

**VISUAL CONTENT ANALYSIS ATAS PENGGAMBARAN ELIT BISNIS
DALAM LAPORAN TAHUNAN**
*(Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Telkom Indonesia Tbk
Tahun 2013-2015)*

ARTIKEL

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



OLEH :

BENI GUSTIA

1202588/2012

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2017**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

VISUAL KONTEN ANALISIS ATAS PENGGAMBARAN ELIT BISNIS
(Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Telkom Indonesia Tbk
Tahun 2013-2015)

Oleh:

BENI GUSTIA
1202588 / 2012

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi untuk persyaratan wisuda periode
Maret 2017 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing

Padang, 8 Februari 2017

Pembimbing I



Herlina Helmy, SE, M.S.Ak, Ak
NIP. 19800327 200501 2 002

Pembimbing II



Nayang Helmayunita, SE, M.Sc
NIP. 19860127 200812 2 001

**VISUAL CONTENT ANALYSIS ATAS PENGGAMBARAN ELIT BISNIS
DALAM LAPORAN TAHUNAN
(Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Telkom Indonesia Tbk
Tahun 2013-2015)**

Beni Gustia

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada laporan tahunan perusahaan di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis praktik penggambaran modal intelektual yang dimiliki elit bisnis melalui gambar fotografi yang sering diabaikan dalam laporan tahunan. Penelitian ini juga bertujuan sebagai retorika penggambaran elit bisnis dalam laporan tahunan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Jane Davison tahun 2010 dengan menganalisa modal intelektual yang dimiliki foto elit bisnis menggunakan empat set kode retorika : fisik, pakaian, tata ruang, dan interpersonal. Data dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan PT Telkom Indonesia tahun 2013-2015. Hasil penelitian merupakan suatu retorika mengubah pandangan pengguna dan pembuat laporan tahunan dalam menyajikan pengungkapan modal intelektual berupa foto laporan tahunan menggunakan gambar fotografi elit bisnis dalam laporan tahunan.

Kata Kunci: Modal Intelektual, Gambar, Elit Bisnis, Fisik, Pakaian, Interpersonal, Spasial.

ABSTRACT

This research is a descriptive study qualitative approach case study in annual report of the company in Indonesia. The purpose of this study is to understand and analyze the practice of depiction of intellectual capital owned business elite through the image photography which often overlooked in annual report.

This research also aims as the rhetoric of depiction of elite business in the annual report. This research is replication of Jane Davison's research in 2010 by analyzing the intellectual capital owned photos business elite using four sets of rhetorical codes: physical, clothing, spatial and interpersonal. The data in this research was obtained from annual reports Telkom Indonesia during 2013-2015. The results of this research is a rhetoric change the view of the user and annual report maker in the present disclosure of intellectual capital with photos using image photography business elite in annual report.

Keywords: *Intellectual Capital, Picture, Business Elite, Physical, clothing, spatial, interpersonal*

I. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis yang didasarkan pada pengetahuan akan berdampak kepada sistem akuntansi dan pelaporan keuangannya. Pelaporan keuangan yang hanya fokus mengungkapkan informasi mengenai aktivitas keuangan perusahaan dirasa kurang memadai dalam menunjukkan kinerja suatu perusahaan. Beberapa informasi lain juga perlu disampaikan kepada pengguna laporan keuangan mengenai nilai lebih yang dimiliki perusahaan. Nilai lebih tersebut dapat berupa inovasi, penemuan, pengetahuan dan perkembangan karyawan, dan hubungan yang baik dengan para konsumen, yang sering disebut sebagai modal pengetahuan (*knowledge capital*) atau modal intelektual (*intellectual capital*), yang sulit disampaikan kepada pihak luar perusahaan karena belum adanya standar akuntansi yang mengaturnya.

Menurut Nugroho (2012), *intellectual capital* adalah suatu pengetahuan, informasi dan kekayaan intelektual yang mampu untuk menemukan peluang dan mengelola ancaman, sehingga dapat mempengaruhi daya tahan dan keunggulan bersaing perusahaan. Informasi mengenai *intellectual capital* dapat ditemukan dalam laporan tahunan perusahaan. Suhardjanto dan Wardhani (2010), menyatakan bahwa pendekatan yang tepat digunakan untuk meningkatkan kualitas laporan tahunan adalah dengan meningkatkan pengungkapan informasi *intellectual capital*. Pengungkapan informasi tersebut

dalam laporan tahunan perusahaan bersifat sukarela (*voluntary*).

Penelitian mengenai pengungkapan *intellectual capital* dalam beberapa tahun terakhir telah dilakukan di beberapa negara, diantaranya dilakukan oleh (Bhasin, 2011) tentang pengungkapan *intellectual capital* dalam laporan tahunan perusahaan IT di India. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu pendekatan kualitatif. Sama halnya dengan penelitian tentang pengungkapan *intellectual capital* untuk konteks Indonesia masih cukup terbatas dalam menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

Penelitian ini mengambil sudut pandang kualitatif dalam menilai modal intelektual. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Davidson (2010) tentang pengungkapan informasi *intellectual capital* pada Laporan tahunan melalui retorika visual foto atau gambar pemimpin elit bisnis. Davison merumuskan empat set kode retorik dalam potret dalam menganalisa modal intelektual yang diidentifikasi berdasarkan kode: fisik, pakaian, spasial dan interpersonal.

Laporan tahunan dipilih sebagai sumber data, karena Laporan Tahunan perusahaan menjadi sebuah alat komunikasi yang sangat penting bagi para *stakeholder* perusahaan (Kuasirikun, 2011). Laporan tahunan tidak hanya berisi informasi kuantitatif saja, namun juga berisi informasi lain yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Laporan tahunan biasanya berisi

informasi kuantitatif berupa narasi, foto, gambar, dan grafik (Beattie, 2002).

Salah satu informasi kualitatif tersebut adalah foto. Penggunaan komponen foto akan mempermudah perusahaan dalam mengungkapkan realitas yang terjadi. Komponen foto yang terdapat dalam laporan tahunan dapat digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mewadahi berbagai kepentingan yang ada. Hal tersebut sesuai dengan fungsi laporan tahunan sebagai perangkat retorik yang digunakan untuk membentuk *image* perusahaan dalam menyampaikan maksudnya (Aerts and Cormier, 2008) dalam (Pratiwi, 2015). Foto yang terdapat pada laporan tahunan sebuah perusahaan dibuat tidak hanya sebagai hiasan untuk memperindah laporan tahunan saja, namun foto yang termuat dalam laporan tahunan perusahaan memiliki makna dan maksud yang tersirat.

Elit bisnis merupakan aset intelektual, aset simbolis dan aset sosial yang berhubungan dengan aktiva tidak berwujud dari organisasi atau perusahaan. Potret visual pemimpin bisnis bisa dibilang sangat *eyecatching*, karena wajah manusia memiliki daya tarik tertentu (Kemp, 2004) dan bahkan menunjukkan moralitas (Campbell, McPhail, & Slack, 2006). Fungsi yang paling tampak jelas dari potret pemimpin bisnis adalah untuk memberikan gambaran fisik, dilihat dari sudut pandang potret foto yang berarti memperkuat fungsi mendasar potret sebagai replikasi individu yang nyata. Semakin banyak gambar seseorang dimuat dalam laporan

tahunan perusahaan, maka semakin besar kepercayaan terhadapnya (Davison, 2010).

Potret fotografi dari pemimpin bisnis dalam laporan tahunan sering memiliki perjalanan yang kompleks melalui satu atau lebih hubungan dari laporan tahunan itu sendiri, persetujuan manajemen, persetujuan dewan dan sebagainya. Terdapat empat set kode retorika dalam mengidentifikasi potret elit bisnis: fisik, pakaian, tata ruang, dan interpersonal (Davison, 2010). Keempat set kode ini dinilai mampu memberikan penilaian terhadap penggambaran para elit bisnis dalam laporan tahunan perusahaan.

Fungsi yang paling tampak jelas dari potret pemimpin bisnis adalah untuk memberikan gambaran fisik, dilihat dari sudut pandang potret foto yang berarti memperkuat fungsi mendasar potret sebagai replikasi individu yang nyata. Sebagai bagian dari gambaran fisik ini adalah wajah yang menyediakan informasi yang paling penting tentang identitas individu. Pada potret wajah memberikan informasi yang cepat dan faktual mengidentifikasi mengenai, usia, jenis kelamin dan asal etnis, yang semuanya telah menjadi subyek penelitian kepemimpinan bisnis (Davison, 2010).

Kemudian melampaui identitas fisik individu, pakaian berkomunikasi lebih lanjut dalam potret sebagai pesan yang kaya kode dan sinyal, baik melalui fashion, berdandan atau menyamar (Rideal, 2005). Seperti halnya seorang pemimpin yang menggunakan

pakaian batik dianggap sebagai mempertahankan unsur kebudayaan tetapi tetap menonjolkan kesan elegan, begitu pula pemimpin yang memakai jas dalam laporan tahunannya, yang dianggap memiliki makna kewibawaan. Selanjutnya Mungkin fitur yang paling penting dari potret visual untuk pemimpin bisnis adalah bahwa reproduksi kemiripan fisik individu, seperti nama menyediakan individualitas dari jabatan atau nomor identitas (Davison, 2010).

