

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI ORGANISASI BERBASIS KEARIFAN LOKAL
MENYAMA BRAYA UNTUK MEMBANGUN LOYALITAS ANGGOTA SMADARA
JOURNALISM TEAM (SMAR*T)
SMAN 2 SEMARAPURA, KLUNGKUNG, BALI**

Ni Nyoman Cipta Dewi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dwijendra Denpasar
email: ciptadee84@gmail.com

Luh Putu Ega Suratningtyas

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dwijendra Denpasar
email: egasuratningtyas30@gmail.com

Abstrak

Dengan adanya jalinan komunikasi yang baik serta loyalitas anggota dalam sebuah organisasi, produktivitas organisasi juga akan meningkat. Salah satu cara membangunnya adalah dengan pendekatan komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal *Menyama Braya*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal menyama braya untuk membangun loyalitas anggota Smadara *Journalism Team*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan subjek penelitian yakni Pembina, Pengurus Harian, Ketua Divisi, dan empat anggota SMAR*T. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Selanjutnya data dianalisis secara deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa arus komunikasi yang dijalankan yakni formal serta informal. Nilai-nilai kearifan lokal *menyama braya* yang diterapkan dalam komunikasi organisasi antara lain solidaritas, toleransi, peduli, bertanggung jawab, bekerjasama, saling percaya, tolong menolong dan juga menumbuhkan kebersamaan. Komunikasi Organisasi berbasis Menyama Braya yang diterapkan SMAR*T membangun loyalitas anggotanya. Ditunjukkan dari beberapa indikator diantaranya keinginan untuk tetap bertahan dalam organisasi, keinginan untuk berusaha semaksimal mungkin, penerimaan penuh terhadap nilai-nilai organisasi dan juga setia pada organisasi.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Menyama Braya, Loyalitas

Abstract

With good communication and loyalty in an organization, organizational productivity will also increase. In order to build loyalty to the organization, one of the methods is using an organizational communication approach based on local wisdom, namely *Menyama Braya*. The purpose of this study is to determine the implementation of organizational communication based on local wisdom of *menyama braya* to build loyalty of members of the Smadara Journalism Team. This study uses a qualitative approach with the research subjects are the coach, the Head of SMAR*T, the Head of the Division, and four members of SMAR*T. Data were collected through interviews, observation and documentation. Furthermore, the data were analyzed descriptively qualitatively. Based on the results of the study, it is known that the flow of communication that is carried out is formal and informal communication. The local wisdom values of *menyama braya* that are widely applied in organizational communication include solidarity, tolerance, caring, responsibility, cooperation, mutual trust, mutual help and of course fostering togetherness. The *Menyama Braya*-based Organizational Communication implemented by SMAR*T builds the loyalty of its members. It is shown from several indicators including the desire to stay in the organization, the desire to try as much as possible, full acceptance of organizational values and also being loyal to the organization.

Keywords: Organizational Communication, Menyama Braya, Loyalty

1. PENDAHULUAN

Organisasi merupakan sarana bagi sekumpulan individu yang memiliki kesamaan tujuan dan sasaran tertentu di bidang yang sesuai dengan kompetensi para anggotanya. Hal ini terkait dengan salah satu kebutuhan manusia untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan sesamanya. Dengan berorganisasi, individu belajar untuk mengutamakan kepentingan organisasi daripada kepentingan pribadi. Setiap keputusan dan tindakan anggota organisasi akan sangat dipengaruhi oleh proses pembentukan karakter dari lingkungan organisasi.

Sayangnya, masalah yang kerap dihadapi oleh organisasi adalah sulitnya menyatukan anggota dan mendapatkan loyalitasnya. Seiring dengan perkembangan organisasi, jumlah anggota akan terus meningkat dan diikuti dengan semakin banyak persoalan, terutama terkait perilaku anggota. Misalnya di beberapa perusahaan ditemukan kasus penyimpangan seperti kesalahan prosedur, kinerja yang tidak maksimal, penyalahgunaan wewenang, hingga kasus yang menjurus kriminal. Selain itu, ada juga anggota pasif atau banyaknya anggota mengakhiri kontrak dengan organisasi atau perusahaan (*resign*). Hal-hal tersebut tentu membawa pengaruh pada hasil kerja organisasi secara keseluruhan.

