

**ANALISIS PENGAMBARAN ELITE BISNIS DALAM LAPORAN
TAHUNAN “PT BANK CENTRAL ASIA TBK” TAHUN 2013-2014**
*(Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Bank Central Asia Tbk
Di Indonesia)*

ARTIKEL

*Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi di
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



OLEH :

DESRI ELVITA

1103250/2011

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

HALAMAN PENGESAHAN ARTIKEL

Analisis Penggambaran Elite Bisnis Dalam Laporan Tahunan "PT Bank
Central Asia Tbk" Tahun 2013-2014
(Studi Kasus pada PT Bank Central Asia Tbk di Indonesia)

Oleh :

Desri Elvita

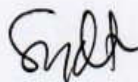
1103250/2011

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi untuk persyaratan wisuda periode ke 109
September 2017 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing

Padang, 14 Agustus 2017

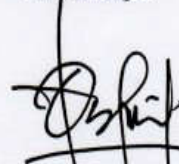
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Sany Dwita, SE, M.Si, Ph.D, Ak, CA
NIP: 19800103 200212 2 001

Pembimbing II



Halmawati, SE, M.Si
NIP: 19740303 200812 2 001

**ANALISIS PENGGAMBARAN ELITE BISNIS DALAM LAPORAN TAHUNAN “PT BANK
CENTRAL ASIA TBK” TAHUN 2013-2014
(Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Bank Central Asia Tbk
Di Indonesia)**

Desri Elvita

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar Padang
E-mail: desrielvita12@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana manajemen perusahaan menggambarkan elite bisnis dan mengetahui pesan yang disampaikan melalui penggambaran elite bisnis dalam laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk tahun 2013-2014. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif pada laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk tahun 2013-2014. Penelitian ini merupakan replikasi dari Davison tahun 2010 dengan menganalisis modal intelektual yang berfokus pada elite bisnis, menggunakan empat set kode retorik yaitu fisik, pakaian, tata ruang/ spasial, dan interpersonal. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 29 foto elite bisnis yang ditemukan dalam laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk tahun 2013-2014, total persentase pada tahun 2013 dan 2014, yaitu sebesar 86% dan 85%, masing-masing pesan yang disampaikan melalui pengungkapan foto elite bisnis tentang modal intelektual terlihat dari kode fisik, pakaian, interpersonal dan spasial.

Kata Kunci : modal intelektual, kode fisik, kode pakaian, kode interpersonal dan kode spasial.

Abstract

The purpose of this study is to analyze how the management of the company described the business elite and know the messages conveyed through the depiction of the business elite in the annual report of PT Bank Central Asia Tbk 2013-2014. This research uses descriptive method in analyzing the annual report of PT Bank Central Asia Tbk 2013-2014. This study is a replication of Davison (2010) by analyzing the intellectual capital, with the focus of business elite, using four sets of rhetorical code: physical, clothing, spatial, and interpersonal. The results show that there are 29 photos of business elite found in the annual report of PT Bank Central Asia Tbk 2013-2014, the total percentage in 2013 and 2014, is 86% and 85%, the respectively message conveyed through disclosure photo business elite about intellectual capital can be seen from the physical codes, clothing, interpersonal and spatial.

Keywords : *intellectual capital, the physical codes, clothing code, interpersonal code and spatial code.*

1. Latar Belakang Masalah

Laporan keuangan merupakan media utama pengkomunikasian segala hal yang berkaitan dengan perusahaan. Laporan keuangan mempunyai peranan penting bagi terciptanya suatu komunikasi antar pihak manajemen dengan pihak lain yang berkepentingan seperti investor, pengguna laporan keuangan, dan penjamin emisi. Laporan keuangan dapat dipandang sebagai sarana untuk mempertanggungjawabkan segala sesuatu yang dilakukan manajer atas sumber daya pemilik (Belkaoui, 1993 dalam Widiyastuti, 2012).

Pada awalnya pelaporan keuangan difokuskan pada komponen laporan keuangan yang utama yaitu neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas dan catatan atas laporan keuangan. Akan tetapi, dalam perkembangannya pelaporan keuangan diwujudkan dalam bentuk *annual report* atau laporan tahunan (David, 2002 dalam Utomo, 2011).

Munculnya informasi lain selain informasi kuantitatif dalam laporan keuangan bertujuan untuk membentuk atau memunculkan suatu image tertentu sebagaimana yang diinginkan oleh perusahaan. Perusahaan cenderung menginginkan image yang positif serta menghindari image negatif (Gardner dan Martinko, 1988 dalam Widiyastuti, 2012). Pembentukan image positif dapat menguntungkan posisi perusahaan dimata masyarakat maupun bagi pihak eksternal dan pihak yang berkepentingan. Pembentukan image positif ini dilakukan melalui pesan yang disampaikan dalam laporan tahunan yang merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk membangun kepercayaan publik (Kohut dan Segars, 1992 dalam Chariri, 2010).

Salah satu upaya perusahaan dalam membentuk image positif dimata publik yaitu dengan mengungkapkan informasi modal intelektual melalui laporan tahunan. Pengungkapan informasi tentang modal intelektual memegang peranan penting untuk menambah nilai perusahaan. Menurut

Holland (2002) informasi keuangan tidak cukup menjadi dasar bagi investor dalam memberikan penghargaan terhadap perusahaan, karena lebih didominasi oleh output yang menunjukkan kinerja tentang penciptaan nilai. Meskipun demikian, pengakuan aset tak berwujud dalam sistem akuntansi tidak cukup. Hal ini dikarenakan beberapa unsur dari aset tak berwujud tidak dapat dimasukkan dalam laporan keuangan karena masalah identifikasi, pengakuan, dan pengukurannya. Oleh sebab itu aset tak berwujud diungkapkan melalui pengungkapan modal intelektual (Sir et al. 2010 dalam Widardjo, 2011).

