

Narsisme Dalam Pelaporan *Corporate Social Responsibility*: Analisis Semiotik Atas Sustainability Reporting PT. Kaltim Prima Coal Dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero)

(Narcissism In Corporate Social Responsibility Reporting: Semiotic Analysis Of Sustainability Reporting PT. Kaltim Prima Coal And PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero))

Diajeng Ade Sakina, Nining Ika Wahyuni, Imam Mas'ud
Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
Email: diajengadesakina@yahoo.com

Abstrak

Laporan keberlanjutan adalah salah satu bentuk akuntabilitas perusahaan berupa pengungkapan kinerja organisasi yang mencakup laporan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Adanya teks naratif pada laporan keberlanjutan tersebut memberikan kesempatan perusahaan untuk mempengaruhi para pemangku kepentingan dengan cara merekayasa kalimat-kalimat yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana struktur laporan keberlanjutan dan mengkaji apakah terdapat penggunaan narsisme bahasa pada laporan tersebut. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotik. Data yang dianalisis adalah laporan keberlanjutan salah satu perusahaan pertambangan dan perkebunan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur laporan keberlanjutan kedua perusahaan (PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII) memiliki banyak persamaan meskipun keduanya berbeda karakteristik. Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat penggunaan narsisme bahasa yang dapat digolongkan sebagai upaya perusahaan dalam membentuk image positif, menghindari image negatif, dan memperoleh legitimasi dari para pemangku kepentingan

Kata kunci: Laporan keberlanjutan, narsisme, teks naratif, semiotik.

Abstract

Sustainability reporting is one of accountability form of the company in the disclosure of organizational performance that includes economic reports, social, and environmental. The existence of narrative text in the sustainability reporting gives the company an opportunity to affect the stakeholders by the way to manipulate sentences are used. The purpose of this research was to analyze the structure of sustainability reporting and to investigate whether there was a use of language narcissism on the report or not. This research was conducted in qualitative research methods by using semiotic analysis. The data analyzed were sustainability reporting on one of mining and plantation company. The result of this research showed that the structure of sustainability reporting on both companies (PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII) had a lot similarities although both of them have different characteristics. In addition, this research also showed that there was language narcissism that can be classified as the company's efforts in forming positive images, avoiding negative images and obtaining legitimation from the stakeholders.

Keyword: Sustainability reporting, narcissism, narrative text, semiotic.

Pendahuluan

Kebutuhan *stakeholder* akan informasi kinerja perusahaan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Informasi tersebut tidak hanya mencakup informasi kuantitatif, melainkan juga informasi-informasi kualitatif. Kualitas suatu perusahaan dapat terlihat dari luas tidaknya pengungkapan informasi tersebut. Perkembangan dunia bisnis juga menuntut perusahaan untuk semakin terbuka kepada *stakeholder* mengenai tanggung jawab sosial mereka. Hal ini terkait dengan konsep pembangunan keberlanjutan yang menuntut perusahaan untuk tidak hanya berorientasi profit, namun juga ikut dalam membangun ekonomi, sosial dan lingkungan

sekitar perusahaan atau yang sering disebut dengan *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* (CSR) menurut Akbar (2008) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif atas kegiatan operasional perusahaan. Bentuk dari *corporate social responsibility* menurut Isra dan Busyra dalam Inshani (2012) terbagi menjadi empat yaitu pengelolaan lingkungan yang baik, kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat, penanganan kelestarian lingkungan dan investasi sosial. Pengungkapan CSR selain sebagai suatu keharusan sebagaimana tercantum dalam UU No. 40 Tahun

2007, juga mampu menjaga eksistensi perusahaan untuk bertahan dalam jangka waktu yang lama.

Namun dengan berkembangnya waktu dan semakin beragamnya kebutuhan akan informasi, *stakeholder* menginginkan transparansi perusahaan yang lebih baik lagi. Sehingga muncullah laporan keberlanjutan atau lebih dikenal dengan *sustainability reporting*. Laporan keberlanjutan adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal (*Global Reporting Initiative*, 2006). Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi, baik kontribusi yang positif maupun negatif (*Global Reporting Initiative*, 2006). Gambaran yang dimaksud bisa berupa *narrative text*, foto, tabel, dan grafik.

Hal yang menarik dan perlu diamati adalah *narrative text* karena *image* positif perusahaan bisa terbentuk melalui penyusunan kata-kata. Teks naratif yang ada dalam *sustainability reporting* antara lain meliputi diskusi dan analisis manajemen dan sambutan yang disampaikan direktur dan komisaris (Chariri dan Nugroho, 2009). Melalui teks naratif tersebut, perusahaan secara aktif berusaha membentuk *image* positif dan menghindari *image* negatif dan cara ini merupakan salah satu strategi perusahaan dalam membangun kepercayaan publik (Chariri dan Nugroho, 2009). Hal ini Tentunya hal ini sangat berpengaruh terhadap keputusan yang akan diambil oleh *stakeholder*.

Sikap menghindari pencitraan yang buruk dan membentuk citra yang baik tidak bisa terlepas dari sikap narsis individu. Narsisme merupakan salah satu sikap individu yang berusaha meningkatkan dan mempertahankan penilaian yang tinggi pada dirinya. Chatterje dan Hambrick (2006) mengatakan bahwa narsisme memiliki kebutuhan yang kuat atas ketegasan orang lain terhadap keunggulan yang dimiliki. Oleh karena itu, perilaku narsis cenderung untuk berupaya menciptakan *image* positif atas dirinya, yang juga akan menimbulkan optimisme dan keyakinan yang kuat atas hasil yang diperoleh nantinya.

Perusahaan pertambangan adalah salah satu perusahaan yang *concern* dalam menerapkan *corporate social responsibility*. Kebanyakan perusahaan pertambangan menerapkan *corporate social responsibility* supaya operasional perusahaan terus berjalan dengan baik dan mampu mengamankan investasi jangka panjang karena dalam kesehariannya, perusahaan bersinggungan langsung dengan lingkungan.

Selain perusahaan pertambangan yang mayoritas sudah mulai menerbitkan *sustainability reporting*, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) juga tak luput dalam pelaksanaan CSR sesuai dengan UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN. Undang-undang tersebut secara tidak langsung mengisyaratkan BUMN untuk melaksanakan CSR tak terkecuali perkebunan-perkebunan besar di Indonesia. Tak heran beberapa perusahaan perkebunan, terutama perkebunan nusantara di Indonesia mulai melaksanakan CSR. Bahkan pada tahun 2010, PT. Perkebunan Nusantara

XIII (Persero) untuk pertama kali melaporkan tanggung jawab sosial dengan menerbitkan *sustainability reporting*.

Penjelasan diatas, menjadi salah satu alasan peneliti tertarik untuk menjadikan perusahaan pertambangan dan perkebunan sebagai objek penelitian karena keduanya memiliki latar belakang yang berbeda. Selain itu, pengalaman dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial kemungkinan menjadi penentu pemilihan kata dalam *sustainability reporting*. Sebagai salah satu media komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholder*, sangat memungkinkan sekali perusahaan yang pertama kali menerbitkan *sustainability reporting* melebih-lebihkan informasi dan cenderung pada narsisme dengan harapan diterima dan mampu meningkatkan *prestise* perusahaan yang tercermin dari pujian maupun sekedar pengakuan dari berbagai pihak. Hal ini didukung dengan pendapat Rathus dan Nevid dalam bukunya, *Abnormal Psychology* (2000), orang yang *narcissistic* atau *narsistik* memandang dirinya dengan cara yang berlebihan. Mereka senang sekali menyombongkan dirinya dan berharap orang lain memberikan pujian. Kondisi ini kemungkinan berbeda dengan perusahaan pertambangan yang sudah bertahun-tahun melaporkan tanggung jawab sosial. Dalam penyampaiannya, perusahaan kemungkinan memilih kata yang lebih komunikatif daripada persuasif sehingga cenderung menjauhi narsisme.

