

Determinants Of Carbon Emission Disclosure: The Role Of Industry Sensitivity, Media Exposure, And Environmental Performance

Sistya Rachmawati*

sistya.rachmawati@stietribhakti.ac.id, Akuntansi, STIE Tri Bhakti

Etty Murwaningsari

etty.murwaningsari@trisakti.ac.id, Akuntansi, Universitas Trisakti,

Yuha Nadhirah Qintharah

yuha.nadhirah@gmail.com, Akuntansi, Universitas Islam 45 Bekasi,

*Corresponding author

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine and analyze the effect of Industry Sensitivity, Media Exposure, and Environmental Performance on Carbon Emission Disclosure. This study uses a quantitative research method. The data used in this study is secondary data obtained from companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The companies analyzed belong to the consumer non-cyclical and energy sectors listed on the IDX for the period 2022–2024. The sampling method used in this study is purposive sampling. A total of 126 companies were included after the data were analyzed statistically using EViews-12 software. Based on the test results, the industry sensitivity variable has no significant effect on carbon emission disclosure, the media exposure variable also has no significant effect, while the environmental performance variable has a positive effect on carbon emission disclosure.

Keywords: Industry Sensitivity, Media exposure, Environmental Performance, Carbon Emission Disclosure

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui dan menganalisis Pengaruh Sensitivitas Industri, *Media exposure* dan Kinerja Lingkungan Terhadap *Carbon Emission Disclosure*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Data penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Adapun perusahaan yang digunakan adalah kelompok perusahaan sektor *consumer non-cyclical & Energy* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data yang terkumpul sebanyak 126 perusahaan setelah dilakukan analisis data statistik menggunakan perangkat lunak eviews-12. Berdasarkan hasil pengujian, variabel sensitivitas industri tidak berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*, variabel *media exposure* tidak berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure* dan variabel kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*.

Kata Kunci: Sensitivitas Industri, *Media exposure*, Kinerja Lingkungan, Pengungkapan Emisi Karbon,

PENDAHULUAN

Isu emisi karbon terus menjadi sorotan penting dalam diskursus keberlanjutan global. Berdasarkan data periode 2015–2018, PT Unilever tercatat sebagai salah satu perusahaan yang berkontribusi terhadap emisi gas rumah kaca akibat kebakaran lahan gambut, dengan total emisi yang setara dengan sekitar 25% dari emisi tahunan negara Belanda. Sementara itu, sejumlah perusahaan besar di sektor minyak sawit dan pulp juga menunjukkan angka emisi yang signifikan. PT Wilmar, misalnya, dilaporkan bertanggung jawab atas lebih dari 80% total emisi tahunan Singapura. Selain itu, emisi gabungan dari Sinar Mas Group beserta anak perusahaannya seperti Golden Agri Resources (GAR) dan Asia Pulp and Paper (APP) bahkan mencapai hampir 3,5 kali lipat dari emisi tahunan negara tersebut (Maharani et al., 2022). Disebut sebagai sektor consumer non-cyclical karena, terlepas dari keadaan ekonomi, apakah itu resesi atau booming permintaan ini harus tetap ada dan tidak dapat dihilangkan dari penggunaan sehari-hari. sisanya adalah kebutuhan sehari-hari (Snips.stockbit.com, 2022). Penyebab pergerakan naik IHSG adalah saham-saham sektor *consumer non-cyclical*. IHSG naik 0,59 persen ke peringkat 7.053,19 secara keseluruhan. Sektor *consumer non-cyclical* mengalami peningkatan sebesar 1,84 persen. Sehingga jika dilihat dari tingkat kenaikan saham yang terjadi di sektor *consumer non-cyclical* hal ini memungkinkan perusahaan akan melakukan *carbon emission disclosure*.

Tabel 1. Tingkat Kenaikan IHGS

Nama Perusahaan	Tingkat Kenaikan Saham
PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD)	8,26%
PT Kino Indonesia Tbk (KINO)	6,99%
PT Unilever Indoneia Tbk (UNVR)	6,90%
PT H.M. Sampoerna Tbk (HMSP)	1,65%
PT Gudang Garam Tbk (GGRM)	1,54%

Sumber: (M.bisnis.com, 2022)

Tren kenaikan harga saham di sektor *consumer non-cyclicals* menunjukkan bahwa perusahaan dalam sektor ini mulai merespons tuntutan keberlanjutan, salah satunya melalui *carbon emission disclosure*, sebagaimana ditemukan oleh (Citra Pratiwi & Fitria Sari, 2016) yang menguji pengaruh tipe industri terhadap *carbon emission disclosure* dan menemukan dampak positif dari sensitivitas industry. Respons ini mencerminkan meningkatnya kesadaran pasar terhadap isu lingkungan, namun sekaligus menimbulkan kekhawatiran terhadap keberlanjutan kondisi ekosistem global jika tidak diikuti oleh komitmen nyata dalam penurunan emisi. Mulai sekarang harus memperhitungkan dampak operasi perusahaan dan potensi pengaruh kebijakan perubahan iklim terhadap perilaku konsumen—sebuah pandangan yang sejalan dengan temuan (Ulfa & Ermaya, 2019) bahwa media exposure dapat mendorong tuntutan pengungkapan lingkungan. Akibatnya, pemangku kepentingan meminta perusahaan untuk mengungkapkan emisi karbon, juga dikenal sebagai carbon emission disclosure, untuk mengevaluasi kinerja mereka (Nur Farida & Sofyani, 2018). Pengungkapan ini mengacu pada pengungkapan yang dilakukan para pelaku usaha (Sepriyawati & Anisah, 2019). Pengungkapan ini menjelaskan upaya perusahaan untuk mengurangi emisi karbon, termasuk perhitungan penggunaan energi, biaya lingkungan, dan persyaratan penggunaan energi perusahaan. Namun, pada praktiknya laporan keberlanjutan di Indonesia sendiri masih bersifat voluntary disclosure, sehingga banyak perusahaan yang tidak mempublikasikan dan membuat

laporan keberlanjutan—temuan ini sejalan dengan studi (Dewayani & Ratnadi, 2021) yang menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dan profitabilitas tidak selalu mendorong disclosure meskipun ukuran perusahaan berpengaruh.

Industri merupakan salah satu sektor yang berpotensi besar dalam memengaruhi praktik carbon emission disclosure Perusahaan (Maharani et al., 2022; Sakina et al., 2024). Penelitian seperti (Putri & Arieftiara, 2023) menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan—termasuk sensitivitas industri—berpengaruh terhadap carbon emission disclosure, meskipun dalam beberapa kasus kinerja lingkungan tidak signifikan. Perusahaan dengan aktivitas bisnis berskala besar dan berbasis industri biasanya memiliki dampak lingkungan yang lebih signifikan dibandingkan entitas usaha kecil. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa perusahaan di sektor seperti pengolahan baja, eksplorasi sumber daya alam, industri kertas dan pulp, pembangkit listrik, air, serta bahan kimia memiliki tanggung jawab lingkungan yang lebih kompleks dan mendalam (Brammer & Pavelin, 2008). Dengan tingginya potensi risiko lingkungan yang ditimbulkan, dibutuhkan mekanisme pengawasan yang lebih ketat, seperti penyusunan sustainability report yang memuat informasi kinerja lingkungan secara transparan—sejalan dengan rekomendasi dari (Ulfa & Ermaya, 2019).

Paparan media (media exposure) juga menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi carbon emission disclosure perusahaan. Misalnya, (Aruning Puspita et al., 2024) menemukan bahwa media exposure secara signifikan mempengaruhi carbon emission disclosure di sektor pertambangan. Peran media dalam mendorong mobilisasi sosial tidak dapat diabaikan (Sepriyawati & Anisah, 2019). Keberadaan media yang aktif mengkritisi kegiatan perusahaan dapat membentuk opini publik dan memengaruhi persepsi reputasi perusahaan. Oleh karena itu, tekanan dari media sebagai pengawas eksternal dapat mendorong perusahaan untuk lebih terbuka dalam melaporkan aktivitas lingkungannya.

