

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini pelaksanaan program *corporate social responsibility* sudah menjadi suatu kebutuhan di berbagai institusi. Didalam ISO 26000 disebutkan definisi CSR adalah Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan.

Salah satu instansi yang berkewajiban melaksanakan CSR adalah Rumah Sakit. Dasar hukum diwajibkannya rumah sakit melakukan CSR tertuang dalam Undang Undang Nomor 44 Tahun 2009 tentang Rumah Sakit. Dalam Pasal 29 Ayat 1 Huruf F disebutkan bahwa setiap rumah sakit mempunyai kewajiban untuk melaksanakan fungsi sosial antara lain dengan memberikan fasilitas pelayanan pasien tidak mampu/miskin, pelayanan gawat darurat tanpa uang muka, ambulan gratis, pelayanan korban bencana dan kejadian luar biasa, atau bakti sosial bagi misi kemanusiaan. Rumah sakit adalah instansi yang bergerak pada layanan kesehatan, maka program-program CSR rumah sakit biasanya juga hanya bersifat karitatif seperti pengobatan ringan gratis, operasi gratis bibir sumbing, circumsisi, operasi mata katarak gratis sampai dengan pelayanan ambulan gratis. Tidak menutup kemungkinan program-program CSR yang dilaksanakan juga tidak berkaitan secara langsung dengan kesehatan dan bukan program yang bersifat karitatif seperti kegiatan

pendampingan desa, kegiatan pendampingan kelompok dan pemberdayaan masyarakat.

Seperti yang dilakukan oleh Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Menurut hasil wawancara peneliti dengan Ibu Laili Nailulmuna selaku Kepala Bagian Humas Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta Pada Tanggal 2 November 2017.

Kita itu kenapa harus mempunyai (Program) Bina Desa dan Pendampingan Pengabdian Masyarakat adalah kita ingin membuat citra berbeda dengan yang lain, artinya bentuk pendekatannya dengan masyarakat sentuhannya akan berbeda. Karena kita punya visi dan misi, karena kita bergerak di bidang kesehatan, maka kita tidak ingin hanya berbagi di bidang kesehatan saja, tetapi pembinaan yang lebih menyeluruh (Ibu Laili, Wawancara 2 November 2017)

Dari wawancara tersebut ditemukan alasan mengapa Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta melaksanakan program CSR Pendampingan Pengabdian Masyarakat adalah bukan program yang bersifat karitatif saja, namun benar-benar kesadaran untuk pembinaan masyarakat yang lebih menyeluruh.

Pada tahun 2016, 2017 dan tahun 2018 RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta memilih kawasan prostitusi di Giwangan Umbulharjo Yogyakarta untuk melaksanakan program pendampingan pengabdian masyarakat. Dalam wawancara juga dijelaskan alasan mengapa memilih tempat tersebut untuk dilaksanakan program, yaitu untuk membangun keterampilan masyarakat agar meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat serta pembinaan karakter agar terhindar dari jerat prostitusi. Pada periode tahun 2016 – 2017 program-program yang dijalankan adalah program-program yang bersifat pendekatan

dan perkenalan kepada masyarakat. Tahun 2018 inilah program CSR Pendampingan Pengabdian Masyarakat di Giwangan Umbulharjo Yogyakarta oleh RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta dilaksanakan dengan lebih mendalam dan sudah mulai dirancang masuk menyinggung materi kesehatan dan penyakit menular seksual (PMS). Saat ini program pendampingan pengabdian masyarakat periode tahun 2018 sudah dinyatakan selesai walaupun monitoring keberlanjutannya secara mandiri di masyarakat masih dilakukan oleh rumah sakit. Didalam melaksanakan program ini, RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta menggandeng berbagai *stakeholders*, yakni adalah Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan masyarakat dusun Sanggrahan Pemukti Giwangan Umbulharjo, Yogyakarta.

Penelitian terdahulu mengenai evaluasi program CSR menggunakan teori PII telah diteliti oleh Dhea Maurita Wijksono, Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang berjudul Evaluasi Program Community Relations PT Coca Cola Bottling East Java Indonesia (Studi Evaluatif *Preparation, Implementation, Impact* (PII) Model tentang Program Desa Mandiri Lestari di Desa Kepulungan Gempol). Berbeda dengan penelitian Dhea yang meneliti CSR dari perusahaan atau lembaga yang berorientasi profit, penelitian ini akan dilaksanakan pada lembaga yang bermisi sosial dan berorientasi non profit yaitu program CSR Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta di kawasan prostitusi Giwangan Umbulharjo Yogyakarta.

