BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Green Accounting

Menurut (Aniela, 2012), *green accounting* dapat diartikan pula sebagai akuntansi yang di dalamnya mengidentifikasikan, mengukur, menyajikan, dan mengungkapkan informasi mengenai biaya terkait dengan aktivitas perusahaan yang ada terkaitannya dengan lingkungan. Green accounting adalah bidang akuntansi yang berupaya untuk mengolaborasikan sisi anggaran lingkungan dengan biaya operasi bisnis. Menurut (Ningsih, W. F., & Rachmawati, 2017), *green accounting* dapat didefinisikan juga sebagai jenis akuntansi lingkungan yang memasukkan biaya dan manfaat tidak langsung dari suatu aktivitas ekonomi, seperti dampak lingkungan yang dihasilkan dari konsekuensi kesehatan yang terjadi dari perencanaan dan keputusan Perusahaan. Green accounting diterapkan oleh Perusahaan untuk menghasilkan penilaian terhadap data yang berupa angka tentang biaya dan dampak terhadap lingkungan. Penggunaan konsep akuntansi lingkungan bagi Perusahaan mendorong kemampuan untuk meminimalisasi persoalan lingkungan yang dihadapinya.

Pada umumnya informasi yang telah diungkapkan Perusahaan di dalam laporan terkait akuntansi dan pelaporan lingkungan yang mencakup biaya di masa sekarang dan yang akan dating. Tujuan penerapan *green accounting* yang sesungguhnya adalah untuk mengatasi munculnya biaya dari dampak lingkungan di masa yang akan dating jadi pada nantinya Perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan biaya karena biaya tersebut sudah diantisipasi di awal(Mustafa Magablih, 2017).

Pada dasarnya keberadaan dari *green accounting* menurut dari kesadaran dari para pelaku Perusahaan yang memanfaatkan sumber daya lingkungan di dalam bisnisnya. Perusahaan diharapkan dapat menerapkan akuntansi lingkungkan atau *green accounting* karena dapat meningkatkan keunggulan atas proses, barang dan jasa yang sifatnya ramah lingkungan dan yang paling penting

adalah menciptakan citra Perusahaan yang baik oleh Perusahaan (Ratusasi, M. L., & Prastiwi, 2021).

Terdapat contoh bentuk aktivitas penerapan dari *green accounting* dalam Perusahaan antara lain yaitu : (1) Penggunaa bahan baku yang ramah lingkungan, (2) Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility oleh Perusahaan, (3) Penerapan menejemen limbah yang tidak menimbulkan polusi maupun rusaknya lingkungan. Penggunaan dari bahan baku ramah lingkungan dapat meyelamatkan Perusahaan dari adanya tuduhan pemerintah dan publik atas kerusakan pada lingkungan di sekitar, maka dari hal tersebut dapat menguntungkan Perusahaan dari segi finansialnya (Syafrina Qolbiatin Faizah, 2020).

Dengan terbentuknya image yang positif dari peusahaan dapat meningkatkan kepercayaan publik, jadi sangat memungkinkan untuk timbulnya loyalitas di dalam Masyarakat sehingga akan meningkatkan penjualan serta laba yang akan diperoleh Perusahaan. Dengan adanya *green accounting* ini menjadi solusi bagi Perusahaan sebagai pelaku utama kerusakan lingkungan dan Masyarakat yang terkena dampaknya(Ningtyas dan Triyanto, 2019). Dan kesimpulan yang dapat ditarik yaitu penerapan dari *green accounting* adalah salah satu Langkah dalam menvegah kerusakan di lingkungan akibat dari aktivitas Perusahaan yang dapat memberikan manfaat bagi Perusahaan.