Faktor lain yang turut memengaruhi carbon emission disclosure adalah kinerja lingkungan perusahaan. (Mutiara Dani & Harto, 2022) menekankan bahwa perusahaan dengan kinerja lingkungan tinggi cenderung lebih transparan dalam carbon emission disclosure. Namun, studi Dewayani & Ratnadi (2021) justru menemukan bahwa kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan pada carbon disclosure meskipun ukuran perusahaan berpengaruh. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara kinerja lingkungan dan pengungkapan masih perlu dikaji lebih lanjut.

Pemerintah, sebagai bentuk antisipasi dan pengendalian, telah menerbitkan regulasi seperti Peraturan Menteri No. 61 Tahun 2011 dan Peraturan Presiden No. 7 Tahun 2021. Regulasi tersebut menjadi instrumen fiskal dan kebijakan strategis untuk menekan emisi karbon, sejajar dengan kerangka UNFCCC, Protokol Kyoto, dan komitmen Perjanjian Paris (2015). Dalam konteks ini, data PROPER 2020 menunjukkan kinerja perusahaan yang belum merata—hanya 32 perusahaan mendapat peringkat emas, sedangkan sebagian besar masih berada di peringkat biru dan merah. Lebih banyak emisi dihasilkan oleh perusahaan seperti Nestle, Wilmar, Cargill, Musim Mas, dan Grup Sinar Mas, melebihi emisi tahunan negara seperti Swiss atau Singapura. Tren harga saham di sektor consumer non-cyclical dan energi mencerminkan potensi perusahaan untuk meningkatkan carbon emission disclosure sebagai respons terhadap tekanan pasar dan regulasi.

Penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi pengaruh media exposure, kinerja lingkungan, dan karakteristik perusahaan (termasuk tipe industri, ukuran, profitabilitas, dan leverage) terhadap carbon emission disclosure pada berbagai sektor non-keuangan di Indonesia (Ulupui et al., 2020; Agung Ulupui et al., 2020). Sebagai contoh, Agung Ulupui et al. (2020) menemukan bahwa media exposure, tipe industri, dan profitabilitas berpengaruh signifikan, sementara kinerja lingkungan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti . Sementara itu, (NURJANAH & Herawaty, 2022) menguji perusahaan sektor energi dan menemukan bahwa

baik kinerja lingkungan maupun media exposure tidak berpengaruh signifikan terhadap carbon emission disclosure. Sementara jurnal lain, seperti Puspita et al. (2024), menunjukkan hasil berbeda di sektor pertambangan, di mana media exposure, kinerja lingkungan, dan ukuran perusahaan semua berpengaruh signifikan pada carbon emission disclosure.

Penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan menggabungkan tiga variabel—sensitivitas industri, media exposure, dan kinerja lingkungan—secara bersamaan, serta menguji pengaruhnya pada perusahaan di sektor consumer non-cyclicals dan energi yang merupakan sektor dengan tingkat sensitivitas dan dampak lingkungan yang sangat tinggi. Dengan memfokuskan pada periode 2022–2024, dan menganalisis respons pasar berupa tren harga saham sebagai indikator tekanan pasar, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pencerahan mengenai apakah temuan-temuan variabel tersebut konsisten ataupun berbeda ketika diuji pada sektor dan periode yang belum banyak diteliti. Selain itu, penelitian ini juga mengukur variabel sensitivitas industri secara eksplisit—yang belum banyak dilakukan dalam studi terdahulu—sehingga memperluas pemahaman tentang bagaimana karakteristik sektoral mempengaruhi praktik pelaporan emisi karbon perusahaan. Diharapkan penelitian ini menjadi referensi bagi studi selanjutnya, memperluas pengetahuan tentang pengaruh sensitivitas industri, media exposure, dan kinerja lingkungan terhadap carbon emission disclosure. Studi ini menyediakan evaluasi lebih komprehensif dibandingkan penelitian sebelumnya dengan objek yang lebih spesifik (consumer non-cyclicals dan energi) dan rentang waktu yang lebih baru (2022-2024).

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Menurut (Freeman & Phillips, 2002) *stakeholder* merupakan sekelompok atau seseorang yang telah diidentifikasi mempunyai kemampuan memengaruhi atau dipengaruhi oleh tujuan organisasi. Perusahaan mempunyai tanggung jawab penting kepada pemilik (*stakeholder*) dan tanggung jawab yang lebih luas kepada masyarakat. Pemangku kepentingan memiliki hubungan langsung dan tidak langsung dengan perusahaan dalam aktivitasnya untuk kepentingan pihak internal maupun eksternal (Freeman et al., 2021). Berdasarkan teori stakeholder perusahaan tidak mampu lepas dari lingkungan sosial sekitarnya. Namun teori ini lebih menekankan pada pertimbangan kebutuhan, kepentingan, dan pengaruh dari berbagai pihak dalam kebijakan dan aktivitas perusahaan, terutama dalam proses pengambilan keputusan.

Teori Legitimasi

Menurut (Dowling, 2013) legitimasi adalah perusahaan yang berusaha membangun serta mengadaptasikan nilai sosial dan proses bisnis supaya dapat diterima dan diakui oleh masyarakat, hal tersebut dilaksanakan dengan mengadaptasi nilai dan standar yang dianut oleh perusahaan tersebut. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi selalu berupaya agar aktivitasnya dapat diterima oleh masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Teori ini didasarkan pada kesepakatan sosial antara masyarakat dan dunia usaha (Kusumawati et al., 2022). Legitimasi dapat diartikan sebagai usaha untuk menyelaraskan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh sebuah organisasi diharapkan, cocok, atau kompatibel dengan nilai, norma, keyakinan serta ketentuan yang dibangun.

Carbon Emission Disclosure

Carbon Emission Disclosure adalah jenis pengungkapan lingkungan. Menurut (Rodríguez et al., 2020) tingkat emisi karbon sebelumnya dan proyeksi perusahaan diungkapkan oleh carbon emission disclosure, kumpulan data kuantitatif dan kualitatif. Informasi keuangan tentang risiko dan kemungkinan yang terkait dengan paparan dan realisasi perubahan iklim. Menurut (Sakina et al., 2024), *Carbon Emission Disclosure* bersifat sukarela (*Voluntary Disclosure*), yang mengartikan bahwa perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan data terkait akuntansi serta informasi perusahaan lainnya yang dapat membantu perusahaan menerapkan aturan laporan tahunan. Tuntutan untuk perusahaan adalah pengungkapan informasi mengenai semua aktivitas perusahaan. Laporan tahunan perusahaan adalah salah satunya (Garzón-Jiménez & Zorio-Grima, 2021).

Sensitivitas Industri

Tingkat sensitivitas suatu industri terhadap isu lingkungan merupakan salah satu determinan penting dalam mendorong praktik carbon emission disclosure (Maharani et al., 2022). Perusahaan yang beroperasi dalam sektor industri umumnya memberikan tekanan ekologis yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan berskala kecil. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa entitas yang bergerak dalam sektor seperti baja, eksplorasi sumber daya alam, pulp dan kertas, pembangkitan energi, serta pengolahan air dan bahan kimia memiliki tanggung jawab lingkungan yang lebih tinggi (Qureshi et al., 2020). Oleh karena itu, diperlukan pengawasan yang lebih ketat untuk memastikan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut menjalankan operasionalnya dengan memperhatikan dampak emisi yang dihasilkan. Komitmen ini dapat tercermin melalui publikasi laporan keberlanjutan yang memuat informasi transparan mengenai kinerja lingkungan perusahaan.

Media Exposure

Informasi yang disajikan pada media dapat mempengaruhi keputusan dan nilai masyarakat terhadap perusahaan. Pengambilan keputusan dan tindakan pemangku kepentingan dapat dipengaruhi oleh hal ini. Pengungkapan lingkungan perusahaan dipengaruhi oleh informasi yang diperoleh dari pemangku kepentingan dan media. Sehingga peningkataan terkait informasi media mengenai pengungkapan lingkungan akan memberikan dampak yang positif bagi Perusahaan (Loru, 2023).

