



Analisis Isi Unsur *Environmental Social Governance* (ESG) Dalam Konten Iklan Youtube Grab Indonesia 2023

Lintang Bagas Pratama¹, Ratih Pandu Mustikasari²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: bagaspratama0821@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-09-07 Revised: 2024-10-27 Published: 2024-11-10 Keywords: ESG; Content Analysis; Advertising.	Grab, as one of the major technology companies in Southeast Asia, has demonstrated a strong commitment to implementing Environmental, Social, and Governance (ESG) principles in its operations. To educate and raise public awareness about the ESG initiatives it implements, Grab leverages the YouTube social media platform as a communication medium. YouTube was chosen because it is one of the mainstream social media platforms with a large audience. Through engagingly packaged video ads, Grab features various promotional and tutorial content with sustainability aspects. These contents provide information about the steps Grab is taking to contribute to sustainability efforts, packaged with ESG elements. The research method used is descriptive quantitative. The data analysis technique used is content analysis. The results of this study indicate that there are ESG elements in the content posted on the Grab Indonesia YouTube account during 2023. The results show that the dominant element was governance was represented by transparency and accountability.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-09-07 Direvisi: 2024-10-27 Dipublikasi: 2024-11-10 Kata kunci: ESG; Analisis Konten; Periklanan.	Grab, sebagai salah satu perusahaan teknologi besar di Asia Tenggara, telah menunjukkan komitmen kuat terhadap penerapan prinsip-prinsip Environmental, Social, and Governance (ESG) dalam operasionalnya. Dalam upaya untuk mendukung dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai inisiatif ESG yang diterapkannya, Grab memanfaatkan platform media sosial YouTube sebagai media komunikasi. Youtube dipilih karena merupakan salah satu media sosial mainstream yang memiliki audiens dengan jumlah yang besar. Melalui konten video iklan yang dikemas menarik, Grab menampilkan berbagai konten promosi dan tutorial yang memiliki aspek keberlanjutan. Konten-konten memiliki isi yang memberikan informasi mengenai langkah-langkah yang diambil Grab untuk ikut memiliki andil dalam upaya keberlanjutan yang dikemas dengan unsur ESG. Metode penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif deskriptif Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat unsur ESG dengan dalam postingan konten di akun Youtube Grab Indonesia selama 2023. Hasil menunjukkan bahwa, unsur ESG yang dominan adalah <i>Governance</i> yang didominasi oleh sub kategori akuntabilitas dan transparansi.

I. PENDAHULUAN

Media sosial adalah platform daring di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Bentuk-bentuk media sosial seperti blog, jejaring sosial, dan wiki sangat populer digunakan oleh masyarakat global. Maike (2020) berpandangan media sosial merupakan perpaduan antara komunikasi personal, di mana individu saling berbagi satu sama lain, dan media publik, yang memungkinkan interaksi, pertukaran informasi, serta kolaborasi online antar pengguna. Berbagai macam sosial media yang ada salah satu yang menjadi menarik perhatian adalah Youtube. Youtube dimanfaatkan sebagai media yang memiliki fokus dalam implementasi visual berupa video.

Youtube kemudian dimanfaatkan sebagai alat untuk berinteraksi sosial secara online seperti platform media sosial lainnya. Melalui Youtube pengguna dapat berkomunikasi, berinteraksi, berbagi informasi, menjalin hubungan, serta melakukan berbagai kegiatan lainnya. Youtube adalah salah satu media sosial yang cukup besar, dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnis suatu perusahaan. Tentunya media sosial seperti Youtube dapat menjadi perantara antara perusahaan dan konsumennya dalam mengomunikasikan produk yang dijualnya sekaligus profil yang dimiliki bisnisnya tersebut (Herdiyani, 2022). Youtube selain digunakan secara pribadi juga digunakan sebagai bisnis oleh perusahaan besar. Perusahaan besar menggunakan Youtube sebagai media untuk mengenalkan perusahaan kepada masyarakat luar dan calon

konsumen barang atau jasa perusahaan tersebut salah satunya adalah Grab Indonesia.