Berdasarkan pemikiran di atas, penelitian bertujuan untuk menganalisis struktur *sustainability reporting* dan mengkaji apakah terdapat penggunaan narsisme bahasa pada pelaporan tersebut dengan menggunakan analisis semiotik atas *sustainability reporting* PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero). Kedua perusahaan yang menjadi objek penelitian merupakan pemenang dalam *Indonesia Sustainability Reporting Award 2012* masing-masing dalam kategori *Best Sustainability Report 2011* Kategori A dan *Commendation for the First Time Sustainability Report* yang diselenggarakan oleh *National Center for Sustainability Reporting (NCSR)*.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menganalisis data menggunakan analisis semiotik. Sumber data yang digunakan adalah *sustainability reporting* PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero) yang dijadikan sebagai objek penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *content analysis*. *Content analysis* merupakan metode pengumpulan data penelitian melalui teknik observasi dan analisis terhadap isi atau pesan dari suatu dokumen (Indriantoro dan Supomo, 2009). Tujuan *content analysis* adalah melakukan identifikasi terhadap karakteristik atau informasi spesifik yang terdapat pada suatu dokumen dimana dalam penelitian ini menggunakan *sustainability reporting* untuk menghasilkan deskripsi yang sistematis. Peneliti mengumpulkan data dengan mengunduh laporan keberlanjutan PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero) pada website resmi kedua perusahaan. Langkah dalam analisis data yakni melakukan pengamatan pada struktur *sustainability reporting*, mengidentifikasi kalimat yang

tergolong dalam narsisme bahasa dan menginterpretasikan kalimat tersebut.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Struktur *Sustainability Reporting* PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero)

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kini telah diungkapkan lebih detail dan luas melalui *sustainability reporting*. Hal ini merupakan salah satu perwujudan dari Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Tahun 2013 paragraf keduabelas yang menyatakan bahwa entitas dapat menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting. Sehingga muncullah *sustainability reporting* yang saat ini telah memiliki standar tersendiri bahkan diakui secara Internasional. PT. Kaltim Prima Coal (KPC) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan batubara yang konsisten melaporkan hal tersebut. Di sisi lain, tahun 2011 merupakan tahun kedua bagi PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero) dalam melaporkan kegiatan-kegiatan CSR melalui *sustainability reporting*. Dalam pembuatan laporannya, masing-masing perusahaan mengacu pada ketentuan sistem pelaporan berstandar Internasional, yaitu GRI *Sustainability Reporting Guideliness* versi 3.1 (GRI G3.1) dimana untuk PT. Kaltim Prima Coal juga menggunakan *Minning and Metals Sector Supplement* (RG Version 3.1/ MMSS Final Version). Berikut adalah pemaparan secara umum struktur *Sustainability Reporting* untuk kedua perusahaan.

Sampul Depan

Sampul depan merupakan salah satu bagian terpenting dalam pelaporan. Penggambaran citra sebuah perusahaan bisa dimulai dari bagian depan *sustainability reporting* (Preston et al dalam Greenwood, 2008). Setiap desain dan gambar yang digunakan memiliki arti tertentu termasuk pada sampul depan *sustainability reporting* PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero).

Sampul depan PT. Kaltim Prima Coal berlatar belakang ukiran khas Kalimantan dengan dominasi warna hijau dan putih. Hal ini berlaku pula pada PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero) dimana latar belakang sampul depan juga didominasi oleh gradasi warna hijau. Dilihat dari pemilihan kata-kata, gambar dan warna latar belakang dari sampul depan mengisyaratkan bahwa perusahaan menyeleksi dengan sangat hati-hati terhadap segala materi yang digunakan. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Bernard dalam Greenwood (2008) bahwa perusahaan sangat berhati-hati dalam menggunakan gambar dan grafik dalam *cover* suatu laporan karena nantinya akan memberikan kesan yang kuat mengenai kinerja perusahaan kepada *stakeholder*. Pada bagian sampul depan kedua perusahaan tidak berisi *narrative text*, hanya kumpulan kata persuasif yang memotivasi tanpa adanya kesan pengungkapan yang berlebihan.

Bagian Pengantar

Sustainability reporting PT. Kaltim Prima Coal diawali dengan tampilan gambar berupa *Report Card* Setelah itu, bagian pengantar dilanjutkan dengan penjelasan tentang sekilas laporan. Bagian pengantar dari *sustainability reporting* PT. Kaltim Prima Coal kemudian dilanjutkan dengan ikhtisar perusahaan di tahun 2011. Di sisi lain, bagian pengantar PTPN XIII terletak pada halaman 20 dengan mencantumkan judul berupa Profil Laporan. Dari hasil penelitian, baik PT. Kaltim Prima Coal maupun PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero) menggunakan bagian pengantar *sustainability reporting* sebagai alat komunikasi kepada para pemangku kepentingan dan masyarakat.

Pernyataan dari Chief Executive Officer (CEO) dan Direktur Utama

Secara garis besar, isi dari sambutan kedua perusahaan hampir sama yaitu berupa *narrative text*. Isi dari pernyataan dari kedua perusahaan tersebut berusaha membangun *image* perusahaan dan mempengaruhi *stakeholder*. Pernyataan CEO dan direktur utama dibuat sedemikian rupa sehingga hanya kesuksesan perusahaan yang dijelaskan dan sangat menghindari cerita mengenai kegagalan perusahaan. Keduanya sama-sama menjelaskan betapa perusahaan peduli terhadap lingkungan dan keadaan masyarakat sekitar. Hal tersebut konsisten dengan pendapat Ashforth dan Gibbs dalam Chariri dan Nugroho (2009) yang menyatakan bahwa perusahaan cenderung menciptakan sebuah *image* yang dirasa sesuai dengan nilai-nilai yang ditentukan oleh lingkungan sosial. Sehingga perusahaan menerapkan manajemen impresi (*impression management*), yaitu upaya sadar atau tidak sadar yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk mengendalikan *image* yang nyata atau yang dibayangkan dalam interaksi sosial (Schlenker dalam Chariri dan Nugroho, 2009) untuk mencapai tujuan perusahaan.

Profil Perusahaan

Pada bagian ini, KPC menjelaskan perusahaannya melalui *narrative text*. Di sisi lain, PTPN XIII menjelaskan perusahaannya melalui *narrative text* dengan disertai gambar, tabel, dan grafik. Melalui gambar, tabel dan grafik tersebut PTPN XIII berusaha menarik perhatian para pengguna *sustainability reporting*.