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan yang baik menjadi cerminan atas tindakan perusahaan guna mengendalikan lingkungan dan tanggung jawab dalam memanfaatkan lingkungan dalam operasional perusahaan (Qintharah, 2024). Kinerja lingkungan ialah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang dipandang oleh masyarakat atau *stakeholder*. Sehingga tingkat perlindungan lingkungan mencerminkan kesadaran perusahaan pada lingkungan di sekitar. Jika lingkungan sekitar perusahaan kinerja lingkungannya optimal serta tertata dengan baik. Masyarakat atau stakeholder melihat kinerja lingkungan seperti bentuk tanggung jawab sosial, sehingga perusahaan harus menjaga lingkungan guna menghindari tuntutan dari masyarakat atau *stakeholder* (Helmisar Saifuddin & Wiyono, 2023).

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian & Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Kesimpulan Penelitian
1	The Influence of Media Exposure, Industry Type, and Environmental Performance on Carbon Emission Disclosure in Non-Financial Companies in Indonesia (Ulupui et al., 2020)	Media Exposure, Jenis Industri, Ukuran Perusahaan, Kinerja Lingkungan	Media exposure dan jenis industri berpengaruh signifikan terhadap carbon emission disclosure. Kinerja lingkungan tidak berpengaruh.
2	Pengaruh Kinerja Lingkungan, Media Exposure, dan Profitabilitas terhadap Carbon Emission Disclosure (Dewayani & Ratnadi, 2021)	Kinerja Lingkungan, Media Exposure, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan. Kinerja lingkungan, media exposure, dan profitabilitas tidak berpengaruh.
3	Pengaruh Leverage, Kinerja Lingkungan, Media Exposure, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Carbon Emission Disclosure (Susilo et al., 2022)	Leverage, Kinerja Lingkungan, Media exposure, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan	Leverage dan Pertumbuhan tidak berpengaruh sementara, kinerja lingkungan dan media exposure berpengaruh signifikan terhadap carbon emission disclosure.
4	Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Carbon Emission Disclosure di Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi (Putri & Arieftiara, 2023)	Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Media Exposure, Kinerja Lingkungan	Media exposure dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan. Kinerja lingkungan tidak signifikan.
5	Pengaruh Media Exposure, Kinerja Lingkungan, dan Leverage terhadap Carbon Emission Disclosure pada Perusahaan Pertambangan Puspita et al. (2024)	Media Exposure, Kinerja Lingkungan, Leverage, Ukuran Perusahaan	Seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap carbon emission disclosure.
6	Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility Dan Carbon Emission Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan (Sakina et al., 2024)	Green Accounting, Corporate Social Responsibility, Carbon Emission Disclosure & Nilai Perusahaan	Green accounting tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, corporate social responsibility memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan dan carbon emission disclosure memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

Sumber: Data diolah, 2025

Hipotesis Penelitian

Pengaruh Sensitivitas Industri terhadap *Carbon Emission Disclosure*

Sensitivitas industri merujuk pada tingkat sejauh mana aktivitas operasional suatu perusahaan industri berinteraksi secara langsung dengan lingkungan, yang dapat menimbulkan dampak ekologis yang signifikan. Perusahaan dengan tingkat sensitivitas industri yang tinggi umumnya dikategorikan sebagai perusahaan berprofil tinggi (*high profile*), yaitu perusahaan yang berada dalam sorotan publik karena aktivitasnya dianggap memiliki dampak terhadap kepentingan masyarakat luas (Qintharah, 2024). Skala perusahaan yang besar cenderung berkorelasi dengan sensitivitas industri yang tinggi, karena manajemen dituntut untuk tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan

lingkungan dari kegiatan usahanya. Kondisi ini sejalan dengan teori legitimasi, yang menjelaskan bahwa perusahaan harus menunjukkan keselarasan nilai dengan masyarakat sebagai bagian dari upaya mempertahankan dukungan sosial. Ketika perusahaan dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap lingkungan eksternal, maka akan muncul dorongan untuk mengungkapkan informasi terkait emisi karbon sebagai bentuk akuntabilitas dan sarana membangun legitimasi di hadapan para pemangku kepentingan (Sakina et al., 2024). Temuan penelitian oleh Berliana Calya Putri (2024) memperkuat pandangan ini, di mana sensitivitas industri berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*. Hasil serupa juga diperoleh dalam studi Rusdi & Helmayunita (2023), yang menyatakan bahwa semakin tinggi sensitivitas industri perusahaan, maka semakin besar pula kecenderungan perusahaan untuk melaporkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya secara terbuka. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Sensitivitas Industri berpengaruh positif terhadap Carbon Emission Disclosure

Pengaruh Media Exposure terhadap Carbon Emission Disclosure

Media massa menjadi saluran utama bagi masyarakat dalam membentuk persepsi terhadap reputasi dan tanggung jawab suatu perusahaan. Tingkat eksposur perusahaan di media (*media exposure*) memiliki peran strategis dalam memengaruhi kelangsungan operasional perusahaan. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang secara terbuka menyampaikan informasi terkait dampak aktivitasnya terhadap lingkungan akan lebih mudah memperoleh penerimaan dan dukungan sosial dari masyarakat (Mufauwwid & Lastanti, 2025). Untuk menjaga citra publik, perusahaan cenderung mengurangi potensi pelanggaran dan lebih berhati-hati dalam menjalankan operasionalnya. Media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi ruang pembelajaran publik atas isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan, termasuk praktik emisi karbon. Dalam konteks ini, keterbukaan informasi melalui *carbon emission disclosure* menjadi sarana penting untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat. Semakin kuat komitmen perusahaan terhadap isu lingkungan yang disampaikan melalui media, maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap pandangan dan keputusan *stakeholder*. Di era digital saat ini, media memiliki peran yang sangat dominan dalam membentuk persepsi publik, sehingga mendorong perusahaan untuk secara sukarela membagikan informasi sebagai upaya membangun citra positif. Media exposure menjadi instrumen penting yang menghubungkan perusahaan dengan opini masyarakat, sekaligus berfungsi sebagai penguatan akuntabilitas. Penelitian sebelumnya juga mendukung hal ini. Septriyani & Handayani (2018) menemukan bahwa media exposure berpengaruh positif terhadap *carbon emission disclosure*. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh studi Florencia & Handoko (2021), yang menyatakan bahwa semakin tinggi eksposur media, semakin besar kemungkinan perusahaan menyampaikan informasi lingkungan secara sukarela. Dengan demikian, perusahaan yang mengungkapkan emisi karbon dapat dianggap telah mematuhi norma sosial dan memperoleh legitimasi dari publik. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis kedua dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2: Media Exposure berpengaruh positif terhadap Carbon Emission Disclosure

Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Carbon Emission Disclosure

Salah satu aspek krusial yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menjaga keberlangsungan usahanya adalah tanggung jawab terhadap lingkungan. Kinerja lingkungan mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu mengelola dampak operasionalnya terhadap ekosistem, dan menjadi indikator utama dalam menilai kepatuhan serta komitmen terhadap prinsip keberlanjutan. Dalam konteks *carbon emission disclosure*, teori legitimasi memberikan

dasar yang kuat untuk menjelaskan perilaku perusahaan. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan dengan kepatuhan tinggi terhadap standar perlindungan lingkungan cenderung lebih terbuka dalam mengungkapkan informasi lingkungan karena mereka ingin membangun dan mempertahankan citra positif di mata publik. Pengungkapan semacam ini menjadi sarana bagi perusahaan untuk menunjukkan bukti konkret atas komitmen lingkungan mereka, terutama ketika perusahaan memperoleh peringkat kinerja lingkungan yang tinggi dari lembaga eksternal (Sekarini & Setiadi, 2021). Lebih lanjut, teori stakeholder memperkuat argumen tersebut dengan menekankan pentingnya hubungan timbal balik antara perusahaan dan para pemangku kepentingannya. Perusahaan yang proaktif dalam menyusun strategi pengelolaan lingkungan akan ter dorong untuk menyampaikan informasi kepada investor dan pihak eksternal lainnya sebagai bentuk komunikasi yang transparan. Penyampaian informasi ini bukan hanya bentuk pertanggungjawaban, melainkan juga strategi untuk memperkuat kepercayaan dan reputasi di mata publik. Dengan demikian, kinerja lingkungan yang optimal dapat menjadi landasan yang memperkuat komitmen perusahaan dalam pengungkapan karbon secara sukarela. Temuan dari berbagai penelitian sebelumnya turut mendukung hubungan positif antara kinerja lingkungan dan carbon emission disclosure. Studi oleh Prafitri & Zulaikhah (2016), Deantari et al. (2019), Kristiantoro & Lasdi (2022), serta Purnayudha & Hadiprajitno (2022) menunjukkan bahwa perusahaan dengan performa lingkungan yang baik lebih cenderung untuk menyampaikan informasi mengenai emisi karbon secara terbuka. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis ketiga dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H3: Kinerja Lingkungan berpengaruh positif terhadap *Carbon Emission Disclosure*