Dalam kode spasial, pengaturan memberikan gambaran untuk konteks spasial di mana ia ditempatkan, yang mungkin termasuk gambar lainnya, keterangan dan teks. Seringkali tidak ada ranah murni visual, tetapi interaksi antara gambar dan kata-kata dalam sebuah representasi wacana, numerik, media bergambar dan grafis yang membentuk laporan tahunan kontemporer.

Penelitian ini juga ditempatkan dalam literatur penggambaran visual, dan dalam konteks visual yang luas. Sebuah kerangka dibangun dari kode potret visual: fisik (mempertimbangkan identifikasi, fisiognomi dan perawakan), pakaian atau busana (memberikan perspektif sosial dan budaya), interpersonal (mengingat bahasa tubuh dan kelompok potret), dan spasial (memanfaatkan alat peraga dan artefak dan pengaturan). Bidang yang paling dekat dengan gambar visual dalam akuntansi ini bisa dibilang bahwa narasi yang berhubungan dengan akuntansi (Davison, 2010).

Beberapa penelitian telah menganalisis gambar yang terdapat dalam laporan keuangan, tetapi sedikit penelitian yang telah terfokus pada penggambaran citra visual elit bisnis dalam laporan tahunan. Hal tersebut seperti yang terdapat dalam (Mara et al, 2015) yang menganalisis Modal Intelektual melalui gambar selama tahun 2012 dan 2013 dari 50 laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di enam sektor yang berbeda di Malaysia. Studi menemukan variabilitas dan gambar modal intelektual pada kategori dan subkategori yang paling mewakili khususnya tentang reputasi perusahaan dan keterlibatan masyarakat.

Bernardi (2005) yang meneliti mengenai keragaman gender melalui gambar dalam laporan tahunan. Dan Bernardi (2005) melakukan penelitian mengenai gambar visual dengan dilihat dari tingkat minoritas dewan direksi dalam laporan tahunan. Kemudian penelitian Kuasirikun, (2011) yang mengungkapkan penggambaran gender dalam pelaporan keuangan dengan melakukan analisis terhadap gambar yang terdapat dalam laporan keuangan, penelitian tersebut cenderung kepada pengujian terhadap implikasi dari gambar yang terdapat pada laporan keuangan dalam lingkup struktur hierarki gender dan hubungannya dalam konteks organisasi.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Davison, (2010) yang merumuskan model teoritis dari teori seni potret untuk menunjukkan bagaimana gambar visual direktur perusahaan dibangun dari fisik,

pakaian, tata ruang dan kode interpersonal. Meskipun beberapa penelitian sebelumnya dalam akuntansi telah meneliti gambar visual (selain potret elit bisnis) dalam laporan tahunan, di Indonesia penelitian mengenai penggambaran citra visual elit bisnis dalam laporan tahunan masih jarang ditemui meskipun penggunaannya telah menjadi bagian utama yang sangat diperlukan dalam laporan tahunan perusahaan.

Dengan adanya fenomena tentang penggambaran elit bisnis dalam laporan tahunan setiap tahun. Peneliti tertarik untuk menganalisis penggambaran elit bisnis dalam laporan tahunan perusahaan, dan perusahaan yang akan dianalisis adalah perusahaan telah *go public* yang terdaftar di BEI. Perusahaan-perusahaan yang telah *go public*, akan memberikan *out put* perusahaan yang maksimal dan dapat diterima oleh pihak *internal* dan *eksternal*, hal itu bukan hanya berasal dari laporan tentang keuangan saja, juga bagaimana faktor selain keuangan juga maksimal. Penggambaran perusahaan selain data keuangan, merupakan bagaimana perusahaan dapat memberikan kesan, terlebih lagi dengan persaingan perekonomian yang semakin sengit, salah satunya dalam sektor jasa telekomunikasi.

PT Telkom dipilih sebagai objek penelitian karena kontribusi Elit Bisnis yaitu Direktur Utama PT Telkom Tahun 2013 mampu mengantarkan Telkom meraih berbagai penghargaan dalam maupun luar negeri yang dianggap sebagai asset perusahaan karena kompetensi

yang dimiliki yaitu berupa modal intelektualnya. oleh karena itu peneliti tertarik untuk menganalisis peran penggambaran citra visual dari elit bisnis tersebut, karena dianggap mampu memberi pemahaman bagi pengguna laporan keuangan sebagai pemberi penilaian awal terhadap kinerja perusahaan. Disamping itu di Indonesia penelitian mengenai penggambaran citra visual elit bisnis dalam laporan tahunan masih jarang ditemui meskipun penggunaannya telah menjadi bagian utama yang sangat diperlukan dalam laporan tahunan perusahaan dan masih banyaknya anggapan yang menyatakan foto dalam laporan tahunan hanya sebagai pelengkap dalam laporan tahunan, padahal foto dalam laporan tahunan tersebut memiliki makna tersirat yang mampu menggambarkan keadaan non-ekonomi perusahaan tersebut. Berangkat dari argumen di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis penggambaran elit bisnis dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini didasarkan pada ontologi bahwa laporan tahunan merupakan media komunikasi dan juga alat bagi manajemen dalam menggambarkan para elit bisnisnya untuk memberikan informasi yang digunakan oleh banyak pihak yang berkepentingan terhadap kinerja perusahaan. Sebagai media komunikasi, sikap manajemen perusahaan dalam laporan tahunan terlihat melalui aspek semiotik karena aspek semiotik inilah yang membentuk bahasa yang digunakan dalam komunikasi. Dari uraian diatas maka penelitian ini mengambil judul "*Visual Content Analysis Atas*

Penggambaran Elit Bisnis Dalam Laporan Tahunan” (Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Telkom (Persero) Tbk Tahun 2013-2015).

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini berbeda dibandingkan penelitian pada umumnya yang meneliti tentang realitas ekonomi perusahaan, penelitian ini dianggap menarik karena berusaha menganalisis realitas non-ekonomi yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan melalui penggambaran foto elit bisnis dalam laporan tahunan. Studi yang menilai citra visual yang mengandung modal intelektual di laporan tahunan diperlukan agar representasional pentingnya gambar dapat dihargai dan ditafsirkan dalam berbagai konteks yang relevan. Oleh karena itu, peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen perusahaan menggambarkan *visual content analysis* atas Elit Bisnis dalam Laporan Tahunan PT Telkom Tbk tahun 2013-2015?
2. Apa pesan yang ingin disampaikan manajemen melalui penggambaran elit Bisnis dalam Laporan Tahunan PT Telkom Tbk tahun 2013-2015?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur atau mengetahui:

1. Mengetahui dan menganalisis bagaimana manajemen perusahaan menggambarkan *visual analysis* atas Elit Bisnis

dalam Laporan Tahunan PT Telkom Tbk tahun 2013-2015.

2. Mengetahui dan menganalisis pesan yang disampaikan manajemen melalui penggambaran elit Bisnis dalam Laporan Tahunan PT Telkom Tbk Tahun 2013-2015.

D. Manfaat

1. Akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan pelaporan keuangan serta dapat menjadi salah satu referensi bagi pengembangan penelitian lebih lanjut berkaitan dengan penggunaan simbol dalam melaporkan realitas ekonomi dan non-ekonomi suatu entitas.
2. Pemakai laporan keuangan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan gambaran tentang desain dan peruntukan pelaporan keuangan agar mengetahui dan menyadari fenomena yang terjadi ini. Penelitian ini juga penting untuk membuat pengguna menyadari tentang pentingnya citra visual dalam strategi komunikasi perusahaan.
3. Peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi, inspirasi, dan referensi untuk penelitian kualitatif selanjutnya di bidang akuntansi yang masih sangat jarang baik dengan topik yang sama maupun dengan topik yang berbeda.

II. Kajian Teori

1. Konsep pelaporan keuangan

Laporan tahunan adalah media yang digunakan perusahaan

untuk mengkomunikasikan kegiatan masa lalu, hasil usaha dan kegiatan masa depan perusahaan kepada pihak luar. Pelaporan keuangan merupakan praktik pelaporan, pengungkapan dan pertanggungjawaban perusahaan terhadap pemegang saham (*shareholders*) dan pemilik modal atas sumber daya yang dikelolanya (Budiani, 2011) dalam Agustian (2015). Adapun tujuan dari *annual report* Menurut SFAC no 8 (FASB, 2010) adalah untuk menyediakan:

1. Informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan investasi;
2. Informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan kredit;
3. Informasi dalam menilai arus kas masa depan; dan
4. Informasi mengenai sumber daya perusahaan, *claim* terhadap sumber daya dan perubahan yang terjadi pada sumber daya tersebut.

