

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

PT. Cloud Hosting Indonesia atau yang dikenal dengan nama IDCloudhost, berdiri sejak tahun 2015 pada industri penyedia layanan *Web Hosting Provider* di Indonesia. Berdasarkan penilaian dari situs *tirto.id* mengenai 5 daftar *Web Hosting* terbaik di Indonesia, IDCloudHost menduduki peringkat ketiga sebagai penyedia layanan *Web Hosting* terbaik yang direkomendasikan. Evaluasi yang dilakukan terhadap *Web Hosting Provider* didasarkan pada beberapa aspek kualitas, diantaranya *uptime*, *load time*, fitur, dan harga, dimana IDCloudHost mendapatkan penilaian yang positif. Sejak berdiri, IDCloudHost telah menarik perhatian dari berbagai kalangan pelanggan, termasuk profesional, UMKM hingga perusahaan berskala besar. Saat ini, IDCloudHost telah melayani kebutuhan dari berbagai segmentasi baik itu kalangan profesional, SME sampai korporasi besar.

IDCloudHost telah menjadi mitra yang penting bagi beberapa perusahaan unggulan di Indonesia, diantaranya Mooto.co, Kecilin.id, dan ERZAP. Mooto.co, yang lahir pada November 2017, telah menjadi solusi vital bagi lebih dari 7.200 pebisnis online di Indonesia dengan fokus pada manajemen transaksi bank. Kolaborasi Mooto.co dengan IDCloudHost sejak tahun 2020 telah membawa dampak positif yang signifikan, memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan infrastruktur teknologi dengan berbagai produk seperti *Bare Metal*, *Dedicated Server*, *Cloud VPS*, dan *Object Storage*. Di sisi lain, Kecilin.id, didirikan pada tahun 2018, mempersembahkan teknologi kompresi data untuk menciptakan kesetaraan dalam akses informasi. Dengan dukungan infrastruktur *cloud* yang handal dari

IDCloudHost, Kecilin.id telah berhasil memberikan layanan unggul dalam hal kompresi data, membantu perusahaan-perusahaan mengoptimalkan pengelolaan data mereka. Sementara itu, ERZAP, yang berdiri sejak tahun 2012, menawarkan solusi lengkap bagi para pengusaha dalam mengelola bisnis mereka. Dengan kualitas server yang stabil dari IDCloudHost, ERZAP mampu memberikan performa layanan yang maksimal kepada pelanggan mereka, dengan dukungan teknis yang responsif dan harga produk yang ekonomis. Kolaborasi antara ketiga perusahaan ini dengan IDCloudHost menunjukkan bagaimana penerapan teknologi *server* yang tepat dapat menjadi kunci kesuksesan perusahaan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di era digital.

Perkembangan pesat IDCloudhost bukan hanya sekadar pencapaian dalam menyediakan layanan teknologi, tetapi juga mencerminkan komitmen perusahaan terhadap visi yang lebih luas. Keberadaan IDCloudhost menjadi semakin krusial di tengah perkembangan zaman yang semakin *modern*. Sebagai perusahaan yang menyediakan layanan *Web Hosting Provider*, IDCloudhost berhasil menjawab kebutuhan masyarakat akan teknologi dengan inovasi yang terus-menerus. Menyadari pentingnya peran sosial perusahaan, IDCloudhost melibatkan diri secara aktif dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sejak tahun 2016. Langkah ini tidak hanya diambil sebagai tanggung jawab moral, tetapi juga sebagai upaya untuk memberikan dampak positif pada masyarakat Indonesia. IDCloudHost meluncurkan Program CSR NGO Go Digital pada Februari 2016, yang dirancang untuk mendukung organisasi *non-profit* (NGO) melalui pemanfaatan teknologi digital.

PT. Cloud Hosting Indonesia memulai perjalanannya pertama kali di Jl. Cikoneng No.150, Bojongsoang, Bandung. Perusahaan ini awalnya sering berpindah tempat setelah habisnya masa kontrak sewa, sebelum akhirnya membangun kantor resmi di Sukabumi. Keputusan ini dilatarbelakangi oleh prinsip pendirinya yang mengedepankan konsep kesetaraan antara kota besar dengan wilayah lain. Saat ini, IDCloudHost telah berkembang dengan adanya tiga kantor utama. Kantor pusat terletak di Sukabumi, yang berfungsi sebagai pusat manajemen perusahaan. Di sini, berbagai keputusan strategis dan administratif diambil untuk mengarahkan arah dan perkembangan IDCloudHost ke depan. Kantor kedua berlokasi di Kota Bogor, berperan sebagai *Data Center* atau *Network Operation Center* (NOC) yang ditempati oleh tim teknis yang bertanggung jawab atas pengelolaan *server* dan jaringan internet perusahaan. Terakhir, kantor divisi *marketing* IDCloudHost berada di Pekanbaru, yang khusus menangani kegiatan pemasaran dan promosi perusahaan. Dengan struktur organisasi yang terpadu ini, IDCloudHost mampu mengoptimalkan operasinya di berbagai bidang dan terus memberikan layanan terbaik kepada pelanggan di seluruh Indonesia.

