

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan kualitatif yaitu metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2009, hlm. 465). Bogdan dan Taylor (1975, hlm. 5) berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati secara utuh. Sedangkan menurut Kirk dan Miller (1986, hlm. 9) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut.

Ciri-ciri penelitian kualitatif dijelaskan oleh Bogdan dan Biklen (1982, hlm. 27) sebagai berikut.

1. Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah situasi yang wajar atau *“natural setting”* dan peneliti merupakan instrumen kuncinya.
2. Riset kualitatif bersifat deskriptif.
3. Riset kualitatif lebih memerhatikan proses ketimbang hasil atau produk semata.
4. Periset kualitatif cenderung menganalisis data secara induktif.
5. Makna merupakan soal esensial bagi pendekatan kualitatif.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena ingin mengetahui masalah yang diteliti secara mendalam. Metode ini memungkinkan peneliti dapat menemui keadaan yang natural di lapangan, sehingga dapat mencari tahu lebih dalam mengenai topik penelitian. Penelitian ini juga mengharuskan peneliti untuk mencari tahu model komunikasi yang dilakukan perusahaan, sehingga tidak dapat diukur melalui metode kuantitatif, karena suatu model komunikasi memiliki tingkat

kedinamisan yang tinggi. Kemudian hasil penelitian akan di deskripsikan melalui tulisan sesuai dengan pengamatan yang telah dilaksanakan.

3.1.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang merupakan sebuah eksplorasi dari suatu sistem yang terikat dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang “kaya” dalam suatu konteks. Penelitian studi kasus mengkaji secara saksama mengenai kasus-kasus tertentu, mempelajari aspek individu, kelompok, dan suatu peristiwa khusus untuk menganalisa secara mendalam tentang subjek yang diteliti. (Creswell, 2009, hlm 90)

Kasus yang diteliti dalam penelitian ini adalah kemiskinan masyarakat di wilayah PT. Indonesia Power UPJP Kamojang, seperti tingginya angka pengangguran, kurang berkembangnya potensi usaha masyarakat, serta potensi lingkungan yang tidak dimanfaatkan. Isu-isu tersebut menjadi sebuah peluang untuk perusahaan dapat mengembangkan kewirausahaan di lingkungan masyarakat.

3.1.3 Strategi Penelitian

Sementara itu, strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *single case study* atau studi kasus tunggal yang menurut Daymon dan Hollowey (2011, hlm. 119) yaitu sebuah desain kasus yang memberikan kesempatan untuk melakukan eksplorasi yang mendalam dari fenomena tertentu. Minat peneliti selanjutnya diarahkan pada sejumlah hal kecil yang diselidiki secara mendalam pada satu titik dalam periode waktu yang lebih lama.

Melalui penelitian studi kasus dengan strategi *single case study*, penelitian ini akan memberikan gambaran secara lengkap dan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana model komunikasi perusahaan dalam program CSR wirausaha yang dijalankannya.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

3.2.1 Partisipan Penelitian

Partisipan yang berperan sebagai informan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan *purposive sample* (sampel berdasarkan tujuan). Menurut Tongco (2007, hlm. 147) *purposive sample* adalah pengambilan sampel berdasarkan kapasitas dan kapabilitas yang benar-benar paham di bidangnya sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti bisa memutuskan apa yang perlu diketahui orang dan menetapkan siapa saja yang menjadi informannya dengan mencari orang-orang yang bisa dan bersedia untuk memberikan informasi berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya. Metode purposif berarti peneliti mencari informan yang dapat memberikan informasi sebanyak-banyaknya pada hal yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dan tujuan penelitian. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian kualitatif, yaitu *informative richness*. (Patton, 2001, hlm. 67).