Salah satu bentuk pengungkapan modal intelektual dalam laporan tahunan adalah foto elite bisnis. Sebagaimana yang dikatakan oleh Davison dan Warren (2009), akuntansi dapat disampaikan dalam bentuk angka, perkataan dan gambar visual. Pada laporan tahunan, gambaran visual dapat menyampaikan pesan manajemen dan dapat disampaikan dalam bentuk peta, diagram, grafik dan foto (Steenkamp & Stewart, 2010).

Foto dalam laporan tahunan perusahaan dapat digunakan oleh manajemen sebagai sarana komunikasi dengan para *stakeholder*. Hines (1988) berpendapat bahwa laporan tahunan berusaha membentuk realitas atau image dan mengkomunikasikannya agar realitas tersebut menjadi nyata dan dipahami oleh pembaca (Agustian, 2015).

Menurut Davison, 2010 gambar visual dalam bentuk foto dari elite bisnis saat ini menyediakan beberapa gambaran informasi paling signifikan dimana para pemangku kepentingan dapat mengumpulkan tayangan pemimpin bisnis dan terkait kualitas berwujud dan tidak berwujud mereka. Foto visual direksi dapat menjadi pengungkapan sukarela lainnya dalam laporan tahunan, halaman web, siaran pers dan presentasi.

Komunikasi dari modal intelektual melalui visual image lebih baik sehubungan dengan pemegang saham yang cenderung tidak membaca tiap-tiap kata dalam laporan tahunan dan membutuhkan laporan keuangan

yang menyajikan sedikit angka dan naratif (Davison, 2014). Lebih dari itu, gambaran visual biasanya berhubungan dengan aset tak berwujud yang tidak dapat disampaikan dalam bentuk angka atau teks (Hui & Rudkin, 2010).

Steenkamp dan Sangkut (2011) juga menekankan bahwa mengabaikan analisa gambaran visual di pengungkapan modal intelektual akan memberikan ketidaksempurnaan dan kegagalan pada pengukuran modal intelektual yang dilaporkan. Oleh sebab itu, penting bagi akuntan untuk mengungkapkan laporan terkait gambar visual dalam laporan keuangan. Ada 4 kode yang dirumuskan oleh Davison (2010) dalam mengukur penggambaran elite bisnis dalam laporan tahunan perusahaan.

Kode yang pertama yaitu kode fisik yang paling tampak jelas pada foto pemimpin bisnis bertujuan untuk memberikan gambaran fisik, dilihat dari sudut pandangnya, foto dapat diartikan sebagai replikasi individu yang nyata. Bagian dari gambaran fisik tersebut adalah wajah yang menyediakan informasi yang paling penting tentang identitas individu. Pada foto, wajah memberikan informasi yang cepat dan faktual yang mengidentifikasi mengenai usia, jenis kelamin dan asal etnis, yang semuanya telah menjadi subyek penelitian kepemimpinan bisnis (Davison, 2010).

Selain dari kode fisik, kode yang kedua adalah pakaian berkomunikasi lebih lanjut dalam foto 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 sosok yang sederhana tetapi tetap menonjolkan kesan elegan, begitu pula pemimpin yang memakai jas dalam laporan tahunannya, yang dianggap memiliki makna kewibawaan (Davison, 2010).

Ketiga, kode interpersonal yang paling penting dari foto visual pemimpin bisnis adalah identitas fisik individu atau gestur tubuh, seperti yang terlihat pada ekspresi dan senyuman dari foto pemimpin bisnis.

Menurut George, 2000 perasaan memainkan peran sentral dalam proses kepemimpinan dan bentuk-bentuk budaya adalah suatu cara mewujudkan dan membangkitkan salah satu kode utama untuk menampilkan emosi dari foto. Selain itu kode interpersonal juga terlihat pada potret kelompok yang merupakan hubungan individu dengan orang lain dan di mana kecerdasan emosional sering terungkap dalam interpersonal mereka (Davison, 2010).

Kode yang keempat yaitu kode spasial dapat dilihat bahwa dalam foto, kursi dan simbol telah digunakan sebagai alat peraga sejak Renaissance (Campbell, 1990). Kursi dalam berbagai bahan, gaya dan ukuran, utilitas dan kayu, kain bordir, seperti tahta atau desain baja kontemporer memberikan pesan dan makna tersendiri. Dalam kode spasial, pengaturan memberikan gambaran untuk konteks spasial di mana ia ditempatkan, yang mungkin termasuk gambar lainnya, keterangan dan teks (Davison, 2010).

Penelitian tentang analisis gambar melalui foto dalam laporan keuangan perusahaan telah banyak dilakukan, penelitian ini bukanlah sesuatu hal yang baru dalam laporan keuangan. Hal itu dapat dilihat dengan banyaknya perusahaan yang menampilkan foto dalam laporan tahunannya, namun masih sedikit penelitian yang berfokus pada analisis penggambaran visual elite bisnis dalam laporan tahunan. Salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan Angus daff (2011) yang meneliti tentang analisis foto gender dan ras yang dilakukan di 19 perusahaan akuntansi Big four di Inggris yang digambarkan dalam laporan tahunan, Penelitiannya bertujuan untuk memahami bagaimana fotografi digunakan untuk menggambarkan perbedaan gender laki-laki dan perempuan, kulit hitam dan kulit putih yang terdapat pada *annual report* perusahaan.