2.2 Media Exposure

Menurut (Alfariz, R., & Widiastuti, 2021), Media Exposure adalah media yang menyiarkan aktivitas perusahaan yang menyangkut kepedulian sosial dan lingkungan. Hal tersebut merupakan subjek sensitif yang mengharuskan perusahaan untuk ekstra hati-hati. Hal ini dikarenakan persepsi publik terhadap apapun yang dilakukan oleh perusahaan mempengaruhi reputasi perusahaan. Akibatnya, kepedulian perusahaan terhadap permasalahan sosial dan lingkungan sangat penting bagi keberhasilan perusahaan.

Menurut(Septianingsih, L. R., & Muslih, 2019), Media Exposure merupakan kejadian atau kegiatan perusahaan yang berdampak pada sosial dan lingkungan yang diliput oleh media atau dipublikasikan oleh media. Pemberitaan

media dapat berupa berita baik dan juga berita buruk. Keberadaan pengungkapan media mengenai lingkungan merupakan atribut eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap komitmen perusahaan mengenai lingkungan sekitarnya.

Salah satu fungsi media adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait berbagai hal. Perusahaan menggunakan media guna mempublikasikan dan mensosialisasikan berbagai aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga mendapatkan citra yang baik di masyarakat. Media tidak hanya memainkan peran pasif namun lebih aktif dalam membingkai informasi perusahaan menjadi lebih bernilai (Widiastuti, H., Utami, E. R., & Handoko, 2018). Dalam hal ini perusahaan mempunyai kewajiban moral untuk mengungkapkan aktivitasnya tidak hanya terbatas pada aspek keuangan tetapi juga aspek sosial dan lingkungan.

Melalui media, publik dapat mengetahui segala isu-isu yang menjadi perbincangan(Alfariz, R., & Widiastuti, 2021). Hal tersebut dapat menggiring opini masyarakat pada kepedulian semua pihak terhadap lingkungan, termasuk perusahaan. Peran media massa dalam lingkungan perusahaan sangat penting dalam rangka membentuk opini masyarakat terhadap suatu aktivitas perusahaan (Septianingsih, L. R., & Muslih, 2019). Pemberitaan media dapat mempengaruhi sifat publik yang kemudian berlanjut mempengaruhi keputusan para pemangku kepentingan terkait pengungkapan tanggungjawab sosial atau Corporate Social Responsibility Disclosure sebagai bentuk respon perusahaan atas kepeduliannya terhadap lingkungan.

Perusahaan senantiasa memperhatikan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bentuk jaminan dan usaha perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari stakeholder-nya (Yuliskayani, L., & Damayanthi, 2018). Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Sparta, S., & Rheadanti, 2019), dalam penelitian ini mengukur Media Exposure melalui website perusahaan dengan variabel dummy, yaitu dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR di media website dan 0 untuk perusahaan yang tidak mengungkapkan kegiatan CSR di media website.

2.3 Firm Size

Firm size adalah metrik yang digunakan untuk memperkirakan ukuranperusahaan (Yovana, D. G., & Kadir, 2020). Total pendapatan, total nilai aset, kapitalisasi pasar, dan jumlah personel semuanya dapat digunakan untuk menentukan ukuransuatuperusahaan. Sumber daya yang besar dan tenaga penjualan memaksa bisnis untuklebihsering berinteraksi dengan pemangku kepentingan, sehingga memerlukan paparanoperasi bisnis yang luas, termasuk pengungkapan CSR(Oktaviani dkk., 2020). Perusahaan harus mengungkapkan kewajiban sosial dan lingkungannya karenameningkatnya kesadaran masyarakat terhadap mereknya akibat kepemilikan aset yangsignifikan (Cyhintia & Sofyan, 2023). Menurut (Santoso dan Dilak, 2020), terdapat korelasi antara teori pemangku kepentingan dan ukuran perusahaan, dimana perusahaanyang lebih besar lebih cenderung untuk menunjukkan tanggung jawab sosialnya. Bisnisyang lebih besar sering kali menawarkan informasi yang lebih rinci dibandingkan bisnisyang lebih kecil.

