

Analisis Budaya Organisasi CARE Pada Perhumas Muda Bandung

Thessalonica Timorensia Goncalves¹, Dr. Tita Melia Milyane, S.sos., M.M.Pd²

¹ *Digital Public Relations*, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, echagoncalves@student.telkomuniversity.ac.id

² *Digital Public Relations*, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, titameliamilyane@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the implementation of organizational culture at Perhumas Muda Bandung (PMB) in shaping the character and competence of Public relations members. The CARE organizational culture (Collaborate, Adaptable, Responsive, Engaging) was introduced during the 2024/2025 management period to foster an inclusive and collaborative work environment amidst a diverse membership background. The research method employed is descriptive qualitative, with data collection techniques including interviews, observations, and documentation. The findings reveal that the CARE culture has fostered open communication patterns, inter-departmental collaboration, and strong member commitment toward organizational development. Despite facing implementation challenges, this culture has proven effective in strengthening organizational identity and encouraging active member Engagement.

Keywords: *Organizational Culture, CARE, Collaboration, Public relations, Perhumas Muda Bandung*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan budaya organisasi Perhumas Muda Bandung (PMB) dalam membentuk karakter dan kompetensi anggota humas. Budaya organisasi CARE (*Collaborate, Adaptable, Responsive, Engaging*) diperkenalkan pada periode kepengurusan 2024/2025 sebagai upaya untuk menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan kolaboratif di tengah latar belakang anggota yang beragam. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya CARE telah membentuk pola komunikasi terbuka, kolaborasi lintas departemen, dan komitmen anggota terhadap pengembangan organisasi. Meskipun menghadapi tantangan dalam implementasinya, budaya ini terbukti efektif dalam memperkuat identitas organisasi dan mendorong keterlibatan aktif anggota.

Kata Kunci: *Budaya Organisasi, CARE, Kolaborasi, Kehumasan, Perhumas Muda Bandung*

I. PENDAHULUAN

Dalam sebuah organisasi, komunikasi memegang peranan penting sebagai pondasi untuk membangun hubungan yang baik. Komunikasi yang bermakna tidak hanya sebatas menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan lingkungan yang kondusif untuk dapat menumbuhkan partisipasi aktif dan kolaborasi di antara anggota.

Kolaborasi merupakan budaya organisasi yang dapat menjadi kunci dalam sebuah kesuksesan organisasi, terutama ketika anggota organisasi berasal dari mahasiswa/i dari latar belakang universitas yang beragam. Dalam Perhumas Muda Bandung (PMB) kebutuhan kolaborasi menjadi semakin nyata, mengingat keanggotaan PMB terdiri dari mahasiswa/i dari berbagai universitas Bandung Raya. Perbedaan tersebut menjadi tantangan, juga menawarkan peluang besar agar dapat menciptakan ide-ide inovatif terbaru yang diimplementasikan melalui kolaborasi yang kuat.

Kolaborasi yang harmonis dapat tercapai ketika setiap individu memiliki kemampuan untuk

mengkomunikasikan pendapatnya secara terbuka dan jelas. Selain itu, komunikasi dua arah yang dapat melibatkan semua pihak antar anggota dapat meningkatkan tercapainya kolaborasi yang harmonis dan komunikasi yang baik. Sebagai salah satu Perhumas muda yang paling aktif dibanding Perhumas muda daerah lain, PMB menilai elemen kolaborasi sangat dibutuhkan untuk mendukung perkembangan organisasi, sehingga PMB telah merumuskan dan mengimplementasikan budaya organisasi yang disebut *CARE (Collaborate, Adaptable, Responsive, Engaging)*. Budaya *CARE* ini diperkenalkan dan diterapkan dalam kepengurusan periode 2024/2025. Sejak awal kepengurusan, budaya ini terus digaungkan dan disosialisasikan oleh Ketua dan Wakil Ketua PMB agar setiap anggota dapat memahami esensi budaya organisasi dan dapat mendorong terciptanya kolaborasi yang harmonis. Dengan kolaborasi yang terjalin baik, PMB berharap dapat mencapai tujuan utama organisasi, yaitu membentuk anggota humas yang kompeten dan professional.