Narrative text pada profil kedua perusahaan berisi sejarah dan kondisi perusahaan. KPC menjelaskan bahwa perusahaannya bergerak di bidang pertambangan dan pemasaran batubara. PTPN XIII menjelaskan bahwa perusahaan merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang agribisnis perkebunan. PTPN XIII menggunakan tabel dan gambar di dalam penjelasan wilayah operasi dan pengembangannya. Pada bagian ini dijelaskan pula struktur organisasi perusahaan dan penghargaan serta pencapaian selama satu tahun operasional.

KPC dan PTPN XIII dalam bagian ini berusaha mendeskripsikan perusahaan dengan baik. Hal ini sesuai dengan teori *self-presentation* yang diungkapkan oleh Aerts (1994) dalam Chariri dan Nugroho (2009) dimana setiap orang termasuk pihak manajemen perusahaan berusaha menjelaskan tingkah laku yang dibentuk secara sadar

maupun tidak untuk mempertahankan pernyataan mereka mengenai identitas sosial atau *image* positif. Dalam *sustainability reporting* kedua perusahaan, tingkah laku bisa dianalogikan dengan identitas singkat KPC dan PTPN XIII, review operasional bisnis perusahaan, perkembangan bisnis, sertifikasi, dan penghargaan yang telah diraih. Sehingga pada bahasan profil perusahaan yang berisi bagian-bagian diatas, terdapat kecenderungan perusahaan mengungkapkan beberapa informasi-informasi yang dapat membentuk *image* positif perusahaan.

Tata Kelola, Komitmen, Keterlibatan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPC condong terhadap pelaporan mengenai output perusahaan baik dari kegiatan operasional maupun hubungan dengan *stakeholder*. PTPN XIII lebih fokus terhadap pelaporan kondisi perusahaan seperti penerapan etika bisnis. Kedua perusahaan saling mendeskripsikan pelibatan *stakeholder* dan cenderung mengadaptasikan dirinya dengan keinginan *stakeholder* karena mereka menganggap posisi para *stakeholder* yang sangat *powerfull*. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang diungkapkan oleh Belkaoui (2003) dimana perusahaan tidak hanya memiliki *shareholder* namun juga *stakeholder* yang berperan sangat penting dalam keberlanjutan perusahaan. Dalam bagian ini, perusahaan juga memiliki kesempatan merekayasa kalimat-kalimat yang membentuk *narrative text* untuk memikat *stakeholder*.

Pelaporan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pada bagian pelaporan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terdapat tiga bagian penting yang dilaporkan dalam *sustainability reporting* yaitu kinerja ekonomi perusahaan, komitmen perusahaan dalam mengelola lingkungan, dan kinerja sosial. Hal ini berlaku pula untuk *sustainability reporting* PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero).

Kinerja ekonomi dalam *sustainability reporting* berisi tentang pertumbuhan ekonomi perusahaan dalam satu operasi perusahaan. KPC melaporkan bahwa perusahaan mengalami peningkatan dalam berbagai lini unit produksi dan penjualan pada tahun 2011. PTPN XIII melaporkan bahwa pada tahun 2011 telah ikut serta dalam membangun ekonomi kerakyatan untuk menjaga keseimbangan sosial dan komunitas di sekitar kebun.

Selain kinerja ekonomi, bagian penting lainnya adalah tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Bahasan ini adalah salah satu bagian utama pada *sustainability reporting* PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero) mengingat operasi kedua perusahaan sangat berdampak pada lingkungan sekitar. Pada awal pelaporan komitmen perusahaan dalam pengelolaan lingkungan, KPC menjelaskan bahwa di tahun 2011 perusahaan berhasil memenuhi kriteria baku mutu dan perundang-undangan terkait pengelolaan lingkungan hidup. Sehingga KPC mampu mempertahankan sertifikasi ISO 14001 dan PTPN XIII sendiri baru memiliki sertifikasi ISO 14001:2004 pada tahun 2011.

Bagian selanjutnya setelah tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan adalah kinerja sosial. Bagian ini berisi tentang tanggung jawab terhadap karyawan dan peran perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar. KPC lebih cenderung melaporkan bagaimana perusahaan memperlakukan karyawan mulai dari pemberdayaan karyawan, pengembangan potensi karyawan, tunjangan karyawan, hingga sistem manajemen kesehatan, keselamatan kerja dan lingkungan. PTPN XIII cenderung melaporkan tentang hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar. Berbagai program yang turut serta dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat diungkapkan secara lengkap dan detail. Tak jarang pada bagian ini terdapat kalimat-kalimat berlebihan yang digunakan untuk menggambarkan kondisi kedua perusahaan selama tahun 2011.

Narsisme Bahasa dalam Sustainability Reporting PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero)

Melalui *sustainability reporting* perusahaan berusaha secara aktif melaporkan kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan selama tahun 2011 sebagai bentuk kepedulian terhadap pembangunan keberlanjutan. Perilaku tersebut menyebabkan kecenderungan pemaparan informasi-informasi yang tergolong berlebihan. Sehingga memicu adanya penggunaan kalimat-kalimat yang termasuk dalam kategori narsisme bahasa. Tak heran bila pada *sustainability reporting* terdapat kalimat-kalimat berlebihan yang digunakan untuk mempengaruhi keputusan yang akan dibuat oleh *stakeholder* misalnya dengan merekayasa penggunaan kalimat yang cenderung membentuk *image* positif perusahaan.

Membentuk Image Positif

Narsisme merupakan salah satu sikap dimana individu, dalam hal ini perusahaan, mengunggulkan kemampuan yang dimiliki untuk memikat *stakeholder* seperti berusaha membentuk *image* positif melalui pembentukan *narrative text*. Narsisme dalam bentuk tersebut tergolong pada narsisme bahasa yang bisa terlihat pada laporan keberlanjutan PT. Kaltim Prima Coal maupun PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero). Di awal *sustainability reporting*, terlihat adanya penggunaan bahasa yang tergolong pada kategori narsisme yaitu pada *sustainability reporting* PT. Kaltim Prima Coal dalam Sekilas Tentang Laporan Ini (hal.8)

.....ketiga independen dan kompeten, yakni *National Center for Sustainability Reporting* (NCSR) dan Mazars. Berdasarkan kedua proses *assurance* tersebut, laporan ini dinyatakan telah memenuhi tingkat aplikasi GRI kriteria "A+".

Pernyataan KPC tersebut menyatakan bahwa perusahaan telah mencapai tingkat aplikasi tertinggi yakni "A+" dalam kesesuaian pelaporan *corporate social responsibility* dengan GRI sebagai standar internasional. Pencantuman nilai yang diperoleh oleh perusahaan tersebut dilakukan untuk menyakinkan kepada *stakeholder* bahwa laporan yang disusun telah sesuai dengan standar internasional dan

kredibilitasnya tidak diragukan lagi. Klaim nilai tersebut bisa dikategorikan dalam usaha perusahaan membentuk *image* positif. Di sisi lain, pengungkapan nilai tersebut cenderung mengisyaratkan bahwa perusahaan sangat percaya diri atas keberhasilan pelaporan CSR. Hal ini merupakan salah satu bentuk narsisme bahasa dan sesuai dengan Campbell, et al. (2004) yang menyatakan bahwa pelaku narsis sangat percaya diri atas kemampuan yang dimiliki dalam menjalankan suatu tugas. PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero) juga mengungkapkan hal serupa seperti terlihat dari bagian Profil Laporan (Hal.22)

.....tim penyusunan *annual report & sustainability report*. PTPN XIII menjamin akurasi data dalam laporan ini dan bertanggungjawab atas kebenarannya. Dilihat dari kriteria tersebut maka PTPN XIII masuk pada level B.

