

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis kognisi perusahaan tentang *carbon accounting*, dengan menjawab pertanyaan penelitian: bagaimana perusahaan menyajikan pengungkapan emisi karbon dalam *annual report*, bagaimana tingkat pengungkapannya, dan mengapa perusahaan melakukan pengungkapan tersebut. Secara ontologi, penelitian ini berkeyakinan bahwa pengungkapan emisi karbon pada laporan perusahaan merupakan cara perusahaan berkomunikasi dengan *stakeholders*.

Penelitian ini dilakukan dalam paradigma interpretive dengan menggunakan metode analisis semiotik. Data yang dianalisis adalah *narrative text* dalam *annual report* dua perusahaan sektor energi selama tiga tahun terakhir.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua perusahaan (Antam dan PGN) menyajikan pengungkapan emisi karbon secara sukarela dan didesain sedemikian rupa melalui *narrative text* pada *annual report* perusahaan. Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan emisi karbon Antam lebih tinggi daripada PGN. Penelitian ini juga menjelaskan alasan yang mendasari perusahaan melakukan pengungkapan emisi karbon melalui teori *stakeholder*. Dengan demikian, perusahaan proaktif mengungkapkan penurunan emisi karbon guna memperoleh legitimasi dari *stakeholders*.

Kata kunci : akuntansi karbon, emisi karbon, tingkat pengungkapan, semiotik.