Anggota humas dapat terbentuk dari pengembangan pengetahuan dan keterampilan yang berkelanjutan. Dalam hal ini, PMB menjadi salah satu wadah yang menyediakan berbagai program kerja dan kegiatan untuk mendukung pengembangan tersebut. Setiap pengurus yang tergabung di dalam PMB akan bergabung ke dalam beberapa departemen yang memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Dalam menjalankan tugas ini, kolaborasi antar departemen menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa setiap program kerja dapat diselesaikan dengan baik. Program kerja yang berhasil dilaksanakan bukan hanya sekedar pencapaian teknis, tetapi juga merupakan bukti nyata dari proses kolaborasi dalam organisasi yang berhasil sebagai bentuk implementasi budaya organisasi yang baik.

Namun penerapan budaya organisasi *CARE* dalam lingkungan yang beragam seperti PMB juga menghadapi tantangan nya tersendiri. Berbagai kendala seperti perbedaan gaya komunikasi, kesenjangan pemahaman terhadap nilai-nilai organisasi, hingga adanya hambatan teknis dalam pelaksanaan program kerja. Dalam upaya mengatasi hal tersebut PMB menerapkannya secara konsisten dalam setiap kegiatan internal termasuk pada kegiatan *First meet*.

Serangkaian kegiatan *First meet* ini dirancang untuk memperkenalkan, menyelaraskan, dan memperkuat hubungan antar anggota di setiap divisinya. Terdapat tiga tahapan *First meet* yang dilaksanakan. Tahap pertama adalah *First meet Core team*, yang melibatkan kepengurusan inti. Pada pertemuan ini, fokus utamanya adalah pengenalan PMB sebagai organisasi, termasuk nilai-nilai inti dan tujuan strategisnya yang akan dilakukan selama satu periode. Tahap kedua adalah *First meet pengurus*, yang melibatkan kepengurusan inti bersama dengan seluruh departemen. Pertemuan ini tidak hanya berfungsi sebagai sesi penyambutan, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun hubungan yang lebih erat antar sesama anggota dari berbagai departemen. Tahap ketiga adalah *First meet all*, yang melibatkan pengurus dan anggota baru yang bertujuan untuk menyambut seluruh anggota sekaligus memperkenalkan PMB secara menyeluruh. Pada tahap ini, dijelaskan budaya organisasi yang dianut PMB, termasuk nilai-nilai *CARE (Collaborate, Adaptable, Responsive, Engaging)*. Ketiga tahapan *First meet* ini memiliki peran-peran penting dalam membentuk dasar hubungan yang solid di dalam PMB. Melalui pengenalan, penyelarasan tujuan, dan pembentukan hubungan antar anggota, PMB dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kolaborasi dan partisipasi aktif. Proses ini menjadi landasan bagi keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan bersama dan menghadapi tantangan yang mungkin muncul selama periode kepengurusan berlangsung yaitu pada pelaksanaan program kerja untuk mencapai tujuan utama organisasi yaitu untuk membentuk anggota humas.

Perhumas Muda Bandung dibentuk pada tahun 2017 dan sudah berjalan selama 8 tahun dengan beberapa kali pergantian periode kepengurusan. Perhumas Muda Bandung (PMB) hadir sebagai organisasi yang mewadahi mahasiswa di wilayah Bandung Raya untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan dalam bidang kehumasan. Dalam perjalanan selama 8 tahun, PMB telah mencatat berbagai pencapaian yang membanggakan. Alumni dan anggota aktifnya tidak hanya berhasil meraih prestasi akademik dan non akademik, tetapi juga menunjukkan partisipasi aktif baik di lingkungan kampus maupun organisasi PMB itu sendiri. Lebih dari itu, mereka telah berperan sebagai praktisi dan akademisi yang berkontribusi di berbagai perusahaan serta organisasi bergengsi. Pencapaian ini menjadi bukti nyata bahwa PMB mampu mencetak anggota yang kompeten dalam bidang kehumasan dan merupakan bentuk dari pengimplementasian budaya organisasi PMB yang berhasil.

Keanggotaan PMB terbuka untuk mahasiswa dari berbagai jurusan, tanpa memandang latar belakang pendidikan. Dalam setiap periode kepengurusan, PMB membentuk tim yang terdiri dari berbagai departemen, seperti

Departemen Internal, Eksternal, Komunikasi dan Informasi (Kominfo), serta Penelitian dan Pengembangan (Litbang). Masing-masing departemen memiliki tanggung jawab spesifik untuk menjalankan roda organisasi.