PTPN 13 tidak terlalu mengeksplorasi pencapaian level kesesuaian *sustainability reporting* yang diterbitkan perusahaan dengan standar internasional yakni GRI dimana hanya mencapai level **B**. Sebagai perusahaan yang baru menerbitkan *sustainability reporting*, pencapaian level cenderung hanya sebagai bukti bahwa laporan CSR telah dilaporkan sesuai standar yang berlaku. Berbeda dengan KPC yang berusaha menonjolkan pencapaiannya bahkan memberikan tanda petik dua diantara nilainya untuk menarik perhatian *stakeholder*.

Pembentukan *image* positif perusahaan berlanjut pada bagian pernyataan dari *Chief Executive Officer* (CEO) dan direktur utama. Pada bagian ini, pihak perusahaan melalui *impression management* berusaha menciptakan sebuah *image* nyata dan mencoba mempengaruhi *stakeholder* sehingga penggunaan kata-kata hiperbola dan ekstrem yang cenderung pada narsisme bahasa banyak digunakan untuk menarik perhatian seperti di bawah ini.

Selamat atas keberhasilan KPC meraih penghargaan PROPER Hijau, sungguh kinerja yang gemilang yang berhasil kami raih khususnya dalam bidang Keselamatan.....(*Sustainability reporting* KPC halaman 15)

Pernyataan Endang Ruchijat diatas selaku *Chief Executive Officer* KPC, secara langsung menyampaikan bahwa perusahaan yang dipimpinnya berhasil mencapai sebuah penghargaan yang membanggakan. Melalui ucapan selamat yang diberikan, CEO berusaha menunjukkan prestasi perusahaan kepada *stakeholder*. Penggunaan kata **sungguh** pada ucapan selamat tersebut menekankan betapa berharganya penghargaan yang diperoleh. Sedangkan penggunaan kata **gemilang** terkesan berlebihan (hiperbola) karena sesuai dengan Kamus Umum Bahasa Indonesia, gemilang yang berarti bercahaya terang mengisyaratkan perusahaan berada di puncak keberhasilan. Padahal sesuai dengan Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 5 Tahun 2011 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja (PROPER) Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan, prestasi tertinggi adalah saat perusahaan mencapai tingkatan *emas* sementara KPC masih mencapai tingkatan *hijau*. Kata **sungguh** dapat dihapus dan **gemilang** dapat diganti dengan kata seperti **baik** untuk menghindari kesan berlebihan.

Penggunaan narsisme bahasa juga dilakukan oleh PTPN XIII pada bagian Sambutan Direktur Utama halaman 3.

Selama kurun waktu 15 tahun, PTPN XIII telah menempatkan dirinya sebagai perusahaan negara yang berhasil menciptakan perbaikan dan perubahan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar. *Multiplier effect* dalam bidang ekonomi yang ditimbulkan oleh PTPN XIII lewat kebun-kebunnya adalah dalam bentuk peningkatan penghasilan petani dan masyarakat sekitar.

Adanya kata **berhasil** yang disampaikan oleh direktur utama PTPN XIII dalam sambutannya pada *sustainability reporting* mengisyaratkan bahwa perusahaan telah berhasil beradaptasi dengan masyarakat sekitar. Perusahaan mampu mengubah kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar menjadi lebih baik bahkan mampu meningkatkan penghasilan petani. Pernyataan tersebut merupakan bentuk pencitraan dimana perusahaan berusaha membangun *image* positif. Penggunaan kata tersebut tergolong ekstrem dikarenakan ukuran berhasil atau tidaknya perubahan sosial ekonomi masyarakat sekitar, hanya dapat dirasakan oleh pihak-pihak yang bersinggungan secara langsung. Kata-kata berhasil dalam konteks tersebut bisa diganti dengan kata **mampu**.

Bagian selanjutnya dari *sustainability reporting* KPC dan PTPN XIII yang tergolong pada narsisme bahasa adalah Profil Perusahaan. Penggunaan bahasa yang termasuk dalam narsisme terlihat saat kedua perusahaan memaparkan penghargaan yang diperoleh selama tahun 2011. Pemaparan mengenai penghargaan yang telah diraih tersebut dapat digolongkan sebagai salah satu cara pembentukan *image* positif yang nantinya dapat mempengaruhi keputusan *stakeholder*. Hal ini juga menunjukkan bahwa pihak manajemen percaya diri atas keberhasilan yang diraih sehingga nantinya mampu meningkatkan citra perusahaan.

Bagian *sustainability reporting* selanjutnya adalah tata kelola, komitmen, dan keterlibatan perusahaan. Pada bagian ini, PTPN XIII memaparkan kondisi perusahaan melalui *narrative text* dengan menggunakan kalimat berita yaitu sekedar menginformasikan tanpa menggunakan kata-kata berlebihan dan cenderung jujur sesuai keadaan yang sebenarnya. Selama analisis tidak ditemukan pula penggunaan kata kata ekstrem dan hiperbola. Di sisi lain, terdapat penggunaan kata-kata yang tergolong dalam narsisme bahasa seperti berikut.

Selain bertujuan untuk efisiensi biaya produksi, program *improvement* di KPC juga bertujuam untuk menghemat konsumsi energi. Pada tahun 2011, salah satu proyek *improvement* terkait penghematan konsumsi energi listrik berhasil mendapatkan pengakuan di tingkat nasional dan ASEAN. (*Sustainability Reporting* KPC Hal. 32)

KPC melalui *narrative text* diatas, secara sadar mengungkapkan prestasi yang dicapai selama tahun 2011 yakni penghematan konsumsi energi listrik. Penggunaan kata-kata "penghematan konsumsi energi listrik" memiliki makna bahwa KPC telah berhasil mengurangi biaya energi

listrik dalam operasi perusahaan yang kemudian diperkuat dengan adanya pengakuan di tingkat nasional dan ASEAN.

Bagian selanjutnya dari *sustainability reporting* adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Bagian ini merupakan inti dari *sustainability reporting* yang terbagi menjadi tiga bagian pelaporan, yaitu pelaporan kinerja ekonomi, pelaporan pengelolaan lingkungan, dan pelaporan sosial. Bagian pertama yaitu pelaporan ekonomi, KPC mengawalinya dengan pelaporan peningkatan produksi batubara dan manfaatnya bagi masyarakat luas. Dapat dilihat pada *sustainability reporting* KPC (Hal. 45) berikut ini.

Peningkatan kapasitas produksi kami tidak hanya akan memberikan manfaat terhadap kinerja operasional dan keuangan KPC, tapi, salah satu manfaat dari peningkatan produksi tersebut adalah meningkatnya serapan tenaga kerja di KPC dan kontraktornya termasuk penyerapan warga masyarakat setempat dari wilayah sekitar Kutai Timur dan Kalimantan Timur.Secara makro ekonomi, keberadaan industri pertambangan termasuk KPC, masih merupakan tulang punggung utama perekonomian Kutai Timur.