Penelitian terdahulu kedua yang menggunakan model evaluasi PII dilaksanakan oleh Emillya Johari, mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang berjudul Audit Komunikasi Program Kampanye “*Earth Hour*” *World Wildlife For Nature* Indonesia. Berbeda dengan penelitian Emillya yang meneliti evaluasi program kampanye, penelitian kali ini akan dilakukan pada program pendampingan dengan bermacam-macam kegiatan bukan program kampanye saja.

Berdasarkan latar belakang diatas, CSR Pendampingan Pengabdian Masyarakat milik RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta menjadi hal yang menarik untuk dikaji. Penelitian ini akan menggunakan model evaluasi *Preparation, Implementation, Impact* (PII) karena model ini mempunyai pertanyaan-pertanyaan spesifik yang muncul dari setiap langkah. Jawaban dari setiap pertanyaan tersebut memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan menambah informasi sehingga mengefektifkan evaluasi. Peneliti ingin meneliti bagaimana evaluasi program CSR Pengabdian Pendampingan Masyarakat yang dilaksanakan oleh RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta di Giwangan Umbulharjo Yogyakarta pada periode tahun 2018.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana evaluasi pada program *corporate social responsibility* pendampingan masyarakat Rumah Sakit PKU Muhammadiyah

Yogyakarta di kawasan prostitusi Giwangan Umbulharjo Yogyakarta periode tahun 2018?

2. Siapa saja *stakeholders* yang dilibatkan dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pendampingan pengabdian masyarakat Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta pada kawasan prostitusi Giwangan Umbulharjo Yogyakarta periode tahun 2018?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana evaluasi pada program *corporate social responsibility* pendampingan masyarakat Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta pada kawasan prostitusi di Giwangan Umbulharjo Yogyakarta periode tahun 2018?
2. Mengetahui siapa saja *stakeholders* yang dilibatkan dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pendampingan masyarakat Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta pada kawasan prostitusi di Giwangan Umbulharjo Yogyakarta periode tahun 2018?

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi semua pihak. Adapun manfaat penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi model dan bahan acuan bagi penelitian evaluasi program *CSR* maupun kajian *public relations* dimasa yang akan datang.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkaya kajian *public relations*, terutama mengenai evaluasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi model dan bahan acuan, sehingga memberikan wawasan dan pengetahuan yang lebih luas tentang studi kajian kehumasan terlebih mengenai evaluasi program *CSR*.
 - b. Bagi Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta

Hasil penelitian ini bisa menjadi gambaran nyata dan menjadi bahan pertimbangan bagi rumah sakit dalam evaluasi program *CSR* pendampingan pengabdian masyarakat.

E. Landasan Teori

1. *Corporate Social responsibility (CSR)*
 - a. Definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Definisi *Corporate Social Responsibility* dalam ISO 26000 yakni “*Responsibility of organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent*

and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship.”

Terjemahan bebasnya: Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan; sejalan dengan hukum yang ditetapkan dengan norma norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

(http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/ISO_DIS_26000_Guidance_on_Social_Responsibility.pdf?nodeid=8385026&vernum=0, diakses pada 24 Desember 2017)

Menurut Widjaja & Yeremia dalam Marnelly (2012 : 51) CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (*stake-holders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut. pengertian tersebut sama dengan

tanggungjawab sosial dan lingkungan, yaitu merupakan komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan. Guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

World Business Council for sustainable Development mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan memerhatikan para karyawan dan keluarganya, masyarakat sekitar serta *public* pada umumnya guna meningkatkan kualitas hidup mereka (Marnelly, 2012 : 51).

b. Komponen *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Carroll dalam Lindawati dan Puspita (2015 : 169), menjelaskan komponen – komponen tanggungjawab sosial perusahaan ke dalam empat kategori yaitu :

1) *Economic Responsibilities*

Economic responsibilities adalah tanggung jawab perusahaan dalam aspek ekonomi yang berarti keberadaan perusahaan berdasarkan pada tujuan untuk menjaga keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang dan meningkatkan kesejahteraan bagi para pemegang saham. Selain itu, perusahaan juga bertanggung jawab kepada kreditur sebagai salah satu pihak yang membantu perusahaan dalam pendanaan

untuk menjamin bahwa perusahaan dapat mengembalikan pinjaman beserta bunganya. Tanggung jawab sosial perusahaan dalam aspek ekonomi mendominasi pelaksanaan tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder*. Hal ini dikarenakan tanggung jawab ekonomi merupakan prasyarat untuk dapat melaksanakan tanggung jawab yang lain seperti tanggung jawab legal, etis, dan kemitraan.