Berdasarkan kriteria di atas, maka informan yang mungkin dalam penelitian ini adalah General Manager, Manajer Administrasi, Supervisor Humas, dan staf Humas PT. Indonesia Power UPJP Kamojang. Informan untuk penelitian ini ditentukan berdasarkan kekayaan pengetahuan dan informasi yang dimiliki mengenai topik yang diteliti, yaitu CSR wirausaha. Berikut tabel indikator informan yang menjelaskan secara rinci alasan pemilihan informan.

Tabel 3.1 Indikator Informan

Informan	Reliabilitas
Budi Wibowo (General Manager)	Pimpinan yang memutuskan program CSR wirausaha di unit Kamojang dan mengikuti perkembangan program, serta merupakan sumber data yang paling mengetahui segala informasi mengenai perusahaan
Manajer Administrasi (Dedi Supriadi)	Pimpinan yang turut terlibat dalam pengambilan keputusan program CSR di unit Kamojang dan sering memantau jalannya program
Supervisor Humas (Heri Hermawan)	Salah satu yang terlibat dalam pengambilan keputusan CSR, dan bertugas sebagai pelaksana semua tahapan program; perencanaan, pemetaan sosial, pelaksanaan, pemantauan, evaluasi
Staf Humas	Memiliki banyak informasi mengenai CSR karena

(Yunara)	tugasnya sebagai pelaksana program CSR
----------	--

3.2.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah PT. Indonesia Power dengan berbagai program CSR yang dilaksanakannya. Pemilihan tempat dilatarbelakangi tingginya tuntutan untuk perusahaan melakukan tanggung jawab sosial di Indonesia, hingga diatur dalam UU No. 40 tahun 2007 Pasal 74 tentang keharusan Perseroan Terbatas melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. PT. Indonesia Power sedang dalam perkembangan yang sangat baik dalam meningkatkan reputasinya di mata publik melalui program CSR.

Selain itu, guna menjaga etika penelitian, peneliti sudah meminta izin publikasi penelitian. PT. Indonesia Power UPJP Kamojang sudah bersedia nama perusahaannya dipublikasikan dalam penelitian ini. Sejauh ini, perusahaan tidak merasa terganggu ataupun dirugikan dengan penelitian yang menyantumkan nama perusahaannya.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Adapun alasannya sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Lincoln dan Guba (1985, hlm. 39) tentang kelebihan peneliti sebagai instrumen, bahwa semua instrumen dapat berinteraksi dengan responden dan objek penelitian tetapi hanya instrumen manusia yang mampu menangkap dan mengevaluasi arti dari interaksi diferensial. Selanjutnya, manusia sebagai instrumen penelitian memiliki kelebihan yang dipaparkan sebagai berikut.

1. Ia akan bersikap responsif terhadap lingkungan dan pribadi-pribadi yang menciptakan lingkungan.
2. Dapat menyesuaikan diri dengan keadaan, dan situasi lapangan penelitian terutama jika ada kenyataan ganda.
3. Mampu melihat persoalan dalam suatu keadaan dalam konteks suasana, keadaan, dan perasaan.

4. Mampu memproses data secepatnya setelah diperolehnya, menyusunnya kembali, mengubah arah inkuiri sewaktu berada di lapangan, dan mengetes hipotesis tersebut pada responden.

Peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian, dapat menangkap makna yang dimaksudkan dari informasi para informan di PT. Indonesia Power UPJP Kamojang. Kemudian, peneliti mengolah data dan fakta yang di dapatkan dari informan untuk diimplementasikan ke dalam penelitian terkait CSR wirausaha ini.