Penyelesaian masalah internal dalam organisasi amat diperlukan agar bisa mencapai tujuan organisasi. Maka dari itu diperlukan loyalitas anggota untuk menjaga organisasi tetap stabil. Loyalitas menurut maknanya merupakan kesetiaan terhadap organisasi, memiliki kesadaran mandiri memanfaatkan segenap potensi yang ada dalam diri demi kemajuan organisasi. Anggota akan menaati segala bentuk aturan yang berlaku, mendukung segala program kerja dengan ikut serta dalam kegiatan. Anggota juga menjadi penyumbang ide-ide penting untuk membangun organisasi dari dalam. Maka, loyalitas anggota berperan penting untuk kemajuan sebuah organisasi (Hidayaturrahman, 2015 : 7).

Menurut *Oxford Dictionary*, loyalitas adalah *the quality of being loyal* dimana loyal didefinisikan sebagai tindakan memberi atau menunjukkan dukungan dan kepatuhan yang teguh dan konstan kepada seseorang atau institusi. Kamus Besar Bahasa Indonesia menerangkan loyalitas sebagai kepatuhan atau kesetiaan. Loyalitas juga bisa diartikan setia pada sesuatu dengan rasa cinta, sehingga dengan rasa loyalitas yang tinggi seseorang merasa tidak perlu untuk mendapatkan imbalan dalam melakukan sesuatu untuk organisasi atau tempat meletakkan loyalitasnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah kesetiakawanan dan kecintaan terhadap sesuatu, yang terjalin didalam satu kelompok sosial atau organisasi yang memiliki satu tujuan yang sama (Prasanti, 2017: 10).

Untuk menumbuhkan loyalitas, tentunya diperlukan peranan komunikasi organisasi yang efektif. Komunikasi merupakan hal yang tak pernah luput dari kehidupan manusia. Manusia di dalam kehidupannya harus senantiasa berkomunikasi, artinya memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Secara sederhana, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dan menimbulkan efek tertentu berupa umpan balik. Sebuah komunikasi yang efektif, ditandai dengan tercapainya tujuan si pengirim pesan atau komunikator.

Dengan adanya jalinan komunikasi yang baik dalam sebuah organisasi, suatu kegiatan dapat berjalan lancar dan tentu mencapai tujuan utamanya. Produktivitas organisasi juga meningkat karena anggotanya mampu mencurahkan tenaga serta pikirannya untuk kepentingan organisasi. Rahma (2019: 94) mendefinisikan komunikasi dalam organisasi sebagai bentuk interaksi pertukaran pesan antar anggota organisasi, baik komunikasi secara verbal maupun nonverbal yang berfungsi menyampaikan informasi mengenai organisasi, nilai-nilai inti maupun hal-hal yang menjadi aturan-aturan dalam sebuah organisasi. Dapat pula diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan dalam rangka membina kerja sama yang serasi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi.

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan komunikasi diadik, komunikasi interpersonal dan juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi berdasarkan struktur organisasi, antara lain komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas dan komunikasi horizontal. Komunikasi informal merupakan komunikasi yang tidak tergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar rekan dan termasuk selentingan yang beredar disekitar organisasi (Rosyidi, 2020: 7).

Komunikasi yang efektif mutlak diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi. Diperlukan penyatuan visi misi dari tiap anggota agar bisa loyal bekerjasama meraih tujuan organisasi. Guna menyatukan beragam kepala dalam satu visi misi dan meningkatkan loyalitasnya kepada organisasi, maka diperlukan trik khusus. Salah satunya dengan pendekatan komunikasi organisasi berbasis nilai- nilai kehidupan atau kearifan lokal setempat yang dimiliki, misalnya dengan *Menyama Braya*. *Menyama Braya* merupakan konsep hidup bermasyarakat di Bali yang bersumber dari sistem nilai budaya dan adat istiadat masyarakat Bali untuk dapat hidup rukun. Nilai kearifan lokal *Menyama Braya* mengandung makna persamaan dan persaudaraan dan pengakuan sosial bahwa semuanya adalah bersaudara dalam suka maupun duka (Widarta, 2017: 70).

Kompleksitas makna yang terkandung dalam Kearifan Lokal *Menyama Braya* sangat potensial jika diterapkan sebagai landasan pengelolaan organisasi khususnya komunikasi organisasi yang terdapat didalamnya. Implementasi nyata sikap hidup sosial yang terkandung dalam *Menyama Braya* seperti solidaritas sosial, sikap toleransi, peduli, tanggung jawab, kerjasama, saling percaya, tolong menolong dan kebersamaan antar individu (Widarta, 2017: 71). Dengan menerapkan nilai- nilai *Menyama Braya* kedalam komunikasi organisasi diharapkan dapat meningkatkan loyalitas anggota kepada organisasi.