Penggunaan youtube yang sangat luas jangkauannya sebagai sosial media dimanfaatkan Grab untuk media pemasarannya. Grab memnfaatjan Youtube sebagai sarana untuk mendistribusikan pesan periklanan. Iklan yang dimiliki Grab dikumpulkan dalam akun youtube Grab Indonesia. Melalui iklan, Grab memiliki kesempatan untuk dapat mempresentasikan diri mereka sebagai agen perubahan yang bertanggung jawab dalam aspek keberlanjutan. Pentingnya iklan dalam membangun citra perusahaan tidak bisa diabaikan. Ketertarikan terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan telah meningkat secara signifikan. Faktor-faktor lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan menjadi fokus penting bagi perusahaan dan investor yang menginginkan dampak positif jangka panjang dan memperhitungkan ESG. Grab sebagai perusahaan yang peduli tentang keberlanjutan telah mencanangkan ESG pada tahun 2021 yang di umumkan oleh Anthony Tan selaku Group Chief Executive Officer and Co-Founder Grab. saat merilis laporan ESG pada tahun 2021.

ESG adalah singkatan dari *environmental*, *social* dan *governance*. ESG adalah strategi yang diterapkan perusahaan untuk menarik investor dengan memperhatikan operasional manajemen yang memperhatikan lingkungan dan sosial juga dikelola dengan tata kelola yang baik. ESG memiliki inti mengenai aspek keberlanjutan, yang pada saat ini biasa disebut dengan *sustainable investing*. *Sustainable Investing* merupakan salah satu investasi yang dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek. Hal Ini mendorong perusahaan untuk lebih berfokus pada cara mereka memperhitungkan ESG dalam operasi mereka. Namun, dengan peningkatan kesadaran masyarakat tentang ESG, muncul pula kekhawatiran tentang potensi *greenwashing* atau *ESG washing*, di mana perusahaan mungkin hanya menggunakan kata-kata tanpa tindakan nyata. Kemungkinan yang muncul dari paparan yang ada telah mulai dimanfaatkan oleh Grab.

Grab merupakan perusahaan yang menggunakan dan memanfaatkan media aplikasi untuk operasional dengan menyediakan layanan melalui sebuah program aplikasi yang mereka kembangkan. Aplikasi ini mendukung strategi perusahaan untuk bersaing di sektor transportasi, pengiriman barang, dan layanan pesan antar makanan, menjadikannya salah satu yang terbesar di Indonesia. Aplikasi Grab dirancang khusus untuk perangkat pintar seperti

smartphone. Sebelum menggunakan layanan Grab, pelanggan harus mengunduh dan memiliki aplikasinya terlebih dahulu. Grab dan dalam penelitian ini yaitu Grab Indonesia menggunakan media iklan untuk dapat memvisualisasikan komitmennya terhadap konsep keberlanjutan. Melalui beberapa kampanye iklan yang memiliki nilai-nilai keberlanjutan, Grab Indonesia ingin membangun citra perusahaan yang positif di mata konsumen. Oleh karena itu, penelitian kuantitatif tentang analisis isi konten iklan Grab Indonesia tahun 2023 di Youtube sangat penting dilakukan untuk memahami bagaimana konsep ESG diterapkan dalam iklan tersebut.

II. METODE PENELITIAN

Pada Penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah jenis penelitian analisis isi kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif ini adalah salah satu bentuk penelitian yang memiliki ciri-ciri yang jelas seperti keberlangsungan yang terencana dan terstruktur sejak tahap perencanaan hingga pembuatan desain penelitiannya. Eriyanto (2015) mengatakan analisis isi adalah suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak. Sistematis berarti bahwa prosedur yang digunakan untuk analisis diterapkan dengan cara yang sama pada semua isi yang akan dianalisis. Selain itu, kategori juga ditetapkan dengan cara yang sama sehingga isinya relevan. Dengan kata lain, sistematis berarti bahwa analisis dirancang untuk memperoleh data yang relevan dengan masalah penelitian yang telah dipilih terlebih dahulu.

Analisis data pada penelitian ini dilakukan menerapkan metode analisis isi, khususnya pada analisis isi deskriptif yang bertujuan merinci pesan atau teks secara mendetail. Pendekatan ini tidak ditujukan untuk menguji hipotesis atau hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis isi sebagai alat analisa yang digunakan untuk mencatat pesan atau konten yang terdapat dalam akun Youtube Grab Indonesia selama tahun 2023. lembar coding (*coding sheet*). Lembar coding sama dengan kuesioner dalam penelitian survey. Lembar coding memuat semua kategori, aspek yang ingin diketahui dalam analisis isi yang akan diisi oleh seorang *coder*.