Narrative text diatas menjelaskan bahwa peningkatan produksi batu bara di tahun 2011 selain meningkatkan pendapatan perusahaan sebesar 33,33% dibandingkan pendapatan tahun 2010 yakni mencapai US\$ 4,012 miliar juga meningkatkan serapan tenaga kerja di wilayah Kutai Timur dan sekitarnya. Penggunaan kata **tulang punggung** yang digunakan perusahaan dimana pada Kamus Umum Bahasa Indonesia kata tersebut memiliki arti sesuatu yang menjadi pokok kekuatan terkesan hiperbola dan hal tersebut termasuk dalam kategori narsisme bahasa. Melalui kata tersebut, perusahaan berusaha menanamkan *image* kepada *stakeholder* bahwa KPC adalah salah satu kekuatan perekonomian di daerah Kutai Timur. Sehingga timbul kesan bahwa masyarakat sekitar sangat bergantung hidup dengan bekerja pada KPC. Kata **tulang punggung** bisa diganti dengan **pokok kekuatan**. Selain itu, pada bagian lain *narrative text* KPC seperti yang nampak di bawah ini.

Pada tahun 2011, KPC berkontribusi untuk pendapatan negara melalui pembayaran *royalty* batubara dan pajak penghasilan dengan total jumlah sebesar US\$390,70 juta. Besaran total jumlah pembayaran royalti dan pajak kami tahun 2011 meningkat sebesar 55% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya seiring dengan peningkatan volume produksi dan pendapatan kami dari penjualan. (*Sustainability reporting* KPC hal. 49)

Pada bagian tersebut, perusahaan juga terlihat mengunggulkan kemampuan dan kualitas yang dimiliki, juga berusaha membentuk *image* positif melalui pengungkapan kontribusinya kepada negara. Melalui *narrative text* tersebut perusahaan dengan sadar memberitahukan kepada *stakeholder* bahwa KPC adalah salah satu perusahaan yang berkontribusi besar dalam pendapatan negara dan diperkuat dengan mencantumkan jumlah yang dibayarkan sebesar US\$390,70. Padahal jumlah yang dibayarkan tersebut hanya 12,98% dari pendapatan yang diperoleh oleh KPC yakni sebesar US\$3.009,39 di tahun 2011.

Hal yang sama berlaku pula pada PTPN XIII yang terlihat dalam *narrative text* di bawah ini.

PTPN XIII mewujudkan tanggung jawab di bidang ekonomi kerakyatan melalui kepeloporannya dalam pengembangan plasma yang mencapai 56 persen dari total areal perusahaan. Keberadaan PTPN XIII selama ini, telah terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengungkit perekonomian di sekitar wilayah operasi perusahaan. (*Sustainability Reporting* PTPN XIII Hal. 39)

PTPN XIII melalui *narrative text* tersebut mengungkapkan keunggulan perusahaan sebagai pelopor pengembangan plasma dan dengan itu mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengangkat perekonomian wilayah sekitar. Kata **pelopor** merupakan kata-kata hiperbola yang digunakan untuk menunjukkan keeksistensian PTPN XIII. Penggunaan hiperbola tersebut mencerminkan bahwa perusahaan menggunakan narsisme bahasa. Penggunaan kata **pelopor** bisa diganti dengan **penggagas**. Narsisme bahasa juga digunakan oleh PTPN XIII dalam *narrative text* berikut ini.

PTPN XIII telah berhasil mengembangkan kebun plasma hingga mencapai luas 56 persen (87.500,48 ha) dari total areal. Perubahan ini telah mendorong para petani dan pihak ketiga menjadi lebih bersemangat meminta PTPN XIII untuk membangunkan kebun sawit. Sebagai contoh, komposisi kepemilikan kebun di Ngabang, Kalbar menjadi 3.500 ha kebun inti, 9.000 ha kebun plasma, dan 2.500 ha kebun petani mandiri. (*Sustainability reporting* PTPN XIII hal. 40)

Narrative text menunjukkan bahwa PTPN XIII sangat dibutuhkan oleh para petani. Hal tersebut tergambar dengan jelas melalui penggunaan kata **mendorong**, **meminta**, dan **membangunkan**. Petani melalui *narrative text* digambarkan seolah-olah membutuhkan PTPN XIII dalam perluasan usaha kebun sawit mereka. Perluasan tersebut nantinya akan mampu menciptakan perubahan sosial dan ekonomi. Bahkan perusahaan menyakinkan kembali pencapaiannya dengan *narrative text* di bawah ini.

Dampak lainnya adalah tumbuh dan berkembangnya kehidupan hampir dalam segala sektor kehidupan masyarakat. Sebagai contoh, jumlah uang beredar di kebun Ngabang mencapai Rp25 - 27 miliar perbulan, sementara sepuluh tahun sebelumnya perputaran uang kurang dari Rp600 juta. Peredaran uang ini berasal dari uang PTPN XIII untuk pembelian tandan buah segar (TBS) dari kebun plasma, KKPA dan kebun petani mandiri. (*Sustainability reporting* PTPN XIII hal. 41)

Jelas tergambar pada *narrative text* diatas perusahaan dengan percaya diri menggambarkan bahwa PTPN XIII berhasil meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Perusahaan mengklaim jumlah uang beredar sebesar Rp 25-27 miliar adalah uang PTPN XIII yang digunakan untuk membeli tandan buah segar dari kebun plasma, KKPA, dan kebun petani mandiri. Melalui *narrative text* perusahaan menggambarkan keunikannya. Keunikan tersebut bahkan

dipertegas oleh PTPN XIII dengan mencantumkan kutipan kesan Ketua KTNA Kebun Ngabang seperti berikut.

Kehadiran PTPN XIII ibarat mukjizat. Jika tidak ada PTPN XIII di Landak ini, saya yakin di pedalaman belum dikatakan bisa menikmati kemerdekaan, walaupun secara keseluruhan Indonesia sudah merdeka. Dengan Bergeraknya sawit yang dimotori PTPN XIII, kemajuan ekonomi sangat signifikan. (*Sustainability reporting* PTPN XIII hal. 42)

Tidak seperti *narrative text* sebelumnya, PTPN XIII kali ini berusaha membangun *image* positif di hadapan *stakeholder* dengan mencantumkan kutipan pernyataan dari Ketua Asosiasi Perkumpulan Petani dan Petambak di Kebun Ngabang. Pernyataan tersebut berisi pujian terhadap PTPN XIII yang kehadirannya dianggap **ibarat mukjizat**. Kata **mukjizat** berdasar Kamus Umum Bahasa Indonesia memiliki arti kejadian (peristiwa) yang ajaib yang menyimpang dari hukum-hukum alam. Dilihat dari maknanya, penggunaan kata **mukjizat** untuk kehadiran PTPN XIII terlalu berlebihan. Terlihat sangat jelas sekali jika perusahaan secara aktif menggambarkan betapa berartinya kehadiran perkebunan bagi masyarakat. Kata **ibarat mukjizat** cenderung menunjukkan adanya narsisme bahasa karena kata tersebut termasuk hiperbola. Pernyataan tersebut sesuai dengan narsisme bahasa menurut Armenic dan Craig (2007) dalam Purba (2011) dimana bahasa yang narsis menggunakan kata-kata hiperbola dan ekstrem agar terbentuk penggambaran diri yang unik. Penggunaan kata **ibarat mukjizat** bisa disederhanakan dengan menggantinya dengan **sangat berarti**.