Pelaporan keuangan pada awalnya hanya terbatas pada keadaan keuangan perusahaan yaitu meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas dan catatan atas laporan keuangan. Berkaitan dengan pernyataan tersebut, laporan keuangan perusahaan mulai memasukkan unsur-unsur non-kuantitatif dalam pelaporan keuangannya. Unsur-unsur non-kuantitatif tersebut seperti teks naratif, foto, tabel, dan grafik (Beattie, 2002). Pada awal perkembangan pelaporan keuangan, belum banyak laporan keuangan perusahaan yang menggunakan gambar fotografi dalam laporan keuangannya. Namun seiring

dengan berjalannya waktu, banyak perusahaan yang menganggap bahwa gambar fotografi merupakan salah satu bagian yang penting dalam pelaporan keuangan, meskipun tidak semua laporan keuangan tahunan perusahaan menggunakan gambar pada sampul atau pada bagian yang lainnya. Perkembangan penggunaan gambar fotografi dalam pelaporan keuangan pada awalnya hanya memberikan informasi yang berkaitan dengan perusahaan tersebut, dengan kata lain ruang lingkup makna dari gambar tersebut hanya terbatas pada kegiatan perusahaan saja seperti perusahaan yang bergerak dibidang properti menggunakan gambar fotografi sebuah bangunan. Gambar tersebut memiliki makna yang relatif sempit dimana gambar fotografi tersebut hanya menjelaskan mengenai bidang usaha dari sebuah perusahaan yang membuat laporan keuangan tersebut.

Namun seiring berkembangnya kebutuhan informasi dari para stakeholder perusahaan, gambar fotografi dalam pelaporan keuangan perusahaan menjadi sebuah informasi yang memiliki makna yang sangat luas ruang lingkungannya seperti contoh sebuah perusahaan yang bergerak dibidang properti, perusahaan tersebut memasukkan gambar fotografi seseorang yang sedang melihat sebuah bangunan yang belum selesai dari balik jendela dengan senyuman Kuasirikun, (2011). Dari gambar tersebut dapat memiliki makna yang luas seperti visi perusahaan yang jelas dan jauh ke depan, senyuman yang

menggambarkan keramahan pelayanan perusahaan, senyum yang juga dapat bermakna budaya perusahaan yang ramah kepada setiap orang, pandangan dengan penuh keyakinan yang berarti ambisius dan lain sebagainya seperti yang terdapat pada Kuasirikun, (2011). Melalui gambar fotografi, perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai persoalan gender dalam perusahaan. Permasalahan gender dalam perusahaan dapat berupa dominasi laki-laki di dalam perusahaan, gender dari pimpinan perusahaan dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan melalui gambar fotografi pada laporan tahunan merupakan salah satu strategi komunikasi yang dilakukan perusahaan.

2. *Intellectual capital*

Intellectual capital secara umum mengacu pada *intangible assets* yang terdapat dalam sebuah perusahaan, di mana *intellectual capital* ini memiliki dampak yang signifikan pada kinerja dan kesuksesan perusahaan secara keseluruhan walaupun tidak tercantum dalam neraca secara eksplisit. *Intellectual capital* terbagi menjadi tiga bagian, yaitu *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital* (Abhayawansa, 2011):

- a. *Human capital*, mengacu pengetahuan, keterampilan, sikap, kemampuan, kompetensi, dan kualitas karyawan perusahaan serta mekanisme yang memungkinkan, dukungan, dan memotivasi kinerja mereka,

seperti pelatihan dan pengembangan, kesejahteraan karyawan dan skema kompensasi dan lingkungan kerja yang menguntungkan. *Human capital* ini mengacu pada nilai dari sumber daya manusia yang terdapat dalam perusahaan.

- b. *Structural capital*, mengacu pada *intellectual property* dan infrastruktur *intangible* yang telah dikembangkan perusahaan secara internal ataupun dibeli, yang memungkinkan perusahaan untuk menjadi produktif, efisien, efektif, fleksibel dan inovatif. Selain itu *structural capital*, mengacu pada mengolah, menyimpan, dan mempertahankan pengetahuan sehingga pengetahuan tersebut menjadi suatu aset bagi perusahaan.
- c. *Relational capital*, merupakan semua sumber daya yang terkait dengan hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan eksternal seperti pemasok, pelanggan, mitra usaha, pemerintah dan masyarakat serta persepsi yang dimiliki oleh pemangku kepentingan tentang perusahaan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan (Abhayawansa, 2011)

Gambar visual telah disajikan dalam laporan tahunan perusahaan untuk menyampaikan pesan tentang *intellectual capital* (Davison and Skerratt, 2007). Marr (2008) mencatat bahwa *intellectual capital* merupakan salah satu dari tiga penting sumber daya organisasi (dua

lainnya adalah modal fisik dan keuangan). *Intellectual capital* mencakup semua sumber daya tidak berwujud, elemen dan kapasitas, yang dikaitkan dengan suatu organisasi dan berkontribusi terhadap pengiriman strategi organisasi. Penelitian ini membahas penggunaan gambar, yaitu tokoh direktur, tentang *intellectual capital* dalam laporan tahunan dan memahami pesan yang disampaikan melalui tokoh dan alasan untuk menggunakan potret direktur dalam laporan tahunan. Kemudian juga mengeksplorasi apakah pesan yang diterima konsisten dengan pesan yang dimaksudkan.

3. Teori berorientasi visual

Akuntansi dan seni memiliki banyak kesamaan satu sama lain karena kedua bahasa menggunakan kode, memiliki bentuk representasional dan berinteraksi dengan konteks social (Gallhofer and Haslam, 1991). Kesatuan dari laporan keuangan terletak pada karya seni, bukan angka. Graves *et al.* (1996) berpendapat bahwa konten bergambar seperti novel dan kartun yang ada pada laporan tahunan melampaui kesenangan, jauh dari sepele, dekoratif, dan meniru epistemologi televisi untuk membentuk suatu retorika visual untuk membujuk public atas kebenaran dan keaslian laporan tahunan. Make-up dari gambar visual menunjukkan bahwa secara simultan membawa peran representasi, ideologi dan konstitutif sehingga ada cara untuk melihat analisis citra visual dan cara melihat wawasan berharga yang tidak boleh

diabaikan oleh orang lain (Preston *et al.*, 1996).

Seni retorika dan memori erat terjalin, dan visual memiliki kekuatan performatif dalam teks akuntansi yang menggunakan bentuk visual. Davison (2010) merumuskan Model teoritis dari teori seni potret menunjukkan bagaimana gambar direksi perusahaan visual retorik dibangun di fisik mereka, pakaian, tata ruang dan kode interpersonal yang memberikan pesan dan kesan yang ingin disampaikan oleh manajemen.

4. Teori budaya

Konteks budaya akuntansi telah lama diakui (Hopwood, 1994) dan dianalisis, misalnya dalam film (Beard 1994) fiksi (Czarniawska, 2008) dan melalui teori sastra (Macintosh & Baker, 2002). Ada unsur-unsur penting dari teori budaya yang berkaitan dengan berbagai ilmu itu untuk memfasilitasi interpretasi citra visual pemimpin bisnis (Davison, 2007). Pertama, teori budaya memiliki gagasan bahwa ada cara yang benar untuk menafsirkan sebuah karya seni dan telah menunjukkan bahwa konsep kritis apa yang memungkinkan kita untuk berkarya seni, bukan apa yang menghalangi mereka (Eagleton, 2003). Sementara kerangka teoritis dapat menjadi alat navigasi yang berguna dalam analisis, dalam parameter sketsa ini ambiguitas dan keragaman dapat bernilai positif. Dengan demikian, representasi visual yang berbeda-beda dari para pemimpin bisnis dan beberapa reaksi yang memprovokasi terhadap

rasa ingin tahu yang terbuka , dan emosi kita.

Kedua, teori budaya telah dipromosikan sebagai sepotong komunikasi dalam penafsirannya, penciptaan, dan membawa kita untuk memahami bahwa karya seni memiliki semacam " kesadaran ", yang tidak di bawah kendali perusahaan (Eagleton, 2003). Teori budaya telah menghilangkan batas-batas antara keseharian dan apa yang disebut seni menetap dalam kehidupan sehari-hari, baik diwujudkan dalam bisnis atau budaya populer, bernilai dari beragam perspektif. Konsep kebiasaan ini telah meningkat dalam akuntansi (Hopwood, 1994) dan telah lama menonjol dalam kajian budaya (Sheringham, 2006). Ilmu sastra atau visual yang memiliki gagasan bahwa aspek kehidupan sehari-hari seperti gambar iklan yang sudah berkembang dalam budaya.