Program CSR NGO Go Digital diinisiasi bersama dengan beberapa mitra strategis seperti IDCloudHost, Techsoup Asia, Kitabisa, for NonProfit, Dubidam, dan GMI. Keberhasilan program ini tidak hanya tercermin dalam manfaat langsung bagi NGO tetapi juga dalam kolaborasi erat antara perusahaan dan mitra program CSR tersebut. Melalui *tagline* utama program CSR IDCloudhost "IDCloudhost Untuk Indonesia" program ini menjadi bentuk nyata komitmen IDCloudhost untuk membawa nilai-nilai sosial dalam mendukung ekosistem digital di Indonesia.

IDCloudhost memahami bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya terbatas pada memberikan sumbangan amal, tetapi juga melibatkan penerapan solusi yang berkelanjutan dan memberikan dampak jangka panjang.

Pemilihan domain yang bijak membantu NGO membangun identitas kuat di dunia maya, sementara *hosting* yang andal memastikan ketersediaan informasi yang konsisten dan menjaga data sensitif dari ancaman *siber*. Efisiensi dalam pembuatan situs web memungkinkan NGO dengan anggaran terbatas untuk memiliki presensi online yang efektif, berkomunikasi dengan para pendukung, relawan dan anggota komunitas. Situs web juga menjadi alat penggalangan dana yang efektif, memungkinkan NGO mengumpulkan sumber daya yang diperlukan untuk proyek dan inisiatif mereka. Program ini dengan demikian tidak hanya berkontribusi pada keberlanjutan NGO tetapi juga pada kemajuan lebih besar dalam masyarakat.

Pertumbuhan industri teknologi informasi di Indonesia, terutama dalam layanan *Web Hosting Provider*, menjadi faktor pendukung perkembangan teknologi. IDCloudHost menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan melalui implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui salah satu programnya yaitu NGO Go Digital. Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan teknologi informasi, IDCloudHost melibatkan diri secara aktif dalam memberikan kontribusi kepada NGO dengan menyediakan akses terjangkau dan handal ke layanan tersebut. Melalui program ini, IDCloudHost mendorong organisasi *non-profit* untuk beralih ke model digital guna mengoptimalkan potensi teknologi informasi dan mencapai tujuan mereka. Keterlibatan proaktif dalam CSR

tidak hanya mencerminkan fokus perusahaan pada pertumbuhan bisnis, tetapi juga mengukuhkan prinsip pemberdayaan dan keberlanjutan dalam praktik bisnisnya.

CSR sendiri sudah menjadi bagian integral dari praktik bisnis di era modern saat ini. Perkembangan bisnis modern menunjukkan pergeseran paradigma, di mana perusahaan tidak hanya diukur oleh keberhasilan finansialnya, tetapi juga oleh kontribusinya terhadap masyarakat dan lingkungan. CSR menjadi semakin penting sebagai landasan bagi perusahaan untuk memahami dan memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan juga sebagai entitas sosial, diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga pada upaya nyata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. CSR bukan lagi sekadar inisiatif tambahan, melainkan suatu keharusan yang mengintegrasikan nilai-nilai etis ke dalam kebijakan dan praktik bisnis.

Pengenalan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara umum telah melibatkan perusahaan sejak tahun 1970-an. Pada periode ini, perusahaan-perusahaan mulai mengarahkan orientasinya tidak hanya pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan *sustainable development* dan tanggung jawab terhadap lingkungan. Di Indonesia, topik seputar CSR mulai mencuat pada sekitar tahun 1990-an, dan kemudian mencapai puncaknya dengan diberlakukannya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam UU tersebut, CSR menjadi kewajiban bagi perseroan, dianggarkan, dan dihitung sebagai biaya perseroan yang dilaksanakan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajaran. Meskipun ada berbagai pandangan dan perdebatan mengenai makna dan implementasi CSR, terutama terkait aktivitas '*voluntary*' perusahaan, penting untuk

dicatat bahwa konsep ini telah menjadi fokus utama dalam pembangunan ekosistem bisnis global.

Seiring dengan perkembangan CSR di negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Eropa, studi kasus pada penelitian ini akan mengeksplorasi implementasi program CSR, khususnya dalam konteks organisasi non-pemerintah melalui program NGO Go Digital di PT. Cloud Hosting Indonesia. Terlebih lagi, penting untuk memahami bahwa praktik CSR di negara-negara maju seperti Eropa dan Amerika Serikat tidak hanya mencakup gerakan, program, dan kebijakan yang bersifat '*voluntary*', tetapi juga didasarkan pada motivasi '*philanthropic*'. Kini perusahaan semakin memahami pentingnya integrasi CSR dalam strategi bisnis mereka.

Pemerintah Indonesia juga telah berperan dalam mendorong perusahaan untuk memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan, dengan mewajibkan laporan keberlanjutan bagi perusahaan publik sejak tahun 2007. Evolusi CSR di Indonesia tidak hanya terlihat dari kewajiban hukum, tetapi juga dari perubahan budaya dalam dunia bisnis. Konsep keberlanjutan semakin merasuk dalam praktik bisnis pada tahun 2010-an, dengan perusahaan mengintegrasikan CSR dalam strategi bisnis mereka untuk mencapai keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi (*profit*), kesejahteraan Masyarakat (*people*), dan pelestarian lingkungan (*planet*).