3.4 Verifikasi Data

Penelitian kualitatif bisa menggunakan reliabilitas untuk memeriksa pola yang konsisten dari tema yang dibangun dari beberapa peneliti dalam sebuah tim. Mereka juga dapat mengeneralisasikan beberapa aspek dalam beberapa kasus dianalisis untuk kasus lain. Secara keseluruhan, reliabilitas dan generalisasi memainkan peran yang sangat sedikit dalam penelitian kualitatif. Validitas, di sisi lain, dipandang sebagai kekuatan dalam penelitian kualitatif, dan digunakan untuk menentukan apakah temuan yang akurat dari sudut pandang peneliti, peserta, atau pembaca akun. (Creswell, 2009, hlm. 226)

Dalam penelitian ini, peneliti akan menerapkan strategi triangulasi (*triangulate*) untuk memvalidasi data. Matriangulasi sumber-sumber data yang berbeda dengan memeriksa bukti-bukti yang berasal dari sumber-sumber tersebut dan menggunakannya untuk membangun justifikasi tema-tema secara koheren. Tema-tema yang dibangun berdasarkan sejumlah sumber data atau perspektif dari partisipan akan menambah validitas penelitian Creswell (2009, hlm. 226). Peneliti melakukan triangulasi terhadap beberapa pemangku kepentingan terkait, yaitu Ketua UKM Kamojang, Kepala Dusun Kamojang, serta staf Dinas Perindustrian dan Perdagangan, yang turut terlibat dalam program CSR wirausaha PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan komponen paling esensial dalam penelitian. Pengumpulan data sangatlah rumit dan sulit. O-Leary (2004, hlm. 150) menyebut pengumpulan data digunakan tergantung pada sasaran peneliti dan keuntungan serta kerugian masing-masing metode. Adapun Teknik pengumpulan data yang

Anita Pauziah Sujana, 2018

**MODEL KOMUNIKASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM MENGEOMBANGKAN
WIRAUSAHA SOSIAL: Studi Kasus di PT. Indonesia Power UPJP Kamojang**
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi.

a. Wawancara

Pengumpulan data melalui teknik wawancara digunakan untuk memperoleh data terarah dalam diskusi antara indorman dan peneliti. Wawancara digunakan untuk memperoleh data primer dalam hal ini yaitu terkait strategi komunikasi perusahaan dalam melaksanakan program CSR. Menurut Creswell (2009, hlm. 90) wawancara dalam penelitian kualitatif perlu mempertimbangkan bagaimana interaksi antara pewawancara dan informan pewawancara harus mampu menciptakan suasana yang tidak menegangkan. Pewawancara juga harus mempertimbangkan apakah informan mau mengeluarkan suara mereka dan konsekuensi yang didapatkan antar pewawancara dan informan.

Peneliti melakukan dua teknik wawancara, yaitu dalam keadaan formal dan informal. Wawancara formal dilakukan secara empat mata antara peneliti dengan setiap informan, sedangkan wawancara informal dilakukan ketika peneliti turut serta dalam setiap kegiatan terkait CSR, seperti pada FGD, rapat, atau pendampingan antara perusahaan dengan pemangku kepentingan.

Tabel 3.2 Teknik Wawancara

Teknik Wawancara	Informan Penelitian	Waktu Pelaksanaan	Setting Wawancara
Formal	General Manager	1x wawancara pada bulan Mei 2018	Wawancara dilakukan di Mess Indonesia Power di Jalan Patriot Garut
	Manajer Administrasi	2x wawancara pada bulan Mei 2018	Wawancara dilakukan di Gedung Integrasi PT. Indonesia Power Kamojang
	Supervisor Humas		Wawancara dilakukan di ruangan Humas PT. Indonesia Power Kamojang
	Staf Humas		Wawancara dilakukan di ruang serbaguna <i>basecamp</i> Kamojang
	Ketua UKM Kamojang		
	Kepala Dusun Kamojang		
	Staf Disperindag	2x wawancara pada bulan Mei dan Juni 2018	Wawancara dilakukan di Disperindag Kab. Bandung di Soreang
Informal	Supervisor Humas	Dilakukan mulai dari Januari	Selama mengikuti kegiatan Humas seperti FGD, rapat,