2) *Legal Responsibilities*

Legal Responsibilities adalah kewajiban perusahaan untuk memenuhi peraturan yang berlaku dan operasional perusahaan dilakukan sesuai dengan kaidah peraturan perundang – undangan.

3) *Ethical Responsibilities*

Ethical responsibilities merupakan kewajiban untuk menyesuaikan aktivitas operasional yang dilakukan dengan norma sosial dan etika yang berlaku, dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan hendaknya tidak hanya patuh pada peraturan yang berlaku.

4) *Philanthropic Responsibilities*

Philanthropic responsibilities yaitu perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham tetapi juga kepada masyarakat dan lingkungan fisik sekitar perusahaan. Perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya berupa

pemberian sejumlah fasilitas dan dana, namun juga untuk memupuk kemandirian masyarakat sekitar melalui perbaikan secara mikro dan makro sosial terhadap masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi. Perusahaan merupakan pihak yang memperoleh keuntungan dari adanya pemanfaatan terhadap suatu sumber daya, sedangkan masyarakat merupakan pihak yang menanggung akibat negatif yang akan timbul dari pemanfaatan sumber daya tersebut”.

c. Jenis- jenis program *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Kotler dan Lee dalam Roza (2014 : 410 - 414) menyebutkan enam kategori program CSR. Pemilihan program alternatif CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan akan sangat bergantung kepada tujuan pelaksanaan CSR yang ingin dicapai perusahaan. Keenam jenis program CSR tersebut adalah

1) *Cause Promotions*

Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.

2) *Cause Related Marketing*

Dalam program ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan social berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, serta untuk aktivitas derma.

3) *Corporate Social Marketing*

Dalam program ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye CSM ini lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan beberapa isu yakni isu-isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan/kerugian, lingkungan serta keterlibatan masyarakat.

4) *Corporate Philantropy*

Dalam program ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan atau pelayanan secara Cuma-Cuma. *Corporate philantropy* biasanya berkaitan

dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan.

5) *Community Volunteering*

Dalam program ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang *franchise* atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6) *Socially Responsible Business Practice (Community Development)*

Dalam program ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup. Komunitas dalam hal ini mencakup karyawan perusahaan, pemasok, distributor, serta organisasi-organisasi nirlaba yang menjadi mitra perusahaan serta masyarakat secara umum. Sedangkan yang dimaksud kesejahteraan mencakup didalamnya aspek-aspek kesehatan, keselamatan serta pemenuhan kebutuhan psikologis dan emosional.

d. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Untung dalam Mardikanto (2014:136) manfaat CSR bagi perusahaan yaitu:

- 1) mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- 2) mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- 3) mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- 4) melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- 5) membuka peluang pasar yang lebih luas.
- 6) mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- 7) memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- 8) memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 9) meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- 10) peluang mendapatkan penghargaan.

e. Prinsip – prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Crowther David dalam Ismayanti (2015 : 8) menguraikan prinsip-prinsip *corporate social responsibility* menjadi tiga, yaitu:

1) *Sustainability*

Prinsip *sustainability* berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitasnya, tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa mendatang dan kemampuan generasi mendatang.

2) *Accountability*

Prinsip *accountability* merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas diperlukan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.