Adopsi berbagai standar pelaporan keberlanjutan, seperti *Global Reporting Initiative* (GRI), juga menjadi langkah penting dalam mendorong transparansi dan akuntabilitas suatu perusahaan. Saat ini, CSR di Indonesia bukan hanya menjadi tanggung jawab sosial, tetapi juga merupakan bagian integral dari identitas

perusahaan yang berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan secara keseluruhan. IDCcloudhost tentunya menetapkan standar dalam implementasi CSR yang dilakukan, bagaimana PT. Cloud Hosting Indonesia membangun kesadaran, mengorganisasikan sumber daya, mengevaluasi efektivitas, dan melaporkan hasil program CSR mereka. Analisis mendalam terhadap tahapan-tahapan ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang praktik CSR oleh perusahaan teknologi ini.

Hampir semua bentuk organisasi, lembaga, dan perusahaan membutuhkan peran yang signifikan dari hubungan masyarakat (humas) atau *public relations*. Peran humas sangat penting sebagai komunikator antara organisasi, lembaga, dan perusahaan dengan publiknya, baik publik internal maupun eksternal. Secara garis besar, humas bertanggung jawab dalam menjalin komunikasi yang baik dengan publik, melibatkan dinamika sosial dan kesan-kesan yang dihasilkan. Dalam konteks ini, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul sebagai salah satu strategi penting dalam menjaga hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan sekitar. Sebagai contoh studi kasus, program CSR PT Arara Abadi, khususnya Program Desa Makmur Peduli Api (DMPA), menunjukkan bahwa peran humas sangat relevan dalam mengelola interaksi dengan publik eksternal seperti masyarakat, pers, dan pemerintahan. Oleh karena itu, penelitian ini akan fokus pada implementasi program CSR dalam konteks organisasi non-pemerintah, dengan mengambil studi kasus pada Program NGO Go Digital di PT. Cloud Hosting Indonesia, untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana humas dapat berperan dalam membangun citra perusahaan melalui kegiatan CSR dan menumbuhkan hubungan yang positif dengan publik baik internal maupun eksternal.

Program CSR NGO Go Digital mencerminkan sebuah langkah inovatif dalam merespons kebutuhan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital. Kolaborasi yang erat dengan mitra strategis juga menjadi salah satu elemen kunci keberhasilan program ini. Lebih dari sekadar memberikan manfaat langsung bagi organisasi *non-profit* (NGO), program CSR ini menjadi gambaran nyata dari komitmen IDCloudhost dalam membawa nilai-nilai sosial yang positif untuk mendukung perkembangan ekosistem digital di Indonesia. Melalui studi kasus yang dilakukan pada penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai implementasi CSR, khususnya dalam konteks mendukung organisasi *non-profit* melalui pemanfaatan teknologi, yang dapat menjadi referensi penting dalam perkembangan CSR di berbagai sektor lainnya.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian di atas, penelitian ini berfokus pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT. Cloud Hosting Indonesia dalam program CSR NGO Go Digital. Fokus penelitian dapat dijabarkan dalam pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana PT. Cloud Hosting Indonesia membangun kesadaran (*awareness*) dalam program CSR NGO Go Digital?
2. Bagaimana proses pelaksanaan program CSR NGO Go Digital oleh PT. Cloud Hosting Indonesia?
3. Bagaimana mekanisme pelaporan yang diterapkan oleh PT. Cloud Hosting Indonesia untuk menyampaikan kegiatan program NGO Go Digital kepada pemangku kepentingan?

4. Bagaimana proses evaluasi dan perbaikan yang diimplementasikan oleh PT. Cloud Hosting Indonesia pada program NGO Go Digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dibuat untuk menghasilkan data kualitatif berdasarkan studi kasus dari program CSR NGO Go Digital. Tujuan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Mengetahui PT. Cloud Hosting Indonesia membangun kesadaran (*awareness*) dalam program CSR NGO Go Digital.
2. Mengetahui proses pelaksanaan program CSR NGO Go Digital oleh PT. Cloud Hosting Indonesia.
3. Mengetahui mekanisme pelaporan yang diterapkan oleh PT. Cloud Hosting Indonesia untuk menyampaikan kegiatan program NGO Go Digital kepada pemangku kepentingan.
4. Mengetahui proses evaluasi dan perbaikan yang diimplementasikan oleh PT. Cloud Hosting Indonesia pada program NGO Go Digital.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi lembaga akademis dan perguruan tinggi. Analisis terhadap tahapan-tahapan implementasi CSR dapat menambah pemahaman terkait efektivitas program CSR dan penerapan prinsip-prinsipnya dalam industri teknologi di tengah dinamika bisnis *modern*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi CSR yang efektif dan inovatif, dengan mengintegrasikan nilai-nilai etis dalam kebijakan bisnis mereka dan memahami dampak jangka panjang dari program CSR. Selain itu, penelitian ini mendorong pengembangan model CSR sejenis bagi perusahaan lain yang tertarik berkontribusi pada sektor *non-profit* melalui layanan digital.

Penelitian ini juga diharapkan membawa kontribusi terhadap peran praktisi humas dalam merancang, mengelola dan mengkomunikasikan program CSR sejenis kepada masyarakat serta memperdalam pemahaman tentang bagaimana kegiatan ini dapat membentuk citra positif perusahaan.