Coder adalah individu yang bertanggung jawab untuk menganalisis data dengan mengidentifikasi, mengkategorikan, dan mengkode informasi yang relevan dari data mentah. Tugas utama seorang *coder* adalah untuk menerapkan

sistem kategori atau kode tertentu pada data yang diberikan, sesuai dengan tujuan penelitian pada penelitian ini adalah mahasiswa yang memiliki latar belakang berkecimpung di periklanan yaitu UKM Creating UPN Veteran Jatim, *coder* penelitian ini terdapat 3 orang yang bernama Neza Breliana dan Maulana Hierro dan Lintang Bagas Pratama.

Teknik analisis ini dilakukan dengan cara pengamatan pada konten video iklan yang terdapat pada akun Youtube Grab Indonesia selama 2023 dengan cara mengumpulkan data-data berdasarkan pengamatan pada konten yang dianggap terlihat memiliki unsur ESG, dengan menggunakan metode analisis isi yang digunakan dan dengan alat ukur untuk mencatat pesan yang terdapat dalam konten tersebut. Unit analisis yang akan di analisa sudah dikategorikan sesuai kategorinya, berikut kategori unsur ESG:

Tabel 1. Kategori Unsur ESG

No	Kategori	Sub Kategori
1	<i>Enviromental</i>	Efisiensi Energi
		Pengelolaan limbah
		Penggunaan Energi Terbarukan
2	<i>Social</i>	Kesejahteraan Karyawan
		Keterlibatan Komunitas lokal
		Keadilan dan Keanekaragaman
3	<i>Governance</i>	Kepemimpinan dan etika bisnis
		Pengendalian Risiko dan
		Kepatuhan Hukum
		Transparansi dan Akuntabilitas

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui unsur Pesan ESG pada iklan Grab Indonesia pada tahun 2023. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan salah satu teknik *probability sampling* yaitu *systematic sampling*. Teknik Probability Sampling memberikan setiap sampel kesempatan untuk unsur menjadi populasi yang terpilih. Dalam populasi tersebut dilakukan acak pada sampel pertama kemudian sampel selanjutnya diambil secara sistematis. Dalam penelitian ini, media yang dipilih adalah konten video iklan youtube grab Indonesia dari Januari 2023 sampai Desember 2023 yang berjumlah 59 video.

Pengisian *Coding Sheet* yang dilakukan oleh *Coder* bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat unsur ESG setelah *coder* melihat 59 postingan dalam postingan akun youtube Grab Indonesia selama tahun 2023. Jika terdapat unsur ESG dalam postingan tersebut, *coder* dapat mengisi logo checklist pada lembar *coding sheet*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas adalah tes yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran yang digunakan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian kuantitatif, sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya dapat mengungkapkan aspek yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Rumus menghitung reabilitas dengan menggunakan Formula R. Holsti sebagai berikut.

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

Dalam formula Holsti, angka reabilitas minimum yang dapat ditoleransi adalah 0,7 atau 70% yang artinya alat ukur itu benar-benar reliabel. Namun, jika hasil yang didapat kurang dari 0,7, maka alat ukur yang digunakan tidak dapat digunakan atau tidak reliabel.

Berdasarkan hasil pengamatan serta analisis yang telah dilakukan pada akun Youtube Grab Indonesia selama tahun 2023 terdapat sebanyak 59 postingan yang memiliki unsur ESG didalamnya. Berdasarkan metode analisis isi untuk mengukur apakah terdapat unsur ESG dalam postingan konten akun youtube Grab Indonesia, terdapat kesesuaian antara pemahaman yang dicanangkan mengenai unsur ESG dengan hasil penelitian yang dilakukan, kesesuaian dapat dilihat pengkodean yang dilakukan oleh *coder* dengan mendapatkan hasil yang terdiri dari gabungan tiga kategori diatas memiliki nilai CR (*Coefisiemt Reliability*) yang menunjukkan bahwa dapat dipercaya atau reliable, namun setiap kategori memiliki proporsi yang berbeda-beda. Hasil yang didapatkan terlihat rerata tingkat kesepakatan antar *coder* untuk kategori *Enviromental* yaitu sebesar 0,96. *coder* untuk kategori sosial yaitu sebesar 0,96. Dan untuk kategori *governance* yaitu sebesar 0,98.