Beragam organisasi telah menerapkan nilai- nilai kearifan lokal *Menyama Braya*, salah satunya yakni Smadara *Journalism Team* (SMAR*T) yang merupakan organisasi siswa dibawah naungan SMAN 2 Semarang. SMAR*T merupakan kumpulan siswa SMAN 2 Semarang bergerak pada bidang jurnalistik. Selain mewadahi kreativitas dan mengasah kemampuan anggotanya, ada berbagai sikap positif yang berusaha ditumbuhkan didalam organisasi.

Dalam sebelas tahun berdiri, SMAR*T berhasil mengukuhkan diri sebagai salah satu organisasi siswa paling berjaya di SMAN 2 Semarang. Terbukti dengan beragam prestasi di tingkat kabupaten hingga nasional berhasil dikantongi, seperti lomba film pendek, koran dinding, majalah, hingga penulisan karya jurnalistik lainnya. Selain mengharumkan nama sekolah dengan prestasi, eksistensi SMAR*T juga dijadikan contoh oleh organisasi lainnya di lingkungan SMAN 2 Semarang. Solidaritas dan kemampuan anggotanya dalam menghadapi krisis guna mencapai tujuan organisasi. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal *menyama braya* dalam membangun loyalitas anggota Smadara *Journalism Team* (SMAR*T) SMAN 2 Semarang, Klungkung, Bali.

2. METODE

Penelitian dilaksanakan di SMAN 2 Semarang, Jalan Dewi Sartika, Klungkung, Bali. Menyasar organisasi Smadara *Journalism Team* (SMAR*T) yang merupakan sebuah organisasi siswa yang bergerak pada bidang jurnalistik. SMAR*T dipilih karena didalamnya terdapat anggota dengan keragaman suku dan budaya, dan dengan sebelas tahun berdirinya makin kokoh tak hanya dalam bidang prestasi namun juga mampu mempertahankan loyalitas dan solidaritas anggotanya. Selain itu, SMAR*T juga merupakan salah satu organisasi siswa paling aktif yang ada di SMAN 2 Semarang.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Kualitatif digunakan sebab penelitian ini menghasilkan deskripsi atau untaian kalimat dari narasumber. Data dikumpulkan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik wawancara semiterstruktur. Peneliti menggunakan pedoman wawancara dengan pertanyaan terbuka namun tetap sesuai dengan tema. Artinya, jawaban yang diberikan informan tidak dibatasi, sehingga informan lebih bebas mengemukakan jawaban apapun sepanjang tidak keluar dari konteks tema yang dibicarakan (Herdiansyah, 2013:123).

Informan dalam penelitian ini adalah orang- orang yang terlibat langsung di dalam organisasi Smadara *Journalism Team*. Informan menguasai permasalahan dan memiliki data yang memadai sehingga memiliki kapabilitas untuk menjelaskan kondisi fakta atau fenomena yang terjadi. Adapun informan yang diwawancarai sebanyak sepuluh orang yang terdiri dari seorang Pembina, seorang pimpinan redaksi, empat orang ketua divisi, dan empat orang anggota. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif yakni melalui reduksi data, penyajian data, dan terakhir penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian di Smadara *Journalism Team* SMAN 2 Semarang, implementasi komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal *Menyama Braya* di Smadara *Journalism Team* (SMAR*T) SMAN 2 Semarang untuk membangun loyalitas anggota berjalan dengan baik. Nilai-nilai *menyama braya* dikatakan telah tumbuh sebagai kultur yang mengikuti perkembangan organisasi. Awalnya komunikasi dilangsungkan secara tatap muka, namun karena pandemi, komunikasi secara online lebih dimaksimalkan. Ada grup whatsapp dan juga beberapa chat secara personal langsung. Namun memasuki masa *new normal* hingga maret 2021, komunikasi tatap muka oleh tim kecil yang terdiri dari pengurus harian dan kepala divisi sudah sering dilakukan untuk kegiatan yang bersifat urgensi.