1.5 Kajian Penelitian yang Relevan

Pertama, penelitian dengan judul Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Program *Pinkvoice* oleh Starbucks Indonesia dalam Membangun Citra. Penelitian ini berbentuk jurnal oleh Winda Dwi Astuti Zebua, prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta. Diterbitkan oleh Jurnal PERSPEKTIF pada Juni 2019. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dengan wawancara mendalam dan studi pustaka.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menelaah implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada program "*Pinkvoice*" dalam membangun citra oleh Starbucks Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR Starbucks Indonesia "*Pinkvoice*" menggabungkan beberapa pola kegiatan. Misalnya, mereka terlibat eksplisit dalam donasi dari hasil penjualan

menu yang terkait dengan program, berkolaborasi dengan organisasi dan berpartisipasi dalam kegiatan seperti “*Pinkzumba*” dan “*Lovepink*” untuk membantu mendeteksi kanker payudara sejak dini. Starbucks Indonesia memiliki kemampuan untuk membangun reputasi positif di melalui program CSR tersebut.

Kedua, penelitian dengan judul *Implementasi Corporate Social Responsibility* PT. PERTAMINA Ep Asset 3 Subang Field (Studi Deskriptif Pada Program CSR Budidaya Jamur Merang) oleh Sichril Sidik prodi Hubungan Masyarakat Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2016. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan *Social mapping* menjadi demikian awal dari tahapan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. PERTAMINA EP Asset 3 Subang Field. Pemetaan sosial adalah langkah awal untuk memahami kondisi sosial suatu wilayah dan berkaitan dengan potensinya. Proses implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada program ini melibatkan beberapa tahap, termasuk pemetaan sosial, *Forum Group Discussion*, penentuan program CSR, penyuluhan rencana kerja dan strategi, serta implementasi dan evaluasi.

Ketiga, penelitian oleh Binar Pilaradiwangsa dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya 2016 dengan judul penelitian Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Strategi Bisnis Pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (Kantor Wilayah BRI Malang). Penelitian ini mencari tahu bagaimana PT Bank Rakyat Indonesia menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan CSR Bank BRI didasarkan pada konsep Kegiatan bisnis

memenuhi prinsip *Triple Bottom Line*, juga dikenal sebagai 3P, yaitu *profit*, *people*, dan *planet* yang akan menjadi demikian rencana bisnis untuk masa depan dengan membentuk citra perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan menggunakan metode *interview* dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan ditujukan pada bagian Program Bisnis PT Bank Rakyat Indonesia sebagai Pelaksana Program CSR Bank BRI Kantor Kabupaten Malang. Hasil penelitian ini didasarkan pada gagasan *Triple Bottom Line*, Bank BRI telah melakukan tugas dengan baik, tetapi belum sempurna. Ada satu aspek dalam kegiatan CSR ini yang belum dilaksanakan secara efektif, yaitu komunitas dan budaya.

Keempat, penelitian dari Diponegoro *Journal Of Social And Political Of Science* Tahun 2015 dengan judul penelitian Analisis Penerapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Upaya Pengembangan Masyarakat (Studi Kasus Program Kemitraan Bank Jateng Pada SPT Bubakan) oleh Achmad Kurniawan, Wahyu Hidayat & Sri Suryoko. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan strategi studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan penelusuran dokumen, serta teknik pengumpulan data atau sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*.

Studi kasus penelitian ini adalah Program Kemitraan Sentra Pemberdayaan Petani (SPT) Bubakan yang berlokasi di Dusun Kunsen, Desa/Kelurahan Bubakan, Kecamatan Midjen, Kota Semarang, dan program utamanya adalah pengembangan tanaman *corydrian*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada tiga tahap dalam tahap pelaksanaan CSR khususnya program kemitraan di Bank Ziteng (1) tahap

perencanaan (2) tahap pelaksanaan (3) tahap evaluasi. Kendala terbesar dalam ketiga fase ini adalah terbatasnya jumlah sumber daya manusia yang terlibat dalam pengelolaan CSR.

Kelima, penelitian berjudul Implementasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada PT. Otsuka Indonesia-Malang oleh Mufrodatul Halimah dan Bayu Ilham Pradana tahun 2016 yang diterbitkan pada Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara kerja CSR di PT.Otsuka Indonesia menganalisis permasalahan yang dihadapi selama implementasi CSR dan diperkenalkan untuk memecahkan permasalahan tersebut. Teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari penelitian. Wawancara yang dilakukan adalah untuk kepentingan humas PT. Otsuka Indonesia merupakan salah satu pelaksanaan CSR dan menjadi demikian sasaran program CSR sebagai salah satu komunitas desa Kalileho. Observasi dilakukan untuk menilai apakah data yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan kondisi setempat.

Hasil penelitian ini menunjukkan implementasi program CSR telah mengalami kemajuan yang baik, namun berbagai permasalahan masih tetap ada dan keadaan belum optimal. Permasalahannya adalah kurangnya struktur dan sumber daya manusia yang didedikasikan untuk CSR, adanya keluhan masyarakat mengenai pemberian dukungan yang tidak beralasan, evaluasi dan monitoring yang masih kurang optimal, dan masyarakat menginginkan komunikasi eksplisit dengan CSR