Menghindari Image Negatif

Penggunaan narsisme bahasa tidak hanya terbatas digunakan untuk membentuk *image* positif perusahaan. Namun, bisa juga digunakan untuk menghindari *image* negatif. Melalui narsisme bahasa, kesan negatif yang secara nyata ada, dapat dipatahkan atau direkayasa sedemikian rupa agar *stakeholder* bisa menerima hal tersebut. Sehingga perusahaan selalu baik dan menguntungkan dihadapan *stakeholder*. Hal tersebut tercermin pada *narrative text* PT. Kaltim Prima Coal (KPC) di bawah ini.

Di tahun 2011, volume produksi batubara kami mencapai 40,98 juta ton, sedikit di bawah target produksi tahun 2011 sebesar perubahan iklim global adalah faktor utama yang mempengaruhi produktivitas dan volume produksi kami. (*Sustainability reporting* KPC Hal. 12)

Bagian awal *sustainability reporting* KPC tersebut ternyata memiliki kesamaan dengan *sustainability reporting* PT. Perkebunan Nusantara XIII (PTPN XIII) yang juga mengalami penurunan produksi.

Kami berusaha untuk mengurangi dampak perubahan iklim dengan meningkatkan kualitas aset produksi dan sumber daya lainnya, sehingga tidak mengakibatkan penurunan produksi secara signifikan. (*Sustainability reporting* PTPN XIII hal.5)

Dari kedua *narrative text* tersebut, jelas kedua perusahaan baik KPC maupun PTPN XIII menggunakan kondisi iklim sebagai alasan tidak tercapainya target produksi bagi KPC dan penurunan produksi bagi PTPN XIII di tahun 2011. Kedua perusahaan berusaha menghindari *image* negatif yang akan dipikirkan *stakeholder* bila melihat laporan adanya penurunan produksi dimana hal tersebut menunjukkan penurunan kinerja perusahaan. Oleh sebab itu dengan menggunakan kondisi iklim, perusahaan mencoba untuk membuat *stakeholder* memaklumi penurunan produksi yang ada. Bahkan dengan tersurat, pihak PTPN XIII menjelaskan betapa kondisi iklim mengganggu proses produksi seperti terlihat di bawah ini.

PTPN XIII menyadari bahwa sebagai perusahaan agribisnis, tinggi rendahnya produksi dan produktivitas berkorelasi terhadap perubahan iklim yang terjadi. Anomali iklim yang berlangsung sejak tahun 2010 dan berlanjut hingga tahun 2011, ternyata turut mempengaruhi upaya pencapaian target produksi. Pada kondisi curah hujan tinggi, proses penyadapan pokok karet terganggu, organisme pengganggu tanaman (OPT), seperti penyakit *Colletotrichum gloeosporoides*,..... (*Sustainability reporting* PTPN XIII hal.51)

Pada bagian *narrative text* tersebut, PTPN XIII menggambarkan secara ilmiah bagaimana kondisi iklim yang tidak stabil mempengaruhi produksi. Penggunaan kata ekstrem seperti nama penyakit yang hanya beberapa orang yang tahu, menunjukkan ciri-ciri penggunaan narsisme bahasa. PTPN XIII berusaha mengalihkan perhatian akan turunnya jumlah pendapatan yang diperoleh di tahun 2011 dengan menggunakan narsisme bahasa. Terlihat pada *narrative text* tersebut kata ekstrem digunakan tepat sebelum pengungkapan turunnya pendapatan perusahaan.

Jelas melalui penggambaran unik, perusahaan berusaha menarik simpati *stakeholder*. Di sisi lain, PTPN XIII menggambarkan kerja kerasnya untuk menghadapi tantangan iklim dengan peningkatan kualitas produksi. Dilihat dari penggambarannya, kedua perusahaan secara sadar menggunakan narsisme bahasa yang sesuai dengan pernyataan Armenic dan Craig (2007) dalam Purba (2011) yang menyatakan bahwa penggambaran unik tentang kondisi perusahaan merupakan bagian dari ciri-ciri narsisme bahasa. Perilaku narsis tersebut dilakukan untuk membentuk *image* guna memperoleh ketegasan dari orang lain terhadap keunggulan yang dimiliki (Wallace, 2002 dalam Chatterjee dan Hambrick, 2006).

Selain itu, *narrative text* KPC berikut ini juga mencerminkan betapa perusahaan berusaha menghindari *image* negatif.

Selama tahun 2011, kami melaporkan bahwa tidak terjadi insiden korupsi, perilaku anti-persaingan, praktik *anti-trust* dan monopoli. Selain itu tidak ada insiden melanggar hukum dan peraturan yang menyebabkan kami harus membayar denda maupun sanksi non-moneter. Adalah komitmen kami untuk menjalankan bisnis yang mealawan korupsi segala bentuk, termasuk dalam segala bentuk, termasuk pemerasan dan penyuaipan. (*Sustainability reporting* KPC hal.29)

Narrative text diatas merupakan salah satu bukti bahwa KPC berusaha menghindari *image* negatif. Melalui *narrative text* tersebut, perusahaan menggambarkan dan menyakinkan *stakeholder* bahwa selama tahun 2011 tidak terjadi pelanggaran hukum. Dengan menggambarkan keadaan tersebut, perusahaan menunjukkan bahwa KPC adalah perusahaan yang taat hukum sehingga aman untuk bekerjasama seperti melakukan investasi. Tidak hanya KPC, PTPN XIII juga melaporkannya seperti berikut.

Setiap karyawan yang melakukan pelanggaran standar etika akan dikenai sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di perusahaan atau peraturan hukum dan perundangan yang berlaku di wilayah hukum tempat usaha dan atau pelanggaran terjadi. Pelanggaran yang berindikasi fraud, termasuk dugaan adanya tindak korupsi, dan atau yang melibatkan pelanggaran hukum penyelesaiannya dilimpahkan kepada pihak yang berwajib. Selama tahun 2011, tidak ada pelanggaran yang berindikasi *fraud*, dugaan tindak korupsi dan pelanggaran hukum. Terhadap penyimpangan internal, Direksi telah memberikan sanksi berupa skorsing kepada 1 (satu) orang karyawan. (*Sustainability reporting* PTPN XIII hal. 30)

PTPN XIII juga memberikan informasi kepada *stakeholder* tentang ketaatan hukum. Selama tahun 2011, dijelaskan bahwa perusahaan menerapkan aturan yang tegas kepada karyawan. Setiap karyawan yang melakukan pelanggaran, dihukum sesuai ketentuan. Bahkan pada *sustainability reporting* halaman 30 disebutkan bahwa terdapat seorang karyawan yang diberikan sanksi berupa skorsing. Hal ini menunjukkan bahwa Sistem Pengendalian Internal perusahaan berjalan dengan baik. Pengungkapan mengenai adanya seorang karyawan yang melakukan pelanggaran merupakan hal yang unik karena perusahaan mengungkapkan kelemahannya yakni memiliki seorang karyawan yang menyimpang, namun di sisi lain pengungkapan tersebut mampu membangun *image* sebagai perusahaan yang tegas. Sehingga *image* negatif perusahaan yang tidak taat peraturan, tidak tegas dan memiliki SPI yang buruk bisa terhindarkan.