Untuk mengetahui proses komunikasi yang berada didalamnya, perlu ditilik arus atau jaringan komunikasinya. Jaringan komunikasi adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautan unsur-unsur yang dicakup beserta keberlangsungan, guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. Penyampaian pesan dilakukan dari seseorang terhadap orang lain guna mengubah tingkah laku didalam sebuah organisasi, didalam organisasi terdapat arus komunikasi antara satu anggota dengan anggota yang lain agar tetap berkesinambungan.

Arus komunikasi yang berjalan di Smadara *Journalism Team* adalah formal dan informal. Formal baik itu *Upward*, *Downward* dan juga *Horizontal*. *Downward communication* atau komunikasi kebawah sering dilakukan terutama ketika disposisi surat lomba. Surat ditujukan kepada pembina, lalu pembina memberikan informasi kepada Pimpinan Redaksi. Pimpinan Redaksi bersama Pengurus Harian lainnya lalu memberi informasi kepada Ketua Divisi, baru Ketua Divisi menginformasikan kepada anggota lainnya. Selain itu, aturan atau informasi tertulis juga disampaikan oleh Pimpinan Redaksi secara serentak kepada seluruh anggota.

Upward communication merupakan komunikasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (Kurnia Wicaksono (2018:27)). Dapat dilihat dari adanya laporan penyelesaian pekerjaan, penyampaian ide dan saran dari anggota kepada organisasi saat forum, dan juga menjelaskan permasalahan pekerjaan yang memerlukan bantuan. Ketua Divisi memberikan laporan terkait anggota kepada Pengurus Harian. Pengurus Harian juga wajib menyampaikan laporan hasil kegiatan kepada Pembina. Selain itu, anggota menyampaikan gagasan ataupun bertanya terkait pekerjaan yang memerlukan bantuan juga merupakan bagian dari penerapan komunikasi keatas.

Terakhir, untuk *horizontal* atau pertukaran pesan diantara orang-orang yang tingkat otoritasnya setara didalam organisasi. Hal ini dapat dilihat ketika mengkoordinasikan penugasan kerja, berbagi informasi terkait rencana dan kegiatan, serta memperoleh pemecahan dan pemahaman bersama. Penerapan di SMAR*T antara lain ketika anggota bekerjasama menyelesaikan permasalahan atau pekerjaan. Atau juga ketika ketua divisi saling berembung untuk melakukan kolaborasi.

Komunikasi informal banyak dilakukan oleh anggota Smadara *Journalism Team*. Komunikasi informal adalah cara berkomunikasi yang juga sering dan hampir digunakan sehari-hari oleh para anggota. Misalnya ketika berkumpul di rumah salah satu anggota, kumpul-kumpul di dekat sekolah, dalam kegiatan syukuran, candaan di grup atau obrolan lainnya. Mereka kerap menggunakan Bahasa campuran Indonesia dan daerah dalam personal chat. Media komunikasinya pun kini berkembang menjadi digital seperti grup obrolan, aplikasi *chat Whatsapp*, *video call*, dan lainnya.

Komunikasi yang dimaksimalkan melalui ponsel baik itu menggunakan *personal chat* ataupun grup *whatsapp*, *direct message* Instagram, *facebook* ataupun telepon. Komunikasi Organisasi berbasis *menyama braya* diterapkan sebagai sebuah kultur dan tumbuh secara otomatis karena kesadaran dan keinginan kebersamaan anggota. Nilai-nilai *menyama braya* yang diterapkan seperti solidaritas, toleransi, peduli, bertanggung jawab, bekerjasama, saling percaya, tolong menolong dan pastinya menumbuhkan kebersamaan.

Contoh penerapan solidaritas yakni membela rekan tim ketika seseorang kurang dalam tugas, anggota tim berusaha memberi saran membangun, memberi dukungan, dan merangkul, bukannya memojokkan. Untuk toleransi contohnya ketika anggota yang berbeda angkatan memiliki kelas atau jam pelajaran yang berbeda namun harus berkumpul, mereka akan memilih jadwal atau waktu ulang. Contoh peduli misalnya saling menanyakan kondisi anggota ketika ada

sesuatu yang terjadi. Contoh bertanggung jawab yakni ketika anggota berusaha menyelesaikan tugasnya dengan baik. Contoh kerja sama misalnya ketika ditunjuk untuk berangkat kompetisi, menjadi satu tim mereka harus saling bantu sehingga karya yang dihasilkan bisa cepat selesai dan hasilnya maksimal. Saling percaya adalah dasar dan hal yang biasanya dilakukan dalam tim untuk meningkatkan kerja sama kelompok. Untuk tolong menolong biasanya ketika melaksanakan satu tugas, tiap anggota tetap saling tolong menolong. Terakhir untuk menumbuhkan kebersamaan biasanya anggota kerap berkumpul santai membahas jurnalis ataupun tidak.