2.4 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsobility adalah suatu bentuk kewajiban dari Perusahaan untuk mempunyai rasa tanggung jawab yang tidak hanya pada aspek ekonomis melainkan juga terhadap pihak lain yang berkepentigan yaitu Masyarakat dan lingkungan sekitar. *Corporate social responsibility* merupakan suatu komitmen dari Perusahaan dalam memberikan kontribusi jangka Panjang atas suatu masalah tertentu yang terjadi di Masyarakat dan lingkungan sekitar dengan tujuan untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik kedepannya (Heri, 2013 dalam (Radiman, 2019)

Dengan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*, Perusahaan yang mempunyai rasa kepedulian kepada sosial dan lingkungan dapat menggunakan informasi tersebut sebagai salah satu keunggulan perusahaannya (Zuhroh dan Sukmawati dalam(Dewi, 2012). Para pemangku kepentingan yang diketahui mempunyai ketertarikan khusus terhadap informasi sosial dilaporkan dalam laporan Perusahaan. Sehingga, menejemen Perusahaan

yang diharapkan tidak hanya dituntut dengan aspe ekonomi Perusahaan sepertipengelolaan dana, tapi juga melingkupi dampak dari sosial dan lingkungan akibat dari operasional Perusahaan.

Corporate social responsibility termasuk di dalam tanggung jawab sosial kemasyarakatan yang tidak brorientasi kepada profit Perusahaan serta penerapannya memang memerlukan biaya yang cukup banyak dan lebih besar, tetapi dengan adanya penerapan CSR Perusahaan mendapatkan lebih banyak keuntungan yang besar di masa yang akan dating. Keuntungan tersebut berdampak pada kelangsungan hidup Perusahaan karena pada saat ini Perusahaan wajib berpijak pada triple bottom line yaitu tanggung jawab terhadap aspek sosial, lingkungan, dan keuangan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama peneliti dan tahun	Judul penelitian	Variable	Metode	Hasil
1.	(Novriska Viendi Dwi Saputri, 2024)	Pengaruh Green Accounting, Firmsize, Media exsposure Terhadap Pengungkapan Corporate social Responsibility	**Variabel Independen** : Green Accounting, Firmsize, Media exsposure **Variabel Dependen** : Pengungkapan Corporate social Responsibility	Uji analisis regresi	Penelitian menunjukkan bahwa perhatian media berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, namun akuntansi hijau tidak mempunyai pengaruh terhadap CSR. Selain itu, ukuran bisnis juga tidak berpengaruh pengungkapan CSR

2.	(Bangun et al., 2024)	Pengaruh Green Intellectual Capital, Green Accounting, Dan Firm Size Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi	**Variabel Independen:** Green Intellectual Capital, Green Accounting, dan Firm Size **Variabel Mediasi:** Good Corporate Governance **Dependen** : kinerja keuangan perusahaan	Penelitian ini menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA)	*Green Intellectual Capital* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Sedangkan green accounting berpengaruh negatif dan firm size memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan. GCG dengan proksi dewan komisaris independent mampu memoderasi hubungan green intellectual capital dan firm size terhadap kinerja keuangan, namun tidak mampu memoderasi green accounting terhadap kinerja keuangan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan perusahaan dapat menerapkan konsep green intellectual capital dan green accounting agar