Isi *narrative text* diatas kebanyakan bercerita tentang keunggulan perusahaan yang condong menghindari *image* negatif yang terbentuk. Kalimat-kalimat yang digunakan cenderung berlebihan bahkan termasuk dalam ciri-ciri bahasa yang mengandung unsur narsisme. Chatterjee dan Hambrick (2006) menyatakan bahwa sikap narsisme dalam bentuk *narrative text* akan cenderung menggambarkan penilaian yang tinggi terhadap sesuatu termasuk organisasi. Penggunaan narsisme bahasa dalam *narrative text* tersebut mampu menjaga perusahaan dari *image* negatif yang timbul. Teori tersebut sesuai dengan kondisi KPC dan PTPN XIII di tahun 2011.

Pemerolehan Legitimasi

Legitimasi dari para *stakeholder* berpengaruh besar terhadap eksistensi perusahaan. Terdapat dua pendekatan untuk memperoleh legitimasi tersebut yaitu manajemen substantif dan manajemen simbolik (Ashforth dan Gibbs, 1990 dalam Chariri dan Nugroho, 2009). Berikut adalah kutipan

narrative text KPC pada bagian sambutan *Chief Officer Organization* (CEO).

Mengambil hikmah dari pengalaman ini, kami menjadi semakin sadar bahwa kesuksesan dan keberlanjutan usaha kami tidak lepas dari dukungan para pemangku kepentingan, dalam hal ini karyawan dan kontraktor, serta pentingnya pelestarian lingkungan dan pencegahan perubahan iklim. (*Sustainability reporting* KPC hal.12)

Melalui *narrative text* di atas, KPC berusaha menjelaskan bahwa kesuksesan perusahaan bergantung pada dukungan para pemangku kepentingan dimana pada konteks tersebut pemangku kepentingan yang dimaksud adalah karyawan dan kontraktor. KPC menjelaskan hal tersebut melalui *narrative text* di bawah ini.

Oleh karenanya untuk tahun 2012 dan seterusnya, kami akan terus berusaha menerapkan praktik-praktik pertambangan yang bertanggung jawab, memperhatikan aspirasi dan melibatkan para pemangku kepentingan, berinovasi dan melakukan perbaikan berkesinambungan. Dengan demikian, kami percaya bahwa KPC tidak hanya mampu memenuhi target produksi, namun juga mampu menghasilkan produk akhir yang ramah lingkungan dan bernilai tambah bagi pelanggan dan seluruh pemangku kepentingan. (*Sustainability reporting* KPC hal.14)

Selain kerja sama yang baik dengan karyawan dan pihak kontraktor, KPC juga membutuhkan dukungan dari pemangku kepentingan yang lain. PTPN XIII juga membutuhkan dukungan pemangku kepentingan seperti terlihat berikut.

Kami berharap bahwa Perusahaan bersinergi dengan Pemangku Kepentingan bisa tumbuh bersama mewujudkan masa depan yang lebih baik dan memberikan warisan yang lestari bagi generasi penerus. Marilah, bersama-sama kita wujudkan harapan tersebut melalui kerja keras, kerja cerdas, saling menghargai, saling bertanggung jawab, dan saling memperkuat. (*Sustainability reporting* PTPN XIII hal.6)

Harapan yang diungkapkan oleh PTPN XIII agar *stakeholder* mampu bekerjasama demi masa depan yang lebih baik mengisyaratkan betapa pentingnya *stakeholder* itu sendiri. Dukungan dari pemangku kepentingan atau *stakeholder* sangat dibutuhkan oleh perusahaan dan bersifat vital. Jika terdapat salah satu saja pihak *stakeholder* yang tidak dapat bekerja sama, maka proses operasional bisa terganggu. Seperti contoh yang terjadi pada KPC dimana warga sekitar memprotes perusahaan terkait limbah air dari tambang yang dibuang di sungai. Masyarakat sekitar mengklaim air yang dibuang tidak bersih sehingga mencemari lingkungan. KPC pun berusaha menyelesaikannya dan penyelesaian tersebut terlihat pada kutipan yang tercantum pada *sustainability reporting* KPC halaman 139 berikut ini.

“Kami sebagai masyarakat lokal bangga dan tidak perlu khawatir lagi. Nyatanya, kita sudah melihat sendiri, bahwa air yang keluar dari tambang KPC jernih.”

“Banyak kritikan bukan berarti KPC tidak baik. Ini karena masyarakat menginginkan KPC melakukan yang terbaik. Lebih baik dari perusahaan-perusahaan lainnya. Kami harapkan KPC menjadi contoh bagi perusahaan lainnya, terutama dalam pengelolaan lingkungan”.

Melalui kutipan tersebut, secara tersirat perusahaan membuktikan bahwa sejauh ini operasional perusahaan ramah lingkungan. Segala kritik yang ada kebanyakan terjadi karena kurangnya pemahaman masyarakat sekitar tentang operasional perusahaan. Pencantuman kutipan tersebut pada *sustainability reporting* mengisyaratkan bahwa seolah-olah KPC teladan bagi perusahaan lain. KPC melalui *narrative text* juga mengisyaratkan telah memperoleh pengakuan dari masyarakat sebagai perusahaan yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan lingkungan dan anggapan mereka bahwa perusahaan mencemari lingkungan salah. Selain KPC, PTPN XIII juga melakukan hal yang relatif sejenis seperti terlihat di bawah ini.

PTPN XIII bersinergi dengan Untan, membangun Hutan Kota di sekitar kawasan bundaran tugu Digulis, kompleks Universitas Tanjung Pura, Pontianak. Program ini diawali dengan penanaman seribu pohon di lingkungan kampus Untan bersama civitas akademika Untan.....Selain mengembangkan hutan kota, PTPN XIII juga mengembangkan kebun pendidikan kelapa sawit yang terletak di belakang Fakultas Ekonomi Untan. Kebun pendidikan ini sebagai wujud nyata kontribusi PTPN XIII terhadap penghijauan wilayah kampus, sekaligus juga menyediakan sarana untuk tempat pendidikan dan penelitian bagi kalangan akademisi. (*Sustainability reporting* PTPN XIII hal.63)

PTPN XIII berusaha memperoleh pengakuan dari pihak akademisi. Hal tersebut terlihat dari *narrative text* diatas yang menjelaskan bahwa perusahaan diakui oleh pihak akademisi dalam hal ini adalah Universitas Tanjung Pura dengan bekerjasama dalam membangun hutan kota. Sebagai salah satu pihak yang kritis, PTPN XIII beranggapan bahwa bekerjasama dengan pihak akademisi di masa mendatang akan menghasilkan keuntungan. Sehingga proses operasional perusahaan berjalan lancar. Tak berhenti pada hal itu saja, PTPN XIII selain berusaha memperoleh legitimasi dari pihak akademisi, juga berusaha memperolehnya dari pihak lain seperti yang terlihat berikut.