5. Kode Fisik

Potret fotografi dari pemimpin bisnis dalam laporan tahunan relatif belum diselidiki dalam penelitian akademik dalam ilmu-ilmu sosial dan akuntansi. Fungsi yang paling tampak jelas dari potret adalah untuk memberikan gambaran fisik dari sudut pandang yang terlihat, foto itu memperkuat fungsi mendasar potret sebagai replikasi individu yang nyata (Brilliant, 1991). Sebagai bagian dari gambaran fisik itu adalah wajah yang menyediakan informasi yang paling penting tentang identitas individu. Salah satu yang paling umum dan dasar dari potret para pemimpin bisnis di laporan tahunan

adalah dari jenis gaya paspor foto kecil direktur dan direksi yang menunjukkan wajah dan bahu dan sering disertai dengan informasi biografis singkatnya. Potret wajah memberikan informasi yang cepat dan faktual mengidentifikasi mengenai usia, jenis kelamin dan asal etnis, yang semuanya telah menjadi subyek penelitian kepemimpinan bisnis (Tsui-Auch, 2005). Di satu sisi, seperti identifikasi akan mengingatkan akan identitas dan catatan birokrasi individu.

Di luar kode murni faktual hadir dalam fitur wajah fisik, penelitian telah menunjukkan bahwa daya tarik fisik memiliki hubungan penting dengan keberhasilan bisnis (Ross & Ferris, 1981), untuk alasan ini dan estetika yang bertujuan meningkatkan wajah pasien dengan menggunakan kosmetik yang menentukan identitas dan ekspresi diri (Jeacle, 2006). Beralih ke atribut fisik penting di luar wajah, fitur kunci yang sering dikatakan terjalin dengan kepribadian adalah bertubuh. Penelitian menunjukkan bahwa individu yang tinggi memiliki keunggulan yang menyebabkan keberhasilan kerja dan pendapatan meningkat. Dari perspektif biologis sosial, tinggi menyamakan dengan kekuatan dan karena itu menuntut rasa hormat, ada harga social dan harga diri yang diberikan kepada orang-orang tinggi dan, sehingga orang mengambil atribut yang dihubungkan masyarakat dengan mereka, orang yang lebih tinggi dikatakan lebih persuasif dan lebih mungkin untuk muncul sebagai pemimpin (Judge & Cable, 2004). Karakteristik yang menarik dari

potret visual dalam hal ini adalah bahwa bertubuh kecil dapat disamarkan, atau memang dihilangkan sama sekali. Potret kepala dan bahu yang merupakan paling umum di gambarkan untuk menutupi rendahnya tubuh dari seorang pemimpin bisnis.

6. Kode Pakaian

Melampaui identitas dari fisik individu, pakaian berkomunikasi lebih lanjut dalam potret yang kaya kode dan sinyal, baik melalui fashion, berdandan atau menyamar (Rideal, 2005). Di masa lalu, gaun adalah tanda status sosial dan profesional dan kekayaan, apakah di negara-negara maju atau berkembang (Campbell, 1990). Dari formalitas busana, informalitas atau trend, pemirsa dari foto menerima pesan kaya otoritas dan bisnis gaya seorang pemimpin; Penelitian telah menunjukkan bahwa kandidat politik yang berpenampilan, termasuk pakaian, dapat berpengaruh positif dalam pemilihan dan kandidat politik dipengaruhi oleh foto-foto dalam surat kabar dan gambar televisi (Barrett & Barrington, 2005). Pertimbangan yang sama berlaku dalam dunia bisnis, dimana busana eksekutif dalam gambar mereka (Gallo, 2005). Pakaian formal secara umum menunjukkan status yang lebih tinggi daripada pakaian informal dan santai, jas dianggap sebagai laki-laki, dan dapat menunjukkan kekuatan dibandingkan seorang wanita (Rosenberg et al., 1991).

7. Kode interpersonal

Fitur yang paling penting dari potret visual untuk pemimpin bisnis

adalah kemiripan fisik individu, seperti nama menyatakan individualitas dari jabatan atau identitas. Perasaan memainkan peran sentral dalam proses kepemimpinan, dan bentuk-bentuk budaya adalah suatu cara mewujudkan dan membangkitkan salah satu kode berpenampilan dari foto (George, 2000). Keberhasilan manajemen simbolik, melalui perhatian pada hal-hal seperti visual branding, reputasi, atau kredibilitas pribadi, profesionalisme, dan kualitas hubungan pemangku kepentingan (Zott & Huy, 2007), sebagian besar tergantung pada kebangkitan emosi (Ashforth & Humphrey, 1995). Potret fotografi cenderung menjadi pemicu emosional dan reaksi, bahasa tubuh dalam foto itu menunjukkan ekspresi dan kepribadian. Kepemimpinan mungkin, misalnya, diwakili melalui senyum, terbukti secara emosional dan bermakna dalam studi karisma dalam psikologi (Cherulink, Donley, Wiewel, & Miller, 2001). Pikiran inovatif dan kreatif seorang pengusaha dapat dilihat dalam ekspresi termenung dan berpose (Morris, 1998). Atau, misalnya, motivasi tim dan kemampuan berkomunikasi dapat dilihat dari kepemimpinan (Romanelli, 2001). Potret kelompok adalah konstruksi yang disengaja dari hubungan individu dengan orang lain, dan di mana kecerdasan emosional sering terungkap. Serta mengungkapkan sikap kepemimpinan dan keterlibatan dengan orang lain, asosiasi kelompok membuat pernyataan tentang status sosial dan hirarki.

8. Kode Spasial

Dalam potret, kursi dan simbolisme telah digunakan sebagai alat peraga sejak sebelum Renaissance (Campbell, 1990). Kursi yang berasal dari berbagai bahan, gaya dan ukuran, kain, border, yang memiliki makna serta melambangkan status seseorang. Kursi di potret kelompok berhubungan dengan hubungan sosial seluruh orang-orang yang duduk dan mereka yang berdiri, untuk menyamakan sosok dan bentuk adegan (Campbell, 1990). Alat peraga dan artefak yang banyak, beragam, dan menarik maknanya dapat menarik (Rafaeli & Pratt, 2006). Para pemimpin bisnis biasanya diwakili dengan alat peraga yang relatif transparan dengan perdagangan. Pengaturan tempat dengan interior maupun exterior memberikan pesan dan kesan juga dalam potret pemimpin bisnis. Kepemimpinan bisnis selalu dikaitkan dengan penemuan dan eksplorasi wilayah baru, apakah harfiah atau hanya kiasan. Oleh karena itu menarik bahwa *settings* dipilih untuk potret elite bisnis sering mencerminkan semangat seperti petualangan. Pengaturan melampaui gambar untuk konteks spasial di mana ia ditempatkan, yang mungkin termasuk gambar lainnya, keterangan dan teks. Seringkali tidak ada ranah murni visual, tetapi interaksi antara gambar dan kata-kata menjadi representasi dan wacana, di bidang visual dan verbal yang kaya tekstual, numerik, media bergambar dan grafis yang terdapat dalam laporan tahunan.

9. Semiotika: Tanda dan Makna

Semiotik didefinisikan sebagai ilmu yang mengkaji penggunaan tanda dan simbol dalam

kehidupan manusia sebagai bagian dari sistem kode yang dipakai untuk mengkomunikasikan informasi. Artinya, semua yang hadir dalam kehidupan manusia dapat dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang harus diberi makna. Dalam memahami studi tentang makna, terdapat tiga unsur yang harus diperhatikan yaitu; 1) tanda, 2) acuan tanda, dan 3) pengguna tanda. Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bila dipersepsi indra kita, tanda mangacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri, dan bergantung pada pengenalan oleh penggunanya sehingga disebut tanda. Apabila dikaitkan dengan pelaporan keuangan dimana ada gambar, angka, atau teks ada dalam annual report bukanlah sekedar simbol melainkan memiliki makna dan sengaja didesain untuk menyampaikan pesan tertentu kepada pihak yang memiliki kepentingan. Pemahaman terhadap gambar atau potret elit bisnis tersebut sangat tergantung pada kemampuan dalam menginterpretasikannya. Oleh karena itu, untuk memahami gambar yang ada itu diperlukan analisis semiotik untuk mengetahui makna tersebut. Lebih lanjut, makna tersebut memiliki pesan yang ingin disampaikan.

10. Teori Psikologi

Ditinjau dari segi ilmu bahasa, kata psikologi berasal dari kata *psyche* yang diartikan jiwa dan kata *logos* yang berarti ilmu atau ilmu pengetahuan. Karena itu kata psikologi sering diartikan atau diterjemahkan dengan ilmu pengetahuan tentang jiwa atau disingkat dengan ilmu jiwa.