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan sektor *consumer non-cyclical* dan *energy* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2022-2024. Penentuan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut: Perusahaan sektor consumer noncyclical dan energy yang terdaftar di BEI selama periode 2022-2024. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan lengkap selama tahun 2022-2024, berakhir pada 31 Desember. Perusahaan yang menyusun laporan keberlanjutan selama periode yang sama. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode tersebut.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi data panel. Untuk menentukan model regresi panel yang paling sesuai, dilakukan uji Chow guna membandingkan Common Effect Model (CEM) dan Fixed Effect Model (FEM). Model Common Effect dipilih apabila nilai probabilitas dari uji lebih besar dari 0,05, sedangkan Fixed Effect digunakan jika nilai probabilitas kurang dari 0,05. Sebelum analisis regresi dilakukan, terlebih dahulu diuji asumsi klasik untuk memastikan validitas model. Uji normalitas dilakukan menggunakan uji Jarque-Bera, sementara uji multikolinearitas dianalisis dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Uji heteroskedastisitas dilakukan melalui metode Glejser, dan uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson test. Setelah semua asumsi terpenuhi, dilakukan analisis regresi berganda, dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi (R^2), uji signifikansi simultan (F-test), dan uji signifikansi parsial (t-test).

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel independen dan variabel dependen. Berikut adalah pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
----	----------	-----------------	-----------	-------

1.	<i>Carbon Emission Disclosure (Y)</i>	Carbon emission disclosure terkait janji perusahaan menurunkan emisi karbon, seperti biaya lingkungan, perhitungan konsumsi energi, dan peraturan penggunaan energi, dikenal sebagai <i>Carbon Emission</i>	CED = Total item yang Rasio diungkapkan / Total item keseluruhan x 100%. (Choi et.al 2013).
2.	Sensitivitas Industri (SI)	Sensitivitas industri didefinisikan sebagai dampak dan pengaruh yang diakibatkan oleh perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan terhadap lingkungan Perusahaan (Julekhah & Rahmawati, t.t.).	Pengukuran dengan Variabel dummy variable, dengan Dummy memberikan skor 1 untuk Perusahaan pertambangan dan energi. Dan skor 0 untuk perusahaan kimia, farmasi, kosmetik serta makanan dan minuman (Julekhah & Rahmawati, t.t.).
3.	<i>Media Exposure (ME)</i>	<i>Media exposure</i> merupakan mekanisme pengawasan publik yang memberikan tekanan kepada stakeholder untuk lebih peduli terhadap masalah lingkungan dan sosial sehingga mendorong untuk lebih banyak melakukannya pengungkapan (Widiastuti dkk., 2018).	Pengukuran dengan Variabel variabel dummy dimana nilai 1 untuk perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan emisi karbon melalui website perusahaan, serta media pengungkapan seperti <i>annual report</i> dan <i>sustainability report</i> dengan minimal 2 pengungkapan. Sedangkan jika perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan akan mendapatkan nilai 0 (Nastiti & Hardiningsih, 2022)

4. Kinerja Lingkungan (KL)	Kinerja lingkungan adalah tata kelola lingkungan oleh Perusahaan dalam upaya untuk turut serta dalam berpartisipasi, menjaga dan lingkungan (Supadi & Sudana, 2018).	Peringkat PROPER dikelompokkan menjadi lima warna, yaitu : Hitam = 1 poin Merah = 2 poin Biru = 3 poin Hijau = 4 poin Emas = 5 poin	Interval
----------------------------	--	---	----------

Sumber: Data diolah, 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan objek penelitian Perusahaan yang berasal dari sektor *consumer non cyclical* dan sektor *energy*. Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini akan dibahas pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 4. Populasi dan Sampel Penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan Sektor <i>Consumer Non-Cyclical & Energy</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024.	216
2.	Perusahaan Sektor <i>Consumer Non-Cyclical & Energy</i> yang memiliki laba negatif / rugi selama 2022-2024.	(16)
3.	Perusahaan Sektor <i>Consumer Non-Cyclical & Energy</i> yang tidak mengungkapkan <i>Carbon Emission Disclosure</i> selama periode 2022-2024.	(10)
4.	Perusahaan Sektor <i>Consumer Non-Cyclical & Energy</i> yang tidak mengungkapkan laporan keuangan tahunan & laporan keberlanjutan selama periode 2022-2024.	(12)
5.	Perusahaan Sektor <i>Consumer Non-Cyclical & Energy</i> yang tidak mengungkapkan <i>PROPER</i> selama periode 2022-2024.	(49)
6.	Perusahaan Sektor <i>Consumer Non-Cyclical & Energy</i> yang tidak mengungkapkan <i>Sensitivitas Industri</i> selama periode 2022-2024.	(129)
Jumlah Sampel Akhir		42
Tahun Pengamatan		3
Jumlah Pengamatan		126

Sumber: Data diolah, 2025

Penelitian ini melibatkan serangkaian tahapan analisis untuk menguji hubungan antar variabel yang dikaji. Tahapan awal dimulai dengan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum karakteristik data. Selanjutnya, dilakukan pengujian asumsi klasik sebagai prasyarat untuk memastikan validitas model regresi. Setelah itu, dilakukan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial antar variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian tambahan meliputi uji koefisien determinasi (R^2), uji signifikansi simultan (uji F), serta uji signifikansi parsial (uji t).

Tabel 5. Hasil Deskriptif Statistik

	N	MIN	MAX	MEAN	STD DEV
SI	126	0,00	1,00	0,44	0,412
ME	126	0,00	1,00	0,55	0,499
KL	126	0,00	5,00	3,15	1,112

CED	126	0,00	0,72	0,46	0,127
N	126				

Sumber: Data diolah, 2025

Berikut adalah pembahasan statistik deskriptif masing-masing variabel yang ditunjukkan oleh tabel 4:

1. *Corporate Emission Disclosure*, Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai rata-rata sebesar 0,46, dengan nilai maksimum 0,72, minimum 0, dan standar deviasi sebesar 0,12. Nilai rata-rata yang berada di tengah rentang mengindikasikan bahwa karakteristik yang diukur cukup umum ditemukan dalam sampel. Sementara itu, standar deviasi yang relatif kecil mencerminkan variasi data yang tidak terlalu besar, sehingga distribusi antar entitas dalam data sekunder tergolong stabil.
2. Sensitivitas Industri, Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel memiliki rata-rata sebesar 0,44, dengan nilai maksimum 1, minimum 0, dan standar deviasi 0,41. Nilai rata-rata yang mendekati 0 mengindikasikan bahwa sebagian besar entitas dalam data sekunder belum menunjukkan keberadaan karakteristik yang dimaksud. Adanya variasi yang cukup besar tercermin dari nilai standar deviasi, menunjukkan kondisi yang belum merata di seluruh sampel.
3. *Media Exposure*, Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai rata-rata sebesar 0,55, dengan nilai maksimum 1, minimum 0, dan standar deviasi sebesar 0,49. Nilai rata-rata yang mendekati tengah rentang mengindikasikan bahwa karakteristik yang diukur tersebar cukup merata di antara entitas dalam sampel. Variasi data yang cukup tinggi tercermin dari nilai standar deviasi, menunjukkan adanya keberagaman kondisi antar entitas dalam data sekunder.
4. Kinerja Lingkungan, Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai rata-rata sebesar 3,15, dengan nilai maksimum 5, minimum 0, dan standar deviasi sebesar 1,11. Dalam konteks ini, skala penilaian terdiri dari lima tingkat, yaitu: 5 (peringkat hitam), 4 (merah), 3 (biru), 2 (hijau), dan 1 (emas), dengan 0 menunjukkan tidak masuk penilaian. Nilai rata-rata yang berada pada angka 3 menunjukkan bahwa sebagian besar entitas berada pada peringkat biru, yang mencerminkan kepatuhan terhadap ketentuan lingkungan tanpa upaya lebih. Nilai standar deviasi yang moderat menunjukkan adanya variasi penilaian antar entitas yang masih dalam batas wajar.

