

ABSTRAK

Perubahan lingkungan akibat aktivitas manusia memunculkan ancaman baru bagi keberlangsungan kehidupan generasi selanjutnya. Diskursus tentang keberlanjutan mulai diadaptasi sebagai budaya keberlanjutan organisasi (*sustainable organizational culture*). Menciptakan perubahan, menambah nilai, hingga membangun budaya organisasi membutuhkan upaya strategis yang dilakukan secara bertahap. Komunikasi strategis telah diakui memiliki peran penting dalam budaya organisasi. Universitas Gadjah Mada dalam komitmen keberlanjutan melalui program #SmallThingsMatter menunjukkan peran kerangka berpikir komunikasi strategis untuk mengadaptasi nilai keberlanjutan. Melalui pendekatan studi kasus 3-Level Model Schein budaya organisasi, penelitian bertujuan untuk menjelaskan peran komunikasi strategis sebagai instrumen mengomunikasikan budaya keberlanjutan organisasi. Hasilnya, ditemukan peran signifikan komunikasi strategis dalam membentuk pesan kunci untuk mengomunikasikan budaya dan menunjukkan proses implementasi budaya organisasi berkelanjutan.

ABSTRACT

Human activities have led to environmental changes that pose new threats to future generations. As a response, sustainability is becoming an integral part of organizational culture. Creating change, adding value, and shaping culture require strategic and gradual efforts. Strategic communication plays a key role in this process. At Universitas Gadjah Mada, the #SmallThingsMatter program reflects the university's commitment to sustainability, demonstrating how strategic communication helps embed sustainability values. Through a case study with 3-Level Model Schein cultural approach, this research explores how strategic communication can be a powerful tool in communicating a sustainable organizational culture. For the result, research find significant roles of strategic communication in creating key messages to communicate culture and shows the process of implementing a sustainable organization culture.