	Staf Humas	hingga Juni 2018, ketika penulis menjadi mahasiswa magang di perusahaan	kunjungan, dan pendampingan.
	Ketua UKM Kamojang		Wawancara informal ketika melakukan pendampingan bersama perusahaan ke tempat produksi milik UKM

b. Observasi Partisipatif

Observasi partisipatif merupakan teknik pengumpulan data di mana peneliti lebih memungkinkan mengamati kondisi objek dalam situasi riil tanpa dikontrol atau diatur secara sistematis. Peneliti juga harus mampu terlibat langsung dan mengamati segala kegiatan di lokasi. Melihat dan mengamati sendiri semua kegiatan yang berlangsung sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan memungkinkan situasi rumit (Creswell, 2009, hlm. 181).

Penelitian ini memungkinkan peneliti melakukan observasi, karena peneliti merupakan peserta magang di PT. Indonesia Power UPJP Kamojang selama kurang lebih 2 bulan. Peneliti terlibat dalam berbagai kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan program CSR wirausaha sejak bulan Januari 2018 hingga Juni 2018. Selama keterlibatan tersebut, peneliti berusaha untuk mengumpulkan data yang berasal dari kondisi natural, sesuai dengan apa yang ditemui di lapangan.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dikatakan oleh Daymon dan Hollowey (2011, hlm. 277) merupakan data yang terdiri dari kata-kata dan gambar serta tertulis, dicetak, visual, multimedia dan bentuk digital. Dokumen yang dimaksud merupakan dokumen komunikasi sosial yang diciptakan oleh individu atau organisasi untuk konsumsi pribadi atau umum seperti *press release*, laporan kegiatan yang pernah dilakukan objek penelitian, kliping media, dan foto. Sebagai sumber data, mereka juga menggambarkan proses bagaimana individu dan organisasi mempublikasikan dan membenarkan diri yang dianggap penting.

Berikut adalah data yang dibutuhkan peneliti untuk mendukung pencarian data dan fakta beserta sumber data yang diambil dari perusahaan terkait, yaitu PT. Indonesia Power beserta cara yang dilakukan untuk mendapatkan data dan fakta yang dibutuhkan tersebut.

Anita Pauziah Sujana, 2018

MODEL KOMUNIKASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM MENGEOMBANGKAN

WIRAUSAHA SOSIAL: Studi Kasus di PT. Indonesia Power UPJP Kamojang

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 3.3 Sumber Data

Rumusan Masalah	Data	Sumber Data	Cara
CSR perusahaan dalam tahap kepemimpinan dan komitmen	- Menganalisis isu dan lingkungan - Analisis SWOT	- General Manager - Manajer - Supervisor - Humas - Staff Divisi - Humas - Ketua UKM - Dinas	- Wawancara Mendalam - Observasi
CSR perusahaan dalam tahap keterlibatan pemangku kepentingan	- Mendiskusikan program, tujuan, tindakan, dan strategi komunikasi	Perindustrian dan Perdagangan	
CSR perusahaan dalam tahap kebijakan dan struktur organisasi	- Mengkomunikasi -kan pesan - Menjalankan program		
CSR perusahaan dalam tahap pelaksanaan, pemantauan, dan tindakan korektif	- Evaluasi keberhasilan program		

3.6 Penyusunan Alat Pengumpulan Data

Peneliti menentukan kisi-kisi penelitian mengenai penjabaran dari tujuan penelitian yang diuraikan dalam pertanyaan penelitian. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif, wawancara, serta dokumentasi kepada pihak yang dapat memberikan informasi dan data penelitian, yaitu internal perusahaan dan beberapa pemangku kepentingan. Pedoman wawancara digunakan peneliti untuk melakukan wawancara kepada informan. Pedoman wawancara disusun agar proses wawancara berjalan terarah dan fokus, karena di dalamnya terdapat indikator dari rumusan masalah yang berfungsi memberikan batasan

mengenai pertanyaan yang ditanyakan. Berikut daftar pertanyaan penelitian yang disusun.

