

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap pengungkapan emisi karbon serta peran media exposure dalam memperkuat pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap pengungkapan emisi karbon. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan emisi karbon, variabel independen yaitu profitabilitas dan leverage, serta variabel moderasi yaitu media exposure.

Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan diperoleh 23 perusahaan sektor energi sehingga terdapat 69 data observasi. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi model data panel, uji model regresi (uji F dan uji  $R^2$ ), dan uji hipotesis (uji t). Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan Eviews 12, diperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon, leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon, dan media exposure tidak memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan emisi karbon, serta media exposure dapat memperkuat pengaruh leverage terhadap pengungkapan emisi karbon.

Implikasi dari penelitian ini telah memberikan kontribusi penting bagi literatur akuntansi dan manajemen lingkungan dengan menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan memiliki dampak positif terhadap pengungkapan karbon. Pemerintah perlu adanya peraturan yang mendorong transparansi pengungkapan informasi lingkungan, terutama bagi perusahaan yang memiliki keuntungan besar. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi disarankan untuk lebih proaktif dalam mengungkapkan emisi karbonnya, karena dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan para pemangku kepentingan. Di sisi lain, perusahaan dengan leverage yang tinggi perlu mempertimbangkan strategi komunikasi yang efektif, terutama ketika eksposur media yang tinggi dapat memperkuat atau melemahkan pengungkapan karbonnya. Informasi yang lebih transparan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan isu-isu lingkungan dan mendorong perilaku konsumen yang lebih bertanggung jawab.

**Kata kunci:** Pengungkapan Emisi Karbon, Profitabilitas, Leverage, Media Eksposur

## SUMMARY

This study aims to analyze the effect of profitability and leverage on carbon emission disclosure and the role of media exposure in strengthening the effect of profitability and leverage on carbon emission disclosure. The dependent variable in this study is the disclosure of carbon emissions, the independent variables are profitability and leverage, and the moderating variable is media exposure.

The population in this study is energy sector companies listed on the IDX in 2020-2022. The sampling technique used was purposive sampling and obtained 23 energy sector companies so that there were 69 observation data. The data analysis techniques used include descriptive statistical tests, classical assumption tests, panel data model regression analysis, regression model tests (F test and  $R^2$  test), and hypothesis testing (t-test). Based on the results of research and data analysis using Eviews 12, the results show that profitability has a positive effect on disclosure of carbon emissions, leverage has no effect on disclosure of carbon emissions, and media exposure does not strengthen the effect of profitability on disclosure of carbon emissions, and media exposure can strengthen the effect of leverage on disclosure of carbon emissions.

The implications of this study have made an important contribution to the environmental accounting and management literature by showing that corporate profitability has a positive impact on carbon disclosure. The government needs regulations that encourage transparency of environmental information disclosure, especially for companies that have large profits. Companies with high profitability are advised to be more proactive in disclosing their carbon emissions, as it can improve reputation and stakeholder trust. On the other hand, companies with high leverage need to consider effective communication strategies, especially when high media exposure may strengthen or weaken their carbon disclosure. More transparent information can increase public awareness of environmental issues and encourage more responsible consumer behavior.

**Keyword:** Carbon Emission Disclosure, Profitability, Leverage, Media Exposure