Psikologi yang sebagian besar objek penelitiannya adalah mengenai manusia, membuat ilmu psikologi merupakan ilmu yang cukup rumit. Manusia sebagai makhluk hidup, merupakan makhluk yang sempurna apabila dibandingkan dengan makhluk-makhluk hidup lainnya. Manusia sebagai makhluk hidup, merupakan makhluk yang dinamis dalam pengertian bahwa manusia dapat mengalami perubahan-perubahan dan perkembangan seiring dengan berjalannya waktu. Akibat dari unsur-unsur kehidupan yang ada pada manusia, menyebabkan manusia berkembang dan mengalami perubahan-perubahan baik perubahan dalam segi fisiologis maupun perubahan dalam segi psikologis. Bagaimana manusia berkembang, dibicarakan dalam psikologi perkembangan. Menurut Walgito (2003:45) berbagai macam teori yang terdapat dalam psikologi perkembangan antara lain:

1. Teori Nativisme

Teori ini menyatakan bahwa perkembangan manusia itu akan ditentukan oleh faktor-faktor nartivus, yaitu faktor-faktor keturunan merupakan pembawaan individu sejak lahir. Teori ini dikemukakan oleh Schopenhauer. Dalam teori ini terdapat pandangan bahwa manusia telah ditentukan oleh sifat-sifat yang tidak dapat diubah, sehingga individu bergantung kepada sifat-sifat orangtuanya.

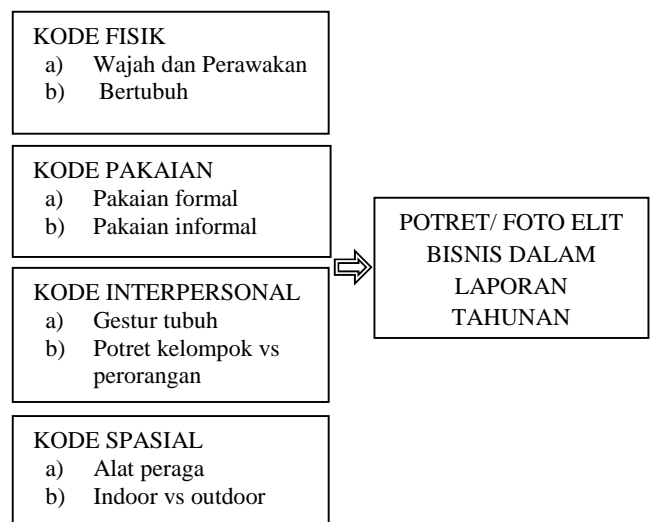
2. Teori Empiris

Teori yang diungkapkan oleh John Locke ini menyatakan bahwa perkembangan individu akan ditentukan oleh empirisnya atau pengalaman-pengalamannya yang diperoleh selama perkembangan individu. Teori ini berpandangan bahwa keturunan atau pembawaan tidak mempunyai peranan.

3. Teori Konvergensi

Teori ini dikemukakan oleh William Stern dimana dalam teori ini baik pembawaan maupun pengalaman atau lingkungan mempunyai peranan yang penting di dalam perkembangan individu.

B. Kerangka Konseptual



III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berupa analisis semiotik terhadap gambar yang terdapat pada laporan tahunan perusahaan. Metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pada penelitian ini, dihasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis yang bersumber dari gambar fotografi pada laporan tahunan PT Telkom Tbk.

Pendekatan deskriptif-interpretatif menjadi metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Dikatakan deskriptif karena pemahaman terhadap tanda-tanda digambarkan dan dijelaskan apa adanya dan bagaimana menghubungkan dengan fenomena yang diamati. Metode kuantitatif dirasa kurang tepat dan sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan penelitian ini tidak menggunakan angka-angka sebagai indikator variabel penelitian untuk menjawab permasalahan penelitian, sehingga penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai pendekatan untuk menganalisis permasalahan penelitian yang telah dijabarkan pada Bab I.

B. Populasi dan Sampel

Objek penelitian ini berupa laporan tahunan perusahaan yang didalamnya terdapat gambar fotografi para elit bisnis PT Telkom Tbk tahun 2013-2014.

C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder

berupa annual report PT Telkom Tbk tahun 2013-2015 yang didalamnya terdapat gambar fotografi atas penggambaran elit bisnis perusahaan tersebut. Data tersebut diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia dan situs resmi perusahaan.

D. Teknik analisis data

Melakukan interpretasi terhadap data kualitatif dalam desain penelitian studi kasus merupakan hal yang sulit. Interpretasi data kualitatif memiliki ruang lingkup yang luas. Adapun analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis semiotik *narrative text* atas laporan keuangan. Langkah analisis yang dilakukan sebagai berikut:

1. Tentukan annual report yang akan dianalisis.
2. Identifikasi gambar dan foto elit bisnis dengan melakukan tabulasi pengelompokan foto berdasarkan kode dan subkode dalam laporan tahunan PT Telkom Tbk tahun 2013-2014 dan mengklasifikasikan atas 4 kelompok yaitu:
 1. Fisik
Identifikasi wajah dan bertubuh elit bisnis dalam laporan tahunan
 2. Pakaian
Identifikasi berdasarkan pakaian formal dan informal elit bisnis
 3. Ruang
Identifikasi alat peraga yang digunakan elit bisnis tersebut dalam berfoto, dan tempat elit

bisnis tersebut berfoto di dalam ataupun diluar ruangan.

4. Interpersonal
Identifikasiberdasarkan gestur tubuh elit bisnis dalam laporan tahunan serta foto perorangan ataupun dalam kelompok.

3. Analisis deskriptif dan interpretasi dari pesan Foto atau Gambar yang telah diklasifikasikan.

IV. PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

PT Telkom Indonesia merupakan satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.25 tahun 1991, status Perusahaan diubah menjadi perseroan terbatas milik negara (“Persero”) berdasarkan Akta Notaris Imas Fatimah, S.H. No.128 tanggal 24 September 1991 yang disetujui oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No.C2-6870.HT.01.01.Tahun.1991 tanggal 19 Nopember 1991 dan diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No.5 tanggal 17 Januari 1992, Tambahan No.210. Perubahan Anggaran Dasar Perusahaan terakhir berdasarkan akta notaris A.

Partomuan Pohan, S.H., LLM. No.4 tanggal 6 April 2006 dan telah diumumkan dalam Berita Negara RI No.51 tanggal 27 Juni 2006, Tambahan No.666, antara lain mengubah kewenangan dan tanggung jawab Direksi dan Komisaris.

Pada Tahun 2013 Laporan Tahunan PT Telkom mengambil tema laporan tahunannya dengan judul menciptakan peluang dan talenta global yang memiliki maknaEkspansi internasional telah menjadi keniscayaan bagi Telkom agar mampu mempertahankan tingkat pertumbuhan yang tinggi dan berkelanjutan. Langkah ini melengkapi strategi kami yang telah dilakukan secara konsisten dalam beberapa tahun ini untuk mempertahankan posisi kepemimpinan pasar di bisnis seluler serta membangun kapabilitas *broadband* yang akan menjadi andalan bisnis telekomunikasi masa depan.

Di tahun 2013, inisiatif-inisiatif strategis ini berhasil menghantarkan PT Telkom mencapai pertumbuhan *double* digit dan memantapkan langkah menjadi perusahaan penyedia layanan TIMES yang dominan di Indonesia dan diperhitungkan di kawasan regional.

B. Pengungkapan Visual Konten PT Telkom Tbk pada Tahun 2013 sampai Tahun 2015

Tabel 2
Pengkodean Foto Elit Bisnis dalam
Laporan Tahunan PT Telkom Tbk
Tahun 2013

Foto Direktur Telkom individu/kelompok	Kode Fisik	Kode Pakaian	Kode Interpersonal	Kode Spasial
Gambar 1	Wajah & perawakan	Formal :Jas	Gestur : Senyum tepuk tangan Potret Kelompok	Potret Indoor
Gambar 2	Wajah & perawakan	Formal :jas	Gestur : Senyum Potret Individu	Alat peraga :Meja, cangkir, Potret indoor
Gambar 3	Wajah & perawakan	Formal :jas	Gestur: Membuka telapak tangan Potret Kelompok.	Potret Indoor
Gambar 4	Wajah & perawakan	Formal :jas	Gestur: Senyum, menyilang tangan Potret Individu	Potret Indoor
Gambar 5	Wajah & perawakan	Formal :jas	Gestur: Senyum dan menyilang tangan potret kelompok	Potret indoor

Tahun 2013

Pengungkapan visual konten dalam Gambar 1 di atas terdapat kode interpersonal yaitu potret individu dan kelompok, dan kode pakaian, yaitu pakaian formal. Bapak Arif Yahya selaku Direktur Utama PT Telkom tahun 2013 yang berada di bagian tengah kanan menunjukkan status yang berbeda yang dimiliki dibandingkan orang-orang yang berada di sampingnya, pada potret tersebut beliau disandingkan dibagian tengah dengan Komisaris Utama PT Telkom yaitu Bapak Jusman Syafii Djamil.