Tabel 1.1: *Penelitian Terdahulu*

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Perbedaan
Winda Dwi Astuti Zebua (2019)	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada Program Pinkvoice Oleh Starbucks Indonesia Dalam Membangun Citra	Deskriptif kualitatif	Program CSR starbucks indonesia "PinkVoice" menggabungkan beberapa pola kegiatan. Misalnya, mereka terlibat langsung dalam donasi dari hasil penjualan menu yang terkait dengan program, berkolaborasi dengan organisasi dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan	Relevansi pada objek program CSR yang inovatif.	Perbedaan pada metode penelitian yang digunakan.
Sichril Sidik (2016)	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Pt. Pertamina Ep Asset 3 Subang Field (Studi Deskriptif Pada Program CSR Budidaya Jamur Merang)	Deskriptif Kualitatif	Proses implementasi CSR pada program ini melibatkan beberapa tahap, termasuk pemetaan sosial, <i>Forum Group Discussion</i> , penentuan program CSR, penyuluhan rencana kerja dan strategi, serta implementasi dan evaluasi.	Penelitian ini mempunyai persamaan dalam Implementasi program CSR sehingga Peneliti memiliki perbandingan dan referensi serta sumber dan acuan penelitian.	Perbedaan pada bentuk program CSR dan sektor Perusahaan.
Binar Pilara diwangsa (2016)	Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Strategi Bisnis Pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (Kantor Wilayah BRI Malang)	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini didasarkan pada gagasan <i>triple bottom line</i> , Bank BRI telah melakukan tugas dengan baik, tetapi belum sempurna. Ada satu aspek dalam	Persamaan pada konteks implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).	Perbedaan pada fokus penelitian. Penelitian ini menekankan pada prinsip Triple Bottom Line (<i>profit, people, planet</i>) sebagai strategi bisnis.

			kegiatan CSR ini yang belum dilaksanakan secara efektif. optimal, yaitu komunitas dan budaya.		
Achmad Kurniawan, Wahyu Hidayat & Sri Suryoko (2015)	Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility Dalam Upaya Pengembangan Masyarakat (Studi Kasus Program Kemitraan Bank Jateng Pada SPT Bubakan)	Kualitatif, Studi Kasus	Menunjukkan bahwa ada tiga tahap dalam tahap pelaksanaan CSR khususnya program kemitraan di Bank Ziteng yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.	Relevansi pada pendekatan Studi kasus yang digunakan dalam meneliti implementasi CSR pada suatu program.	Perbedaan dalam pendekatan tahapannya.
Mufrodatul Halimah dan Bayu Ilham Pradana (2016)	Implementasi CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) Pada PT. Otsuka Indonesia-Malang	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan implementasi program CSR telah mengalami kemajuan yang baik, namun berbagai permasalahan masih tetap ada dan keadaan belum optimal	Kedua penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman praktik CSR dalam konteks perusahaan dan membuka ruang untuk analisis mendalam terhadap tantangan dan kemajuan implementasi program tanggung jawab sosial.	Keterkaitan dengan pihak eksternal dalam pelaksanaan CSR dimana untuk program CSR NGO Go digital IDCloudhost bekerja sama dengan beberapa pihak ekstenal.

1.6. Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan langkah perusahaan menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Mardikanto (2014: 127) Motivasi dan komitmen yang kuat, didukung oleh penerapan tanggung jawab sosial yang saling percaya, mewujudkan komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada peningkatan kualitas

kehidupan. Implementasi CSR tidak hanya mengandalkan kata-kata, tetapi mengharuskan tindakan nyata demi kontribusi positif pada lingkungan dan kehidupan sosial.

Penelitian ini menggunakan konsep implementasi CSR oleh Wibisono (2007: 121-124) Terdapat empat tahap dalam implementasi CSR oleh perusahaan, yakni:

1. Tahap Perencanaan

Terdiri dari tiga langkah utama, diantaranya *Awareness Building*, *CSR Assessment*, dan *CSR Manual Building*. *Awareness Building* mencakup upaya membangun kesadaran akan pentingnya CSR dan komitmen manajemen. Selanjutnya *CSR Assessment* bertujuan memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapat prioritas. Kemudian *CSR Manual Building* yang dapat dilakukan melalui *benchmarking*, menggali dari referensi atau meminta bantuan tenaga ahli independen dari luar perusahaan. Pedoman ini diharapkan mampu memberikan kejelasan dan keseragaman pola pikir dan pola tindak seluruh elemen perusahaan guna tercapainya pelaksanaan program yang terpadu, efektif dan efisien.

2. Tahap Pelaksanaan (Implementasi)

Tahapan ini berfokus pada pengorganisasian sumber daya, penyusunan, pengarahan, pengawasan, pelaksanaan sesuai rencana, dan penilaian tingkat pencapaian tujuan. Tahap implementasi mencakup sosialisasi, pelaksanaan, dan internalisasi.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi harus dilakukan secara konsisten untuk mengukur efektivitas penerapan CSR dari waktu ke waktu.

4. Pelaporan

Pelaporan diperlukan untuk membangun sistem informasi guna keperluan pengambilan keputusan dan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai Perusahaan.

Inti dari konsep tahapan-tahapan CSR yaitu proses perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pelaporan program merupakan suatu keharusan bagi setiap perusahaan atau organisasi yang melaksanakan CSR. PT. Cloud Hosting Indonesia dalam melaksanakan Program CSR, memerlukan panduan dari tahapan-tahapan CSR sebagai landasan demi keberlanjutan program yang dijalankan.