Kehumasan atau *Public relations* (PR) merupakan salah satu bidang strategis dalam komunikasi yang berperan penting dalam membangun dan menjaga citra serta hubungan baik antara organisasi dengan publiknya. Dalam era digital dan globalisasi yang terus berkembang, peran humas menjadi semakin kompleks. Organisasi tidak hanya dituntut untuk memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, tetapi juga harus mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren komunikasi yang dinamis melalui penguatan budaya organisasi agar organisasi mampu bertahan di tengah perkembangan teknologi.

Budaya organisasi merupakan Perangkat sistem nilai-nilai (*values*), keyakinan-keyakinan (*beliefs*) atau norma-norma yang telah lama berlaku, disepakati dan diikuti oleh para anggota suatu organisasi sebagai pedoman perilaku dan pemecahan masalah-masalah organisasi Sutrisno (2010 ; 2) dan menurut Mangkunegara (2008:113) 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 integrasi internal. Berdasarkan dua definisi tersebut pada prinsipnya budaya organisasi dalam sebuah organisasi berfungsi agar organisasi tersebut dapat mengatasi tantangan adaptasi internal maupun eksternal sehingga dapat menciptakan keselarasan untuk pencapaian tujuan bersama.

II. TINJAUAN LITERATUR

1. Budaya Organisasi

Robbins et al., (2017) menjelaskan budaya organisasi merujuk pada sistem makna bersama yang dibuat oleh anggota organisasi, yang membedakan organisasi tersebut dari yang lain. Lubis (2021) mendefinisikan budaya organisasi sebagai nilai atau norma dan kebiasaan yang berlaku dalam organisasi sebagai sesuatu yang diyakini kebenarannya dan harus diterima dan dipatuhi oleh semua anggota organisasi. Hellriegel dan Slocum dalam Lubis (2021) menjelaskan budaya organisasi merujuk pada pola keyakinan dan harapan bersama yang dimiliki oleh anggota organisasi, mencakup filosofi, norma, dan nilai yang sama. Utami (2018) budaya organisasi berperan sebagai penanda yang membatasi ataupun memisahkan identitas anggota di dalamnya, yang dapat menumbuhkan pengembangan dedikasi dan meningkatkan kesiapan sistem sosial dalam organisasi. Berdasarkan definisi di atas budaya organisasi adalah seperangkat nilai, norma, dan perilaku yang dianut oleh anggota organisasi dan yang membedakannya dari organisasi lain yang berisi pola keyakinan, nilai, dan harapan bersama anggota organisasi.

2. Elemen Budaya Organisasi

Budaya organisasi terdiri dari berbagai elemen yang menjadi pondasi pembentukan sebuah organisasi. Elemen-elemen ini berfungsi sebagai dasar yang nyata dalam budaya organisasi, sehingga mampu membedakan satu organisasi dengan lainnya. Sebagai contoh, McKenna dan Beech (2004: 15) mengemukakan beberapa elemen budaya organisasi sebagai berikut:

1. *Artifacts* (Artifak)

Elemen ini merupakan bagian dari tingkat pertama dalam struktur budaya organisasi, yang bersifat terlihat karena seluruh prosesnya dapat diamati. Ciri-cirinya meliputi hal-hal yang dapat didengar, dilihat, dan dirasakan saat berinteraksi dengan sebuah kelompok, terutama kelompok baru. Contohnya meliputi jasa, produk, serta perilaku anggota organisasi. Selain itu, *Artifacts* juga mencakup aspek lingkungan fisik atau tampilan organisasi, seperti cara berpakaian, bertindak, dan penggunaan bahasa. Oleh karena itu, setiap anggota organisasi perlu beradaptasi dan memperhatikan budaya organisasi yang berlaku.

2. *Espoused values* (Nilai)

Elemen ini berada pada tingkat kedua dalam struktur budaya organisasi dan memiliki tingkat kesadaran yang lebih tinggi dibandingkan *Artifacts*. Nilai-nilai dalam elemen ini bersifat mendalam dan menjadi landasan bagi anggota organisasi. Elemen ini mencakup strategi, tujuan, sasaran, atau filosofi yang ditanamkan oleh pendiri organisasi untuk menentukan sikap dan tindakan. Sebagai contoh, elemen ini menjawab pertanyaan seperti, "Mengapa karyawan dalam organisasi tersebut bersedia berkorban untuk pekerjaan mereka?"