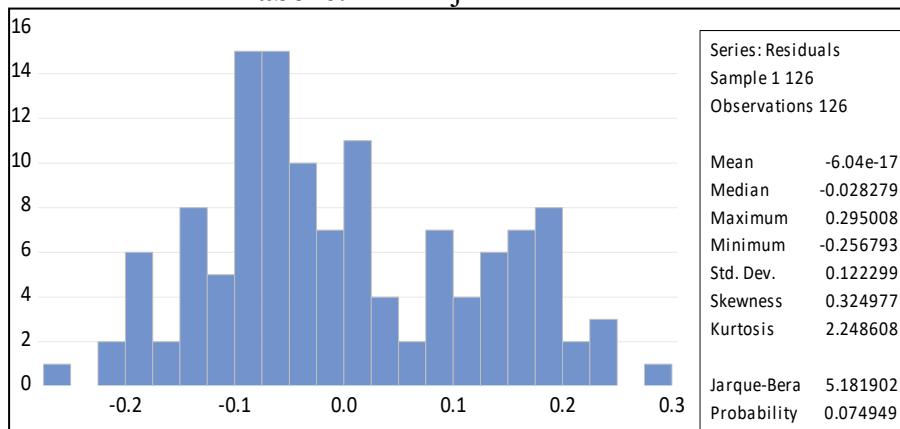
Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini dilaksanakan melalui sejumlah tahapan untuk memastikan kelayakan model regresi yang digunakan. Pengujian tersebut mencakup uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, serta uji autokorelasi. Setiap hasil dari tahapan uji tersebut akan dijelaskan secara terperinci pada bagian berikutnya.

Uji Normalitas

Berikut adalah hasil uji normalitas dalam penelitian ini. Pengujian ini dilakukan dengan pengujian jarque-bera pada aplikasi e-views. Hasil ditunjukkan pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah, 2025

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Jarque-Bera, dengan hasil probabilitas sebesar 0,074949 yang melebihi nilai signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi dasar untuk analisis regresi.

Uji Heterokedastisitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Salah satu indikator yang digunakan adalah nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), di mana model dikatakan bebas dari gejala multikolinearitas jika seluruh variabel memiliki nilai VIF di bawah 10. Sebaliknya, nilai VIF di atas ambang batas tersebut mengindikasikan adanya masalah multikolinearitas dalam model..

Tabel 7. Uji Multikolinieritas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.001304	10.63489	NA
SI	0.000516	1.704014	1.014294
ME	0.000525	2.343319	1.060073
KL	9.980005	9.100017	1.021313

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen, yaitu Sensitivitas Industri, Media Exposure, dan Kinerja Lingkungan, memiliki nilai VIF masing-masing sebesar 1,014; 1,060; dan 1,021. Karena seluruh nilai VIF berada jauh di bawah ambang batas 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah multikolinearitas, sehingga asumsi tersebut telah terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan metode Glejser. Suatu model dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi untuk masing-masing variabel independen melebihi 0,05. Berikut ini disajikan hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan metode tersebut.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.080589	0.018999	4241876	0.0000

SI	0.023360	0.011953	1954292	0,37
ME	0.023296	0.012051	1933118	0,39
KL	0.003706	0.005255	0.705218	3,35

Sumber: Data diolah, 2025

Pada tabel 7 di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas dari variabel Sensitivitas Industri (SI) sebesar $0,37 > 0,05$, Media *Exposure* (ME) sebesar $0,39 > 0,05$ dan Kinerja Lingkungan (KL) sebesar $3,35 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan jika seluruh variabel independen dalam penelitian ini mempunyai nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas atau asumsi uji heterokedastisitas sudah terpenuhi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode t-1. Untuk melakukan uji mengenai ada atau tidaknya suatu autokorelasi dapat dilakukan dengan cara melakukan Uji Durbin-Watson (Ghozali, 2018).

Tabel 9. Uji Autokorelasi

Hannan-Quinn criter.	-1.248.417	F-statistic	2.696.495
Durbin-Watson stat	1.7786	Prob(F-statistic)	1.1396

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 8 hasil uji autokorelasi pada nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1.7786 dengan nilai du sebesar 1.7751 dan nilai dl. 1.6443. Jika diperinci maka $1.7751 (dU) < 1.7786 (dW) < 4 - 1.7751 = 2.2249$ ($4-dU$) sehingga dapat disimpulkan apabila $dU < dW < 4 - dU$ artinya H_0 diterima. Syarat ini menyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Uji Pemilihan Model

Uji Chow

Pemilihan model regresi panel antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM) dilakukan melalui pengujian Chow. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah model yang paling sesuai adalah CEM atau FEM berdasarkan nilai statistik chi-kuadrat. Apabila nilai probabilitas hasil uji lebih besar dari 0,05, maka model Common Effect dinilai lebih tepat digunakan. Sebaliknya, jika nilai probabilitas kurang dari 0,05, maka Fixed Effect Model menjadi pilihan yang lebih sesuai. Adapun pengujian dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	2.931.414	-43,83	0.0000
Cross-section Chi-square	121.009.510	43	0.0000

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Uji Chow didapatkan hasil nilai profitabilitas $0.0000 < 0.05$ maka dengan begitu dilanjutkan dengan melakukan Uji Hausman. Dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa model yang terpilih adalah model FEM dibandingkan dengan model CEM.

Uji Hausman

Pemilihan antara model regresi Random Effect dan Fixed Effect dalam analisis data panel dilakukan dengan menggunakan uji Hausman. Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi model yang paling tepat berdasarkan nilai signifikansi dari statistik chi-square. Apabila nilai

probabilitas melebihi 0,05, maka model Random Effect dianggap lebih sesuai. Sebaliknya, jika nilai probabilitas berada di bawah 0,05, maka model Fixed Effect menjadi pilihan yang lebih tepat. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa estimasi regresi panel dilakukan dengan model yang paling efisien dan bebas dari bias.

Tabel 11. Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	2.723.597	4	0,61

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Uji Hausman didapatkan hasil nilai profitabilitas *Cross-section Random* 0,61 < 0,05 maka dengan begitu dilanjutkan dengan melakukan Uji Lagrange Multipler. Dikarenakan nilainya menunjukkan pada uji hausman yang terpilih adalah model REM dibandingkan dengan model FEM.

Uji Lagrange Multipler

Hasil dari model regresi *Common Effect* dan *Random Effect* dibandingkan dengan menggunakan uji Lagrange Multipler. Untuk data panel, *Common Effect* (CEM) dipilih jika nilai chi-kuadrat lebih besar dari nilai profitabilitas signifikan (0,05). *Random Effect* (REM) dipilih jika nilai chi-kuadrat lebih kecil dari nilai profitabilitas signifikan (0,05). Untuk menentukan model regresi, maka dilakukan uji sebagai berikut :

Tabel 12. Hasil Uji Lagrange Multipler

Test Hypothesis			
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	1.801.020	0.371490	1.838.169
	(0.0000)	(0.5422)	(0.0000)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan uji lagrange multipler didapatkan hasil nilai profitabilitas *Cross-section* 0,00 < 0,05. Dari ketiga pengujian yang telah dilakukan, *Model Random Effect* (REM) yang terbaik. Maka untuk melakukan analisis regresi bisa menggunakan *Model Random Effect* (REM).