3) *Transparency*

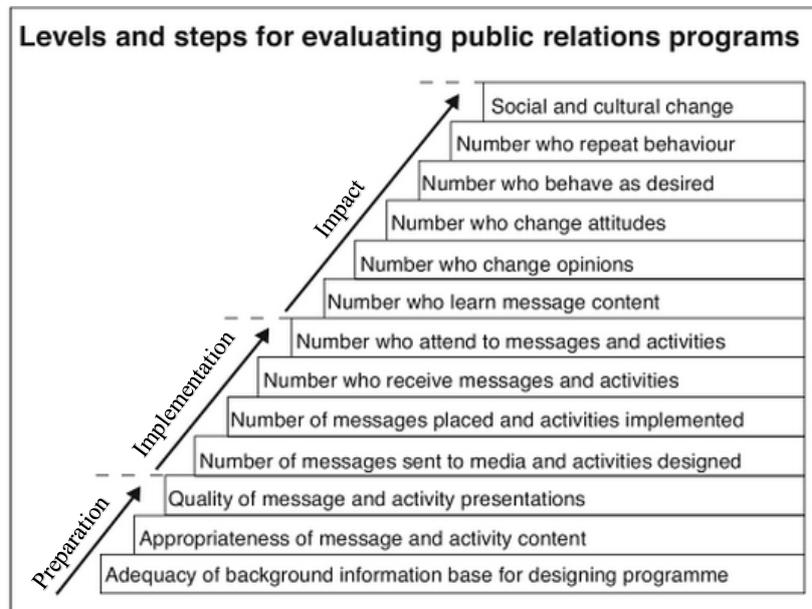
Prinsip *transparency* merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi berhubungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.

2. Teori Evaluasi *Preparation, Implementation, Impact* (PII)

a. Pengertian Model Riset PII

Dalam Sulistyaningtyas (2010 : 180) Nama model ini diambil dari tiga tingkatan dalam melaksanakan riset, yaitu *preparation, implementation and impact*. Model ini memiliki beberapa pertanyaan-pertanyaan spesifik yang muncul dalam setiap langkah. Jawaban dari setiap pertanyaan tersebut memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan menambah informasi sehingga mengefektifkan evaluasi. Pada intinya, menurut Noble dan Watson, tiap tahapan dalam model PII mempunyai peranan masing-masing dalam hasil akhir evaluasi. Kelebihan dari PII Model adalah pembedaan antara output dengan outcomes (dampak). Cutlip (2006 : 419) menggambarkan teori PII sebagai berikut:

Gambar 1 : Tahapan Evaluasi PII



Sumber : Cutlip (2006:419)

b. *Preparation* (Persiapan)

Langkah awal evaluasi program dalam teori PII adalah tahap persiapan (*preparation*). Pada tahap ini ada tiga tingkatan yang meliputi bagaimana kecukupan informasi latar belakang untuk desain program, bagaimana ketepatan pesan dan isi aktivitas, dan bagaimana kualitas pesan dan presentasi aktivitas Cutlip (2006 : 419). Penjelasan masing masing tingkatan dalam tahap persiapan adalah:

- 1) Kecukupan Informasi latar belakang untuk desain program.

Dalam Cutlip (2006:420) menyebutkan bagian dari evaluasi ini menilai kecukupan pengumpulan informasi dan penelitian dalam fase persiapan dari proses evaluasi. Tahap

perencanaan ini dipaparkan berdasarkan latar belakang mengenai informasi yang telah didapatkan sebelumnya, dengan penentuan target sasaran dan penjabaran krisis atau permasalahan yang ada berdasarkan riset.

2) Ketepatan Pesan dan Isi Aktivitas.

Didalam fase evaluasi ini membutuhkan *review* atas seberapa bagus program sesuai dengan tuntutan situasi. Dicontohkan dalam Cutlip (2006:420), apakah isi program sesuai dengan *problem*, sasaran dan media? Apakah komunikasinya akurat, tepat waktu dan tepat sasaran untuk publik yang menjadi target? Pada tahap ini lebih mengarah berdasarkan tujuan dan perencanaan program, ketepatan program, target sasaran.

3) Kualitas Pesan dan Presentasi Aktivitas.

Pada fase terakhir dalam tahap persiapan ini yaitu menilai kualitas pesan dan presentasi aktivitas. Penilaian pada tahap ini mempertimbangkan kualitas kinerja profesional berdasarkan mengenai pandangan para praktisi tentang teknik apa saja yang dianggap baik atau buruk dalam menjalankan program.

c. *Implementation* (Pelaksanaan)

Tahap kedua model evaluasi PII adalah evaluasi terhadap pelaksanaan program. Pada tahap ini memiliki empat tahapan

penilaian, yang pertama yakni melihat jumlah pesan yang dikirim di media dan aktivitas yang didesain, jumlah pesan yang ditempatkan dan aktivitas yang diimplementasikan, jumlah orang yang menerima pesan dan aktivitas, jumlah orang yang memerhatikan pesan dan aktivitas. Penjelasan masing masing fase dalam tahap pelaksanaan adalah:

- 1) Adakah pesan yang dikirim ke media dan aktivitas yang didesain.