3. *Assumptions* (Asumsi Dasar)

Asumsi dasar merupakan tingkat ketiga sekaligus elemen paling penting dalam budaya organisasi. Asumsi ini berakar pada nilai-nilai yang diyakini dan diterima oleh anggota organisasi. Elemen ini menentukan cara terbaik untuk menjalankan berbagai tindakan dalam organisasi. Meskipun sering kali tidak diungkapkan secara eksplisit, anggota organisasi meyakini bahwa tindakan tersebut tepat dan hal ini memengaruhi perilaku mereka. Selain itu, asumsi dasar membantu menjelaskan dan mempermudah pemahaman terhadap elemen *Artifacts* dan nilai. Meskipun para ahli memiliki berbagai pandangan tentang budaya organisasi, secara umum budaya organisasi mencakup dua elemen utama, yaitu elemen idealistik dan elemen perilaku (Habudin, 2020: 27).

1. Elemen Idealistik

Elemen ini bersifat abstrak dan tidak terlihat secara langsung. Dalam organisasi yang masih dalam tahap awal, elemen ini sering kali terwujud dalam diri pemilik organisasi melalui nilai-nilai, doktrin, dan filosofi hidup yang bersifat implisit dan tidak memerlukan pengesahan formal. Elemen ini biasanya menjadi pedoman untuk menentukan arah tujuan organisasi dalam kegiatan sehari-harinya. Elemen ini umumnya diwujudkan secara formal dalam bentuk visi, misi, atau asumsi mendasar yang diterima tanpa banyak pertanyaan dan dijalankan secara tidak sadar. McKenna dan Beech menyebut elemen ini sebagai "*Espoused values*" dan "*Basic Underlying Assumptions*".

2. Elemen Perilaku

Berbeda dengan elemen idealistik, elemen perilaku dapat diamati secara langsung. Menurut teori McKenna dan Beech, elemen ini termasuk dalam kategori "*Artifacts*," yang mencakup berbagai hal yang dapat dilihat, seperti logo, jargon, gaya berpakaian, komunikasi, desain, arsitektur, dan lainnya. Bagi pihak eksternal, elemen ini dianggap sebagai gambaran nyata dari budaya organisasi karena lebih mudah untuk dikenali.

Meskipun terdapat perbedaan dalam pengemasan konsep tersebut, pada dasarnya keduanya memiliki makna yang serupa, yakni sama-sama menjadi kekuatan sosial yang mampu memotivasi dan menggerakkan anggota organisasi dalam menjalankan kegiatannya. Elemen yang kuat berkontribusi pada terciptanya budaya organisasi yang sehat, yang tentu saja menjadi harapan bagi setiap anggota perusahaan (Kamaroellah, 2011: 21-22).

Penelitian ini mengacu pada teori McKenna dan Beech (2004: 15) tentang elemen budaya organisasi. Hal ini dilakukan karena penelitian ini berfokus pada identifikasi elemen-elemen penting yang diterapkan dan dikembangkan oleh Perhumas Muda Bandung Dalam Membentuk Anggota Humas, meliputi *Artifacts*, *Espoused values*, dan *basic underlying assumptions*. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana pemahaman anggota dibentuk dalam membangun budaya organisasi di Perhumas Muda Bandung, sehingga temuan yang diperoleh dapat disajikan sesuai hasil kajian mendalam oleh peneliti.

Dalam konteks Budaya organisasi PMB tercermin dalam tiga elemen utama: *Assumptions*, *Artifacts*, dan *Espoused values*. *Artifacts* terlihat dari simbol organisasi, program kerja, serta interaksi antaranggota, seperti dalam kegiatan *First meet* dan penggunaan budaya CARE (*Collaborate, Adaptable, Responsive, Engaging*). *Promoted values* mencerminkan nilai-nilai yang pedoman utama PMB dalam membentuk anggota humas yang profesional melalui kolaborasi dan kepengrusan berbasis nilai. *Assumptions* abound in the membentuk pola pikir anggota, *based on* keyakinan bahwa kolaborasi yang baik akan meningkatkan keberhasilan organisasi. Selain itu, budaya organisasi PMB juga mencerminkan elemen idealistik dan perilaku, di Mana nilai-nilai fundamental membentuk arah organisasi sementara implementasi budaya dalam aktivitas sehari-hari menunjukkan komitmen anggota terhadap budaya organisasi yang kuat. Elemen-elemen ini berfungsi sosial yang menggerakkan organisasi dan lingkungan kerja yang profesional serta kolaboratif.

