

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini saya menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lain. Pendekatan penelitian kualitatif ini dipilih karena sesuai dengan pendapat Basrowi dan Suwandi (2008, hlm.22) yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sama sekali belum diketahui dan juga dapat memberi rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif.

Pendekatan kualitatif disini juga dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memberikan deskripsi tentang strategi manajemen reputasi yang dilakukan humas PT Len Industri. Meskipun dalam penelitian ini, saya melakukan kajian pustaka sebagai kerangka pemikiran namun, landasan teori dalam kerangka pemikiran ini lebih dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

3.1.2 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Terkait penelitian deskriptif kualitatif, Bungin (2007, hlm 68) memaparkan bahwa penelitian ini dalam ilmu sosial bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa kata-kata hasil wawancara dengan humas PT Len Industri serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian ini akan mendeskripsikan data yang diperoleh secara mendetail terkait strategi yang dilakukan humas PT Len Industri dalam manajemen reputasinya.

3.1.3 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Kriyantono (2006, hlm. 65) studi kasus menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Penelaah berbagai sumber data ini membutuhkan berbagai macam instrumen pengumpulan data.

Setiap analisis studi kasus mengandung data berdasarkan wawancara, data berdasarkan pengamatan, data dokumenter, kesan dan pernyataan orang lain mengenai kasus tersebut. Khusus mengenai individu, datanya dapat mencakup catatan klinis, data statistik mengenai orang yang bersangkutan, informasi mengenai latar belakangnya, profil riwayat hidupnya, dan catatan hariannya. Akan tetapi semua informasi harus disunting, sementara bagian-bagian yang relevan dipadukan baik secara kronologis atau pun secara tematik, sehingga dapat dianalisis (Mulyana, 2010, hlm.202).

Adapun alasan digunakannya studi kasus karena penelitian ini memiliki keunikan dimana perusahaan yang diteliti adalah perusahaan badan usaha milik negara (BUMN) yang menjual produk-produk untuk keperluan bisnis lain (*business to business*) atau dapat dikatakan sebagai perusahaan perakitan. Hal tersebut menyebabkan minimnya perusahaan tertimpa isu negatif hingga menyebabkan perusahaan ke keadaan krisis. Maka dari itu Peneliti memilih studi kasus dalam melakukan penelitian ini.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.2.1 Partisipan Penelitian

Agar penelitian terarah dan dilakukan secara mendalam, maka diperlukan partisipan penelitian. Partisipan penelitian ini sebagai pemberi informasi mengenai data yang diperlukan. Seperti yang dikatakan Bungin (2007, hlm.78) partisipan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Maka dari itu subjek penelitian ini adalah humas dan PKBL PT Len Industri sedangkan objeknya adalah strategi manajemen reputasi perusahaan PT Len Industri.

Menentukan informan bisa dilakukan oleh peneliti apabila peneliti belum memahami masalah umum penelitian serta memahami pula anatomi masyarakat di mana penelitian itu dilaksanakan. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah teknik purposif. Teknik purposif adalah salah satu strategi menentukan informan yang paling umum di dalam penelitian kualitatif, yaitu menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian tertentu. Kunci dasar penggunaan prosedur ini adalah penguasaan informasi dari informan dan secara logika bahwa tokoh-tokoh kunci di dalam proses sosial selalu langsung menguasai informasi yang terjadi di dalam proses sosial itu (Bungin, 2007, hlm.107).

Dalam penelitian ini peneliti memiliki beberapa kriteria dalam menentukan informan utama penelitian. Agar lebih spesifik dan mudah dalam pemilihan informan, peneliti memberikan syarat khusus dalam pemilihan subjek penelitian atau infoman utama dengan kriteria berikut:

- Karyawan PT Len Industri divisi Komunikasi Korporasi
- Karyawan PT Len Industri divisi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)
- Subjek lainnya yang dipilih, peneliti memilih subjek berdasarkan pengetahuan mengenai PT Len Industri

Berdasarkan kriteria di atas, maka informan yang mungkin dalam penelitian ini adalah manajer divisi humas sebagai informan inti, staf komunikasi korporasi di bidang hubungan media serta staf di bidang pameran dan kunjungan, staf program kemitraan dan staf program bina lingkungan.