Interaksi antar anggota menunjukkan beberapa karakteristik komunikasi yang efektif menurut Suranto (2011: 82-84) yakni keterbukaan, empati, perilaku positif dan sikap mendukung. Mayoritas anggota mau terbuka menyampaikan pendapat dan kesulitannya dalam organisasi. Hal ini didukung oleh dorongan dari anggota lainnya yang mau mendengarkan, mau berpendapat, dan juga bersikap jujur.

Selain itu, empati juga diterapkan. Dilihat dari bagaimana anggota ataupun pengurus menahan godaan untuk menilai dan mengkritik berlebihan. Hal ini dilakukan untuk menjaga perasaan, tingkat kepedulian tinggi dan saling percaya. Sikap positif ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku. Sikap positif dapat ditunjukkan dengan berbagai macam perilaku dan sikap seperti menghargai orang lain, berpikir positif terhadap orang lain, tidak menaruh curiga secara berlebihan, meyakini pentingnya orang lain, memberikan pujian dan penghargaan serta komitmen menjalin kerja sama. Dalam organisasi SMAR*T, tidak jarang Pengurus Harian dan Pembina memberikan pujian atau penghargaan kepada anggota.

Terakhir, sebagai satu kesatuan organisasi juga menunjukkan sikap mendukung. Misalnya memberikan respon yang baik kepada teman yang sedang berjuang mengikuti perlombaan, menghargai pendapat dan mendukung kebijakan organisasi.

Komunikasi Organisasi berbasis *Menyama Braya* yang diterapkan SMAR*T mampu membangun loyalitas anggotanya. Dari interaksi yang dilakukan anggota dalam organisasi, dapat dilihat bahwa loyalitas anggota Smadara *Journalism Team* ditunjukkan dari beberapa indikator diantaranya keinginan untuk tetap bertahan dalam organisasi, keinginan untuk berusaha semaksimal mungkin ditandai dengan bersedia bekerja melebihi kondisi biasa, penerimaan penuh terhadap nilai-nilai organisasi yang ditandai dengan menerima apapun yang menjadi kebijakan organisasi dan juga setia pada organisasi ditandai dengan tetap memilih SMAR*T sebagai ekstrakurikuler ketika pergantian semester.

Pertama ada keinginan untuk tetap bertahan dalam organisasi dapat terlihat dari jawaban narasumber yang menyebutkan bahwa narasumber menyukai dan mengerjakan tugas tanpa paksaan karena merasa ingin bertahan dalam organisasi. Selain itu juga disebutkan bahwa mereka merasa memiliki organisasi, itu menyebabkan anggota tetap bertahan dalam organisasi SMAR*T. Anggota juga menyadari bahwa untuk mencapai tujuan yang tidak mungkin dicapai secara individu, harus dilakukan bersama dengan anggota lainnya melalui kerjasama.

Keinginan untuk berusaha semaksimal mungkin ditandai dengan bersedia bekerja melebihi kondisi biasa. Hal ini terlihat dari tanggung jawab anggota dalam menjalankan tugas. Karena rasa memiliki, anggota berusaha semaksimal mungkin untuk mengerjakan tugas agar dapat membanggakan organisasi.

Penerimaan penuh terhadap nilai-nilai organisasi yang ditandai dengan menerima apapun yang menjadi kebijakan organisasi. Mereka juga berusaha taat terhadap peraturan yang ada. Seorang yang loyal akan selalu taat pada peraturan. Ketaatan timbul dari kesadaran anggota bahwa peraturan perusahaan semata-mata disusun untuk memperlancar jalannya kerja organisasi. Kesadaran ini membuat anggota bersikap taat tanpa merasa terpaksa atau juga takut terhadap sanksi apabila melanggar peraturan tersebut.

Setia pada organisasi terlihat dari jawaban narasumber yang menyebutkan bahwa mereka tetap berada di SMAR*T di tahun kedua dan ketiga SMA. Selain itu juga mengikuti program kerja dan kegiatan sepanjang tahun.

