

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan antara identitas Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta sebagai Kampus Bela Negara dengan capaian Indeks Bela Negara mahasiswa yang belum mencapai target institusi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa internalisasi nilai-nilai Bela Negara belum sepenuhnya terwujud dalam sikap dan perilaku mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses komunikasi strategis serta peran budaya organisasi dalam menginternalisasi nilai-nilai Bela Negara pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pihak humas, pengelola Bela Negara, dosen, pimpinan organisasi mahasiswa, mahasiswa, serta pihak eksternal. Analisis penelitian menggunakan konsep Komunikasi Strategis dan teori Cultural Approach to Organizations dari Clifford Geertz dan Michael Pacanowsky yang memandang organisasi sebagai sistem makna yang dibentuk melalui komunikasi. Teori ini dianalisis melalui performa budaya berupa corporate stories, personal stories, dan collegial stories untuk memahami proses pembentukan, penyebaran, serta pemaknaan nilai Bela Negara di lingkungan kampus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi strategis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta dilaksanakan melalui program akademik, kegiatan kemahasiswaan, media digital, simbol institusional, serta berbagai ritual kampus yang mendukung proses internalisasi nilai. Nilai Bela Negara tidak hanya ditransmisikan melalui komunikasi formal, tetapi juga melalui pengalaman personal mahasiswa dan interaksi sosial antaranggota organisasi. Namun, masih ditemukan hambatan berupa pemahaman Bela Negara yang cenderung dimaknai secara militeristik serta rendahnya partisipasi sebagian mahasiswa. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi strategis yang partisipatif dan budaya organisasi yang kuat berperan penting dalam membentuk identitas serta meningkatkan internalisasi nilai Bela Negara pada mahasiswa.

Kata Kunci: Komunikasi Strategis, Budaya Organisasi, Bela Negara, Internalisasi Nilai.

ABSTRACT

This study was motivated by the gap between the identity of the “Veteran” National Development University of Yogyakarta as a National Defense Campus and the students’ National Defense Index scores, which have not yet met the institution’s targets. This situation indicates that the internalization of National Defense values has not yet been fully realized in students’ attitudes and behaviors. This study aims to analyze the process of strategic communication and the role of organizational culture in internalizing National Defense values among students at Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. This study employs a qualitative descriptive approach using data collection techniques such as in-depth interviews, observation, and documentation. Research informants consisted of public relations staff, National Defense program administrators, lecturers, student organization leaders, students, and external parties. The research analysis utilized the concept of Strategic Communication and the Cultural Approach to Organizations theory by Clifford Geertz and Michael Pacanowsky, which views organizations as systems of meaning formed through communication. This theory is analyzed through cultural performances in the form of corporate stories, personal stories, and collegial stories to understand the process of formation, dissemination, and interpretation of Bela Negara values on campus. The results of the study indicate that strategic communication at Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta is implemented through academic programs, student activities, and media

Keywords: Strategic Communication, Organizational Culture, National Defense, Internalization of Values.