Tabel 3.4 Pertanyaan Penelitian

Kategorisasi	Kata Kunci	Pertanyaan	Hasil yang Diharapkan
Kepemimpinan dan Komitmen (Kakabadse, et al, 2009, hlm. 52)	Keputusan CSR	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siapa yang memutuskan program CSR wirausaha? (ex: pusat) 2. Mengapa perusahaan memutuskan program CSR wirausaha? 3. Bagaimana kesadaran pimpinan dalam keputusan program CSR wirausaha? 4. Apakah tujuan yang dipahami dalam keputusan program CSR wirausaha? 5. CSR sering dianggap sebagai kewajiban untuk bertindak, bagaimana pemahaman 	Dapat menjelaskan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam tahap kepemimpinan dan komitmen.

		pimpinan terhadap hal tersebut? (tujuan etika, hukum, ekonomi, filantropi)	
Adopsi CSR		<p>6. Bagaimana perusahaan melihat keuntungan dan kerugian program CSR wirausaha? (mencegah konflik, ketergantungan komunitas)</p> <p>7. Bagaimana perusahaan menghadapi kerugian tersebut?</p> <p>8. Apakah ada kendala dari internal dalam mengadopsi CSR?</p> <p>9. Apakah anda yakin program CSR wirausaha yang di buat perusahaan sudah tepat sasaran?</p>	

	<p>10. Bagaimana cara anda mempersuasi pimpinan/<i>top management</i> mengenai program CSR wirausaha?</p> <p>11. Apa hambatan dalam mempersuasi staf dan pimpinan?</p> <p>12. CSR dianggap sebagai simbol sinterklas, bagaimana perusahaan meyakinkan bahwa program CSR itu bukan simbol tetapi tindakan nyata?</p>	
Komitmen CSR	<p>13. Apakah program CSR wirausaha ini akan menjadi program yang berkelanjutan?</p> <p>14. Jika ya, mengapa program CSR wirausaha</p>	

		<p>menjadi salah satu program yang dipertahankan?</p> <p>15. Bagaimana komitmen pimpinan terhadap program CSR wirausaha, melihat CSR bersifat jangka panjang?</p> <p>16. Bagaimana komitmen humas dalam program CSR wirausaha?</p>	
Keterlibatan pemangku kepentingan (Idowu, 2013, hlm. 3)	Tujuan	<p>17. Apa tujuan melibatkan pemangku kepentingan dalam program CSR wirausaha?</p> <p>18. Apa kontribusi pemangku kepentingan dalam program CSR wirausaha?</p> <p>19. Apa hambatan dalam melibatkan pemangku</p>	Dapat menjelaskan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam tahap keterlibatan pemangku kepentingan.

		<p>kepentingan pada program CSR wirausaha?</p> <p>20. Bagaimana solusi untuk mengatasi hambatan tersebut?</p>	
Ruang Lingkup		<p>21. Pendekatan seperti apa yang dilakukan untuk memperkenalkan program wirausaha sosial kepada pemangku kepentingan?</p> <p>22. Apa saja yang di komunikasikan dengan pemangku kepentingan mengenai program CSR wirausaha?</p> <p>23. Bagaimana respon pemangku kepentingan terhadap program CSR wirausaha yang di buat?</p>	

		<p>24. Apakah ada timbal balik dari pemangku kepentingan untuk program CSR wirausaha?</p> <p>25. Seperti apa bentuk timbal balik yang diberikan pemangku kepentingan?</p>	
Pemangku kepentingan		<p>26. Siapa saja pemangku kepentingan yang di yakinkan mengenai program CSR wirausaha sosial ini?</p> <p>27. Apakah pemangku kepentingan sasaran tertarik dengan program CSR wirausaha?</p> <p>28. Jika ya, menurut anda apa yang membuatnya merespon baik program CSR</p>	