Dalam fase ini yaitu dengan melihat pesan yang dikirimkan ke media dan aktivitas yang didesain. Pada fase ini menunjukkan dokumentasi langsung terhadap berapa banyak publikasi dan pengumuman kepada masyarakat yang telah dihasilkan dan telah didistribusikan

- 2) Adakah pesan yang ditempatkan dan aktivitas yang diimplementasikan.

Maksud dari jumlah pesan yang ditempatkan yaitu menunjukkan secara detail dimana pelaksanaan program tersebut sedangkan aktivitas yang diimplementasikan yaitu penjabaran rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan selama periode program tersebut.

- 3) Adakah orang yang menerima pesan dan aktivitas.

Dalam Cutlip (2006 : 425-426) pada fase ini adalah menentukan berapa banyak dalam publik sasaran yang

menerima pesan, yakni jumlah orang yang mungkin menerima pesan program. Dalam fase ini juga dibedakan antara audien penerima (*delivered audience*) dan audien efektif (*effective audience*).

4) Adakah orang yang memerhatikan pesan dan aktivitas.

Fase ini merupakan fase terakhir dalam tahap implementasi. Dalam Cutlip (2006 : 426) jumlah orang yang memerhatikan pesan bisa dilakukan dengan studi pembaca, pendengar, dan pemirsa. Untuk penilaian tahap ini dinilai dengan melihat berapa banyak jumlah audiens yang memerhatikan dan mengetahui pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya.

d. *Impact* (Dampak)

Tahap terakhir dalam model evaluasi PII yaitu tahap penilaian dampak terhadap program. Dalam tahap ini ada enam tingkatan yakni, mengetahui jumlah orang yang memahami isi pesan, jumlah orang yang mengubah opini, jumlah orang yang mengubah sikap, jumlah orang yang berbuat sesuai yang diharapkan, jumlah orang yang mengulangi perilaku, dan pada tingkatan paling puncak yaitu perubahan kultural dan sosial. Penjabaran untuk setiap fasenya adalah sebagai berikut:

1) Adakah orang yang memahami isi pesan

Dalam Cutlip (2006 : 430) fase ini digunakan untuk mengukur berapa banyak yang memerhatikan pesan. Kebanyakan program berusaha mengkomunikasikan informasi untuk menaikkan pengetahuan, kesadaran dan pemahaman di kalangan publik sasaran internal dan eksternal. Beberapa metode yang bisa dilakukan untuk memperoleh informasi ini yaitu dengan wawancara kepada penerima manfaat program ataupun dengan survey kepada penerima manfaat program.

2) Adakah orang yang mengubah opini

Fase kedua dari tahap penilaian dampak yaitu mengukur jumlah orang yang mengubah opini. dalam Cutlip (2006 : 430-431) cara untuk mengetahui perubahan opini juga bisa dilakukan dengan cara survey seperti halnya mengetahui jumlah orang yang memahami pesan, akan tetapi harus dibedakan pertanyaannya antara orang yang memahami pesan dan juga orang yang mengubah opini.

3) Adakah orang yang mengubah sikap

Dalam Cutlip (2006 : 431) jumlah orang yang merubah sikapnya adalah dampak program yang lebih tinggi. Sikap sulit berubah dalam waktu yang singkat. Sikap berasal dari pengalaman dan penguatan sepanjang hidup, sehingga biasanya dibutuhkan banyak waktu dan tenaga untuk mengubahnya.

- 4) Adakah orang yang berbuat sesuai dengan apa yang diharapkan

Fase selanjutnya yaitu mengetahui jumlah orang yang berbuat sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam Cutlip (2006 : 431), Penilaian atas dampak program terhadap perilaku menggunakan survei perilaku, pengamatan langsung terhadap tindakan orang, dan observasi tak langsung melalui penelitian catatan resmi atau “jejak” lainnya yang ditinggalkan oleh orang yang berperilaku itu.

- 5) Adakah orang yang mengulangi perilaku

Pada fase ini digunakan untuk mengetahui jumlah orang yang mengulangi perilaku. Dalam Cutlip (2006 : 433) evaluasi harus mencakup pengukuran lanjutan yang kadang berlanjut sampai berbulan-bulan atau bertahun-tahun, tidak bisa sekali survey.