Tabel 2. Frekuensi Sub Kategori ESG

No	Sub Kategori	Frekuensi	Presentase
1	Efisiensi Energi	9	15%
2	Pengelolaan limbah	0	0%
3	Penggunaan Energi Terbarukan	0	0%
4	Kesejahteraan Karyawan	11	19%
5	Keterlibatan Komunitas lokal	10	17%
6	Keadilan dan Keanekaragaman	8	14%
7	Kepemimpinan dan etika bisnis	3	5%
8	Pengendalian Risiko dan Kepatuhan Hukum	11	19%
9	Transparansi dan Akuntabilitas	24	41%

Perbedaan proporsi ini didukung data dari tabel yang menyimpulkan kategori governance atau tata kelola yang paling dominan dari tayangan postingan konten akun youtube grab indonesia selama 2023 adalah dari sub kategori transparansi dan akuntabilitas sebesar 41%, kemudian sub kategori kesejahteraan karyawan sebesar 19% dari kategori social (sosial) dan sub kategori pengendalian risiko dan kepatuhan hukum sebesar 19% dari kategori governance (tata kelola). kemudian untuk dari kategori environmental hanya memiliki 1 unsur dari sub kategori efisiensi energi sebesar 15%.

Data menunjukkan mengenai frekuensi di tiap sub kategori dari ESG pada konten iklan video di akun Grab Indonesia selama tahun 2023, berikut pembahasan mengenai hasil data yang sudah dijabarkan. Pada penelitian ini data yang sudah ada dianalisis menggunakan metode analisis isi unsur ESG pada postingan akun Grab Indonesia selama tahun 2023. Berdasarkan pengambilan data yang sudah dilakukan ditemukan bahwa konten yang berada pada postingan Akun Grab Indonesia memang memiliki unsur ESG dan penerapannya. Pengkategorian konten terbagi ke dalam tiga kategori environmental, social dan governance dalam penelitian ini memiliki batasan pada pengukuran unit analisis yang telah ditentukan sebelumnya. Temuan unsur di semua kategori ESG yaitu environment, social governance dalam postingan konten di akun Grab Indonesia menunjukkan adanya implementasi ESG dalam perusahaan Grab Indonesia.

2. Kategori Environmental

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa data kategori efisiensi energi yang ditemukan dalam 9 postingan konten iklan grab indonesia dengan presentase sebesar 15% dengan efisiensi operasional layanan seperti penggunaan maps untuk jalan tercepat, membuat beberapa penghentian diarah yang sama dan beberapa jasa dalam satu pemesanan.



Berdasarkan pada temuan unsur kategori *environmental* hanya satu dari 3 sub kategori yang memiliki unsur dalam postingan di akun Grab Indonesia Pada sub kategori efisiensi energi Penggunaan layanan Grab telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat bepergian, tidak hanya dari segi kenyamanan tetapi juga efisiensi energi. Grab telah memperkenalkan berbagai inisiatif untuk mengurangi konsumsi bahan bakar dan emisi karbon. Salah satu inisiatif tersebut adalah pengoptimalan rute melalui teknologi GPS canggih yang dimiliki Grab, yang memastikan pengemudi selalu menggunakan rute tercepat dan paling efisien untuk mencapai tujuan. Hal ini tidak hanya menghemat waktu, tetapi juga mengurangi konsumsi bahan bakar secara signifikan.

Salah satu contoh nyata penerapannya terdapat pada postingan yang berjudul "Skip Dramanya! Kirim Tak Gentar Pakai Grabexpress!" yang diposting pada tanggal 18 Feb 2023, didalam konten tersebut dijabarkan mengenai kebingungan calon kustomer yang akan mengirim paket, solusi yang diberikan dari layanan Grab yang bernama GrabExpress yang merupakan layanan pengiriman *on-demand* yang dapat dilacak dengan GPS secara langsung untuk membantu kustomer mengirim dokumen maupun barang lainnya. Dalam layanan tersebut dijelaskan efektifitas mengirim paket secara langsung dan dapat berhenti di beberapa titik lokasi sampai dengan 5 lokasi yang berbeda dalam sekali pengiriman, secara langsung yang dapat dipantau melalui GPS.