Pada potret kelompok tersebut yang ingin ditonjolkan manajemen lebih kepada prestasi yang dimiliki Direksi beserta jajaran PT Telkom Tbk sebagai perusahaan yang mampu membagikan saham selama 18 tahun di New York Stock Exchange yang direpresentasikan

dengan tempat mereka berfoto, pencapaian tersebut dapat dilihat dari ekspresi wajah yang dimiliki Direktur Utama beserta jajarannya yang diwakili dengan senyuman.

Potret kelompok tersebut juga terdapat kode spasial, yaitu tempat dalam melakukan sesi pemotretan. Keberhasilan yang dimiliki Direktur dalam potret juga diwakili dengan tepuk tangan dari orang-orang yang berada disekitar Arif Yahya dalam potret tersebut. Hal tersebut juga menggambarkan keberhasilan PT Telkom Tbk yang pada tahun 2013 mengalami peningkatan dalam penjualan saham dibanding tahun-tahun sebelumnya. Oleh karena itu pada potret kelompok dengan latar di atas digunakan sebagai perangkat retorik yang ingin menunjukkan kepada pengguna laporan tahunan atas keberhasilan PT Telkom Tbk membagikan saham selama 18 tahun di NYSE serta mampu mengalami peningkatan penjualan saham di NYSE.

Pada gambar 2 terdapat kode spasial berupa alat peraga dan kode interpersonal berupa gestur yang diwakili dengan senyuman, dalam foto terkesan santai dengan adanya secangkir minuman di atas meja dan laptop dengan keadaan terbuka. Senyuman lebar dapat diartikan keramahan dan keadaan yang mencerminkan suasana hati yang dimiliki, kode gesture dalam kepemimpinan yang diwakili melalui senyum, terbukti secara emosional menular dan bermakna dalam studi karisma dalam psikologi (Cherulink, Donley, Wiewel, & Miller, 2001) dalam (Davison, 2010). Senyuman lebar dengan

memperlihatkan gigi (*toothy smile*) dianggap sebagai senyuman yang menjelaskan bahwa orang tersebut ingin berbagi informasi secara rinci kepada kita dibandingkan dengan orang yang tersenyum tanpa kelihatan gigi (*lipped smile*). Senyuman tanpa memperlihatkan gigi (*lipped smile*) dianggap sebagai senyuman yang menggambarkan bahwa orang tersebut memiliki rahasia atau informasi penting yang tidak ingin dibagikan kepada orang lain (Allan and Barbara, 2004). Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Arif Yahya ingin berbagi informasi tentang keadaan ekonomi yang dialami PT Telkom selama tahun 2013 yang mengalami peningkatan laba bersih sebesar 10,5% dibanding dengan tahun sebelumnya. Terlebih lagi Pencapaian kinerja keuangan pada tahun 2013 berada di atas target-target yang ditetapkan pada Rencana Kerja Anggaran Perusahaan.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikatakan senyuman yang diberikan Direktur Utama tersebut dalam Foto Laporan tahunannya diharapkan mampu memberi pandangan karisma yang dimiliki dan bahkan bisa digunakan sebagai alat untuk memberikan sugesti pengguna laporan atas kompetensi yang dimiliki.

Pada potret gambar 3 terdapat kode interpersonal yaitu potret individu dan kelompok dan gestur tubuh, dalam foto ini manajemen memberi kesan seperti seorang pemimpin yang sedang berpresentase dan terlihat gestur tubuh seperti sedang memberikan pengarahan kepada para jajarannya, dengan

gestur tubuh seperti membuka telapak tangan ketika memberi pengarahan. Sepanjang sejarah, telapak tangan terbuka telah dikaitkan dengan kebenaran, kejujuran, kesetiaan, dan penyerahan (Allan and Barbara, 2004). Terkadang gestur tersebut dilakukan tanpa disadari karena berkaitan dengan emosi positif yang dimiliki dalam menjelaskan suatu kebenaran, kejujuran, kesetiaan dan penyerahan tersebut. Emosi positif diungkapkan oleh pemimpin mempengaruhi suasana hati pengikut (Bono, dan Ilies, 2006).

Menurut pandangan manajemen emosi, emosi adalah bentuk komunikasi yang dapat mempengaruhi orang lain, guratan ekspresi yang terlihat pada raut muka seseorang adalah bagian dari emosi, saat kita berkomunikasi dengan orang lain atau mengirimkan suatu pesan atau tanda, tentunya secara disadari kita akan sangat sulit untuk mengubah emosi yang kita alami, kemudian emosi dapat mengorganisasi dan memotivasi tindakan (Safaria, Eka 2012).

Pada potret ini aspek kepemimpinan sangat terlihat yang diwakili dengan emosi positif yang dimiliki Bapak Arif Yahya yang mampu mempengaruhi para jajarannya yang terwujud dari gestur tubuh yang dimiliki jajarannya mengamati dengan begitu serius pemaparan yang dilakukan Bapak Arif Yahya tersebut. Oleh karena itu aset berupa Modal Intelektual yang diwakili potret diatas diharapkan mampu merubah pandangan akan pentingnya pengungkapan modal intelektual berupa foto pemimpin bisnis seperti penelitian yang

dilakukan oleh Davison 2010. Pemimpin Potret kelompok tersebut juga terdapat kode spasial yang memberi pandangan pemimpin yang secara fisik ditempatkan berbeda dibanding jajarannya.

Pada potret gambar 4 terdapat kode fisik berupa wajah dan perawakan, gestur tubuh dan pakaian, petunjuk wajah dapat menimbulkan persepsi yang dapat diandalkan (rakhmat, 2008). Wajah yang menyediakan informasi yang paling penting tentang identitas individu (davison 2010). Wajah dan perawakan dalam potret ini diwakili dengan potret jenis kelamin, yaitu laki-laki, asal usul etnis, dan usia yang lebih mengindikasikan pengalaman yang dimiliki, pengalaman yang dimiliki Arif Yahya terbukti berpengaruh terhadap begitu banyak prestasi Individu dan bahkan prestasi yang dimiliki oleh PT Telkom.

Kemudian perawakan yang diwakili dengan dahi lebar yang dimiliki oleh Direktur Utama PT Telkom yang dalam suatu kajian ilmu untuk memahami sifat dan karakter seseorang melalui pembacaan karakter wajah orang tersebut yang sering dikenal dengan ilmu fisiognomi, dalam hal ini diwakili dengan dahi lebar yang dimiliki oleh direktur tersebut yang mampu menggambarkan sifat-sifat menurut ilmu fisiognomi diantaranya seperti orang yang pandai, memiliki idealisme yang tinggi, kaya akan ide-ide cemerlang, pantang putus asa, serta selalu belajar dari setiap kegagalan-kegagalannya (Suryabrata, 2012). Penggambaran karakter menurut pandangan ilmu fisiognomi

tersebut bahkan sejalan dengan kinerja Arif Yahya yang tercermin dengan begitu banyak penghargaan dan *reward* yang diterima dan pada akhirnya Presiden Jokowi menunjuk beliau sebagai Menteri Pariwisata dalam kabinet kerja untuk periode 2014-2019.

Namun pada kode gestur tubuh yang ditampilkan pada potret diatas, Arif Yahya menyilang tangan diantara dadanya, pada dasarnya sebagian orang merasa nyaman dengan menyilangkan lengan, namun penelitian menunjukkan bahwa reaksi orang lain untuk gerakan ini adalah negatif, orang yang menyilangkan tangan dianggap sebagai orang yang defensif, untuk itu gestur dengan menyilangkan tangan perlu dihindari (Allan and Barbara, 2004).

Dibalik rasa nyaman dengan posisi menyilang tangan, juga terdapat makna hambatan yang dialami perusahaan, yaitu perusahaan harus membukukan rugi dari selisih nilai tukar mata uang, serta pada kurangnya penyerapan anggaran belanja modal yang masih belum optimal akibat adanya penundaan pelaksanaan beberapa proyek pembangunan infrastruktur. Juga adanya hambatan pada kondisi di lapangan menyangkut aspek perijinan/regulasi dan kesiapan industri pendukungnya.

Selanjutnya potret individu dan kelompok yang ditampilkan manajemen, dalam foto ini seorang pemimpin cenderung terlihat yang diwakili dengan gaya berdiri dan tempat berdirinya, Potret kelompok adalah konstruksi yang disengaja dari

signifikansi hubungan individu dengan orang lain, dan di mana kecerdasan emosional sering terungkap (Davison, 2010). Pada potret tersebut semua orang berdiri di dalam lingkaran, dan pemimpin diposisikan berdiri di tempat yang terdepan dan diikuti dengan jajarannya, hal ini dapat mengindikasikan seorang pemimpin mampu menunjukkan dominasi yang dimilikinya. Pada potret tersebut juga mampu mengindikasikan seorang pemimpin yang harus mampu menjaga bawahannya agar tidak keluar dari koridor perusahaan yang disimbolkan dengan lingkaran merah.

