan Kerja Karyawan pada Terminal Penumpang Umum di Surabaya.***

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa, budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi. Kinerja organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan. Dan budaya komunikasi organisasi melalui kinerja organisasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan (Wilangun, 2005)

**4. Melisa Bunga Altamira, Effy Rusfian (2019) dengan Judul : *Komunikasi Organisasi Dalam Proses Pembentukan Budaya Organisasi (Studi Nilai Budaya Organisasi I've Care Pada Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia)***

Budaya organisasi dalam sebuah perusahaan/institusi/organisasi tak hanya berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kualitas perusahaan/institusi/organisasi, tetapi juga sebagai pedoman dan nilai-nilai berperilaku para anggota perusahaan/institusi/organisasi dalam beraktivitas sehari-hari. Sebagai fakultas kedokteran nomor satu di Indonesia, Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia (FKUI) merumuskan *I've Care* sebagai budaya organisasinya. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pembentukan budaya organisasi *I've Care*, faktor-faktor yang menghambatnya dan evaluasi yang

dibutuhkan FKUI ke depannya. Metode penelitian dilakukan secara kualitatif, studi kasus melalui wawancara mendalam. Hasil yang didapat dari penelitian ini, bahwa pembentukan budaya organisasi belum optimal dikarenakan adanya faktor-faktor: pengkisan, komunikasi, penyelesaian masalah yang positif, pengkisan mengenai pendiri dan pemimpin, kepemimpinan, contoh role model, norma-norma, pengharapan, nilai-nilai, sistem penghargaan, manajemen karier, rekrutmen dan penempatan staf, sosialisasi kepada staf baru, pelatihan dan pengembangan, kontak anggota organisasi, partisipasi dalam pengambilan keputusan, koordinasi antar grup, dan perubahan personal. Diperlukan evaluasi dan saran yang holistik dalam pembentukan budaya organisasi di FKUI (Altamira & Rusfian, 2019)

**5. Artikel Jurnal Fitri Handayani (2018) Dengan Judul “*Analisis Komunikasi Organisasi Di Junior Chamber International Chapter Kaltim*”**

Penelitian ini berisi tentang studi komunikasi organisasi Junior Chamber International Chapter Kaltim. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi organisasi Junior Chamber International Chapter Kaltim. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian berada di Jalan Markisa No.62, Samarinda 75123, Indonesia. Sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian berupa observasi, wawancara, dan penelitian dokumendokumen terkait (Handayani et al.,

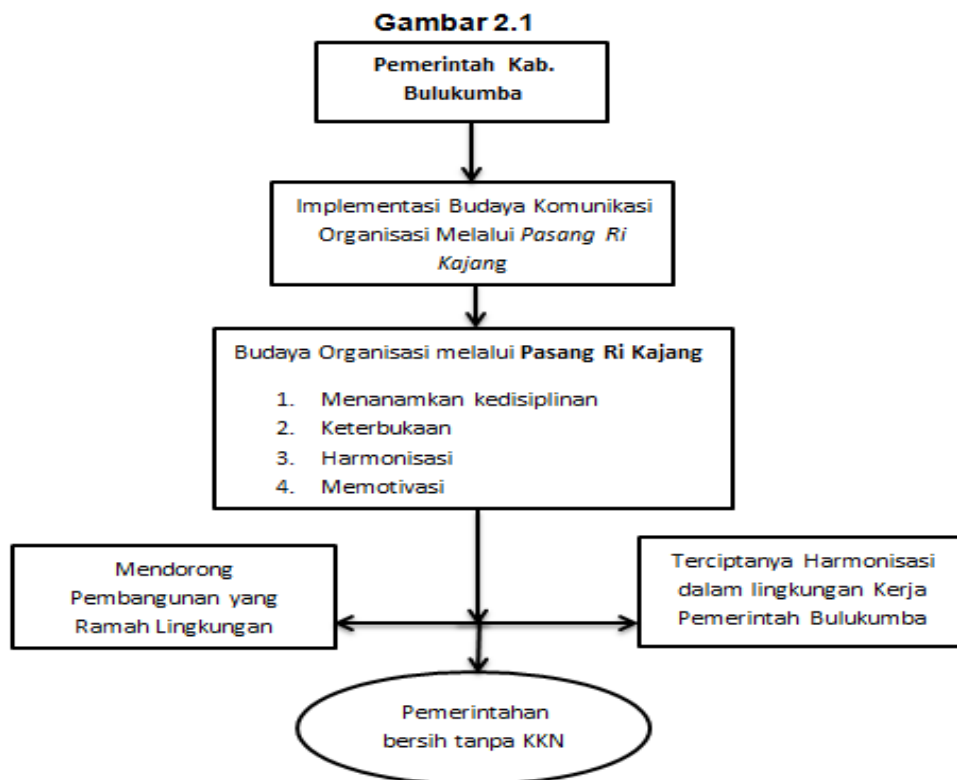
2018)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi Junior Chamber International Chapter Kaltim tidak terlaksana secara maksimal dikarenakan ada hambatan komunikasi dalam organisasi baik komunikasi yang ke atas yaitu komunikasi antara anggota dengan pimpinan, komunikasi ke bawah yaitu komunikasi antara pimpinan dengan anggota, dan komunikasi ke samping yaitu komunikasi antar sesama anggota ataupun sesama antar jabatan dalam organisasi. Pada penelitian ini masih ditemukan adanya pelanggaran dalam melaksanakan kegiatan yang tidak sesuai dengan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga (AD/ART). Walaupun terjadi hambatan komunikasi organisasi yang ditemukan pada penelitian dengan munculnya faktor internal dan faktor eksternal ini seluruh anggota dan local board of director melakukan perbaikan komunikasi organisasi agar terciptanya komunikasi organisasi yang lebih baik lagi.