Tabel 3.1. Matriks Informan Utama

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Jabatan
1.	Donny Gunawan Alaudin	L	49 tahun	Manajer Divisi Komunikasi Korporasi PT Len Industri
2.	Ais Lukmanudin	L	32 tahun	Staf Divisi Komunikasi Korporasi Bidang Hubungan Media PT Len Industri
3.	Mazy Abdul Zabbar	L	54 tahun	Staf Divisi Komunikasi Korporasi Bidang Pameran dan Kunjungan PT Len Industri
4.	Sugeng Budi Santoso	L	49 tahun	Staf Divisi PKBL Bidang Bina Lingkungan PT Len Industri
5.	Ade Solihin	L	51 tahun	Staf Divisi PKBL Bidang Kemitraan PT Len Industri

Sedangkan untuk informan pendukung yaitu manajer divisi legal, perwakilan media, penerima program kemitraan, penerima program bina lingkungan dan peserta kunjungan PT Len Industri. Informan untuk

penelitian ini ditentukan berdasarkan kekayaan pengetahuan dan informasi yang dimiliki mengenai topik yang diteliti.

Tabel 3.2. Matriks Informan Pendukung

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Keterangan
1.	Wargita	L	54 tahun	Manajer Divisi Legal PT Len Industri
2.	Agus	L	59 tahun	Warga Penerima Program Bina Lingkungan PT Len Industri
3.	Sony Ahmad Wahyudin	L	43 tahun	Warga Penerima Program Kemitraan PT Len Industri
4.	Ai Rika Rachmawati	P	32 tahun	Wartawan Pikiran Rakyat
5.	Edo Wardo	L	23 tahun	Peserta Kunjungan PT Len Industri dari Politeknik ATI Padang

3.2.2 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah lingkungan perusahaan PT Len Industri yang berada di Jalan Soekarno Hatta No. 442 Pasirluyu, Bandung, Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena sesuai dengan tempat lokasi subjek penelitian.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah strategi yang dilakukan oleh humas PT Len Industri terhadap manajemen reputasi perusahaan. Dalam perjalanannya, PT Len Industri mengalami berbagai macam hambatan, isu-

isu mengenai perusahaan, keadaan krisis dan juga kegiatan-kegiatan seperti tanggung jawab sosial perusahaan yang mempengaruhi reputasi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan berbagai sumber dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. (Sugiyono, 2012, hlm. 224). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut.

3.4.1 Wawancara Mendalam (*Dept Interview*)

Wawancara mendalam merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respons informan, artinya informan bebas memberikan jawaban. Karena itu periset mempunyai tugas berat agar informan bersedia memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam, bila perlu tidak ada yang disembunyikan (Kriyantono, 2006, hlm. 100).

Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk mendapatkan data utama sebagai sumber data primer, yaitu meliputi data mengenai strategi humas PT Len Industri ketika mengelola reputasi perusahaannya yang dilakukan dalam beberapa tahun terakhir.

3.4.2 Observasi

Kriyantono (2006, hlm. 108) mengungkapkan bahwa observasi merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk memahami lingkungan, selain membaca koran, mendengarkan radio dan televisi atau berbicara dengan orang lain. Observasi disini diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Saat observasi, yang

dilihat adalah interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang diriset. Sehingga keunggulan metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk yaitu interaksi dan percakapan.

Jenis observasi dalam penelitian ini yaitu observer sebagai partisipan. Periset (*observer*) adalah orang luar yang netral (*outsider*) yang mempunyai kesempatan untuk bergabung dalam kelompok dan berpartisipasi dalam kegiatan dan pola hidup kelompok tersebut sambil melakukan pengamatan (Kriyantono, 2006, hlm. 111). Observasi ini sebelumnya telah dilakukan periset ketika melakukan praktik kerja lapangan pada bulan september 2015 hingga desember 2015 di PT Len Industri pada divisi humas.