Pada potret tersebut juga terdapat gestur kepercayaan diri yang dimiliki Direktur Utama beserta jajarannya yang terlihat dari senyuman dan gestur tubuh masing-masingnya. Hal tersebut juga dapat dikaitkan dengan kinerja Direktur Utama beserta jajarannya yang pada tahun 2013 perusahaan mampu mempertahankan pertumbuhan kinerja tahun 2013 di atas rata-rata industri. Di sisi keuangan, pendapatan konsolidasi tercatat tumbuh 7,5% dan mencapai sebesar Rp83 triliun pada tahun 2013.

Tahun 2014

Pada tahun 2014 Direktur Utama PT Telkom Yaitu Bapak Arif Yahya dilantik presiden Jokowi sebagai menteri Pariwisata dalam Kabinet Kerja, Oleh karena itu pada Tanggal 19 Desember 2014 Melalui rapat umum pemegang Saham Luar

Biasa (RUPSLB) PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) memutuskan untuk mengangkat Alex J. Sinaga sebagai Direktur Utama PT. Telkom. Sebelumnya Alex J. Sinaga menjabat sebagai Presiden Direktur Telkomsel, anak usaha dari PT Telkom. Alex sendiri menggantikan Direktur Utama PT Telkom Sebelumnya, Arif Yahya, yang sekarang menjabat sebagai Menteri Pariwisata di Kabinet Kerja 2014-2019.

Tabel 3
Pengkodean Foto Elit Bisnis
dalam Laporan Tahunan PT
Telkom Tbk Tahun 2014

Foto Direktur Telkom individu/kelompok	Kode Fisik	Kode Pakaian	Kode Interpersonal	Kode Spasial
Gambar 6	Wajah & perawakan	Formal : jas	Gestur: senyum, tangan didalam Potret Individu	Potret Indoor
Gambar 7	Wajah & perawakan	Formal :jas	Gestur: Senyuman Potret Kelompok	Potret Indoor
Gambar 8	Wajah & perawakan	Informal: Baju kaus polo	Gestur : membuka tangan Potret Individu	Potret Indoor
Gambar 9	Wajah & perawakan	Formal :batik	Gestur: seperti mendengar pengantar Potret kelompok	Alat Peraga : Kursi, Potret indoor

Pada potret foto Bapak Alex J. Sinaga gambar 6 terdapat kode fisik yaitu bertubuh dan kode pakaian yaitu pakaian formal, Pakaian formal dan disesuaikan secara umum menunjukkan status yang lebih tinggi daripada pakaian informal dan santai (Rosenberg et al, 1991) dalam (Davison, 2010). Pakaian formal yang digunakan berupa jas pada potret tersebut mampu berperan sebagai alat penunjuk status seseorang.

Pada potret gambar 7 terdapat kode interpersonal, yaitu individu dan kelompok, sosok pemimpin diposisikan di tengah, pada potret ini kode gestur yang ditunjukkan semua orang yang terlibat dalam potret menunjukkan satu gaya yang sama, namun posisi direktur Utama dalam potret tersebut dibedakan dibanding orang-orang disekitarnya, pemimpin selalu diposisikan di tengah, dibedakan dengan jajarannya yang berfoto dengan posisi badan agak miring dibanding pemimpinnya. Anggota yang berpose memiringkan badan dan tertuju pada Direktur Utama yang berada diposisi tengah bisa juga dianggap sebagai anggota yang mampu mengikuti arahan dari pemimpinnya.

Pada potret gambar 8 tersebut terdapat kode interpersonal yaitu gestur tubuh dan spasial yaitu tempat berdiri pada potret tersebut, terlihat gestur Bapak Alex J. Sinaga seperti membuka tangan ketika memberi pengarahan. Penelitian menunjukkan bahwa telapak tangan terbuka telah diartikan dengan kebenaran, kesetiaan, kejujuran dan kesetiaan (Allan And Barbara 2004). Pada potret tersebut dengan gestur yang ditampilkan Alex J. Sinaga selaku Direktur Utama PT Telkom manajemen ingin memberi padangan bahwa pemaparan yang disampaikan dalam potret 19 tahun telkomsel tersebut adalah suatu kejujuran, dan kebenaran dan bahkan kesetiaan kepada para *audience*, sehingga *audience* pun diharapkan mampu menangkap sinyal kaya pesan tersebut.

Hal tersebut ditunjukkan dengan keberhasilan yang diperoleh Telkomsel sebagai anak perusahaan PT Telkom yang memperoleh pendapatan segmen *digital business* pada anak usaha seluler meningkat cukup signifikan menjadi sekitar 23,6% dari 19,4% tahun lalu. Pertumbuhan kontribusi pendapatan *digital business* ini didukung oleh jumlah pengguna data yang meningkat 12,1% menjadi 71,3 juta pelanggan pada akhir tahun 2014.

Potret tersebut memiliki fungsi sebagai alat retorik bagi pengguna laporan tahunan sebagai gambaran intelektualitas yang dimiliki oleh seorang pemimpin bisnis yang dapat merubah pandangan pengguna laporan tahunan tentang pentingnya komponen foto yang diungkapkan manajemen perusahaan.

Pada potret gambar 9 terdapat kode interpersonal dan spasial, dalam potret interpersonal terdapat subkode individu dan kelompok dan pada kode spasial terdapat subkode ruang dan properti yang digunakan yang digunakan. Potret kelompok merupakan konstruksi yang disengaja dan signifikansi hubungan individu dengan orang lain, dan dimana kecerdasan emosional sering terungkap (Davison,2010). Pada potret ini pemimpin diposisikan duduk ditengah sebagai gambaran status yang dimilikinya.

Pada kode spasial terdapat properti seperti meja, meja telah lama digunakan dalam potret, dan datang dalam berbagai bahan dan gaya (Davison, 2010). Meja dapat digunakan untuk menutupi

kesenjangan antara subjek, sebagai tempat beristirahat untuk tangan subjek, atau untuk menjaga jarak dari penonton dan mempertahankan rasa harga diri (Campbell, 1990) dalam (Davison, 2010).

Pada potret tersebut Alex J. Sinaga terlihat seperti mendengarkan orang lain, mungkin saja pada potret tersebut manajemen ingin menunjukkan bahwa Alex J. Sinaga selaku Direktur Telkom yang baru dilantik dalam Rapat Umum Pemegang Saham mampu mendengar masukan dari para pemegang saham demi pencapaian target di tahun berikutnya.

Tahun 2015

Untuk tahun 2015 pengungkapan foto Direktur Utama beserta jajarannya cukup berbeda dibanding tahun-tahun sebelumnya, foto dibuat oleh manajemen lebih terkesan santai, karena pengungkapan foto menggunakan pakaian informal tanpa adanya pakaian formal, hal tersebut mungkin disesuaikan dengan tema laporan tahunan PT Telkom Indonesia pada tahun 2015.

Tabel 4
Pengkodean Foto Elit Bisnis
dalam Laporan Tahunan PT
Telkom Tbk Tahun 2015

Foto Direktur Telkom Indonesia kelompok	Kode Fisik	Kode Pakaian	Kode Interpersonal	Kode Spasial
Gambar 10	Wajah & perawakan	Informal : Baju kaos polo	Gestur : Menyilang kaki sambil duduk. Potret Kelompok	Alat Peraga : Kursi. Potret Indoor
Gambar 11	Wajah & perawakan	Informal : Baju kaos polo	Gestur : senyum, Gestur tangan di dalam satu celana. Potret Individu.	Potret Indoor
Gambar 12	Wajah & perawakan	Informal : Baju kaos polo	Gestur : Senyuman. Potret Kelompok	Alat Peraga: Laptop, meja. Potret Indoor
Gambar 13	Wajah & perawakan Bertubuh	Informal : Baju kaos polo	Gestur : Senyuman, menyilang tangan. Potret Individu	Potret Indoor

Pada potret gambar 10 terdapat kode interpersonal terkait foto individu dan kelompok dan kode pakaian. Kursi di potret kelompok berhubungan dengan hubungan sosial antara orang-orang yang duduk dan orang-orang yang berdiri, untuk menyamakan sosok dan bentuk adegan (Campbell, 1990) dalam (Davison, 2010). Ada status yang berbeda antara orang-orang yang duduk dan orang-orang yang berdiri, hal ini terlihat potret tersebut bapak Alex J. Sinaga yang dalam posisi duduk di kursi menggunakan baju kaus kerah berwarna merah, Salah seorang direktur juga diposisikan duduk menggunakan baju kaus kerah berwarna hijau, namun dominasi dimiliki oleh bapak Alex J. Sinaga karena dalam potret tersebut beliau diposisikan lebih maju ke depan.

Kode pakaian juga sangat menonjol dalam potret kelompok ini, direktur utama beserta jajaran menggunakan baju kaus kerah yang lebih mengarah pada kesan kasual

dan terlihat santai, kemudian beberapa direktur juga menggunakan celana jeans pada sesi potret tersebut yang bisa juga digunakan sebagai alat diferensiasi visual yang dimiliki direktur beserta jajarannya tersebut..