- 6) Perubahan kultural dan sosial

Dalam Cutlip (2006 : 434) disebutkan manfaat tertinggi dari evaluasi program sumatif dan praktik *public relations* adalah kontribusinya untuk perubahan sosial dan kultural secara positif.

3. Teori *Stakeholder*

Freeman dalam Mardikanto (2014 : 68) mendefinisikan *stakeholder* atau pemangku kepentingan sebagai kelompok atau individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan

organisasi. Premis dasar dari teori stakeholder adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi dengan stakeholder maka akan semakin baik, sebaliknya semakin buruk hubungan dengan *stakeholder* maka akan sulit.

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Teori stakeholder digunakan sebagai dasar untuk menganalisis kelompok-kelompok yang mana perusahaan harus bertanggung jawab. Definisi stakeholder adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Stakeholder khususnya dapat dibedakan kedalam stakeholder primer dan sekunder. stakeholder primer sebagai seseorang atau kelompok yang tampaknya perusahaan tidak dapat going concern, meliputi: shareholder dan investor, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan dengan shareholder publik, yaitu: pemerintah dan komunitas yang menyediakan infrastruktur dan pasar, yang undang-undang dan peraturannya harus ditaati, dan kepadanya pajak dan kewajibannya harus dibayar. Kelompok stakeholder sekunder didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dikategorikan dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif. Definisi deskriptif adalah penelitian yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. (Rakhmat, 1991 : 22)

Sedangkan metodologi kualitatif menurut bogdan dan Taylor dalam (Moleong, 2001 : 3) yakni sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

2. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta yang beralamatkan di Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 20, Gondomanan, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta dan dusun Sanggrahan Pemukti Giwangan Umbulharjo Yogyakarta.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang diperlukan oleh peneliti dikumpulkan melalui beberapa cara, yaitu:

1) Wawancara mendalam

Wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian (Moleong, 2005 : 186)

Tahap awal yang penting untuk dilakukan adalah menentukan siapa yang akan diwawancarai. Yang layak dijadikan informan adalah mereka yang berperan, yang pengetahuannya luas tentang daerah atau lembaga tempat penelitian, dan yang suka bekerjasama untuk kegiatan penelitian yang sedang dilakukan (moleong. 2007 : 199).

Kriteria yang ditentukan oleh peneliti yakni pihak-pihak yang mengetahui secara luas mengenai pelaksanaan program CSR yang dilaksanakan di Sanggrahan Pemukti Giwangan Umbulharjo Yogyakarta sehingga bisa memberikan evaluasi dari sudut pandang informan. Berdasarkan kriteria tersebut, maka kriteria informan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mereka yang mengetahui dan memahami mengenai evaluasi dari pelaksanaan program CSR Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta yang dilaksanakan di Giwangan Umbulharjo Yogyakarta.
- 2) Mereka yang menjadi objek dalam pelaksanaan program CSR Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta di Giwangan Umbulharjo Yogyakarta ini.

Berdasarkan kriteria diatas, peneliti melakukan wawancara mendalam secara langsung kepada :

a) Eka Budy, S. Sos. M.Pd.

Kepala Humas dan Marketing Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta yang sejak awal turut serta dalam perencanaan sampai dengan evaluasi program CSR ini serta menjadi koordinator program pendampingan pengabdian masyarakat.

b) Pelaksana lapangan program

Dalam melaksanakan program Pendampingan Pengabdian Masyarakat RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta dibantu oleh tim Mahasiswa FKIK Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, maka peneliti juga akan melakukan *indepth interview* kepada Restu Widyaningrum sebagai ketua kelompok dan Rizky Diatfa Sari sebagai Pembimbing Lapangan.

2) Studi Dokumen

Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, mentafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Moleong, 2007 : 217).

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan studi terhadap dokumen-dokumen yang berkaitan dengan program CSR Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta di Giwangan

Umbulharjo Yogyakarta yaitu proposal dan laporan pelaksanaan program pendampingan pengabdian masyarakat.

3) Wawancara kelompok fokus (focus Group Discussion)

Dalam Moeloeng (2007 : 227), Denzin & Lincoln menyatakan bahwa Merton et.al., mula-mula menyatakan istilah 'kelompok fokus' dan pada tahun 1956 mengaplikasikan pada situasi dimana pewawancara bertanya anggota kelompok dengan pertanyaan yang sangat khusus tentang topik sesudah hasil penelitian sementara dilaksanakan. Kruger (1988) dalam Moleong (2007 : 227) mendefinisikan kelompok fokus sebagai diskusi yang dirancang dengan baik untuk memperoleh persepsi dalam bidang perhatiannya pada lingkungan yang permisif dan yang tidak menekan.