3.4.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dengan demikian, pada penelitian sejarah, maka bahan dokumenter memegang peranan yang amat penting (Bungin, 2007, hlm. 124).

Metode dokumentasi dilakukan sebagai data pendukung atau data sekunder. Dokumen bisa berbentuk dokumen publik misalnya : laporan polisi, berita-berita surat kabar, transkrip acara TV, dan lainnya. Dokumen privat misalnya : memo surat-surat pribadi, catatan telepon, buku harian individu, dan lainnya. Dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2006, hlm 118).

3.5 Instrumen Penelitian

Pada penelitian kualitatif, instrumen adalah periset sendiri (*human as an instrument*). Artinya periset harus terjun langsung melaksanakan riset, periset mengkreasi sendiri instrumen, baik wawancara maupun observasi,

sehingga kehadiran periset adalah syarat mutlak (Kriyantono, 2006, hlm. 132).

3.5.1 Lembar Wawancara

Dalam penelitian ini digunakan lembar wawancara yang dibuat untuk memberikan arahan juga batasan ketika proses tanya jawab berlangsung. Hal tersebut bertujuan agar hasil yang diperoleh nantinya dapat dipertanggungjawabkan. Lembar wawancara ini juga digunakan untuk mendapatkan data yang objektif dan mendalam mengenai strategi yang digunakan dalam mengelola reputasi. Data tersebut didapatkan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada karyawan divisi humas PT Len Industri, divisi PKBL PT Len Industri, karyawan PT Len Industri di divisi lain serta pihak-pihak yang terkait dengan PT Len Industri.

3.5.2 Lembar Observasi

Dalam penelitian ini digunakan lembar observasi untuk mencatat hal-hal penting yang nantinya akan membantu penulis dalam mengingat permasalahan dan juga peristiwa-peristiwa yang terjadi ketika pengamatan berlangsung. Lembar observasi juga digunakan sebagai pengecekan data (Triangulasi Data). Sehingga data yang didapatkan pada saat di lapangan dapat dipertanggungjawabkan dengan baik. Lembar observasi dipergunakan untuk mengumpulkan data berkaitan dengan strategi humas PT Len Industri dalam manajemen reputasi. Observasi juga dilakukan ketika Peneliti melakukan program pengenalan lapangan di PT Len Industri.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis seperti yang disarankan oleh data (Basrowi dan Suwandi, 2008, hlm. 91). Data kualitatif dapat

berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi. Tahap analisis data memegang peran penting dalam riset kualitatif, yaitu sebagai faktor utama penilaian kualitas tidaknya riset. Analisis data kualitatif dimulai dari analisis berbagai data yang berhasil dikumpulkan periset di lapangan (Kriyantono, 2006, hlm. 194).

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis metode kualitatif. Proses analisis data pada penelitian kualitatif terbagi menjadi analisis sebelum di lapangan dan analisis data di lapangan.

1. Analisis Sebelum di Lapangan

Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menemukan fokus penelitian. Namun demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan (Sugiyono, 2012, hlm.246).

2. Analisis Data di Lapangan Model Miles dan Huberman

Analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif, dilakukan ketika pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data pada periode tertentu. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2012, hlm 246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data terbagi ke dalam tiga bagian yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data(*data display*), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion data/verification*).

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Reduksi data merupakan kegiatan mereduksi data-data yang diperoleh setelah dilakukan pengumpulan dengan suatu bentuk analisis yang menajam, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan dan mengorganisasi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting mengenai tema dan polanya. Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan dan juga kedalaman wawasan yang tinggi.

2. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif, selanjutnya disarankan dalam melakukan penyajian data yang dapat berupa grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart*. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah untuk dipahami.

3. Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah terakhir pada analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2012, hlm.253).