Kemudian penelitian yang sama tentang gender juga dilakukan oleh Kuasirikun (2011) yang mengungkapkan penggambaran gender dalam pelaporan keuangan dengan melakukan analisis

terhadap gambar yang terdapat dalam laporan keuangan, penelitian ini cenderung kepada pengujian terhadap implikasi dari gambar yang terdapat pada laporan keuangan dalam lingkup struktur hierarki gender dan hubungannya dalam konteks organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Benschop (2002) yang menunjukkan pembentukan gambar foto dalam laporan keuangan dapat digunakan untuk mempromosikan dan menunjukkan kekuatan laki-laki dan dominasinya dalam organisasi. Penelitian ini merujuk pada penelitian Davison (2010) yang merumuskan model teoritis dari teori seni foto untuk menunjukkan bagaimana gambar visual direktur perusahaan dibangun dari fisik, pakaian, tata ruang dan kode interpersonal yang ditampilkan dalam laporan tahunan perusahaan yang merupakan acuan utama penelitian ini.

Penelitian yang berkaitan dengan gambar visual dalam laporan tahunan masih merupakan suatu konten yang belum banyak mendapat perhatian, baik itu bagi perusahaan maupun bagi akademisi terutama dalam bidang akuntansi. Hal itu dapat dilihat dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan. Umumnya penelitian tentang gambar visual ini dilakukan oleh perusahaan luar negeri seperti Amerika, Inggris dan beberapa negara tetangga lainnya. Namun di Indonesia sendiri belum banyak penelitian yang berkaitan langsung dengan gambar visual apalagi meneliti bagaimana hubungannya ke akuntansi meskipun pada umumnya laporan keuangan perusahaan di Indonesia sudah banyak yang menyajikan laporan dalam bentuk gambar.

Pada masa ini laporan keuangan telah banyak menyajikan gambar visual dari elite bisnis, umumnya perusahaan yang sudah *go public*. Namun tujuan dan makna dari gambar visual dari elite bisnis yang ditampilkan dalam laporan keuangan masih banyak yang belum dipahami secara jelas sehingga dalam akuntansi-pun nilai yang tersembunyi dari gambar elite bisnis tersebut masih terabaikan. Oleh sebab itu,

berdasarkan fenomena tentang penggambaran elite bisnis dan mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya, peneliti juga tertarik melakukan penelitian tentang gambar visual elite bisnis melalui laporan tahunan PT Bank Central Asia, Tbk dengan periode tahun 2013-2014.

PT Bank Central Asia, Tbk merupakan salah satu bank terdaftar di BEI yang sudah *Go-public* yang memiliki kredibilitas yang bagus dan juga merupakan bank terbesar di Asia. BCA merupakan bank yang selalu menjaga kepentingan *stakeholder* termasuk kepentingan pemegang saham. Oleh sebab itu BCA sangat memperhatikan bagaimana pengungkapan kinerja perusahaan dapat menarik para investor. Salah satu strategi yang dilakukan oleh BCA dalam mengungkapkan kinerja perusahaan tidak hanya dalam bentuk laporan keuangan yang menyajikan angka dan teks namun BCA juga menyajikan laporan dalam bentuk gambar yang ditampilkan dalam laporan tahunan perusahaan. Alasan memilih 2 tahun tersebut karena kondisi perekonomian Indonesia yang tidak stabil dan terjadinya transisi dalam perekonomian dan politik, yang menyebabkan penurunan kinerja neraca perdagangan Indonesia dan disertai dengan pengetatan likuiditas perbankan. Namun pada masa itu, BCA tetap mampu mempertahankan kinerja keuangan yang solid dan tetap memberikan yang terbaik bagi *stakeholder* dan pemegang saham. Berdasarkan uraian diatas menarik peneliti untuk menemukan alasan bagaimana BCA mampu bertahan dalam kondisi tersebut dan tetap mempertahankan kinerja keuangan yang baik sehingga menjadikan alasan peneliti mengangkat tema penelitian dengan judul "*Analisis Penggambaran Elite Bisnis Dalam Laporan Tahunan PT BCA Tbk tahun 2013-2014*."

2. Kajian Teori

A. Konsep Pelaporan Keuangan

Pelaporan keuangan merupakan praktik pelaporan, pengungkapan dan pertanggungjawaban perusahaan terhadap pemegang saham (*shareholders*) dan pemilik

modal atas sumber daya yang dikelolanya (Budiani, 2011). 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 (Snowden, 2002 dalam Agustian, 2015). 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 tahunan perusahaan menggunakan gambar pada sampul atau pada bagian yang lainnya (Agustian, 2015).

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 pesan atau informasi yang ingin disampaikan kepada pemangku kepentingan. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan melalui gambar fotografi pada laporan tahunan merupakan salah satu strategi komunikasi yang dilakukan perusahaan (Agustian, 2015).

B. Intellectual Capital

Keterbatasan dari laporan keuangan didalam menjelaskan nilai perusahaan menunjukkan fakta bahwa sumber nilai ekonomi tidak lagi berupa produksi bahan baku, tetapi penciptaan *intelektual capital*. *Intellectual capital* meliputi modal sumber daya manusia dan struktur yang terkemas dalam pelanggan, proses, *database*, merek dan sistem, dan telah memainkan peran yang semakin penting didalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi perusahaan (Kaplan & Norton, 2004 dalam Ulum, 2008).

Intellectual capital merupakan salah satu aset yang berharga bagi perusahaan, dimana *intellectual capital* ini adalah salah satu pendekatan yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran aset tidak berwujud. *Intellectual capital* dapat dipandang sebagai pengetahuan dalam pembentukan kekayaan intelektual dan pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan (stewart, 1997 dalam Soetedjo, 2014).

Intellectual capital tidak hanya berupa goodwill ataupun paten seperti yang sering dilaporkan dalam neraca. Kompetensi karyawan, hubungan dengan pelanggan,

penciptaan inovasi, sistem komputer dan administrasi, hingga kemampuan atas penguasaan teknologi juga merupakan bagian dari *intellectual capital*. Hal ini menjadikan sumber daya tidak berwujud (*intangible resources*) sebagai aktiva yang sangat berharga bagi suatu perusahaan (Mulyadi, 2001: 288 dalam Soetedjo, 2014).