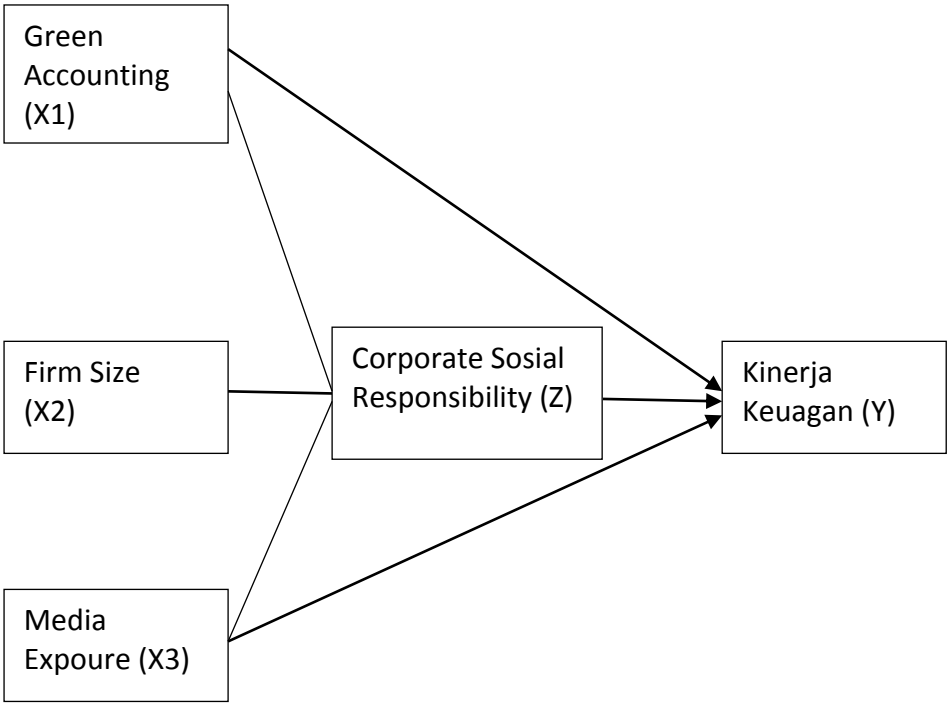
					dapat memberikan pandangan baik bagi perusahaan yang dapat menciptakan keberhasilan bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan secara jangka panjang.
3.	(Setyowati & Maryanti, 2023)	Corporate Social Responsibility Dalam Memediasi Pengaruh Green Accounting, Firm Size, dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	**Variabel Independen:** Pengaruh Green Accounting, Firm Size, dan Good Corporate Governance **Variabel Mediasi:** pengungkapan CSR **Dependen** : kinerja keuangan perusahaan	Path analisys	Green accounting dan CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, tetapi firm size dan GCG tidak berpengaruh signifikan. Green accounting, firm size dan GCG berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hasil mediasi menunjukkan bahwa CSR mampu memediasi pengaruh green accounting, firm size dan GCG terhadap kinerja keuangan perusahaan.
4.	(Hidayatul Khusnah, 2023)	Pengaruh Penerapan *Green Accounting,*	**Variabel Independen** : *Green Accounting,*	Regresi Linier Berganda	Hasil pengujian menunjukkan bahwa *corporate social*

		Corporate Social Responsibility, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan	*Corporate Social Responsibility*, dan Ukuran Perusahaan **Variabel Terikat**: kinerja keuangan		*responsibility* (csr) berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahan berpengaruh negatig terhadap kinerja keuangan. *Green accounting* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
5.	(Anikmah Musfiranti, Lorensius Ginting, 2021)	"Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Rokok yang Terdaftar di BEI tahun 2016-2019)	Variabel independent : pengaruh pengungkapan CSR Variable dependen : kinerja keuangan Perusahaan.	Analisis regresi linier.	pengungkapan CSR berpengaruh secara signifikan terhadap ROA namun pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap NPM.

2.6 Model Konseptual

Model konseptual penelitian merupakan alur yang mendeskripsikan pola hubungan antara beberapa variabel dalam suatu penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Green Accounting*, Firm Size, Media Exsposure, *Corporate Social Responsibility*, serta Kinerja Keuangan Perusahaan. Oleh karena itu, untuk menggambarkan bagaimana pengaruh antara beberapa variabel tersebut maka dibuatlah suatu kerangka pikir penelitian sebagai berikut.