3.7 Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif sering menghadapi persoalan penting mengenai pengujian keabsahan hasil penelitian. Sehubungan dengan itu untuk menguji keabsahan hasil penelitian adalah dengan melakukan triangulasi (Bungin, 2007, hlm.264). Triangulasi dalam pengujian kredibilitas dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Maka dari itu terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. (Sugiyono, 2012, hlm.273)

a. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber untuk selanjutnya dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama dan yang berbeda, mana yang spesifik dari sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti akan menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan sumber data tersebut. Dalam penelitian ini, penulis melakukan triangulasi sumber yakni kepada karyawan pada divisi lain selain humas dan PKBL di PT Len Industri juga pihak-pihak terkait.

b. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini, data diperoleh dengan wawancara, kemudian dilakukan pula observasi dan dokumentasi. Bila dengan tiga teknik tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

c. Triangulasi waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih valid. Untuk itu dalam rangka pengujian

kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara dan observasi dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan dengan cara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya (Sugiyono, 2012, hlm.275).

3.7.1 *Membercheck*

Membercheck adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *membercheck* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data atau informasi yang diperoleh sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh pemberi data atau informan. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh pemberi data berarti data tersebut sudah valid, sehingga semakin kredibel/dipercaya, tetapi apabila data yang ditemukan peneliti dengan berbagai penafsirannya tidak disepakati oleh pemberi data, maka peneliti perlu melakukan diskusi dengan pemberi data, dan apabila perbedaannya tajam, maka peneliti harus merubah temuannya, dan harus menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Pelaksanaan *membercheck* dapat dilakukan setelah satu periode pengumpulan data selesai, atau setelah mendapat suatu temuan atau kesimpulan. Caranya dapat dilakukan secara individual, dengan cara peneliti datang ke pemberi data, atau melalui forum diskusi kelompok. Setelah data disepakati bersama, maka pemberi data diminta untuk menandatangani agar data lebih otentik sekaligus sebagai bukti bahwa peneliti telah melakukan *membercheck*. (Sugiyono, 2012, hlm.276)

3.8 Pertanyaan Penelitian

Tabel 3.3. Matriks Instrumen Pertanyaan Penelitian

No	Kategorisasi	Kata Kunci	Pertanyaan	Hasil Yang Diharapkan
1.	Isu Manajemen	Pemantauan	1. Apa saja isu yang sering timbul dan mempengaruhi perusahaan?	Menjelaskan bagaimana pemantauan objek terhadap isu yang berkembang di media dan masyarakat.
			2. Kapan dilakukannya pemantauan isu-isu tersebut?	
			3. Di (divisi/bidang) manakah isu yang paling sering terjadi?	
			4. Bagaimana anda memantau isu-isu yang berkembang di media dan di masyarakat?	
		Identifikasi	5. Siapa saja pemangku kepentingan yang terlibat dalam isu tersebut?	Menjelaskan mengenai identifikasi objek terhadap isu yang berdampak luas pada perusahaan.
			6. Apa penyebab isu-isu tersebut muncul?	
			7. Seberapa jauh isu yang timbul berdampak pada produk, sektor, perusahaan dan industri?	
		Prioritas	8. Nilai apa yang dipertaruhkan dalam menangani isu tersebut? (apakah profit, reputasi atau kebebasan bertidak?)	Menjelaskan mengenai keputusan prioritas objek terhadap isu.
			9. Siapa yang menjadi prioritas	