		<p>wirausaha?</p> <p>29. Siapa saja yang diperbolehkan untuk ikut melaksanakan program CSR wirausaha sosial?</p> <p>30. Bagian apa saja yang akan dikehendaki untuk diurus oleh pihak eksternal? (masyarakat/ pemerintah/ sosial ekonomi komunitas)</p>	
Kebijakan dan Struktur Organisasi (Jonker dan de Witte, 2006, hlm. 20)	Identifikasi Masalah	<p>31. Isu apa yang melandasi perusahaan membuat program CSR wirausaha?</p> <p>32. Mengapa perusahaan tertarik untuk membuat program CSR wirausaha?</p> <p>33. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk</p>	Dapat menjelaskan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam tahap kebijakan dan struktur organisasi.

		<p>menganalisa masalah yang terjadi di masyarakat?</p> <p>34. Apakah pemangku kepentingan sasaran bertindak kooperatif untuk program CSR wirausaha sosial tersebut?</p>	
Perencanaan dan Prosedur		<p>35. Apa saja yang di lakukan perusahaan dalam perencanaan program CSR wirausaha?</p> <p>36. Apa hambatan dalam perencanaan program CSR wirausaha?</p> <p>37. Siapa saja yang terlibat dalam proses perencanaan tersebut?</p> <p>38. Siapa target yang di harapkan dalam program CSR wirausaha?</p>	

		<p>39. Di mana sasaran yang dituju dalam program CSR wirausaha?</p> <p>40. Berapa anggaran yang direncanakan untuk program CSR wirausaha?</p>	
Pelaksanaan, Pemantauan, dan Tindakan Korektif (Rana dan Misra, 2010, hlm. 59)	Pengembangan kebijakan CSR	<p>41. Bagaimana pelaksanaan pengembangan kebijakan dalam program CSR wirausaha?</p> <p>42. Apa hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan program CSR wirausaha?</p> <p>43. Bagaimana solusi untuk menyelesaikannya?</p> <p>44. Siapa saja yang turut melaksanakan program CSR wirausaha?</p> <p>45. Siapa yang di</p>	Dapat menjelaskan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam tahap pelaksanaan, pemantauan, dan tindakan korektif.

		<p>libatkan dalam pelaksanaan program CSR wirausaha?</p> <p>46. Bagaimana cara mengkomunikasikan pelaksanaan program CSR wirausaha kepada target?</p> <p>47. Di mana saja sasaran program CSR wirausaha yang dikehendaki?</p> <p>48. Kenapa menyasar daerah tersebut? Apa pertimbangannya?</p> <p>49. Apakah ada daerah lain yang iri karena tidak mendapat bantuan program CSR wirausaha?</p> <p>50. Bagaimana respon perusahaan menanggapi hal tersebut?</p>	
--	--	--	--

Keterbukaan dan Laporan	<p>51. Apakah program CSR wirausaha ini berhasil mencapai tujuan yang di rencanakan?</p> <p>52. Jika ya, indikator apa yang menentukan program CSR wirausaha ini berhasil?</p> <p>53. Apakah program CSR wirausaha ini mendapat penghargaan?</p> <p>54. Jika ya, penghargaan apa saja yang di dapatkan?</p> <p>55. Apakah anggaran biaya sudah sesuai dengan kebutuhan saat pelaksanaan?</p> <p>56. Apa ada transparansi yang dibuat agar <i>pemangku</i></p>	
-------------------------	---	--

		<p><i>kepentingan mengetahui anggaran biaya?</i></p> <p>57. Apakah ada laporan khusus yang dibuat setiap pelaksanaan CSR wirausaha?</p> <p>58. Jika ada, seperti apa bentuk laporan yang diberikan?</p> <p>59. Kapan laporan tersebut diberikan kepada publik yang bersangkutan?</p> <p>60. Bagaimana evaluasi yang dilakukan pada setiap program CSR wirausaha?</p> <p>61. Apakah ada jadwal rutin untuk mengevaluasi setiap program?</p> <p>62. Bagaimana langkah selanjutnya untuk program</p>	
--	--	---	--