Meski demikian, masih ada beberapa hambatan dalam pelaksanaannya. Hambatan dalam komunikasi organisasi Smadara *Journalism Team* adalah karena adanya pandemi. Meskipun ponsel dan internet adalah kebutuhan utama sekarang, namun masih kerap ditemui masalah keterlambatan sampainya informasi karena meskipun informasi dikirimkan pada saat yang sama, anggota tidak langsung berkumpul bersama atau menyimak informasi tersebut. Ada beberapa

yang terlambat membaca sehingga responnya pun sedikit lebih lambat. Setiap pesan yang masuk kepada anggota tidak semua memiliki kesadaran informasi yang sama, jadi diperlukan komunikasi atau obrolan yang lebih guna meminimalisir masalah yang timbul akibat dari miskomunikasi. Selain itu, anggota baru biasanya masih malu-malu dan kurang terbuka dalam menyampaikan pendapatnya.

Namun kembali lagi, penyelesaian hambatan tersebut adalah dengan mengeratkan komunikasi organisasi berbasis *menyama braya*. Organisasi harus tetap menjalankan nilai-nilai *menyama braya* dalam komunikasinya sehingga anggota menjadi nyaman dan mempertahankan *sense of belonging*. Dengan demikian, anggota akan dapat mengerjakan bagiannya dengan baik, menerima nilai-nilai organisasi yang mana kedepannya tentu akan berdampak pada kinerja organisasi.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi komunikasi organisasi berbasis kearifan lokal *menyama braya* di Smadara *Journalism Team* sudah berjalan baik. Nilai-nilai *menyama braya* seperti solidaritas, toleransi, peduli, bertanggung jawab, bekerjasama, saling percaya, tolong menolong dan kebersamaan menjadi landasan anggota dalam komunikasi organisasi yang dijalankan. Komunikasi baik secara formal berupa *upward*, *downward*, dan *horizontal* serta komunikasi informal berjalan dengan baik. Nilai-nilai itu juga membangun loyalitas anggota, dapat dilihat bahwa loyalitas anggota Smadara *Journalism Team* ditunjukkan dari beberapa indikator diantaranya keinginan untuk tetap bertahan dalam organisasi, keinginan untuk berusaha semaksimal mungkin ditandai dengan bersedia bekerja melebihi kondisi biasa, penerimaan penuh terhadap nilai-nilai organisasi yang ditandai dengan menerima apapun yang menjadi kebijakan organisasi dan juga setia pada organisasi ditandai dengan tetap memilih SMAR*T sebagai ekstrakurikuler ketika pergantian semester.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

- Kurnia Wicaksono, Azzam. 2018. *Peran Motivasi Kerja Dalam Memediasi Hubungan Antara Stress Kerja dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Telkom Jakarta Divisi Digital Service (DDS)*. E-journal Bina Nusantara University.
- Rahma Romadona, Mia. 2019. *Komunikasi Organisasi dalam Fenomena Perubahan Organisasi di Lembaga Penelitian dan Pengembangan (Communication of Organizations in Organizations Change's Phenomenon in Research and Development Institution)*. Jurnal Pekommas, Vol. 5 No. 1, April 2020:91 – 104.
- Widarta, Surya. 2017. *Memaknai Kerifan Lokal Menyama Braya Sebagai Landasan Sistem Pengendalian Manajemen Pada Starlight Restaurant & Bungalows*. E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1 (Volume 7 Nomor 1 Tahun 2017).

Buku :

- AW Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Herdiansyah, H. 2013. *Wawancara, Observasi dan Focus Group sebagai Instrumen Penggalian Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.

Skripsi :

- Hidayatturahman, dkk. 2015. *Hubungan Loyalitas Organisasi Mahasiswa Terhadap Komitmen Belajar di IAIN Antasari Banjarmasin*. Skripsi : Jurusan Psikologi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.

Prasanti, Dina. 2017. *Pola Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota (Studi Deskriptif Kualitatif Pola Komunikasi Organisasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota Komunitas (MOTTUL) Motor TuaLawas Sragen)*. Skripsi : Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Internet :

Rosyidi, Bahrur.2020. Dimensi- Dimensi Komunikasi Dalam Organisasi. Dalam https://www.academia.edu/13181120/DIMENSI_DIMENSI_KOMUNIKASI_DALAM_ORGANISA_SI. Diakses pada 20 November 2020.