3. Jenis Budaya Organisasi

Menurut Handy dalam Nasaireh et al. (2019), terdapat empat jenis budaya organisasi: *Clan*, *Adhocracy*, *Hierarchy*, dan *Market*. PMB cenderung mengadopsi budaya *Clan*, yang menekankan nilai kekeluargaan, partisipasi, dan pengembangan individu, sejalan dengan tujuan PMB dalam membentuk karakter anggota humas. Terdapat empat tipe budaya organisasi yang sering digunakan untuk menjelaskan pola perilaku, nilai-nilai, serta karakteristik yang dominan dalam suatu lingkungan kerja (Handy dalam Nasaireh et al., 2019). Jenis-jenis budaya organisasi tersebut meliputi:

1. Budaya Klan (*Clan Culture*):
 - Menyerupai komunitas atau keluarga yang erat.
 - Berfokus pada keharmonisan internal, pengembangan individu, serta kemampuan beradaptasi.
2. Budaya Hirarki (*Hierarchy Culture*):
 - Menitikberatkan pada struktur formal yang kokoh dan hierarkis.
 - Keputusan diambil dari tingkat atas ke bawah dengan mengedepankan otoritas.
 - Stabilitas, pengendalian, dan efisiensi menjadi nilai utama.
3. Budaya Adhokrasi (*Adhocracy Culture*):
 - Mengutamakan inovasi, keberanian mengambil risiko, dan fleksibilitas.
 - Organisasi cenderung responsif terhadap perubahan, kreatif, serta adaptif.
 - Tidak terikat oleh struktur formal, tetapi beroperasi sesuai kebutuhan dan peluang yang ada.
4. Budaya Pasar (*Market Culture*):
 - Cenderung kompetitif, mirip dengan kondisi pasar bebas.
 - Fokus pada pencapaian target, hasil, dan orientasi eksternal, seperti pelanggan atau pasar.
 - Tumbuh dalam lingkungan yang menekankan persaingan dan keberhasilan.

Secara garis besar, Budaya Klan menonjolkan kolaborasi dan rasa kebersamaan, Budaya Hirarki mengutamakan struktur dan kontrol, Budaya Adhokrasi berorientasi pada inovasi dan fleksibilitas, sementara Budaya Pasar lebih memprioritaskan hasil dan persaingan. Masing-masing budaya ini memiliki keunggulan serta kelemahan yang disesuaikan dengan tujuan dan kondisi organisasi.

Dalam konteks Perhumas Muda Bandung (PMB), budaya organisasi yang diterapkan berorientasi pada kolaborasi, keterbukaan, dan adaptasi. Jika dikaitkan dengan empat jenis budaya organisasi menurut Handy (dalam Nasaireh et al., 2019), PMB cenderung mengadopsi elemen dari **Budaya Klan (Clan Culture)**. Hal ini terlihat dari upaya organisasi dalam membangun suasana kerja yang menyerupai komunitas atau keluarga yang erat. Dengan anggota yang berasal dari berbagai universitas, PMB menekankan keharmonisan internal, pengembangan individu, serta komunikasi terbuka untuk menciptakan lingkungan kerja yang inklusif dan suportif. Implementasi budaya CARE (*Collaborate, Adaptable, Responsive, Engaging*) yang diperkenalkan dalam kepengurusan 2024/2025 merupakan cerminan dari upaya menciptakan rasa kebersamaan serta membentuk anggota humas yang kompeten dan profesional

4. Fungsi Budaya Organisasi

Robbins et al., (2017) fungsi budaya organisasi adalah:

1. Budaya organisasi menciptakan perbedaan yang jelas antara satu organisasi dengan organisasi lainnya.
2. Budaya organisasi memberikan identitas yang sama bagi semua anggotanya.
3. Meningkatkan komitmen bersama, budaya organisasi memudahkan timbulnya komitmen pada hal yang lebih besar dari pada kepentingan individu.
4. Budaya organisasi menjaga stabilitas sistem sosial dan mempersatukan anggota organisasi.
5. Budaya organisasi berperan sebagai mekanisme pengendalian yang terintegrasi untuk membentuk sikap dan perilaku karyawan.

W.T.Heelen dan Hunger dalam Sopiah (2008) menjelaskan beberapa fungsi organisasi, yaitu:

1. Membangun identitas bagi anggota organisasi.
2. Membentuk hubungan personal yang kuat dengan organisasi.
3. Menjaga stabilitas organisasi sebagai sistem sosial.
4. Memberikan panduan perilaku berdasarkan norma-norma yang telah ada.