1.6.2 Landasan Konseptual

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu konsep yang menunjukkan perusahaan memiliki banyak tanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingannya. Mardikanto (2018:92) *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu konsep di mana perusahaan menggabungkan perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnisnya, serta berinteraksi dengan pemangku kepentingan secara sukarela dengan tujuan mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan. Pemangku kepentingan tersebut termasuk pelanggan, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan, dan ini mencakup semua aspek operasional bisnis, termasuk aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Aktivitas yang dilakukan harus didasarkan pada keputusan tertentu, bukan hanya

berdasarkan dampak ekonomi suatu organisasi, seperti tingkat keuntungan tetapi juga dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh keputusan tersebut, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Corporate Social Responsibility (CSR) mencakup komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasionalnya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan, dengan tujuan menyumbangkan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan. Prasetyo dan Meiranto (2017: 1) CSR merupakan suatu konsep bahwa Perusahaan memiliki sebuah tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR merupakan suatu komitmen perusahaan dalam mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta terus-menerus menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial dapat disimpulkan sebagai tindakan yang dijalankan oleh sebuah perusahaan sebagai ekspresi dari rasa tanggung jawab terhadap dampak yang dihasilkan oleh aktivitas operasionalnya, baik itu terhadap masyarakat maupun lingkungan sekitarnya tempat perusahaan beroperasi. Citra positif yang dihasilkan memperluas kondisi yang mendukung bagi kelangsungan usahanya. Untuk perusahaan yang menerapkan CSR secara efektif, hal ini tidak lagi dianggap sebagai beban tambahan atau pengeluaran manajerial yang tidak produktif. Sebaliknya, CSR dipandang sebagai inisiatif yang tidak hanya membentuk reputasi baik bagi perusahaan,

melainkan juga memberikan kontribusi substansial terhadap kemakmuran jangka panjang perusahaan serta menjaga eksistensinya.

1.7. Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor IDCloudHost, yang berlokasi di Jl. Raya Bojonggenteng No.2, Bojong Genteng, Kec. Bojong Genteng, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat 43353. Lokasi ini dipilih karena merupakan kantor pusat PT. Cloud Hosting Indonesia, sehingga memberikan akses langsung ke pihak manajemen perusahaan.

Manajemen perusahaan memiliki peran yang signifikan dalam implementasi kebijakan CSR. Diharapkan penelitian dapat memperoleh wawasan yang mendalam mengenai implementasi CSR yang dilakukan oleh PT. Cloud Hosting Indonesia pada program CSR NGO GO Digital.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan suatu pola atau model yang menggambarkan struktur suatu entitas, baik itu bagian-bagiannya maupun hubungan antara bagian-bagian tersebut. Moleong (2018:49) Paradigma juga mencakup gambaran tentang bagaimana bagian-bagian tersebut berfungsi, termasuk perilaku yang terdengar demikian di dalamnya, yang mungkin dipengaruhi oleh konteks khusus atau dimensi waktu tertentu. Paradigma, dengan kata lain menciptakan suatu kerangka pemahaman yang memungkinkan kita melihat dan menginterpretasikan struktur serta fungsi suatu entitas dengan lebih komprehensif, menggambarkan tidak hanya elemen-elemen yang membentuknya tetapi juga dinamika di dalamnya.

Paradigma yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme merupakan pendekatan yang memandang kebenaran terkait realitas sosial merupakan hasil dari suatu konstruksi sosial yang kebenarannya bersifat relatif. Hidayat (2003:3) Paradigma ini melihat ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap tindakan sosial yang bermakna secara sosial melalui observasi eksplisit dan rinci terhadap individu yang terlibat, yang menciptakan serta merawat atau mengelola dunia sosial mereka.

Paradigma konstruktivisme memberikan penekanan pada interpretasi subjektif individu, mendeskripsikan bahwa masing-masing individu memiliki cara pandang dan pemahaman yang unik terhadap realitas yang mereka alami. Pada konteks penelitian CSR pada program NGO GO Digital, paradigma ini memungkinkan untuk menggali bagaimana masing-masing individu secara aktif terlibat dalam program tersebut, bagaimana konstruksi pengetahuan mereka berkembang seiring waktu, dan bagaimana konteks serta dimensi waktu memengaruhi cara mereka mengartikan dampak program CSR. Penggunaan paradigma konstruktivisme tidak hanya memberikan kerangka kerja untuk pemahaman yang lebih dalam, tetapi juga memberikan wawasan yang mendalam terhadap peran aktif dan konstruktif individu yang terlibat dalam implementasi program CSR NGO Go Digital.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif pada penelitian ini, yaitu suatu upaya yang bertujuan untuk memahami fenomena tertentu. Moleong (2016:6) Kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena tertentu, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, yang dialami oleh subjek penelitian.

Pendekatan kualitatif ini bersifat menyeluruh dan mengutamakan deskripsi melalui penggunaan kata-kata dan bahasa.

Penelitian ini akan menggali secara mendalam pengalaman, motivasi, serta tindakan terkait program CSR. Data kualitatif yang dihasilkan, seperti hasil wawancara dan catatan lapangan akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana program ini memengaruhi dan diterima oleh berbagai pihak yang terlibat. Pendekatan ini dengan demikian menjadi landasan yang relevan untuk memahami dinamika dan konteks sosial yang melibatkan implementasi program CSR NGO Go Digital.

1.7.3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan manfaat yang spesifik. Darmadi (2013:153) Metode Penelitian merupakan suatu pendekatan ilmiah yang digunakan secara sistematis untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian tidak hanya merupakan suatu pendekatan acak dalam pengumpulan data, tetapi sebuah proses ilmiah yang terstruktur dan terarah.