		<p>berikutnya dengan hasil evaluasi yang sudah di dapatkan?</p> <p>63. Bagaimana upaya perusahaan untuk meningkatkan kualitas program?</p>	
Verifikasi Independen		<p>64. Apakah perusahaan memberi kesempatan untuk pihak eksternal (masyarakat/ pemerintah) memberi masukan untuk program CSR wirausaha?</p> <p>65. Jika ya, kapan biasanya kritik atau saran tersebut diberikan untuk perusahaan?</p> <p>66. Bagaimana cara perusahaan menanggapi setiap kritik atau</p>	

		<p>saran yang diberikan untuk program CSR wirausaha?</p> <p>67. Apakah CSR wirausaha sudah mendapatkan ISO 26000?</p> <p>68. Jika belum, apakah perusahaan tau manfaat dari ISO 26000?</p> <p>69. Jika sudah, bagaimana cara mendapatkan ISO 26000 tersebut?</p>	
--	--	--	--

3.7 Kriteria dan Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan (*trustworthiness*) data, diperlukan teknik pemeriksaan untuk menguji data tersebut. Pemeriksaan ini didasarkan pada sejumlah kriteria, yaitu yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*) (Moleong, 2012, hlm. 324). Hasil penelitian kemudian diuji untuk dilihat sejauh mana kebenaran penelitiannya, serta kesesuaian hasil dengan keaslian data di lapangan.

a. Derajat Kepercayaan (*Credibility*)

Kriteria *credibility* yaitu menguji sejauh mana proses dan hasil penelitian dapat diterima atau dipercaya. Beberapa kriteria dalam untuk menguji kredibilitas dalam penelitian ini adalah melalui, observasi dan wawancara.

b. Keteralihan (*Transferability*)

Keteralihan sebagai persoalan empiris bergantung pada kesamaan antara konteks pengirim dan penerima. Untuk melakukan pengalihan tersebut, seorang peneliti hendaknya mencari dan mengumpulkan kejadian empiris tentang kesamaan konteks. Dengan demikian kriteria ini menguji yaitu sejauh mana hasil penelitian ini dapat diterapkan pada situasi yang lain.

c. Kebergantungan (*Dependability*)

Kriteria kebergantungan yaitu menguji sejauh mana hasil penelitian mengacu pada tingkat konsistensi peneliti dalam mengumpulkan data, membentuk, dan menggunakan konsep-konsep ketika membuat interpretasi untuk menarik kesimpulan.

d. Kepastian (*Confirmability*)

Kriteria kepastian yaitu menguji sejauh mana hasil penelitian ini dapat dibuktikan kebenarannya, di mana hasil penelitian sesuai dengan data yang dikumpulkan dan dicantumkan dalam laporan lapangan.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif adalah dengan mengkategorikan data hasil penelitian yang diperoleh melalui hasil wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pemahaman peneliti maupun orang lain. Terdapat beberapa tahapan dalam menganalisis data, di antaranya: (Creswell, 2009, hlm. 156)

- a. Membuat dan mengatur kategori berdasarkan data yang ada.
- b. Membaca teks, membuat catatan margin dan membentuk kode awal sebelum memulai penelitian.
- c. Mengumpulkan beberapa kategori untuk membangun tema-tema atau pola.
- d. Menggunakan interpretasi secara langsung.
- e. Menggambarkan kasus dan konteksnya secara jelas.
- f. Menampilkan gambaran kasus secara mendalam dalam bentuk narasi, tabel, dan angka.
- g. Mengembangkan generalisasi naturalistik melalui analisa data.

Peneliti mengolah hasil penelitian dengan mengacu pada tahapan-tahapan di atas. Hasil penelitian dikategorikan berdasarkan model komunikasi CSR yang diadopsi pada penelitian ini, kemudian dinarasikan untuk menggambarkan isu yang diteliti secara mendalam.