Gambar 2. 1 Model Konseptual



2.7 Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Green Accounting terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Green accounting pada dasarnya sama seperti akuntansi pada umumnya, namun terdapat aspek lingkungan di dalamnya. Perusahaan akan berupaya meningkatkan kinerja keuangannya ketika dihadapkan dengan isu lingkungan, tujuannya adalah untuk memperbaiki citra atau reputasi perusahaan di mata publik. Perusahaan yang memperhatikan lingkungan sekitarnya cenderung akan mendapatkan pengakuan dari pelanggan, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut, yang berdampak pada kinerja keuangan perusahaan (Angelina, M., & Nursasi, 2021). Dalam konteks ini, green accounting memiliki peran dalam memperbaiki kinerja perusahaan, terutama dalam hal tanggung jawab lingkungan yang tercermin dalam akuntansi. Implementasi green accounting dilakukan dengan mengeluarkan biaya yang disebut biaya lingkungan. Biaya lingkungan adalah biaya yang muncul sebagai akibat dari upaya perusahaan dalam mengelola dan mengatasi masalah

lingkungan. Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan harus menemukan cara untuk memastikan kelangsungan bisnis mereka dan meyakinkan masyarakat bahwa segala aktivitas operasional perusahaan sudah dijalankan dengan berbagai batasan agar tidak merusak lingkungan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hidayatul Khusnah, 2023)menunjukkan bahwa green accounting berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Temuan ini didukung oleh penelitian (Saputra, 2020) yang menyatakan bahwa green accounting dapat mempengaruhi kinerja keuangan, sehingga dengan penerapan green accounting akan menarik minat investor untuk berinvestasi.Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : **Green Accounting berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Malaysia.**

2. Pengaruh Firm Size terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Ukuran perusahaan yang ditunjukkan dengan total aset dihitung menggunakan nilai logaritma dalam aktiva. Jika total aktiva yang dimiliki perusahaan semakin besar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut . (Meiyana, A., & Aisyah, 2019). Menurut teori sinyal, ukuran perusahaan memiliki dampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan karena mampu memberikan pemahaman bahwa informasi yang disampaikan oleh manajemen mengenai ukuran perusahaan kepada pihak luar akan menjadi sinyal bagi investor untuk melakukan pendanaan. Perusahaan dengan ukuran besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapatkan sumber pendanaan eksternal. Hal ini dikarenakan semakin besar suatu perusahaan, maka semakin besar kemungkinannya untuk mempunyai keunggulan dalam persaingan industri dan bertahan di pasar. Maka dari itu, investor cenderung lebih tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan besar. Tambahan modal dari investor ini selanjutnya dapat digunakan untuk keperluan operasional dan produksi guna meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian terdahulu

oleh (Meiyana, A., & Aisyah, 2019)] menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Didukung penelitian oleh (Siregar, F. H., Syahyunan, & Miraza, 2022) mengatakan terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Firm Size berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Malaysia.

3. Pengaruh Media Exposure terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

Media exposure dapat memengaruhi kinerja keuangan perusahaan melalui berbagai saluran, terutama dalam hal reputasi dan persepsi publik. Liputan media yang positif cenderung meningkatkan kepercayaan investor dan konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan harga saham dan pendapatan perusahaan. Sebaliknya, pemberitaan negatif dapat menurunkan reputasi dan menambah risiko finansial, seperti penurunan harga saham atau kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan(Oktaviani dkk., 2020). Teori Signaling menjelaskan bahwa informasi yang disebarkan melalui media memberikan sinyal kepada investor tentang prospek perusahaan, sementara teori Efficient Market Hypothesis menganggap bahwa harga saham mencerminkan semua informasi yang ada, termasuk yang berasal dari media. Selain itu, teori Brand Equity menunjukkan bahwa media exposure yang baik dapat meningkatkan ekuitas merek, yang berdampak positif pada loyalitas pelanggan dan penjualan. Secara keseluruhan, media exposure memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pasar dan mempengaruhi keputusan keuangan perusahaan. Temuan penelitian (Elya Firdaus, et. al, 2023), Media Exposure berpengaruh langsung terhadap kinerja keuangan perusahaan.Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Media Exosure berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Malaysia