Metode studi kasus mengkaji secara mendalam dan terperinci. Studi Kasus berasal dari istilah dalam bahasa Inggris "*A Case Study*" atau "*Case Studies*". Istilah "Kasus" diambil dari kata "*Case*", yang menurut definisi Kamus *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English* (1989:173) memiliki makna sebagai contoh, keadaan actual atau situasi dan keadaan atau kondisi khusus yang berhubungan dengan seseorang atau sesuatu. Istilah "*Case*" pada urutan tersebut

dapat diartikan sebagai contoh suatu hal, situasi aktual dari keadaan dan keadaan atau kondisi tertentu yang terkait dengan orang atau benda.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa studi kasus merupakan serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci, dan mendalam mengenai suatu program, peristiwa, atau aktivitas, baik pada tingkat individu, kelompok orang, lembaga, atau organisasi, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang peristiwa tersebut. Pemilihan peristiwa yang menjadi demikian kasus biasanya bersifat aktual (*real-life events*), sedang berlangsung dan bukan sesuatu yang telah terdengar demikian di masa lampau. Analisis ini menyoroti pentingnya pendekatan yang komprehensif dan terperinci dalam merinci aspek-aspek suatu kasus untuk mendapatkan wawasan dan pengetahuan yang lebih dalam.

Penelitian studi kasus bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang kasus yang sedang diteliti. Kasus yang dipilih untuk penelitian biasanya harus sesuatu yang aktual, terdengar demikian pada saat penelitian dilakukan, dan bersifat spesifik. Menurut Stake dalam Fitrah & Luthfiah (2018: 209), Studi kasus memiliki tujuan untuk mengeksplorasi kekhasan atau karakteristik yang unik yang terdapat dalam kasus yang sedang diteliti. Studi Kasus menekankan pada pemahaman yang mendalam terhadap suatu fenomena atau kejadian demikian, dengan fokus pada kekhasan atau keunikan yang menjadi demikian ciri khas kasus tersebut.

Penerapan studi kasus dalam penelitian CSR pada program NGO GO Digital yang dilakukan oleh PT. Cloud Hosting Indonesia dapat memberikan pemahaman

yang mendalam tentang kekhasan dan karakteristik dari implementasi CSR tersebut. Dengan memilih satu kasus yang sangat spesifik, yaitu program CSR NGO GO Digital, penelitian dapat menggali secara terperinci berbagai aspek yang melibatkan pemangku kepentingan, dinamika interaksi, serta dampak yang dihasilkan. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam bagaimana program CSR ini berjalan, bagaimana pemangku kepentingan terlibat dan bagaimana dampaknya dirasakan oleh masyarakat dan organisasi yang menerima manfaat. Analisis yang mendalam terhadap satu kasus spesifik ini akan memberikan wawasan yang khusus dan relevan terkait dengan implementasi CSR pada sektor teknologi informasi di Indonesia. Selain itu, studi kasus juga dapat membantu dalam mengeksplorasi dinamika internal perusahaan, strategi yang diterapkan, dan respon terhadap tantangan yang mungkin muncul dalam melaksanakan program CSR tersebut.

1.7.4 Jenis Data Dan Sumber Data

1.7.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif berlandaskan pada pertanyaan penelitian, yaitu:

- 1) Data yang berkaitan dengan *awareness building* program CSR NGO Go Digital.
- 2) Data yang berkaitan dengan proses pelaksanaan program CSR NGO Go Digital.
- 3) Data yang berkaitan dengan proses pelaporan program NGO Go Digital
- 4) Data yang berkaitan dengan evaluasi pada program CSR NGO Go Digital.

1.7.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1) Sumber data Primer

Sumber data pertama dalam penelitian ini berasal dari data langsung yang diperoleh dari objek penelitian. Data primer ini mencakup opini subjek atau informasi yang disampaikan oleh objek penelitian, yang diperoleh melalui hasil observasi menyeluruh terhadap seluruh bagian yang terlibat dalam pelaksanaan Program CSR NGO Go Digital yang dilakukan oleh PT.Cloud Hosting Indonesia.

2) Sumber data Sekunder

Sumber data kedua merupakan kelanjutan dari sumber data primer. Sumber data sekunder ini berperan sebagai informasi tambahan yang bertujuan untuk memperkuat data primer. Data sekunder diperoleh melalui jurnal, buku-buku, situs *web* resmi, dokumen, dan rujukan lain yang relevan dengan konteks penelitian yang sedang dilaksanakan.

1.7.5 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan di dalam sebuah penelitian menjadi krusial karena informan tersebut berfungsi sebagai sumber data untuk penelitian yang akan dilakukan. Creswell & Poth (2018:124) mendeskripsikan bahwa dalam proses eksplorasi fenomena, identifikasi kelompok individu dapat dilakukan dalam jumlah yang beragam (tiga hingga empat orang, tetapi tidak lebih dari lima belas orang). Identifikasi kelompok individu dapat bervariasi dalam jumlahnya, namun tetap perlu diperhatikan batasannya. Penekanan pada jumlah yang beragam, khususnya

antara tiga hingga empat orang, sejalan dengan pendekatan kualitatif yang menekankan pemahaman mendalam dan konteks khusus. Batasan jumlah responden hingga lima belas orang juga dapat diartikan sebagai upaya untuk mempertahankan kualitas dan mendalamnya interaksi serta analisis data dalam kelompok kecil.