			ketika isu-isu perusahaan tersebar?	
			10. Mengapa mereka/dia menjadi prioritas?	
	Analisis		11. Apakah perusahaan menganalisis secara rinci isu yang ada?	Menjelaskan mengenai analisis yang dilakukan objek dalam menangani isu.
			12. Siapakah yang menganalisis isu yang terjadi? (tim/perorangan)	
	Keputusan Strategi		13. Apakah perusahaan mengidentifikasi kelompok sasaran untuk penyampaian pesan?	Menjelaskan mengenai strategi yang dilakukan perusahaan.
			14. Apakah perusahaan membuat beberapa opsi strategi perusahaan?	
			15. Siapakah yang mengambil keputusan strategi akhir?	
			16. Bagaimana perusahaan menentukan sumber daya yang dibutuhkan?	
	Implementasi		17. Tindakan apa sajakah yang dilakukan perusahaan?	Menjelaskan bagaimana perusahaan mengimplementasikan keputusan strategi yang telah dibuat
			18. Siapa saja yang dilibatkan dalam implementasi strategi manajemen isu?	
			19. Kapan implementasi strategi manajemen isu dilakukan?	
			20. Bagaimana perusahaan mengkomunikasikan pesan pada khalayak secara kredibel?	
	Evaluasi		21. Apakah hasil dari implementasi manajemen isu dapat menyelesaikan isu yang terjadi?	Menjelaskan bagaimana perusahaan mengevaluasi hasil manajemen isu.
			22. Bagaimana perusahaan	

			mengevaluasi keberhasilan dan kegagalan dari kebijakan untuk strategi yang akan datang?	
2.	Krisis Manajemen	Pra Krisis	23. Apa strategi perusahaan dalam mencegah terjadinya krisis?	Menjelaskan bagaimana perusahaan menghadapi krisis.
			24. Siapa yang menjadi ancaman bagi perusahaan?	
			25. Dimana bagian/divisi yang paling rawan terjadi krisis?	
			26. Apakah perusahaan membuat strategi untuk mempersiapkan apabila terjadi krisis?	
		Respon Krisis	27. Krisis apa yang pernah terjadi pada perusahaan?	Menjelaskan bagaimana perusahaan merespon keadaan krisis
			28. Apa yang menyebabkan krisis tersebut terjadi?	
			29. Apa yang perusahaan lakukan dalam merespon keadaan krisis?	
			30. Siapa pemangku kepentingan yang bisa memberikan dukungan pada perusahaan ketika terjadi krisis?	
			31. Bagian mana/sisi apa yang bisa ditonjolkan dari perusahaan ketika terjadi krisis?	
			32. Bagaimana perusahaan dalam menginstruksi pemberitaan di media dan masyarakat?	
		Pasca Krisis	33. Bagaimana perusahaan mengevaluasi keadaan pasca krisis?	Menjelaskan bagaimana perusahaan menyelesaikan keadaan krisis dan memperbaiki reputasi
			34. Bagaimanakah perusahaan memperbaiki reputasi setelah keadaan krisis?	

3	CSR	<i>Profit</i>	35. Apakah landasan dilakukannya CSR pada perusahaan ?	Menjelaskan bagaimana CSR yang dilakukan perusahaan berdasarkan keuntungan yang didapat
			36. Siapa yang menjadi sasaran CSR dan paling berpengaruh bagi perusahaan?	
			37. Kapan dilakukannya program CSR? Memiliki jadwal atau sesuai kondisi perusahaan?	
			38. Dari mana anggaran CSR tersebut didapat?	
			39. Bagaimana keuntungan yang didapat dari CSR bagi perusahaan?	
		<i>Planet</i>	40. Apakah perusahaan melakukan pengelolaan dampak lingkungan? (misalnya limbah)	Menjelaskan bagaimana perusahaan melakukan CSR yang berkaitan dengan kepentingan lingkungan yang berkelanjutan
			41. Siapa saja pemangku kepentingan lain yang berkontribusi dalam CSR?	
			42. Kapan dilakukannya program CSR yang berkaitan dengan lingkungan?	
			43. Bagaimana CSR yang dilakukan dapat mengontrol kerusakan lingkungan?	
		<i>People</i>	44. Apakah kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan sosial? (misalnya pelatihan keterampilan)	Menjelaskan bagaimana perusahaan melakukan CSR yang berkaitan dengan kepentingan pembangunan manusia
			45. Apa dampak program CSR tersebut bagi kondisi masyarakat?	
			46. Siapa sasaran perusahaan dalam melakukan CSR	

			mengenai kepentingan pembangunan manusia?	
			47. Mengapa program CSR mengenai kepentingan manusia perlu dilakukan perusahaan?	