Mitra binaan PTPN XIII tahun 2011 berjumlah 274 mitra. Jenis usaha yang dibiayai adalah usaha kecil di sektor industri sebesar Rp0,225 miliar, sektor perdagangan sebesar Rp2,968 miliar, sektor pertanian dan perkebunan sebesar Rp1,560 miliar, sektor peternakan dan perikanan sebesar Rp0,650 miliar dan sektor jasa sebesar Rp1,215 miliar. Kegiatan lainnya diwujudkan dalam keikutsertaan pameran pasar murah, pameran Gebyar PKBL BUMN, pameran Expo Nusantara 2011, pameran Gelar Dagang dan Bisnis Expo untuk mempromosikan kain tenun Sintang, olahan lidah buaya. (*Sustainability reporting* PTPN XIII hal. 97)

Narrative text diatas mengungkapkan bahwa PTPN XIII peduli terhadap berbagai sektor industri kecil yang ada dalam masyarakat. Wujud kepedulian perusahaan tercermin dengan program mitra binaan. Dicantumkannya jumlah pembiayaan yang dikeluarkan oleh PTPN XIII menegaskan seberapa besar peran perusahaan dalam perekonomian masyarakat sekitar. Bantuan tersebut mampu mendatangkan keuntungan bagi pihak perusahaan dan mampu menarik perhatian serta pengakuan masyarakat terhadap PTPN XIII. Di sisi lain, pengungkapan tersebut juga dapat menimbulkan citra positif bagi PTPN XIII.

Dari keseluruhan penjelasan diatas, diketahui bahwa baik pihak KPC maupun PTPN XIII menganggap legitimasi merupakan hal yang sangat penting. Kondisi tersebut didukung oleh pendapat Deegan (2006) dalam Chariri (2009) yang menjelaskan bahwa organisasi berusaha memastikan bahwa kegiatan yang mereka lakukan diakui (*legitimate*) oleh pihak luar. Hal tersebut diperkuat oleh kenyataan bahwa eksistensi suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh legitimasi itu sendiri sehingga berbagai macam cara dilakukan oleh perusahaan untuk mencapainya.

Narrative text diatas menjelaskan bahwa KPC dan PTPN menggunakan bermacam strategi mulai dari menyakinkan *stakeholder* melalui informasi hingga mengubah pandangan pihak luar terhadap kinerja perusahaan. Kebanyakan implementasi dari penerapan strategi-strategi tersebut berupa pelaksanaan program-program perusahaan seperti konservasi lingkungan sampai program mitra binaan. Dimana strategi tersebut lebih mengarah pada manajemen substantif. Sehingga tidak mudah menganalisis penggunaan bahasa yang ditujukan untuk menutupi keburukan perusahaan. Seperti isu pencemaran air sungai oleh KPC yang kemudian dipatahkan dengan kutipan yang berisi tanggapan positif masyarakat tentang perusahaan. Strategi yang digunakan sendiri sesuai dengan strategi legitimasi yang dirumuskan oleh Moir (2001) dimana menyatakan bahwa perusahaan berusaha mendapatkan legitimasi dengan menyakinkan *stakeholder* melalui edukasi dan informasi dan mengubah ekspektasi eksternal tentang kinerja organisasi.

Penjelasan-penjelasan diatas juga mengisyaratkan bahwa penyampaian informasi yang dilakukan oleh kedua perusahaan yakni PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII juga termasuk salah satu upaya membentuk *image* perusahaan dengan tujuan akhir pemerolehan legitimasi. Informasi-informasi yang disampaikan juga cenderung menggunakan narsisme bahasa dimana kedua perusahaan condong menggambarkan kondisi mereka dengan unik dan menggunakan kata-kata ekstrem sehingga nantinya mampu mempengaruhi penilaian *stakeholder*.

Kesimpulan dan Keterbatasan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, diperoleh kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah yang ada yaitu struktur *sustainability reporting* PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII sesuai dengan standar internasional yaitu *Global Reporting Initiatives* (GRI)

dimana poin-poin yang dilaporkan sesuai dengan indeks-indeks GRI. Struktur *sustainability reporting* kedua perusahaan diawali dengan sampul depan yang menarik, dilanjutkan dengan bagian pengantar, kemudian pernyataan dari *Chief Executive Officer* (CEO) maupun Direktur Utama, Profil Perusahaan, Tata Kelola, Komitmen, dan Keterlibatan, seta diakhiri dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari pengungkapan kinerja ekonomi, komitmen terhadap lingkungan, dan tanggung jawab sosial. Hanya pada bagian sampul depan yang pelaporannya tidak berlebihan. Berdasarkan hasil penelitian, PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (persero) dalam pelaporan *Corporate Social Responsibility* melalui *sustainability reporting* menunjukkan adanya penggunaan narsisme bahasa yang tercermin dari *narrative text*. Terdapat penggunaan kata-kata hiperbola, kata-kata ekstrem, hingga penggambaran perusahaan secara unik. Kata-kata hiperbola dan ekstrem yang digunakan antara lain adalah sungguh, gemilang, berhasil, terbesar, terkemuka, tulang punggung, percaya, pelopor, mendorong, meminta, membangunkan, dan ibarat mukjizat. Narsisme bahasa yang ditemukan selama penelitian terbagi ke dalam tiga tujuan yaitu membentuk *image* positif, menghindari *image* negatif, dan memperoleh legitimasi. Kedua perusahaan berusaha memperoleh legitimasi melalui *narrative text* dikarenakan karakteristiknya yang mudah dan tepat digunakan oleh pihak manajemen perusahaan. Berdasarkan penelitian, dapat disimpulkan pula bahwa pengalaman pelaporan mempengaruhi penggunaan narsisme bahasa. Hal tersebut tercermin dalam pelaporan PT. Kaltim Prima Coal dan PT. Perkebunan Nusantara XIII (Persero).

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian hanya mengkaji adanya penggunaan narsisme bahasa dalam *sustainability reporting*. Belum ada pembahasan secara empiris mengenai alasan perusahaan melakukan hal tersebut. Penelitian ini juga hanya menggunakan data dokumenter tanpa adanya wawancara dan observasi langsung dengan

pihak perusahaan serta hanya berdasarkan interpretasi kalimat pihak penulis.

Daftar Pustaka

- Akbar, Gita N. 2008. *Pengungkapan Sustainability Reporting Tahun 2006 Pada Enam Perusahaan di Industri Pertambangan*. Jurnal Ekonomi, Institut Pertanian Bogor.
- Chariri, A. dan Nugroho. F. A. 2009. *Retorika dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility : Analisis Semiotik atas Sustainability Reporting PT. Aneka Tambang, Tbk*. Simposium Nasional Akuntansi XII. Palembang 4-6 November 2009.
- Chatterjee, A and D.C. Hambrick. 2006. *It's All About Me: Narcissistic CEOs and Their Effects on Company Strategy and Performance*. The Pennsylvania State University.
- Global Reporting Initiative 2000-2006. *Pedoman Laporan Keberlanjutan*. Belanda: Global Reporting Initiative™
- Greenwood, M., Haylock, B., dan Uhlenbruch, P. 2008. *How Do We Read Annual Reports? A Critical Visual Analysis*. Journal of Monash University.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Inshani, Alin Alfa. 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan *Food & Beverage* dan *Paper Allied Products*". Jurnal Akuntansi, Universitas Pasundan.
- Moir, L., 2001, *What do we mean by corporate social Responsibility?* MCB University Press, 1472-0701.
- Nevid, Jeffrey S. and Rathus, Spencer A. 2000. *Abnormal Psychology*. United States: Pearson.Purba, Huala, J. 2011.
- Narcissism, Impressions Management And Sustainability Reporting: A Semiotic Analysis Of Narratives Text*. Jurnal Ekonomi Universitas Diponegoro Republik Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Ulum, Ihyaul. 2009. *Intellectual Capital : Konsep dan Kajian Empiris*. Yogyakarta : Graha Ilmu.