Hasil Analisis Regresi

Model regresi panel digunakan untuk mengevaluasi hubungan pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari Sensitivitas Industri, *Media Exposure*, dan Kinerja Lingkungan terhadap variabel dependen, yaitu *Carbon Emission Disclosure*. Proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak Eviews 12, dan hasil estimasi model regresi ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 13. Hasil Uji Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.406112	0.035599	1.140.787	0.0000
SI	-0.023378	0.018997	-1.230.617	1,53
ME	0.000789	0.020902	0.037734	6,74
KL	0.027600	0.008268	3.338.246	0.011

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian regresi data panel diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$CED = 0.406112 - 0.023378SI + 0.000789ME + 0.027600KL + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linier diatas, dapat diambil suatu analisis bahwa: Nilai konstanta bernilai positif sebesar 0,406112 hal ini menunjukkan apabila yaitu Sensitivitas

Industri, Media *Exposure*, Kinerja Lingkungan, dan Profitabilitas diasumsikan konstan (0), *Carbon Emission Disclosure* (Y) akan bernilai sebesar 0,406112. Koefisien regresi variabel Sensitivitas Industri (SI) sebesar -0.23378 menunjukkan bahwa adanya hubungan yang negatif antara variabel sensitivitas industri dengan *Carbon Emission Disclosure*. Yang artinya ketika terjadi peningkatan satu satuan pada sensitivitas industry maka, akan terjadi penurunan sebesar 0,023378 pada CED. Koefisien regresi variabel Media *Exposure* (ME) sebesar 0.000789 menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif antara variabel media *exposure* dengan *Carbon Emission Disclosure*. Yang menunjukkan apabila *media exposure* bertambah satu-satuan akan menyebabkan peningkatan pada CED sebesar 0,000789. Koefisien regresi variabel kinerja lingkungan (KL) sebesar 0.027600 menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif antara variabel kinerja lingkungan dengan *Carbon Emission Disclosure*. Dimana ketika ada peningkatan sebesar satu-satuan pada kinerja lingkungan maka CED akan meningkat sebesar 0,27600.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel-variabel independen dalam model mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R^2 berada dalam rentang 0 hingga 1. Apabila nilai R^2 rendah, maka kemampuan prediktif variabel independen terhadap variabel dependen tergolong lemah. Sebaliknya, semakin mendekati angka 1, maka semakin besar proporsi varians variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Di bawah ini disajikan hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R-squared	0.127621
Adjusted R-squared	0.099926

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil estimasi yang disajikan pada Tabel 14, diperoleh nilai Adjusted R-Square sebesar 0,0999. Nilai ini mengindikasikan bahwa proporsi variabel dependen, yaitu *Carbon Emission Disclosure*, yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model hanya sebesar 9,99%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel tergolong rendah. Sementara itu, sisanya sebesar 90,01% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Pengujian selanjutnya dilakukan melalui uji F untuk menilai kelayakan model secara simultan, dengan hasil disajikan sebagai berikut:

Tabel 15. Hasil Uji Kelayakan Model

F-statistic	4.608145
Prob(F-statistic)	0.001662

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 13 di atas nilai F-statistik yaitu sebesar 4.608145 dengan probability sebesar 0.001662. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa probability F-Statistik sebesar $0.001662 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel independen yaitu Sensitivitas Industri, *Media Exposure*, dan Kinerja Lingkungan layak terhadap variabel dependen yaitu *Carbon Emission Disclosure*. Sehingga model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan.

Uji t

Pengujian secara parsial melalui uji t dilakukan untuk menilai kontribusi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Suatu variabel independen dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan apabila nilai probabilitasnya berada di bawah ambang batas 0,05 dan nilai t-hitung melebihi t-tabel. Hasil dari pengujian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 16. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.377088	0.036113	1044184	0.0000
SI	0.002803	0.022721	0.123371	6,26
ME	0.016715	0.022907	0.729656	3,24
KL	0.027195	0.009990	2.722314	0.0074
ROA	-0.069879	0.049735	-1405023	1,13

Sumber: Data diolah, 2025

Berikut adalah deskripsi dari hasil uji t yang ditunjukkan pada tabel 14: Berdasarkan hasil uji parsial pada Tabel 14, variabel Sensitivitas Industri memiliki nilai t-statistik sebesar 0,123 yang lebih kecil dari nilai t-tabel sebesar 2,026, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,626 ($> 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa Sensitivitas Industri tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *carbon emission disclosure*. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) dinyatakan tidak didukung oleh data. Selanjutnya, untuk variabel *Media Exposure*, diperoleh nilai t-statistik sebesar 0,729 yang juga lebih kecil dari t-tabel sebesar 2,026, serta nilai probabilitas sebesar 0,324 ($> 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa *Media Exposure* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *carbon emission disclosure*. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) juga ditolak. Berdasarkan tabel 14, variabel Kinerja Lingkungan menunjukkan bahwa nilai tstatistik sebesar 2.722314 lebih besar dari t table sebesar 2.026 dan nilai probability sebesar $0,0074 < 0,05$. Maka nilai t statstik $>$ t table dan probability $< 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kinerja lingkungan berpengaruh terhadap *carbon emission disclosure*. Maka hipotesis ketiga (H3) diterima.

Pembahasan

Pengaruh Sensitivitas Industri Terhadap *Carbon Emission Disclosure*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa sensitivitas industri tidak berpengaruh signifikan terhadap carbon emission disclosure, ditunjukkan dengan nilai uji-t yang tidak memenuhi kriteria signifikansi, sehingga hipotesis ditolak. Artinya, perusahaan dalam industri sensitif lingkungan tidak secara konsisten menunjukkan tingkat carbon emission disclosure yang lebih tinggi dibandingkan industri lainnya. Penjelasan ini sejalan dengan teori pemangku kepentingan (Freeman et al., 2021) yang menyatakan bahwa perusahaan merespons tekanan dari berbagai pihak, seperti pemerintah, masyarakat, dan investor. Namun, dalam praktiknya, tidak semua perusahaan—meski beroperasi di sektor berdampak tinggi terhadap lingkungan—secara aktif meningkatkan transparansi informasi lingkungan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh lemahnya pengawasan, rendahnya ekspektasi publik, atau belum adanya insentif kuat terhadap pengungkapan.

Selain itu, komposisi sektor dalam sampel juga terpengaruh oleh dominasi perusahaan *consumer non-cyclicals*, yang secara umum bukan industri sensitif terhadap isu lingkungan. Kondisi ini dapat mengaburkan perbedaan daripada sensitivitas industri, sehingga variabel tersebut tidak signifikan secara statistik. Temuan ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Sherly, Mukhzarudfa, & Mansur (2024) menemukan bahwa pada perusahaan sektor *basic materials*, *media exposure* signifikan, sementara kinerja lingkungan dan profil industri

(sensitivitas sektor) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan karbon. Juga penelitian yang dilakukan Roy, Stephanus, & Pratama (2024) dalam studi perusahaan energi juga melaporkan bahwa leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap carbon disclosure, sedangkan variabel seperti carbon intensity, profitabilitas, dan kinerja lingkungan tidak menunjukkan efek yang signifikan.

Lebih jauh, Branco & Rodrigues (2008), Qiu et al. (2016), dan Amran & Haniffa (2011) juga menekankan bahwa sektor sensitif tidak selalu berkorelasi dengan tingkat pengungkapan, melainkan faktor internal seperti strategi komunikasi, persepsi risiko reputasi, dan motif legitimasi perusahaan seringkali lebih dominan. Temuan ini pun didukung oleh penelitian Sherly et al. (2024) dan Roy et al. (2024), menunjukkan bahwa karakteristik sektoral bukanlah satu-satunya driver transparansi karbon—tekanan media dan faktor internal perusahaan memiliki peran yang lebih besar.

Pengaruh *Media Exposure* terhadap *Carbon Emission Disclosure*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh signifikan terhadap *carbon emission disclosure*. Hal ini terlihat dari nilai uji *t* yang tidak memenuhi tingkat signifikansi, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh tidak dapat diterima. Dengan kata lain, tingkat eksposur media yang diperoleh perusahaan tidak secara konsisten mendorong peningkatan keterbukaan informasi terkait emisi karbon. Secara teoretis, temuan ini dapat dijelaskan melalui *stakeholder theory* (Freeman, 1984), yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab untuk merespons tekanan dari para pemangku kepentingan, termasuk media massa. Media sering dianggap sebagai agen eksternal yang dapat menekan perusahaan untuk bertindak lebih transparan terhadap isu lingkungan, termasuk emisi karbon. Namun demikian, tidak semua bentuk eksposur media bersifat kritis atau berfokus pada isu lingkungan, sehingga tidak selalu mendorong pengungkapan.