Dalam penelitian ini nantinya akan menggunakan wawancara kelompok fokus kepada masyarakat penerima manfaat program CSR RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta di Giwangan Umbulharjo Yogyakarta untuk memperoleh informasi mengenai tahap *Impact* (dampak). Peneliti akan mengundang lima masyarakat penerima manfaat Program CSR di Sanggrahan Pemukti Giwangan Umbulharjo Yogyakarta untuk selanjutnya dibuatkan satu kelompok kecil dan dalam kelompok itu peneliti akan memosisikan diri sebagai moderator yang mengarahkan diskusi hingga diperoleh data yang diperlukan.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biken dalam (Moleong, 2007 : 248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, melilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Dalam (Sugiyono, 2005 : 91) Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion/veryfication*. Penjelasan masing-masing tahap yaitu:

a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data yaitu merangkum, memilih data-data yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data merupakan analisis yang menggolongkan, membuang data yang tidak perlu, mengarahkan data sehingga dapat ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini data yang diambil adalah data tentang evaluasi program CSR Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta di Giwangan, Umbulharjo, Yogyakarta.

b) *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian adalah dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian data yang dilakukan oleh peneliti yaitu meliputi perencanaan program CSR, pelaksanaan program CSR, evaluasi program CSR, faktor pendukung dan faktor penghambat program.

c) *Conclusion Drawing / Verivication*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Diawali dengan mengumpulkan dan mereduksi data, mencari makna dari data-data yang terkumpul selanjutnya peneliti mencari arti dan penjelasannya. Kesimpulan yang peneliti ambil adalah mengetahui perencanaan, pelaksanaan, sampai dengan evaluasi program sehingga dapat diketahui dan dikritisi langkah-langkah mana yang sudah sesuai dan belum sesuai dengan teori yang peneliti paparkan diawal.

5. Uji Validitas Data

Dalam sebuah penelitian, digunakan sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui keabsahan data yang akan digunakan dalam

penelitian. Dalam penelitian ini teknik uji validitas data akan menggunakan teknik triangulasi. Dalam Moleong (2001:178) menjelaskan Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding data itu. Denzin dalam Moleong (2001:178) membedakan empat macam triangulasi yaitu:

a) Triangulasi dengan Sumber

Patton dalam Moleong (2001:178) menjelaskan triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu bisa dicapai dengan jalan (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

b) Triangulasi dengan metode

Teknik triangulasi jenis kedua ialah dengan jalan triangulasi metode. Triangulasi ini dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya.

c) Triangulasi dengan teori

Hasil akhir penelitian kualitatif adalah sebuah rumusan informasi. Informasi itu selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

d) Triangulasi dengan penyidik

Dalam Moleong (2007 :331) menjelaskan tehnik triangulasi ini ialah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data. Pada dasarnya penggunaan suatu tim penelitian dapat direalisasikan dilihat dari segi tehnik ini. Cara lain ialah membandingkan hasil pekerjaan seorang analis dengan analis lainnya.

Dalam Penelitian ini peneliti akan menggunakan triangulasi dengan sumber dan triangulasi dengan metode untuk mengetahui keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian. Peneliti akan membandingkan antara hasil wawancara, wawancara fokus kelompok dan studi dokumen. Peneliti juga akan membandingkan isi wawancara dengan dokumen yang berkaitan.

G. Sistematika Penulisan

Secara garis besar pembahasan mengenai evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* Pendampingan Pengabdian Masyarakat Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta pada Kawasan Prostitusi di Giwangan Umbulharjo Yogyakarta periode 2018 terdiri atas empat bab. Secara sistematis penulisan maka disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini peneliti akan membahas tentang latar belakang masalah penelitian, Rumusan Masalah penelitian, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menguraikan mengenai sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi, aktivitas perusahaan, serta visi misi perusahaan.

BAB III : SAJIAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini akan menyajikan data hasil penelitian dan pembahasan masalah.

BAB IV : PENUTUP

Pada bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan dan saran, yang diperoleh dari penelitian yang dapat bermanfaat.