5. Budaya Formal dan Informal

Budaya organisasi formal mencakup elemen-elemen yang telah dirancang secara sistematis untuk mengatur, mengontrol, dan mengkoordinasikan pola kerja di dalam organisasi. Elemen ini diwujudkan melalui kebijakan, aturan, dan prosedur yang berfungsi sebagai mekanisme untuk menciptakan standar kerja yang seragam (Sandhu dan

Kulik, 2019). Secara historis, pemahaman awal tentang organisasi cenderung berfokus pada elemen formal yang dirasionalisasi, seperti yang dijelaskan oleh Weber (1946), di mana organisasi formal sering kali direpresentasikan dalam bentuk *Organogram*. *Organogram* ini berfungsi untuk menunjukkan struktur hierarkis dan hubungan formal antarbagian dalam organisasi

Berbeda dengan organisasi formal, budaya organisasi informal berkembang secara alami dari interaksi sosial, hubungan personal, dan praktik kerja yang terjadi di luar aturan formal yang telah ditetapkan. Organisasi informal mencerminkan elemen-elemen yang tidak diatur secara resmi, seperti jaringan sosial, norma, nilai, serta metode pengambilan keputusan yang sering muncul dalam lingkungan kerja sehari-hari (Lincoln dan Miller, 1979). Hal ini menunjukkan bahwa budaya informal didasarkan pada karakteristik pribadi dan hubungan antarindividu, yang pada akhirnya memengaruhi perilaku anggota organisasi dan cara organisasi tersebut berfungsi (Scott dan Davis, 2015).

6. Model CARE di PMB

Selain program-program besar, PMB juga dikenal dengan budaya organisasinya yang disebut *CARE* (*Collaborative, Adaptive, Responsive, Engaging*). Budaya *CARE* ini diperkenalkan dan diterapkan sejak awal periode kepemimpinan 2024/2025, dengan tujuan untuk membentuk karakter anggota yang sesuai dengan tuntutan dunia humas yang dinamis. Budaya ini mulai disosialisasikan pada rapat awal, seperti rapat *Core team* dan *First meet*, yang diadakan untuk memperkenalkan prinsip-prinsip dasar tersebut. Selama periode kepemimpinan, budaya ini terus dipertegas dan diingatkan oleh Ketua dan Wakil Ketua PMB kepada seluruh anggota, untuk memastikan setiap individu dapat mengimplementasikannya dalam berbagai kegiatan dan interaksi mereka.

Budaya *Collaborative* dalam PMB diwujudkan melalui berbagai kegiatan kolaborasi, baik dengan organisasi eksternal seperti Kampung Inggris EPLC, Diskominfo Kota Bandung, Nutrifood dan NoLimit, maupun dalam bentuk kolaborasi antar departemen di dalam organisasi PMB sendiri. Salah satu contohnya adalah kolaborasi antara Departemen Komunikasi Informasi dan Departemen Eksternal dalam menyelenggarakan seminar B-PRC. Melalui kolaborasi ini, PMB berhasil menghubungkan berbagai pihak yang memiliki tujuan dan visi yang sama, menciptakan sinergi yang memperkuat hasil yang dicapai.

Budaya *Adaptive* juga diterapkan dalam PMB, mengingat bahwa humas saat ini harus mampu beradaptasi dengan berbagai isu, tren, dan teknologi terbaru. PMB mendorong penggunaan *platform* digital seperti *Notion*, *Teams*, dan berbagai *tools* lainnya untuk memudahkan koordinasi dan komunikasi di antara anggota. Selain itu, PMB juga secara aktif mengikuti isu dan tren terkini, yang terlihat jelas dalam kehadirannya di media sosial seperti Instagram dan TikTok, yang dikelola oleh tim PMB untuk menyampaikan informasi yang relevan dan menarik bagi audiens mereka.

Responsive menjadi bagian penting dari budaya *CARE* di PMB, dengan harapan agar setiap anggota dan pengurus dapat merespon setiap komunikasi dengan cepat dan tepat. Implementasi budaya ini dapat dilihat dari respons yang cepat terhadap pesan atau permintaan yang datang melalui berbagai saluran komunikasi, seperti *WhatsApp*, DM Instagram, atau *Email*. Kecepatan dalam merespon komunikasi ini menjadi salah satu faktor yang membuat PMB dikenal sebagai organisasi yang efisien dan proaktif.