Informan pada penelitian yang akan dilakukan adalah pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan kegiatan CSR yang dilakukan PT.Cloud Hosting Indonesia. Harapannya, peneliti akan mendapatkan data yang akurat dan relevan sesuai dengan tujuan penelitian. Informan pada penelitian ini, yaitu:

- 1) Pihak Internal Perusahaan, bagian manajemen atau eksekutif perusahaan yang terlibat langsung dalam implementasi program CSR. Manajemen atau eksekutif perusahaan memiliki wewenang dan peran strategis dalam implementasi program CSR. Keterlibatan mereka mencerminkan pandangan dan arah perusahaan terkait tanggung jawab sosialnya.
- 2) Tim atau individu yang bertanggung jawab untuk implementasi teknis program CSR NGO Go Digital. Tim atau individu ini bertanggung jawab secara langsung untuk menjalankan aspek teknis program CSR, seperti pembuatan website dan implementasi solusi digital lainnya. Mereka memiliki pengetahuan mendalam tentang implementasi program ini.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi melibatkan pengamatan sistematis terhadap perilaku atau fenomena pada program CSR NGO Go Digital dalam situasi nyata. Observasi

dilaksanakan selama 2-3 bulan dengan pendekatan partisipatori pasif, memungkinkan peneliti untuk mengetahui aktivitas program tanpa terlibat langsung. Observasi memberikan data langsung yang diolah dan dianalisis untuk memahami keberlangsungan dan dampak program CSR.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan antara peneliti dan informan terkait program CSR dengan tujuan mendapatkan pemahaman mendalam tentang pandangan, pengalaman, dan opini responden. Menggunakan teknik *depth interview* atau wawancara mendalam untuk menggali informasi secara mendalam dari narasumber terkait program CSR NGO Go Digital. Teknik wawancara mendalam memberikan keaslian informasi yang diperoleh langsung dari informan, yang kemudian akan diolah dan dianalisis untuk pemahaman yang lebih mendalam.

1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik ini digunakan untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan merupakan bagian dari kajian ilmiah, dan juga digunakan untuk memverifikasi keabsahan data untuk menguji data yang diperoleh peneliti. Sugiyono (2007: 270) mendeskripsikan bahwa dalam penelitian kualitatif terdapat metode untuk menentukan keabsahan data diantaranya uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan uji konfirmatori. Pendekatan komprehensif dalam menilai keabsahan data penelitian kualitatif. Uji kredibilitas menggarisbawahi pentingnya akurasi data, transferabilitas menekankan aplikabilitas temuan, dan dependabilitas memperkuat konsistensi hasil. Sementara uji konfirmatori memberikan dukungan

tambahan untuk meyakinkan validitas temuan melalui pendekatan yang beragam. Keseluruhan, pendekatan ini memperkuat kualitas dan integritas penelitian kualitatif.

Uji keabsahan data yang peneliti lakukan adalah dengan teknik triangulasi. Ada empat jenis triangulasi diantaranya sumber, peneliti, teori, dan waktu. Teknik ini merupakan suatu pengujian selain penggunaan data penelitian itu sendiri dengan tujuan untuk membandingkannya dengan data yang peneliti teliti. Teknik triangulasi tipe pada penelitian ini adalah triangulasi sumber. Teknik ini dilakukan dengan menggali informasi dari berbagai sumber untuk memperoleh data penelitian.

1.7.8 Teknis Analisis Data

Proses analisis data merupakan langkah sistematis dalam mengumpulkan data dengan tujuan memudahkan peneliti dalam mengambil kesimpulan. Definisi analisis data. Sugiyono (2017:481) Analisis data kualitatif mencakup langkah mencari dan menyusun data yang berasal dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya secara teratur, sehingga dapat dipahami dengan mudah dan temuannya dapat dikomunikasikan kepada pihak lain. Analisis data kualitatif bersifat induktif, berfokus pada interpretasi data yang diperoleh.

Menurut Miles & Huberman (1992: 16), analisis data melibatkan tiga kegiatan yang berlangsung secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penjelasan lebih rinci mengenai ketiga tahapan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap analisis yang difokuskan untuk mempersempit, mempertajam, dan menghilangkan informasi yang tidak relevan guna mendapatkan inti dari data yang terkumpul. Melibatkan penyaringan data untuk mengidentifikasi pokok-pokok informasi yang *esensial*, memastikan bahwa hanya elemen-elemen kunci yang menjadi demikian fokus analisis. Membantu peneliti dalam menyusun informasi yang signifikan, memudahkan pemahaman, dan mempersiapkan data untuk tahap analisis lebih lanjut.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan untuk memverifikasi dan mendukung keabsahan informasi yang ditemukan. Penyajian data dilakukan dengan merancang tata letak dan struktur yang baik, memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan atau mencari data tambahan jika diperlukan. Mempermudah peneliti dalam mengevaluasi data, membuat kesimpulan yang jelas, dan memberikan landasan untuk tahap analisis berikutnya.

3. Penarikan Kesimpulan

Proses penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir analisis data yang melibatkan evaluasi kebenaran, kecocokan, dan ketegasan data yang telah dikumpulkan. Peneliti secara cermat memverifikasi semua data dari awal hingga akhir penelitian, memastikan validitas informasi dan keberlanjutan hasil. Mendukung keabsahan dan pertanggungjawaban hasil penelitian dengan memverifikasi kebenaran dan konsistensi data yang telah ditemukan.