Di Indonesia *intellectual capital* sudah mulai mendapat perhatian bagi perusahaan, apalagi dengan munculnya PSAK NO. 19 (revisi 2000) yang mengatakan bahwa aset tidak berwujud adalah aset non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak yang lainnya, atau untuk tujuan administratif (IAI, 2007).

Definisi dari *intellectual capital* telah banyak dikemukakan oleh para ahli, salah satunya definisi yang dikemukakan oleh Stewart (1997) dalam Soegeng, (2014) yang mengatakan bahwa *Intellectual capital* merupakan materi intelektual berupa informasi, pengetahuan, inovasi, intelektual, pengalaman, yang dapat dimanfaatkan dalam menghasilkan aset yang mempunyai nilai tambah dan memberikan keunggulan bersaing. Sedangkan Meritum (2003) dalam Sangkala (2006,37) berpendapat bahwa *intellectual capital* merupakan kombinasi manusia, sumber daya perusahaan dan relasi dari suatu perusahaan yang menunjukkan bahwa nilai diciptakan melalui hubungan antara tiga kategori, yaitu modal manusia, struktural dan relasi perusahaan. Hubungan yang baik antara ketiga kategori itu merupakan kunci dan sumber potensial untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (*sustainable competitive advantage*) (Tayles et al. 2002; Hayton, 2005 dalam Purnomosidhi, 2006).

Sebagaimana telah dikatakan dalam penelitian sebelumnya bahwa 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 sumber daya organisasi yang penting (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 (Davison, 2010).

C. Foto

Sebagaimana dikatakan sebelumnya bahwa foto merupakan menulis dengan bantuan cahaya, lebih dikenal dengan menggambar dengan bantuan cahaya, atau merekam gambar melalui kamera dengan bantuan cahaya. Foto juga merupakan bentuk representasi atau pencerminan suatu objek yang nyata (Karpov & Kryuchkov, 2015 dalam Agustian 2015).

Foto adalah representasi visual dari identitas dan karakteristik yang dirasakan individu dan tempat nya di masyarakat. Sinyal visual berwujud dan tidak berwujud yaitu penampilan fisik, berpakaian, budaya dan status, pesan antar gerakan tubuh dan sinyal ekspresif terhadap orang lain dan artefak spasial dan pengaturan foto (Davison, 2010).

4 rerangka kode yang direalisasikan oleh Davison, 2010 yaitu:

1. Kode fisik

Kode pertama dan fungsinya yang paling tampak jelas dari foto adalah untuk memberikan gambaran fisik, dari sudut pandang ini, foto memperkuat fungsi mendasarnya sebagai replikasi individu nyata (Brilliant, 1991). Sebagai bagian dari gambaran fisik ini, wajah memperlihatkan informasi yang paling penting tentang identitas individu.

Di luar kode murni faktual dalam fitur fisik wajah, penelitian telah menunjukkan bahwa daya tarik fisik memiliki hubungan penting dengan keberhasilan bisnis, untuk alasan ini, nilai keindahan dari operasi plastik bertujuan untuk mempercantik wajah pasien dengan menggunakan kosmetik yang menentukan identitas dan ekspresi diri. Selanjutnya, telah ada keyakinan luas bahwa

ciri-ciri kepribadian dapat dilihat dalam karakteristik wajah, dari zaman klasik dan *Physiognomica Aristoteles* (Smith et al, 2000 dalam Davison, 2010).

Atribut fisik lainnya yang penting diluar wajah yang dapat menunjukkan kepribadian seseorang adalah bertubuh. Penelitian telah menunjukkan bahwa individu yang tinggi memiliki keunggulan yang menyebabkan peningkatan keberhasilan kerja dan pendapatan.

2. Kode pakaian

Selain dari identitas fisik individu, pakaian berkomunikasi lebih lanjut dalam foto yang kaya kode dan sinyal, baik melalui fashion, berdandan atau menyamar. Di masa lalu, gaun adalah tanda status sosial dan profesional dan kekayaan, apakah itu di negara-negara maju atau berkembang. Gaun menempatkan sebuah budaya individu dan merupakan salah satu kode penampil yang pertama dari sebuah foto yang diakui dan ditafsirkan secara naluriah (Davison, 2010).

Dari formalitas busana, informalitas atau trend, foto menyampaikan pesan yang kaya otoritas, dan gaya bisnis seorang pemimpin. Penelitian telah menunjukkan bahwa kandidat politik yang berpenampilan termasuk pakaian, dapat berpengaruh positif dalam pemilihan dan bahwa foto-foto disurat kabar dan gambar di televisi mempengaruhi evaluasi pemilih kandidat politik. Pertimbangan yang sama berlaku dalam dunia bisnis, dimana busana eksekutif dalam gambar mempengaruhi penilaian terhadap diri mereka (Gallo, 2005 dalam Davison, 2010).

Rafaeli dan Pratt (1993) dalam Davison (2010) membangun model gaun organisasi yang sebagian besar elemen kemungkinan dari potret fotografi. Pakaian formal dan yang disesuaikan umumnya menunjukkan status yang lebih tinggi daripada pakaian informal dan santai, jas dianggap sebagai laki-laki, dan dapat menunjukkan kekuatan dibandingkan pada saat dikenakan oleh seorang wanita.

3. Kode Interpersonal

Fitur yang paling penting dari potret visual untuk pemimpin bisnis adalah reproduksi kemiripan fisik individual manusia, seperti nama menyediakan individualitas dari jabatan atau identitas. Perasaan memainkan peran sentral dalam proses kepemimpinan, dan bentuk-bentuk budaya adalah suatu cara mewujudkan dan membangkitkan emosi (George, 2000 dalam Davison, 2010). Simbol keberhasilan manajemen, melalui perhatian pada hal-hal seperti visual merek, reputasi, atau kredibilitas pribadi, profesionalisme, dan kualitas hubungan pemangku kepentingan, sebagian besar tergantung pada kebangkitan emosi (Ashforth & Humphrey, 1995 dalam Davison, 2010). Potret fotografi cenderung menjadi pemicu emosional identifikasi dan reaksi, bahasa tubuh dalam foto yang dipotret menunjukkan ekspresi dan kepribadian.