4. **CSR mampu memediasi hubungan Green Accounting terhadap Kinerja Keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Malaysi.**

Melalui penerapan green accounting, diharapkan kelestarian lingkungan dapat terjaga karena entitas akan secara sukarela mematuhi kebijakan pemerintah tempat entitas tersebut beroperasi. Kemudian, perusahaan akan memperoleh citra positif dalam masyarakat sebagai hasil dari komitmen mereka terhadap tanggung jawab sosial dan perlindungan lingkungan, sehingga perusahaan dapat meningkatan kinerja keuangannya(Angelina, M., & Nursasi, 2021). Dari pandangan ini, green accounting dapat memberikan kontribusi kepada berbagai stakeholder termasuk masyarakat untuk tidak hanya memeriksa laporan keuangan, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap isu lingkungan. Green accounting memuat informasi mengenai biaya yang dialokasikan untuk lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya. Dengan tingginya biaya lingkungan yang dikeluarkan oleh perusahaan maka dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut peduli terhadap lingkungan sebagai tanggung jawab sosial, sehingga perusahaan dapat memperoleh citra positif dari pemangku kepentingan yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. (Saputra, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Putri and Tjahjani,2023) menunjukkan bahwa CSR mampu memediasi hubungan antara green accounting dan kinerja keuangan. Didukung hasil penelitian dari (Widiastuti, H., Utami, E. R., & Handoko, 2018)yang juga menunjukkan bahwa green accounting memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan melalui CSR sebagai mediasi. Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : **CSR mampu memediasi hubungan *Green Accounting* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Malaysia.**

5. **CSR mampu memediasi hubungan Firm Size terhadap Kinerja Keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Malaysia.**

   Semakin besar jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan, maka semakin banyak pengungkapan CSR yang akan dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang besar akan lebih mudah untuk melakukan inovasi dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya melalui kegiatan CSR. Dengan adanya inovasi tersebut akan berpengaruh besar terhadap laba perusahaan. Sebab, perusahaan besar dinilai relatif stabil dan mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi. Terlebih lagi, perusahaan besar akan menarik perhatian pemangku kepentingan yang menarik tidak hanya dari sudut pandang finansial, namun juga dari sudut pandang inisiatif sosial dan lingkungan perusahaan. Pandangan positif dari para pemangku kepentingan ini tentunya akan memberikan manfaat bagi perusahaan dan pada akhirnya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. (Meiyana, A., & Aisyah, 2019)Hadirnya CSR sebagai variabel intervening akan memperkuat pengaruh yang ada antara ukuran perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan (Siregar, F. H., Syahyunan, & Miraza, 2022). Penelitian terdahulu oleh (Meiyana, A., & Aisyah, 2019)mengatakan bahwa CSR mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

   H5 : **CSR mampu memediasi hubungan firm size terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Malaysia.**

6. **CSR mampu memediasi hubungan Media Exposure terhadap Kinerja Keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Malaysia.**

   Media web adalah media kuat yang didukung oleh peningkatan jumlah penggunanternet(Oktaviani dkk., 2020). Pengaruh media exsposure terhadap pengungkapanCSR adalah perusahaan mengkomunikasikan CSR melalui media online, diharapkanmasyarakat dapat menerima informasi mengenai kegiatan sosial perusahaan. Teori sinyal, yang berpendapat bahwa apa yang investor tafsirkan sebagai sinyal positif dari perusahaan dan bahwa bisnis mencari pengakuan, kepercayaan, dan dukungandari lingkungannya, mencerminkan hubungan antara paparan media dan pengungkapanCSR. Bisnis memerlukan ruang untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingandansarana komunikasi yang lebih efektif. Temuan penelitian (Elya Firdaus, et. al, 2023), menunjukkan peran *corporate social responsibility* (CSR) dalam mediasi pengaruh Media Exposure Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

   H6 : **CSR mampu memediasi hubungan*media exposure* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Malaysia**