

ABSTRAK

Meningkatnya perhatian terhadap aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi keberlanjutan sebagai bentuk transparansi kepada *stakeholders*. Namun, luasnya ESG *disclosure* belum tentu mampu meningkatkan *firm value* apabila informasi tersebut belum dianggap relevan oleh investor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ESG *disclosure* terhadap *firm value* dengan media *exposure* sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari Bloomberg dan pemberitaan media massa nasional perusahaan pada sektor *energy* yang tercatat di BEI selama tahun 2021 – 2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan total akhir 60 observasi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dan uji sobel untuk menguji peran media *exposure* sebagai mediasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ESG *disclosure* berpengaruh positif signifikan terhadap media *exposure*, tetapi berpengaruh negatif signifikan terhadap *firm value*. Di sisi lain, media *exposure* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *firm value*. Selain itu, media *exposure* juga tidak mampu memediasi pengaruh ESG *disclosure* terhadap *firm value*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ESG *disclosure* mampu meningkatkan perhatian media karena memiliki nilai informasi bagi *stakeholders*. Namun, informasi tersebut belum mampu meningkatkan *firm value* karena investor masih lebih mempertimbangkan informasi keuangan dan memandang ESG *disclosure* sebagai beban biaya. Selain itu, perusahaan belum optimal dalam memanfaatkan media sebagai sarana komunikasi. Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti bahwa pengaruh ESG *disclosure* terhadap *firm value* masih dipengaruhi oleh persepsi investor dan efektivitas media perusahaan.

Kata kunci: ESG *disclosure*, *Firm Value*, *Media Exposure*