Pikiran inovatif dan kreatif seorang pengusaha dapat dilihat dalam ekspresi termenung dan berpose atau misalnya, motivasi tim dan kemampuan komunikasi dilihat penting sebagai atribut kepemimpinan yang diindikasikan melalui gerak-gerik tangan. 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 (Davison, 2010).

4. Kode spasial

Penelitian telah menyelidiki pentingnya estetika budaya dan sensorik dalam organisasi, termasuk semiotika artefak fisik dan ruang. Dalam potret, kursi dan simbol sudah menggunakan alat peraga sejak sebelum Renaissance. Kursi di potret kelompok berhubungan dengan etiket sosial seluruh orang-orang yang duduk dan mereka yang berdiri, mendukung untuk saling kenal mengenal, dan juga memberikan kesempatan untuk menyamakan sosok dan bentuk adegan (Campbell, 1990 dalam Davison, 2010). Para pemimpin bisnis biasanya diwakili dengan

alat peraga perdagangan yang relatif transparan.

Pengaturan tempat dengan interior maupun exterior juga memberikan pesan dan kesan dalam potret pemimpin bisnis. Oleh karena itu pengaturan yang dipilih menarik untuk foto elite bisnis sering mencerminkan semangat petualangan. Pengaturan juga melampaui gambar untuk konteks spasial di mana ia ditempatkan, yang mungkin termasuk gambar lainnya, keterangan dan teks (Davison, 2010).

D. Teori Berorientasi Visual

Akuntansi dan seni memiliki banyak kesamaan satu sama lain karena kedua bahasa menggunakan kode, memiliki bentuk representasional dan berinteraksi dengan konteks. Kesatuan dari laporan keuangan terletak pada karya seni, bukan angka. Graves *et al* (1996) dalam Davison (2010) berpendapat bahwa konten bergambar seperti novel dan kartun yang ada pada laporan tahunan adalah bentuk kesenangan, jauh dari hal sepele, dekoratif, dan meniru epistemologi televisi untuk membentuk suatu retorika visual untuk membujuk publik atas kebenaran dan keaslian laporan tahunan. Tampilan 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).

Cara lain dari pemodelan yang *universal* dengan tampilan visual yang cocok adalah pada retorika. Seni retorika dan memori saling berkaitan, dan visual memiliki kekuatan performatif dalam teks akuntansi yang menggunakan bentuk visual. Davison (2010) merumuskan model teoritis dari teori seni foto yang menunjukkan bagaimana gambar direksi perusahaan melalui retorika visual dibangun di fisik mereka, pakaian, tata ruang dan kode interpersonal yang memberikan pesan dan kesan yang ingin disampaikan oleh manajemen.

E. Teori Budaya

Konteks budaya akuntansi telah lama diakui dan dianalisis, misalnya dalam film fiksi dan melalui teori sastra (Hopwood, 1994). Tiga unsur penting dari teori budaya yang berkaitan dengan berbagai ilmu 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 dalam Davison, 2010).

Kedua, teori budaya telah dipromosikan sebagai sepotong komunikasi yang menafsirkan, menciptakan, dan membawa kita untuk memahami bahwa karya seni memiliki semacam "kesadaran", yang tidak di bawah kendali perusahaan (Eagleton, 2003 dalam Davison, 2010).

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 dan telah lama menonjol dalam kajian budaya Ilmu sastra atau visual yang memiliki gagasan bahwa aspek kehidupan sehari-hari seperti gambar iklan yang sudah berkembang dalam budaya (Davison, 2010).

F. Semiotika: Tanda dan Makna

Menurut Utomo (2011) semiotik didefinisikan sebagai ilmu yang mengkaji penggunaan tanda-tanda dan simbol dalam kehidupan manusia sebagai bagian dari sistem kode yang dipakai untuk mengkomunikasikan informasi. Menurut Barthes (2007), Semiotik atau dalam istilahnya adalah semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Artinya, semua yang ada dalam kehidupan kita dilihat sebagai tanda, yakni menjadi sesuatu yang harus kita beri makna. Tanda dilihat sebagai pertemuan antara bentuk

(yang tergambar dalam pengertian seseorang) dan makna atau isi (yang dipahami oleh manusia sebagai pemakai tanda).

Istilah semiotik sebenarnya berhubungan dengan kata *semantique* yang diperkenalkan sarjana Perancis yang bernama M.Breal (1883) dalam bahasa Perancis yang diserap dari bahasa Yunani “*semeion*” yang berarti tanda.

Dalam penelitian ini, dengan foto esai sebagai subyeknya menggunakan semiotik yang memiliki dua kebenaran mengenai pesan dalam tanda. Analisis semotik tidak hanya menganalisis realitas media massa tetapi juga konteks realitas pada umumnya. Untuk menunjukkan konsep atau benda yang dikaji, penanda (citra akustik) berperan mengungkapkan petanda yang menjadi konsepnya. Dengan kata biasa, hubungan antara konsep dan citra adalah tanda, sehingga keterikatannya tidak bersifat persamaan (*equality*) tetapi kesepadanan (*equivalence*). Semiotika sering dipakai untuk meneliti secara mendalam mengenai tulisan maupun budaya.

3. Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pada foto yang terdapat dalam 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 Bank Central Asia, Tbk.

Pendekatan deskriptif-interpretatif menjadi metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini. Dikatakan deskriptif karena pemahaman terhadap tanda-tanda digambarkan dan dijelaskan apa adanya dan bagaimana menghubungkan dengan fenomena yang diamati. Fenomena dalam penelitian ini terdapat pada gambar fotografi dari elite bisnis dalam laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk untuk periode tahun 2013 – 2014.

B. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan yang di dalamnya terdapat gambar fotografi atas penggambaran elite bisnis perusahaan tersebut. Data tersebut diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia dan situs resmi perusahaan BCA Tbk tahun 2013-2014.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode dokumentasi yaitu berupa laporan tahunan perusahaan. Data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar dari jurnal-jurnal penelitian, makalah, penelitian terdahulu dan *internet research*.

C. Prosedur Penelitian

Langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data yang dikumpulkan untuk analisis adalah laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk tahun 2013-2014. Bagian yang dianalisis adalah foto direktur atau CEO perusahaan tersebut.
2. Identifikasi foto dalam laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk tahun 2013-2014 yang diklarifikasikan dalam 4 kelompok yaitu: fisik, pakaian, interpersonal dan spasial.
3. Memberikan kode pada foto elite bisnis tersebut yang biasa disebut sebagai proses *coding* berdasarkan 4 kategori yaitu:
 - a. kode fisik yang dilambangkan dengan huruf “F” yang terdiri dari 2 item yaitu wajah/perawakan dengan kode “F1” dan bertubuh yang diberi kode “F2”.
 - b. Kode pakaian dilambangkan dengan huruf “P” terdiri dari 2 item yaitu pakaian formal dengan kode “P1” dan pakaian informal dengan kode “P2”.
 - c. Kode interpersonal dilambangkan dengan huruf “I” terdiri dari 2 item yaitu gesture tubuh dengan kode “I1” dan foto kelompok dan perorangan yang diberi kode “I2”.

- d. Kode spasial dilambangkan dengan huruf "S" terdiri dari 2 item yaitu alat peraga dengan kode S1" dan *indoor vs outdoor* dengan kode "S2".
4. Memberi skor pada foto pemimpin bisnis PT Bank Central Asia Tbk yang telah ditemukan di dalam laporan tahunan yang disebut sebagai proses *scoring* dengan memberikan skor "1" jika item dari keempat kode yang digunakan tersebut terlihat di dalam foto elite bisnis atau pemimpin bisnis dan memberi skor "0" jika tidak terlihat di dalam foto elite bisnis.
5. Menghitung jumlah dari hasil *scoring* yang telah ditemukan dalam foto elite bisnis di dalam laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk dan mengklasifikasikannya berdasarkan 4 kategori, yaitu fisik, pakaian, interpersonal dan spasial.
6. Menginterpretasikan hasil penelitian yang ditemukan dalam laporan tahunan dengan tujuan untuk menganalisis pesan dalam foto elite bisnis dalam laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah PT Bank Central Asia Tbk, Yang merupakan salah satu Bank swasta terkemuka di Indonesia. PT Bank Central Asia Tbk, didirikan pada tahun 1955 dimana NV Perseroan Dagang dan *Industries Semarang Knitting Factory* sebagai cikal bakal berdirinya PT Bank Central Asia Tbk. Pada tahun 1957 PT Bank Central Asia Tbk. Mulai beroperasi tepatnya pada tanggal 21 february 1957 dan kantor pusatnya di Jakarta. Pada tahun 1980 Bank BCA sudah memiliki kantor cabang yang luas dan juga mengembangkan berbagai produk dan layanan maupun pengembangan teknologi informasi, khususnya penerapan *online system* untuk jaringan kantor cabang, dan meluncurkan tabungan hari depan (Tahapan) BCA.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Gambaran umum foto elite bisnis dalam laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada tabel 4.1 terhadap 29 foto elite bisnis yaitu foto Presiden Direktur Bank Central Asia Tbk yang ditemukan dalam laporan tahunan pada tahun 2013-2014, total persentase pada tahun 2013 dan 2014 tidak jauh berbeda, yaitu sebesar 86% dan 85%. Hal ini disebabkan karena adanya kesamaan pada 3 kode dari 4 kode yang diteliti, namun untuk ke-3 kode tersebut, untuk kode spasial hanya memiliki kesamaan pada 1 subkode dengan kode fisik dan kode interpersonal yaitu subkode *indoor vs outdoor*. Sedangkan untuk kode pakaian memiliki poin yang berbeda dengan ke-3 kode tersebut kecuali pada kode pakaian dengan subkode pakaian formal dengan kode spasial bagian alat peraga memiliki kesamaan poin dari temuan hasil penelitian yang dilakukan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1

Foto Elite Bisnis dalam Laporan Tahunan PT Bank Central Asia Tbk

PT Bank Central Asia Tbk					
Kode Ukuran	Item Ukuran	2013		2014	
		Data Awal	Data Analisis	Data Awal	Data Analisis
Fisik (F)	Wajah dan perawakan (F1)	9	9	20	20
	Bertubuh (F2)	9	9	20	20
Pakaian (P)	Formal (P1)	9	7	20	18
	Informal (P2)	9	2	20	2
Interpersonal (I)	Gestur tubuh (I1)	9	9	20	20
	Potret kelompok vs perorangan (I2)	9	9	20	20
Spasial (S)	Alat peraga (S1)	9	8	20	17
	Indoor vs outdoor (S2)	9	9	20	20
Total		72	62	160	137
%		0,86		0,85	

a. Foto Elite Bisnis dalam Laporan Tahunan PT Bank Central Asia Tbk Tahun 2013

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan pada tabel 4.2 terhadap 9 foto elite bisnis yang ditemukan dalam laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk tahun 2013. Dari kode fisik seperti wajah dan perawakan (F1) dan bertubuh (F2) memperoleh hasil yang sama dengan total 9 sebanyak foto yang ditemukan dilaporan tahunan. Kemudian dari kode pakaian, pakaian formal (P1) dengan totalnya 7 dan pakaian informal (P2) dengan total 2.