Pada potret Gambar 11 terlihat kode fisik wajah dan perwakan serta kode interpersonal, Cicero tokoh retorika Romawi, berkata “Wajah adalah cerminan jiwa.” Shakespeare, penyair Inggris, menulis dalam *Macbeth*, “*Your face is a book where men may read strange matters.*” Hal-hal yang tampak dalam wajah dapat dipergunakan untuk membuat interpretasi mengenai apa yang terkandung dalam jiwa (Sumadi, 2012), dalam ilmu fisiognomi potret wajah Direktur Utama Telkom tersebut dapat dimaknai sebagai orang yang pintar karena memiliki dahi lebar, Senyum ditanggapi sebagai ungkapan kebahagiaan.

Pada potret gambar 12 terdapat kode interpersonal terkait hubungan individu dan kelompok dan kode spasial yaitu ruang, pada kode interpersonal tersebut terkesan santai dengan adanya orang yang duduk dan berdiri dan bahkan terlihat duduk diatas meja, Direktur Utama diposisikan duduk diatas kursi yang dihadapkan dengan sebuah laptop. Kursi pada potret kelompok berhubungan dengan etiket sosial seluruh orang-orang yang duduk dan mereka yang berdiri (Campbell, 1990) dalam (Davison, 2010).

Pada potret gambar 13 terdapat kode interpersonal berupa gestur tubuh Direktur Utama PT Telkom yaitu Alex J. Sinaga yang berpose dengan menyilang lengan di

dada, gaya tersebut sama seperti potret Direktur Utama PT Telkom Tahun 2013, yaitu Arif Yahya. Pada dasarnya sebagian orang merasa nyaman dengan menyilangkan lengan, namun penelitian menunjukkan bahwa reaksi orang lain untuk gerakan ini adalah negatif, orang yang menyilangkan tangan dianggap sebagai orang yang defensif, untuk itu gestur dengan menyilangkan tangan perlu dihindari (Allan and Barbara, 2004).

Namun jika merujuk kepada jumlah utang yang dimiliki PT Telkom yang sangat besar dan jika dibanding dengan pendapatan yang diterima PT Telkom selama Tahun 2015. Peningkatan hutang yang dimiliki cukup signifikan dibanding tahun sebelumnya. Perusahaan cukup berani dalam mengambil hutang bank yang begitu banyak di tahun 2015.

C. Perbandingan Direktur Utama Tahun 2013 Arif Yahya dengan Direktur Utama Tahun 2014 dan 2015 Alex J. Sinaga

Pada potret tahun 2013, Arif Yahya terlihat lebih fleksibel, hal tersebut tercermin dari foto kelompok yang sangat santai pada gambar 5 dengan cara berdiri Arif Yahya beserta jajarannya yang terkesan lepas di dalam lingkaran merah, sementara itu Alex J. Sinaga pada potret tahun 2014 terkesan sedikit kaku dalam potret kelompok pada gambar 8 berfoto dengan gaya formal hal ini mungkin dikarenakan kepemimpinannya beserta jajarannya yang masih terbilang baru sebagai Direktur Utama PT Telkom tahun 2014.

Pada gambar 4 Arif Yahya terdapat kode fisik berupa wajah dan perawakan dan kode interpersonal berupa gestur tubuh yang tersenyum dengan tangan menyilang di dada, pada potret tersebut Arif Yahya bisa dianggap nyaman dengan pose yang ditunjukkan dan bisa juga diartikan karakter seseorang yang defensif, namun hal tersebut bisa ditutupi dengan senyuman yang dapat mengisyaratkan rasa ingin berbagi informasi dengan orang lain, sesuai dengan prestasi yang dimiliki, pada tahun 2013 beliau berhasil meraih penghargaan “Marketeer of the Year” untuk perannya dalam dunia pemasaran. Arif Yahya dinilai sebagai pelaku pemasaran yang berhasil menunjukkan semangat pemasaran secara hebat ditambah dengan kinerja yang bagus meskipun harus menghadapi persaingan yang sulit di era sekarang.

Pada gambar 13 di potret Alex J. Sinaga terdapat kode fisik, yaitu bertubuh, kode interpersonal berupa gestur menyilang tangan, yang bisa dianggap sebagai rasa nyaman dan juga dapat bermakna sifat defensif, namun sifat defensif dengan melipat tangan tersebut bisa ditutupi dengan senyuman, yang juga memiliki makna ingin berbagi informasi yang dimiliki, pada tahun 2015 Alex J. Sinaga juga berhasil meraih penghargaan “Marketeer of the Year” berkat perannya dalam pemasaran. Di bawah pimpinan Alex J. Sinaga Telkom dinilai unggul dalam visi, strategi, dan implementasi pemasaran. Pada potret tahun 2015 tersebut laporan tahunan PT Telkom yang dalam konteks ini diwakili oleh foto Alex J. Sinaga

lebih berani menonjolkan kode pakaian informal berupa baju kaus kerah dan celana jeans yang terkesan santai dan kasual.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Potret pemimpin bisnis dalam laporan tahunan PT Telkom untuk setiap tahunnya lebih menunjukkan pengungkapan yang lebih kompleks, hal tersebut ditandai dengan pada tahun 2013 potret pemimpin bisnis terlihat formal dan pada tahun 2015 potret dalam pemimpin bisnis lebih mengarah kekesan santai karena potret pemimpin bisnis menggunakan pakaian yang santai dengan gaya yang santai.

Gestur tubuh pada potret pemimpin bisnis memiliki makna tersendiri, oleh karena itu gestur yang mengindikasikan arah negative perlu dihindari, seperti gesture menyilang tangan di dada. Walaupun pada dasarnya orang yang menyilang tangan hanya dalam kondisi nyaman dengan gesture tersebut, tetapi ada makna negative dalam gesture tersebut, yaitu sifat defensif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya untuk meneliti laporan tahunan perusahaan yang banyak memiliki pengungkapan foto Direktur perusahaan, karena setiap kode yang ditampilkan melalui foto memiliki makna tersendiri. Selain itu, Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mampu meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya aspek foto dilaporan tahunan agar

para pengguna laporan tahunan dan manajemen perusahaan lebih rinci dalam mempertimbangkan bagaimana modal intelektual yang dimiliki direktur perusahaan dapat tercermin dengan pengungkapan foto tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhayawansa, S. (2011). *A methodology for investigating intellectual capital information in analyst reports*. *Journal of Intellectual Capital*, vol. 12, no. 3, 446 – 476.
- Agustian, Najibul Fuadi(2015). “Realitas Gender dalam *Annual Report Perusahaan*(Analisis semiotik atas gambar fotografi dalam *annual report* perusahaan Perbankan konvensional dan perbankan syariah dalam perspektif teori Komunikasi aksi habermas)”. *Skripsi SI*. Universitas Diponegoro
- Allan, Barbara (2004). “the definitive book of body language how to read others thoughts by their gestures”.
- Bernardi, R.A., Bean, D.F., and Weippert, K.M., 2005. *Minority membership on boards of directors: the case for requiring pictures of boards in annual reports*. *Critical Perspectives on Accounting*, 16 (8), 1019– 1033.
- Bimo, Walgito. 2003. *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta : ANDI
- Cordazzo, M. (2005). "IC statement vs. environmental and social reports: An empirical analysis of their convergences in the Italian context." *Journal of Intellectual Capital* 6 (3):441-464.
- Davison, J. (2007). Photographs and accountability: Cracking the code of an NGO. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20(1), 133–158.
- Davison, J., 2010. (In)visible (in)tangibles: visual portraits of the business elite. *Accounting, Organizations and Society*, 35 (2), 165 –183.
- Kuasirikun, N. (2011). The portrayal of gender in annual reports in Thailand. *Critical Perspectives on Accounting*, 22(1), 53–78.
- Mara Ridhuan., Asmazatul Yufiziati., Mohamat Sabri Hassan (2015). “Photography images analysis of intellectual capital In corporate annual reports: a descriptive note”. *Airlangga Accounting International Conference*, 821-850.
- Pratiwi, Rahasanica Nariswari (2015). “Akuntansi Sebagai Realitas Ekonomi Dan Keagamaan: Mengungkap Nilai-Nilai Religius Melalui Foto Dalam Laporan Tahunan Perbankan Syariah””. *Skripsi SI*. Universitas Diponegoro
- Safaria dan Eka. (2012). *Manajemen Emosi: Sebuah Panduan Bagaimana Mengelola Emosi Positif dalam Hidup Anda*. Jakarta. Bumi Aksara.

Sawarjono,T. dan A.P. Kadir. 2003.
Intellectual Capital: Perlakuan,
Pengukuran dan Pelaporan
(Sebuah Library Research).
Jurnal Akuntansi Keuangan.
Vol. 5 No. 1. pp.31-57

Suryabrata, Sumadi. (2012).
Psikologi Kepribadian. Jakarta.
Rajagrafindo Persada.