Pemanfaatan teknologi ini menjadi salah satu bentuk efisiensi energi. Hal ini memudahkan banyak hal dalam operasi perusahaan. Untuk mengatasi tantangan ini, teknologi canggih dapat dimanfaatkan (Zulfikar, 2023). Pembahasan mengenai efisiensi energi dalam kategori *environmental* sebenarnya masih bisa banyak dilakukan dalam operasional grab salah satu penerapan yang tidak dimunculkan menjadi salah satu contoh penerapan dari sub kategori penggunaan sumber energi terbarukan seperti yang terdapat dalam laporan tahunan ESG Grab yang menjelaskan bahwa Grab sudah membuat program Program penyewaan kendaraan listrik (EV) kami mendukung dekarbonisasi, sekaligus memberikan mitra pengemudi kami akses terhadap kendaraan yang terjangkau, yang pada gilirannya meningkatkan pasokan pengemudi Grab, namun program itu tidak

terlihat unsurnya dalam konten Grab Indonesia selama tahun 2023. Untuk sub kategori yang tidak dimunculkan sama sekali adalah pengolahan limbah yang memang tidak menjadi fokus dalam operasional Grab yang merupakan perusahaan berbasis teknologi.

3. Kategori Sosial

Hasil menunjukkan bahwa sub kategori Kesejahteraan Karyawan, yang ditemukan dalam 11 postingan konten iklan grab indonesia dengan presentase sebesar 19%, sub kategori Keterlibatan Komunitas lokal terdapat frekuensi sebesar 10 dan presentase sebesar 17% dan untuk sub kategori keadilan dan keanekaragaman frekuensi sebesar 8 dan presentasi sebesar 14%. Dari tabel 2 dapat dilihat untuk sub kategori yang memiliki frekuensi paling besar adalah Kesejahteraan Karyawan. Dari hasil yang didapatkan diketahui rerata tingkat kesepakatan antar *coder* untuk kategori sosial yaitu sebesar 0,96. Hal ini menunjukkan kesepakatan yang terlihat sangat baik diantara para *coder*, oleh karena itu kategori sosial ini sudah dianggap realible sebagai sebuah kategori penelitian.



Pada temuan unsur kategori social semua sub kategori yang memiliki unsur ESG dalam postingan di akun Grab Indonesia. Pada sub kategori kesejahteraan karyawan pada video yang ada pada postingan akun Grab Indonesia banyak adanya konten yang dibuat khusus untuk karyawan atau mitra Grab Indonesia seperti acara sosial dan kemudahan untuk administrasi atau bantuan kepada mitra. Banyak mitra yang dimiliki Grab menggantungkan hidupnya dengan bekerja sebagai mitra Grab, kemudahan dan bantuan yang diberikan Grab Indonesia sangat berdampak kepada mitra. Dampak program yang ada tidak hanya dirasakan oleh mitra atau karyawan yang bekerja di Grab, namun

juga berdampak pada komunitas lokal yang berada pada sub kategori selanjutnya, Keterlibatan Komunitas lokal pada perusahaan Grab Indonesia ditampilkan dengan banyaknya opsi jika kita sedang mencari hal yang sedang kita butuhkan, tidak jarang juga program dan promo yang ada pada aplikasi Grab Indonesia mengajak komunitas lokal terutama dalam program sosialnya.

Sub kategori keadilan dan keanekaragaman ditunjukkan dengan kerjasama dan bantuan yang tidak membeda bedakan. Individu yang terlihat di dalam konten akun Grab Indonesia yang diberikan kesempatan dari yang memiliki usia tua dan muda, laki laki dan perempuan, sehat atau sakit, dan dari berbagai macam latar belakang ekonomi. Salah satu contoh penerapannya ada pada postingan konten yang berjudul "Cerita Perjuangan Mitra | Pokoknya #Percaya Manfaatnya Nyata!". Pada postingan menjabarkan bagaimana keseharian mitra grab yang berkumpul di pos dan bercengkrama dengan penjual dan sedang membicarakan pinjaman untuk kebutuhan keluarganya, kemudian dari pihak Grab ternyata ada pinjaman yang tidak mengganggu pemasukan harian tapi dengan cara memotong insentif, dengan cara demikian mitra tidak akan terbebani. Penjelasan yang dinarasikan juga sangat jelas, selain pinjaman yang bernama grab modal julo, ada juga program grab benefit dan sahabat grab bike pro+ yang memiliki masing masing benefit untuk mitra Grab, ini menunjukkan Grab sebagai perusahaan tidak meninggalkan aspek yang memiliki kategori sosial dalam penggunaan ESG sebagai salah satu strategi dalam operasional perusahaan. Menurut Siahaan (2022), pelaksanaan tanggung jawab sosial sangat penting bagi setiap perusahaan. Dengan melaksanakan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat membangun kepercayaan, memenuhi kebutuhan, memperkuat komunikasi dengan pemangku kepentingan, mengurangi risiko, meningkatkan reputasi, dan mendukung keberlanjutan internal.