Terakhir, budaya *Engaging* dalam PMB bertujuan untuk membangun karakter anggota yang terlibat dan berkomitmen tinggi terhadap organisasi. Budaya ini mendorong setiap anggota untuk memberikan kontribusi yang maksimal, konsisten dalam menjalankan tugas, serta memiliki keinginan yang besar untuk terus mengembangkan organisasi. Meskipun tidak selalu terlihat dalam bentuk fisik, implementasi budaya *Engaging* dirasakan oleh anggota melalui penilaian pribadi yang diberikan oleh Ketua dan Wakil Ketua PMB terhadap kinerja masing-masing pengurus dan anggota. Hal ini menunjukkan bahwa budaya ini berhasil menciptakan suasana yang penuh semangat dan komitmen dalam mencapai tujuan bersama.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma interpretif. Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma interpretif. Alasan peneliti menggunakan paradigma interpretif karena dapat membantu memahami makna budaya organisasi Perhumas Muda Bandung dalam membentuk anggota humas, terutama bagaimana anggota PMB menginterpretasikan budaya *CARE* dalam keseharian mereka. Selain itu, paradigma ini berfokus pada pengalaman subjektif anggota, tidak hanya sebagai aturan formal tetapi juga sebagai nilai

yang diterapkan dalam organisasi. Dengan pendekatan kualitatif seperti wawancara dan observasi, penelitian dapat menggali bagaimana budaya organisasi membentuk perilaku dan keterampilan anggotanya,

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan melibatkan narasumber, serta mengamati dan mendeskripsikan Budaya Organisasi Perhumas Muda Bandung Dalam Membentuk Anggota Humas. Data diperoleh melalui berbagai metode, seperti observasi, wawancara dengan narasumber ahli, kunci, dan pendukung, serta studi dokumen. Hasil penelitian ini akan menggambarkan elemen-elemen budaya organisasi yang telah diterapkan di Perhumas Muda Bandung.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian tersebut, didapatkan hasil bahwa penerapan budaya organisasi CARE (Collaborate, Adaptable, Responsive, dan Engaging) di Perhumas Muda Bandung diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu formal dan informal, yang kemudian dikelompokkan kembali ke dalam aspek bentuk aktivitas, yaitu aspek fisik dan alat bantu serta aspek kegiatan dan interaksi. Klasifikasi ini disusun berdasarkan konsep tiga level budaya organisasi menurut Schein (2010) yaitu: Artefak, Espoused Values, dan Basic Assumptions. Hasil ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan kunci dan pendukung, serta observasi terhadap aktivitas organisasi.

Tabel 4. 1 Elemen Budaya Organisasi PMB (Perhumas Muda Bandung)

Elemen Budaya Organisasi	Formal	Informal
Artefak	<p>Tangible:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jaket organisasi 2. ID card 3. Stiker dan pouch 4. Poster nilai CARE <p>Intangible:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Dashboard organisasi di Notion 6. <i>Booklet</i> internal berisi nilai CARE 7. Struktur organisasi kolaboratif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan coworking space NutriHab 2. Pembukaan rapat dengan penyebutan akronim CARE 3. Gaya komunikasi semi-formal (mis. santai tapi tetap produktif) 4. Apresiasi saat anggota menjawab makna CARE dalam rapat
<i>Espoused values</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi sebagai nilai utama sejak rekrutmen 2. Nilai adaptif melalui sistem rotasi PIC 3. Responsif sebagai standar komunikasi 4. Keterlibatan emosional sebagai bentuk kepemilikan organisasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai CARE dijadikan jargon dan diulang dalam forum rapat 2. Penilaian informal terhadap keaktifan dan responsivitas anggota 3. Pendekatan kepemimpinan yang suportif dan demokratis
<i>Basic assumptions</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi 2. Perubahan adalah keniscayaan, adaptasi itu mutlak 3. Respons cepat adalah bentuk etika kerja dan profesionalitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Budaya bukan milik individu tapi warisan kolektif 2. Tanggung jawab tumbuh dari rasa memiliki 3. Aktivitas PMB = simulasi dunia profesional 4. Keterlibatan adalah dasar loyalitas dan motivasi anggota

Elemen Budaya Organisasi	Formal	Informal
	4. PMB adalah tempat berkembang anggota	