Beberapa alasan dapat menjelaskan temuan ini. Pertama, tidak semua pemberitaan media fokus pada isu lingkungan atau menyoroti praktik emisi karbon secara eksplisit. Media exposure yang diukur secara umum bisa mencerminkan popularitas atau ukuran perusahaan, bukan tekanan khusus terkait isu lingkungan. Kedua, perusahaan mungkin hanya merespons tekanan media ketika isu lingkungan mendapat perhatian luas atau menjadi kontroversi, yang tidak selalu terjadi dalam sampel periode penelitian ini. Lebih lanjut, hasil ini juga bisa dipengaruhi oleh karakteristik sektor yang menjadi objek dalam penelitian ini, yaitu sektor energi dan sektor consumer non-cyclicals. Jumlah perusahaan dari sektor consumer non-cyclicals lebih banyak dibandingkan dengan sektor energi. Padahal, sektor consumer non-cyclicals umumnya tidak mendapat sorotan media yang tinggi dalam konteks isu lingkungan dibandingkan sektor energi yang dianggap lebih berdampak terhadap lingkungan. Ketidakseimbangan komposisi ini berpotensi melemahkan daya prediktif variabel *media exposure* terhadap carbon emission disclosure, karena perusahaan di sektor yang kurang disorot tidak menghadapi tekanan publik yang cukup besar untuk meningkatkan transparansi.

Temuan ini didukung oleh penelitian terdahulu seperti (Rupley et al., 2012), yang menunjukkan bahwa media exposure tidak selalu berdampak langsung terhadap pengungkapan lingkungan, terutama jika isi pemberitaan tidak bersifat kritis. (Aerts & Cormier, 2009) juga menjelaskan bahwa hanya media dengan tekanan substansial yang mampu memengaruhi praktik pengungkapan secara nyata. Selain itu, Mahadeo et al. (2011) menyatakan bahwa perusahaan kadang merespons tekanan media dengan pendekatan simbolik, bukan dengan peningkatan kualitas atau kuantitas informasi yang diungkapkan. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Laksani et al. (2021) dan Cahya (2016) menunjukkan bahwa rendahnya intensitas perusahaan dalam memanfaatkan visibilitas media berkorelasi dengan tingkat carbon emission disclosure yang masih terbatas. Kekhawatiran perusahaan terhadap potensi pengawasan

lingkungan yang meningkat jika informasi dipublikasikan secara terbuka juga menjadi salah satu alasan pengungkapan yang minim. Ketakutan akan munculnya citra negatif dari opini publik apabila praktik lingkungan perusahaan dinilai tidak memadai turut memperkuat sikap perusahaan untuk menahan diri dalam menyampaikan informasi tersebut di ruang publik.

Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan media tidak selalu berperan sebagai pendorong bagi perusahaan untuk mengungkapkan emisi karbon dalam laporan tahunan. Salah satu kemungkinan yang menjelaskan kondisi ini adalah karena sebagian besar perusahaan telah menggunakan situs web resmi sebagai sarana penyampaian informasi keuangan dan non-keuangan. Namun, belum adanya standar kuantitas dan kualitas yang seragam antar perusahaan dalam pelaporan melalui media daring menyebabkan informasi yang disampaikan menjadi tidak terukur. Di sisi lain, penggunaan website sebagai media komunikasi juga memiliki risiko, seperti potensi plagiarisme konten ataupun dampak reputasional jika informasi yang disampaikan justru menimbulkan persepsi negatif dari publik. Maka dapat disimpulkan bahwa ketika perusahaan melakukan pengungkapan informasi lingkungan yang berlebihan ke media terhadap pengawasan lingkungan dapat menimbulkan stigma dari pihak *stakeholder*. Dengan demikian, meskipun secara konseptual media memiliki potensi untuk mendorong carbon emission disclosure melalui tekanan eksternal, dalam konteks penelitian ini pengaruh tersebut tidak signifikan—kemungkinan karena isi eksposur yang tidak spesifik terhadap isu lingkungan, dan karena dominasi sektor yang tidak terlalu sensitif terhadap tekanan publik dan media.

Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Carbon Emission Disclosure*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap carbon emission disclosure. Artinya, semakin baik kinerja lingkungan suatu perusahaan, semakin besar kecenderungannya untuk mengungkapkan informasi terkait emisi karbon. Temuan ini mendukung hipotesis yang diajukan dan mengindikasikan bahwa perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap pengelolaan lingkungan cenderung lebih transparan dalam menyampaikan data emisinya kepada publik. Secara teoretis, temuan ini sejalan dengan stakeholder theory (Freeman & McVea, 1984), yang menyatakan bahwa perusahaan berkewajiban merespons ekspektasi para pemangku kepentingan—termasuk regulator, investor, konsumen, dan masyarakat—khususnya dalam isu lingkungan. Kinerja lingkungan yang baik menjadi bentuk tanggung jawab perusahaan dalam menjawab ekspektasi tersebut, dan carbon emission disclosure merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk menunjukkan akuntabilitas tersebut.

Penelitian ini menggunakan objek dari dua sektor, yaitu sektor energi dan sektor consumer non-cyclicals, dengan komposisi jumlah perusahaan dari sektor consumer non-cyclicals yang lebih besar dibandingkan sektor energi. Meskipun sektor energi secara umum dipandang lebih sensitif terhadap isu lingkungan, sektor consumer non-cyclicals juga menghadapi tekanan yang cukup kuat dari konsumen dan regulator terkait keberlanjutan. Oleh karena itu, kecenderungan perusahaan dengan kinerja lingkungan baik untuk mengungkapkan emisi karbon tetap konsisten, meskipun berasal dari sektor yang berbeda. Keragaman sektor ini memperkuat temuan bahwa kinerja lingkungan merupakan faktor internal yang lebih berperan dalam mendorong pengungkapan, terlepas dari karakteristik sektoralnya. Artinya, baik perusahaan di sektor energi maupun non-cyclicals cenderung menggunakan pengungkapan emisi sebagai bagian dari strategi keberlanjutan ketika kinerja lingkungannya tergolong baik.

Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu seperti (Clarkson et al., 2008) yang menemukan bahwa perusahaan dengan kinerja lingkungan tinggi lebih banyak melakukan pengungkapan. (Choi. B.B, Doowon Lee, 2013) dan (Qintharah, 2024; Qintharah & Augustine, 2024) juga menunjukkan pola serupa. Selain itu, Qintharah et al. (2022) yang menyatakan

bawa kinerja lingkungan melalui peringkat PROPER berpengaruh signifikan terhadap carbon emission disclosure.

Lebih lanjut, dukungan juga datang dari hasil penelitian (Qintharah & Utami, 2023; Sakina et al., 2024) yang menekankan bahwa carbon emission disclosure bukan hanya mencerminkan transparansi, tetapi juga merupakan bagian dari praktik keberlanjutan yang terintegrasi dengan kinerja lingkungan perusahaan. Artinya, perusahaan yang memiliki praktik lingkungan yang baik cenderung menyelaraskan aspek akuntansi hijau, tanggung jawab sosial, dan keterbukaan karbon secara sistematis sebagai bagian dari nilai jangka panjang yang ingin mereka komunikasikan kepada stakeholder. Dengan demikian, hasil ini memperkuat argumentasi bahwa keterbukaan informasi karbon tidak hanya didorong oleh tekanan eksternal, tetapi merupakan refleksi dari kinerja lingkungan yang nyata, sebagai bentuk tanggung jawab dan strategi legitimasi yang terstruktur.

Penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinda Amelia Asyifa & Dian Imanina Burhany (2022) Dimana penelitian ini mengkaji perusahaan SRI-KEHATI (2016–2020), menemukan bahwa environmental performance secara positif memengaruhi nilai perusahaan, dan hubungannya erat dengan peningkatan carbon emission disclosure. Rudy Kurniawan, Ranti Windari & Sari Rusmita (2024) yang menjelaskan dalam Perusahaan sektor energi dan consumer non-cyclicals (2020–2022), mereka melaporkan bahwa environmental performance secara positif dan signifikan meningkatkan carbon emission disclosure, memperkuat relevansi variabel ini dalam konteks local. Juga penelitian yang dilakukan Hariati et al. (2024) dimana studi pada perusahaan berbasis syariah menunjukkan bahwa environmental performance memiliki efek positif dan signifikan terhadap carbon emission disclosure, sekaligus menguatkan posisi teori stakeholder dan legitimasi.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dari tiga variabel yang diuji, hanya kinerja lingkungan yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap carbon emission disclosure. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang baik cenderung lebih terbuka dalam mengungkapkan informasi terkait emisi karbon. Temuan ini sejalan dengan teori stakeholder dan legitimasi yang menekankan pentingnya transparansi sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap ekspektasi pemangku kepentingan dan masyarakat luas. Sementara itu, sensitivitas industri dan media exposure tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, yang kemungkinan disebabkan oleh dominasi sektor consumer non-cyclicals dalam sampel, meskipun sektor energi yang mencakup pertambangan juga telah dianalisis dalam penelitian ini.