#### **D. Kerangka Konseptual**

Penelitian ini berfokus pada perilaku budaya komunikasi organisasi yang berbasis kearifan lokal melalui *Pasang Ri Kajang*, dalam mendorong proses pembangunan yang ramah lingkungan di Kabupaten Bulukumba. Peneliti mencoba mengaplikasikan teori-teori yang dianggap benar dan relevan sebagaimana yang terdapat dalam landasn atau kajian teoritis.

Peneliti menggunakan Teori Budaya Organisasi yang dikaji oleh Michael Pacanowsky dan Nick O'Donnel Trujillo yang mendasarkan penelitiannya pada ide yang lebih dahulu dimiliki oleh Clifford Geertz, seorang Antropolog, mengenai kebudayaan. Hal itulah yang menyebabkan teori ini tak terlepas dari pengaruh etnografi komunikasi. Oleh karena itu untuk memperoleh deskripsi bagaimana implementasi budaya komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal melalui pasang ri kajang dengan mengaitkan teori yang digunakan untuk membangun sebuah konsep.



Karangka berpikir ini menunjukkan secara detail bagaimana budaya organisasi dapat mewujudkan program pembangunan yang ramah

lingkungan. Dimana budaya organisasi yang dituangkan dalam landasan konsep menunjukkan adanya keterkaitan dengan budaya atau nilai kearifan lokal masyarakat setempat. Budaya komunikasi organisasi yang baik akan menghasilkan karyawan atau pegawai yang baik pula. Kalau ditarik ke dalam pemerintahan kabupaten bulukumba keterkaitan budaya lokal seperti *Pasang Ri Kajang* akan berdampak baik dalam menjalankan budaya organisasi tersebut.

### **E. Definisi Operasional**

1. Budaya Komunikasi Organisasi; Budaya komunikasi organisasi adalah suatu nilai yang diterapkan atau diimplementasikan sebuah organisasi untuk meningkatkan keberhasilan dari organisasi tersebut. dalam hal ini pemerintah Kabupaten bulukumba menerapkan budaya komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal *Pasang Ri Kajang* untuk mendorong program pembangunan yang dilakukan saat ini.
2. Kearifan Lokal; Kearifan Lokal merupakan latar belakang budaya yang ada di suatu daerah yang dipahami dan mempengaruhi kondisi wilayah atau masyarakat setempat. Kearifan lokal biasanya dipahami melalui nilai-nilai luhur yang mengandung histori, keyakinan dan kepercayaan.
3. *Pasang Ri Kajang*; *Pasang Ri Kajang* merupakan pesan leluhur masyarakat Ammatoa Kajang, yang berisikan amanat dan pedoman hidup yang sesuai dengan perintah Turiek Arakna (Tuhan). Yang dalam

penelitian ini pemerintah menarik Pasang Rikajang untuk dijadikan pedoman atau budaya organisasi di Kabupaten Bulukumba.

4. Mendorong Pembangunan; Pembangunan merupakan suatu program yang dilakukan pemerintah dalam memberikan pelayanan yang terbaik di masyarakat. Pembangunan menggerakkan masyarakat dan kondisi tertinggal menuju kondisi yang lebih baik. dalam penelitian ini diharapkan dengan adanya budaya komunikasi organisasi pemerintah khususnya Kabupaten bulukumba dapat memebawa pembangunan kepada masyarakat sesuai dengan cita-cita atau harapan masyarakat Bulukumba.