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dari pemetaan tersebut dapat disimpulkan bahwa budaya CARE tidak hanya tertanam secara struktural dan terdokumentasi secara formal, tetapi juga hadir dalam interaksi sehari-hari secara informal. Budaya ini membentuk identitas kolektif organisasi, mendorong efisiensi kerja, dan memperkuat keterlibatan emosional anggota. Keberhasilan PMB dalam menjaga kesinambungan budaya CARE bahkan di tengah dinamika regenerasi tahunan, membuktikan bahwa nilai-nilai ini telah menjadi DNA organisasi yang secara sadar maupun tidak sadar diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Dengan demikian, budaya organisasi tidak hanya menjadi pedoman perilaku, tetapi juga menjadi landasan pertumbuhan individu dan kolektif dalam organisasi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya organisasi di Perhumas Muda Bandung (PMB) telah terinternalisasi dengan kuat melalui penerapan nilai-nilai CARE (Collaborate, Adaptable, Responsive, dan Engaging) dalam tiga level budaya organisasi menurut Edgar Schein: artefak, espoused values, dan basic assumptions. Pendekatan ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana budaya dibentuk, dijalankan, dan diwariskan.

Pada level artefak, budaya CARE tampak dalam simbol-simbol fisik seperti jaket, ID card, booklet internal, serta media digital seperti Dashboard Notion dan coworking space. Gaya komunikasi semi-formal dan ritual organisasi juga menjadi bagian penting dalam memperkuat identitas budaya PMB.

Pada level nilai yang diakui (espoused values), nilai CARE menjadi dasar operasional organisasi, mulai dari rekrutmen hingga pengambilan keputusan. Kolaborasi, adaptabilitas, dan responsivitas tidak hanya menjadi jargon, tetapi diterapkan melalui sistem kerja yang fleksibel, berbasis teknologi, dan kepemimpinan yang inklusif.

Basic assumptions menunjukkan bahwa nilai-nilai CARE telah menjadi keyakinan kolektif yang secara tidak sadar membentuk perilaku anggota. PMB dipahami bukan hanya sebagai organisasi kampus, tetapi sebagai ruang belajar profesional yang mencerminkan simulasi dunia kerja nyata, menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab tinggi.

Secara praktis dan akademis, PMB disarankan untuk memperkuat dokumentasi dan pelatihan budaya CARE, membangun sistem evaluasi yang lebih terstruktur, serta melibatkan alumni dalam pelestarian nilai organisasi. Selain itu, nilai CARE juga dapat dikembangkan sebagai model pembelajaran dalam kajian komunikasi dan diperluas penerapannya ke kerja sama eksternal sebagai identitas profesional organisasi.

REFERENSI

Habudin. (2020). Budaya organisasi. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, 1(1), 23–32.
<http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/jlpn>

Kamaroellah, A. (2014). *Pengantar budaya organisasi (Konsep, strategi implementasi, dan manfaat)*. Surabaya: Pustaka Radja.

Lincoln, J. R., & Miller, J. (1979). Work and friendship ties in organizations: A comparative analysis of relation networks. *Administrative Science Quarterly*, 24(2), 181–199.

Lubis, W. (2021). *Budaya organisasi perguruan tinggi* (Edisi pertama). Jakarta: KENCANA.

McKenna, E., & Beech, N. (2004). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Nasaireh, M. A., Abdullah, A. H., & Obeidat, K. A. (2019). The relationship between cultural types according to Handy's model and organizational structure in Jordanian public universities. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v9-i1/5495>

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Perilaku organisasi* (16th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Sandhu, S., & Kulik, C. T. (2019). Shaping and being shaped: How organizational structure and managerial discretion co-evolve in new managerial roles. *Administrative Science Quarterly*, 64(3), 619–658.

Scott, W. R., & Davis, G. F. (2015). *Organizations and organizing: Rational, natural and open systems perspectives*. London: Routledge.

Sopiah. (2008). *Perilaku organisasional* (Edisi 1). Yogyakarta: ANDI.

Sutrisno, E. (2010). *Manajemen sumber daya manusia* (1st ed.). Jakarta: Kencana.

Utami, D. M. (2018). Pengaruh gaya kepemimpinan transformasional terhadap kepuasan kerja melalui budaya organisasi sebagai variabel intervening (studi pada Sekretariat DPRD DIY). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(10), 22–28.

Weber, M. (2023). Bureaucracy. In *Social theory re-wired* (pp. 271–276). Routledge.