Kode interpersonal dalam foto seperti gestur tubuh(I1) yang ditampilkan dari potret kelompok vs perorangan (I2) sama yaitu 9 tampilan. Kode spasial seperti alat peraga (S1) banyak ditemukan dalam foto yaitu sebanyak 8 tampilan dan indoor vs outdoor (S2) sebanyak 9 tampilan.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Foto Elite Bisnis dalam Laporan Tahunan PT Bank Central Asia Tbk tahun 2013

Tahun 2013	Fisik		Pakaian		Interpersonal		Spasial	
	F1	F2	P1	P2	I1	I2	S1	S2
Foto 1	1	1	1	0	1	1	0	1
Foto 2	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 3	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 4	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 5	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 6	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 7	1	1	0	1	1	1	1	1
Foto 8	1	1	0	1	1	1	1	1
Foto 9	1	1	1	0	1	1	1	1
Total	9	9	7	2	9	9	8	9

a. Foto Elite Bisnis dalam Laporan Tahunan PT Bank Central Asia Tbk Tahun 2014

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan pada tabel 4.3 terhadap 20 foto

elite bisnis yang ditemukan dalam laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk tahun 2014. Dari kode fisik seperti wajah dan perawakan (F1) dan bertubuh (F2) memperoleh hasil yang sama dengan total 20 sebanyak foto yang ditemukan dilaporan tahunan. Kemudian dari kode pakaian, pakaian formal (P1) dengan totalnya 18 dan pakaian informal (P2) 2.

Kode interpersonal dalam foto seperti gestur tubuh (I1) yang ditampilkan dari potret kelompok vs perorangan (I2) sama yaitu 20 tampilan. Kode spasial seperti alat peraga (S1) banyak ditemukan dalam foto yaitu sebanyak 17 tampilan dan indoor vs outdoor (S2) sebanyak 20 tampilan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Foto Elite Bisnis dalam Laporan Tahunan PT Bank Central Asia Tbk tahun 2014

Tahun 2013	Fisik		Pakaian		Interpersonal		Spasial	
	F1	F2	P1	P2	I1	I2	S1	S2
Foto 1	1	1	1	0	1	1	0	1
Foto 2	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 3	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 4	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 5	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 6	1	1	1	0	1	1	0	1
Foto 7	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 8	1	1	1	0	1	1	0	1
Foto 9	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 10	1	1	0	1	1	1	1	1
Foto 11	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 12	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 13	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 14	1	1	0	1	1	1	1	1
Foto 15	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 16	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 17	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 18	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 19	1	1	1	0	1	1	1	1
Foto 20	1	1	1	0	1	1	1	1
Total	20	20	18	2	20	20	17	20

5. Penutup

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai “Analisis Penggambaran Elite Bisnis dalam Laporan Tahunan” (*Studi Kasus pada PT Bank Central Asia Tbk Tahun 2013-2014*) yaitu terdapat 29 foto elite bisnis yang ditemukan dalam laporan tahunan PT Bank Central Asia Tbk tahun 2013-2014, total persentase pada tahun 2013 dan 2014 tidak jauh berbeda, yaitu sebesar 86% dan 85%.

Jika dibandingkan berdasarkan tingkat laba ditahun 2013 dan 2014, dengan menampilkan gambar/foto elite bisnis dapat dijadikan tolak ukur peningkatan laba yang diperoleh diantara kedua tahun tersebut, salah satunya dilihat dari foto Preesiden Direktur, prestasi dan keterlibatannya dalam kegiatan perusahaan dapat menjadi salah satu faktor penambah nilai perusahaan yang merupakan bagian dari *intellectual capital* yang sulit diukur dalam bentuk angka dalam akuntansi.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian tentang penggambaran elite bisnis dapat disimpulkan bahwa foto yang disajikan dalam laporan tahunan dapat mempengaruhi laba perusahaan.

B. Keterbatasan

Penelitian ini masih tergolong penelitian baru yang mengkaji aspek kualitatif berupa foto dalam laporan tahunan. Penelitian ini berupa retorika yang bertujuan mengubah pandangan pengguna laporan tahunan tentang pentingnya aspek foto dalam laporan tahunan dan juga pandangan bahwa akuntansi tidak hanya berhubungan dengan angka-angka yang ada dalam laporan tahunan tetapi juga ada aspek lain yang berupa foto yang dapat dijadikan tambahan dalam penilaian kualitas laporan keuangan suatu perusahaan.

Hasil analisis dalam penelitian ini mengandung unsur subjektivitas yang cukup tinggi. Hal tersebut dikarenakan metode yang digunakan dalam menganalisis *penggambaran elite bisnis* yang disajikan dalam laporan tahunan perusahaan. Selain itu, belum adanya standarisasi yang mengatur

bagaimana pengungkapan foto di dalam laporan tahunan, akan menambah kesulitan dalam membuat interpretasi.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, pengungkapan modal intelektual berupa foto atau gambar Presiden Direktur PT Bank Central Asia Tbk yang tercermin dalam laporan tahunan, diharapkan dapat menambah pengetahuan para pengguna laporan tahunan tentang pentingnya foto sebagai perangkat retorika yang mampu mengubah pandangan tentang pentingnya aspek kualitatif dalam laporan tahunan.