Implikasi dari hasil ini menegaskan bahwa dorongan terhadap keterbukaan informasi lingkungan lebih efektif dilakukan melalui perbaikan kinerja lingkungan perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, pembuat kebijakan perlu mendorong integrasi aspek keberlanjutan dalam sistem pelaporan dan pengawasan, misalnya dengan mengoptimalkan program PROPER serta menyusun pedoman pelaporan emisi karbon yang lebih terstandarisasi. Di sisi lain, perusahaan disarankan untuk menjadikan pelaporan emisi sebagai bagian dari strategi keberlanjutan dan reputasi jangka panjang, bukan hanya sebagai bentuk kepatuhan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sektor lainnya guna memperoleh variasi sensitivitas industri yang lebih seimbang. Selain itu, pendekatan terhadap variabel *media exposure* dapat disempurnakan melalui analisis isi (content analysis) agar mampu menangkap intensitas dan arah pemberitaan lingkungan secara lebih akurat. Penambahan variabel seperti tekanan investor, keberadaan komite keberlanjutan, dan skor ESG

juga dapat digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi carbon emission disclosure di masa mendatang.

REFERENSI

- Aerts, W., & Cormier, D. (2009). Media legitimacy and corporate environmental communication. *Accounting, Organizations and Society*, 34(1), 1–27. <https://doi.org/10.1016/j-aos.2008.02.005>
- Aruning Puspita, D., Delvia, C., & Sugiono, D. (2024). Media Exposure, Environmental Performance, Company Size And Its Influence On Carbon Emission Disclosure. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 9(3). <http://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpensi>
- Brammer, S., & Pavelin, S. (2008). Factors influencing the quality of corporate environmental disclosure. *Business Strategy and the Environment*, 17(2), 120–136. <https://doi.org/10.1002/bse.506>
- Choi, B.B, Doowon Lee, J. P. (2013). *An Analysis of Australian Company Carbon Emission Disclosure. Pasific Accounting Review*. 25(1): 58-79.
- Citra Pratiwi, P., & Fitria Sari, V. (2016). Pengaruh Tipe Industri, Media Exposure dan Profitabilitas terhadap Carbon Emission Disclosure. *Wahana Riset Akuntansi (WHA)*, 4(2), 829–844. www.idx.co.id
- Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D., & Vasvari, F. P. (2008). *Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis*. 33, 303–327. <https://doi.org/10.1016/j-aos.2007.05.003>
- Dewayani, N. P. E., & Ratnadi, N. M. D. (2021). Pengaruh kinerja lingkungan, ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan emisi karbon. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(4), 836–850.
- Dowling, J. (2013). *ORGANIZATIONAL LEGITIMACY: Social Values and Organizational Behavior between the Organizations seek to establish congruence*. 18(1), 122–136.
- Freeman, R. E., Dmytriiev, S. D., & Phillips, R. A. (2021). Stakeholder Theory and the Resource-Based View of the Firm. *Journal of Management*, 47(7), 1757–1770. <https://doi.org/10.1177/0149206321993576>
- Freeman, R. E., & Phillips, R. A. (2002). STAKEHOLDER THEORY: A LIBERTARIAN DEFENSE. In *Business Ethics Quarterly* (Vol. 12).
- Garzón-Jiménez, R., & Zorio-Grima, A. (2021). Effects of carbon emissions, environmental disclosures and csr assurance on cost of equity in emerging markets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–11. <https://doi.org/10.3390/su13020696>
- Helmisar Saifuddin, A. C. D. H., & Wiyono, S. (2023). ANALISIS PENGARUH GREEN ACCOUNTING, KINERJA LINGKUNGAN, BIAYA LINGKUNGAN DAN PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP TINGKAT PROFITABILITAS PERUSAHAAN (PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2021). *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1197–1208. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16078>
- Kusumawati, N., Afiah, E. T., & ... (2022). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility: Untuk Menguji Teori Legitimasi. ... of *Business and ...*, 2(3), 705–716.
- Loru, T. S. (2023). *PENGARUH TIPE INDUSTRI , MEDIA EXPOSURE DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN EMISI Pendahuluan*. 16(1), 66–82.

- Maharani, D. A., Arofah, A. A., Fatimah, I. S., & Latifah, T. (2022). Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Sensitivitas Industri Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 541–550. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1482>
- Mutiara Dani, I., & Harto, P. (2022). PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN DAN GREEN INVESTMENT TERHADAP PENGUNGKAPAN EMISI KARBON. *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 11(4), 1–10. <http://ejournals.s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Nur Farida, H., & Sofyani, H. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Afiliasi Politik dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Carbon Emission Disclosure. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 97–106.
- NURJANAH, I. A., & Herawaty, V. (2022). PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE DAN MEDIA EXPOSURE TERHADAP CARBON EMISSION DISCLOSURE DENGAN KINERJA LINGKUNGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1261–1272. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14637>
- Putri, S. K., & Arieftiara, D. (2023). Carbon emission disclosure, media exposure, carbon performance, and firm characteristics: Evidence from Indonesia. *International Journal of Research in Business & Social Science*, 12(3).
- Qintharah, Y. N. (2024). *Urgensi Pengungkapan Lingkungan*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Qintharah, Y. N., & Augustine, Y. (2024). Factors Influencing Environmental Disclosure with Integrated Corporate Governance as a Moderating Variable. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(04), 435–458.
- Qintharah, Y. N., & Utami, F. L. (2023). Determinants on Environmental Disclosure Moderating by Integrated Corporate Governance (ATT). *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 5(1Sp), 26–41. <https://doi.org/10.34306/att.v5i1sp.308>
- Qureshi, M. A., Kirkerud, S., Theresa, K., & Ahsan, T. (2020). The impact of sustainability (environmental, social, and governance) disclosure and board diversity on firm value: The moderating role of industry sensitivity. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1199–1214.
- Rodríguez, M. M., Muñoz, F. F., & Valentini, D. (2020). *Corporate impact of carbon disclosures : a nonlinear empirical approach*. <https://doi.org/10.1108/JFRA-01-2020-0002>
- Rupley, K., Brown, D., & Marshall, S. (2012). *Governance, Media and the Quality of Environmental Governance, Media and the Quality of Environmental Disclosure Disclosure*. https://pdxscholar.library.pdx.edu/busadmin_fac
- Sakina, A. G., Qintharah, Y. N., Chairunnisa, N. M., Putra, P., & Risa, N. (2024). Pengaruh Green Accounting, Corporate Social Responsibility Dan Carbon Emission Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 11(2), 455–470.
- Sepriyawati, S., & Anisah, N. (2019). Pengaruh Media Exposure, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. *Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, 103–114.
- Susilo, M., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Hamdani, H. (2022). PENGARUH LEVERAGE, KINERJA LINGKUNGAN, MEDIA EXPOSURE, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP CARBON EMISSION DISCLOSURE. *Jurnal Mahasiswa*, 4(4), 56–70.

- Ulfia, F. N. A., & Ermaya, H. N. L. (2019). EFFECT OF EXPOSURE MEDIA, ENVIRONMENTAL PERFORMANCE AND INDUSTRIAL TYPE ON CARBON EMISSION DISCLOSURE. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 7(2). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIA>
- Ulupui, I. G. K. A., Maruhawa, D., Purwohedi, U., & Kiswanto. (2020). Carbon Emission Disclosure, Media Exposure, Environmental Performance, Characteristics of Companies: Evidence from Non Financial. *IBIMA Business Review*, 2020. <https://doi.org/10.5171/2020.628159>