DAFTAR PUSTAKA

- 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 S1. Universitas Diponegoro.
- Allan, Barbara (2004). *“the definitive book of body language how to read others thoughts by their gestures”*. Sheldon Press. London.
- Beard, V. (1994). *“Popular culture and professional identity: Accountant in the movies”*. Accounting, Organizations and Society, Vol. 19, No. 3, pp. 303-318.
- Beattie, V. & Jones, M. J. (2002). *“Measurement distortion of graphs in corporate reports: an experimental study”*. Accounting, auditing & accountability journal, Vol. 15 (4) pp. 546-564.
- Beattie, V. Dhanani, A. & Jones, M. J. (2008). *Investigating presentational change in UK annual reports. A longitudinal perspective*. Journal of Business Communication, 45(2), 181-222.
- Benschop, Y. & Meihuizen H.E. (2002). *“Keeping up gendered appearances: representations of gender in financial*

- annual report". Accounting, Organizations and Society, 27, 611-636.
- Bramantyojati, Aji. (2012). "Dampak Intellectual Capital Pada Nilai Pasar Dan Kinerja Keuangan Perusahaan". Skripsi. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Budiani, Rizka Julia. (2011). "Narsisme dalam Pelaporan Keuangan: Analisis Semiotik atas Laporan Keuangan Perusahaan yang Mengalami Kerugian". Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Chariri, Anis (2009). "Retorika dalam Pelaporan Corporate Social Responsibility: Analisis Semiotik Atas Sustainability Reporting PT Aneka Tambang Tbk". Simposium Nasional Akuntansi XII, Palembang.
- Cherulink, P.D. Donley, K.A. Wiewel, T. S. R. & Miller, S. R. (2001). "Charisma is contagious: The effect of leaders' charisma on observers' affect". Journal of Applied Social Psychology, 31, 2149-2159.
- Czarniawska, B. (2008). "Accounting and gender across time and places: An excursion into fiction". Accounting, Organizations and Society, 33-47.
- Chusnah, Flourien Nurul, Lies Zulfiati, Diana Supriati. (2014). "Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Strategi sebagai Pemoderasi". Proceeding SNA XVII. Mataram.
- David, S. (2002). "Narrative Pattern: Uses of Story in the Third Age of Knowledge Management". Journal of Information and Knowledge Management. Volume: 1(1): 6
- Davison, J. and Skerratt, L. (2007). "Words, Pictures and Intangibles in the Corporate Report". Edinburgh: The Institute of Chartered Accountants of Scotland.
- Davison, J. and Warren, S. (2009). "Imag[in]ing accounting and accountability". Accounting, Auditing & Accountability Journal, 22 (6), 845-857.
- Davison, J. (2010). "(In)visible (in)tangibles: visual portraits of the business elite". Accounting, Organizations and Society, 35 (2), 165-183.
- Davison, J. (2014). "Visual rhetoric and the case of intellectual capital". Accounting, Organizations and Society, 39, 20-37.
- Febriana, Dwiga Ayuning. (2013). "Analisis Perbedaan Pengungkapan Intellectual Capital Berdasarkan Struktur Kepemilikan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI". Skripsi. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.
- Hopwood, A. G. (1994). "Accounting and everyday life: an introduction". Accounting, organizations and society. Vol. 19, No. 3, pp. 299-301.
- Hui, F & Rudkin, K. (2010). "An analysis of visual images and associated motifs in the annual reports of HSBC". Journal. Ikatana Akuntansi Indonesia. (2017). "Standar Akuntansi Keuangan". Salemba Empat: Jakarta.
- Judge, T. A. & Cable, D. M. (2004). "The effect of physical height on workplace success and income: Preliminary test of a theoretical model". Journal of Applied Psychology, 89(3), 428-441
- Kuasirikun, N. (2011). "The portrayal of gender in annual reports in Thailand". Critical Perspectives on Accounting, Vol. 22 No. 1, pp. 53-78.
- Panjaitan, Isma Dewi. (2013). "Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia". Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Preston, A. M. Wright, C & Young, J. J. (1996). "Imag(in)ing annual reports". Accounting, Organizations and Society. Vol. 21. No. 1. pp. 113-137.
- Quattrone, P. (2009). "Books to be practiced: Memory, the power of the visual, and the success of accounting". Accounting, Organizations and Society, 34, 85-118.

- Ramadhani, Atikah. (2015). *“Pemahaman Perusahaan Tentang Carbon Accounting Dalam Perspektif Semiotik”*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ronald-site. 2014. *“Pengertian dan Klasifikasi Bank, Sifat Industri perbankan, Fungsi dan Peranan Bank”*. Diambil dari [http:// Ronald-site.blogspot.co.id/](http://Ronald-site.blogspot.co.id/) 03 agustus 2017.
- Steenkamp, N. Hooks, J & Stewart, R. (2010). *“Interpreting pictorial messages of intellectual capital in company media”*. *Qualitative Research in Accounting & Management*. Vol. 7 (3). Pp.353-378.
- Suhardjanto, Djoko & M. Wardhani. (2010). *“Praktik Intellectual Capital Disclosure Perusahaan yang Terdaftar Di BEI”*. JAAI Vol. 14 No. 1
- Suhendah, Rousilita. (2010). *“Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas, Produktivitas, dan Penilaian Pasar pada Perusahaan yang Go Public Di Indonesia Pada Tahun 2005-2007”*. Jurnal. Universitas Tarumanegara.
- Soetedjo, Soegeng. SE & Safrina Mursida. SA. (2014). *“Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Perbankan”*. SNA 17 Mataram, Lombok Universitas Mataram.
- Ulum, ihyaul (2008). *“intellectual capital performance sector perbankan Indonesia”*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 10, No. 2. 77-84.
- Utomo, Sukarno Tri. (2011). *“Rasisme Dalam Pelaporan Akuntansi: (Analisis Atas Annual Report PT. Perusahaan Gas Negara, Tbk Dan PT. Aneka Tambang, Tbk Dalam Perspektif Teori Komunikasi Aksi Habermas)”*. Skripsi. Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Widarjo, Wahyu. (2011). *“Pengaruh Modal Intelektual dan Pengungkapan Modal Intelektual Pada Nilai Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering (IPO)”*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 8 (2), Hal 157-170.
- Widiyastuti, Yuni. (2012). *“Evolusi Dalam Pelaporan Keuangan Perusahaan: Analisis Semiotik Atas Integrated Reporting PT United Tractors TBK”*. Skripsi. Universitas Diponegoro.