4. Kategori Governance

Hasil menunjukkan bahwa sub kategori Kepemimpinan dan etika bisnis, yang ditemukan dalam 3 postingan konten iklan grab indonesia dengan presentase sebesar 5%, sub kategori Pengendalian Risiko dan Kepatuhan Hukum terdapat frekuensi sebesar 11 dan presentase sebesar 19% dan untuk

sub Transparansi dan Akuntabilitas frekuensi sebesar 24 dan presentasi sebesar 40%. Dari tabel 2 dapat dilihat untuk frekuensi yang paling besar dimiliki oleh Transparansi dan Akuntabilitas. Dari hasil yang didapatkan terlihat rata-rata tingkat kesepakatan antar *coder* untuk kategori *governance* yaitu sebesar 0,98. Hal ini menunjukkan nilai kesepakatan sangat baik diantara para *coder* Jadi, kategori *governance* ini sudah dianggap *realible* sebagai sebuah kategori penelitian.

Pada temuan unsur kategori terakhir yaitu *governance* (tata kelola) semua sub kategori juga memiliki unsur ESG dalam postingan di akun Grab Indonesia Pada sub kategori Kepemimpinan dan etika bisnis dalam konten iklan akun Grab Indonesia lebih dominan dengan dengan cara memilih langkah untuk pengembangan sektor bisnis yang dijalani Grab Indonesia. Pada sub kategori Pengendalian Risiko dan Kepatuhan Hukum dalam akun Grab Indonesia dalam pilihan untuk kepastian dari program yang dijanjikan kepada calon pengguna jasa Grab Indonesia, adanya garansi dari program yang dilakukan juga dijelaskan dengan adanya resiko yang bisa saja terjadi dari program tersebut.



Pada sub kategori Transparansi dan Akuntabilitas postingan Grab Indonesia banyak yang menjelaskan program, diskon, voucher hingga event yang akan dan sudah dilakukan oleh Grab Indonesia dengan Transparansi yang baik dalam menyediakan layanannya. Dari saat pengguna membuka aplikasi hingga mereka mencapai tujuan, Grab memastikan bahwa setiap tahap perjalanan didokumentasikan dengan jelas dan informasinya mudah diakses. Ketika seorang pengguna memesan layanan Grab memungkinkan pengguna untuk membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang jelas

dan terbuka. Salah satu penerapan dari kategori *governance* ada pada postingan yang bernama "Grab Business Forum Recap 2023". Pada postingan konten tersebut dijabarkan bahwa Grab menggelar forum yang mengundang perusahaan mengajak pembuat kebijakan, pemangku kepentingan, dan perusahaan di Indonesia untuk menentukan strategi dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi global 2023. Konten tersebut membuktikan Grab memiliki Pemimpin yang peduli akan bisnisnya dan mau untuk bertukar pikiran dan sangat transparan dalam melakukan operasional bisnisnya. Konsep *governance* dapat berjalan dengan baik jika perusahaan telah memenuhi mekanisme tata kelola (Ermawati, 2023). Forum tersebut dilaksanakan juga agar meminimalisir resiko yang akan terjadi karena ketidakpastian ekonomi di tahun 2023. Pada forum tersebut juga dihadiri petinggi Grab yaitu Neneng Goenadi selaku Country Managing Director of Grab Indonesia. Tata kelola perusahaan yang baik akan bermanfaat untuk perusahaan itu dalam pencarian investor. Kecenderungan perilaku investor untuk memilih indeks investasi hijau dengan penerapan sistem tata kelola perusahaan yang baik berdampak pada kepercayaan terhadap perusahaan ESG (Putra, 2019).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa postingan konten Grab Indonesia selama 2023 memiliki unsur ESG yang berupa kategori *enviromental* (lingkungan), *social* (sosial) dan *governance* (tata kelola), unsur yang terlihat berupa adegan dan element pendukung yang ditunjukkan dalam postingan tersebut. Dalam postingan konten di akun Youtube Grab Indonesia selama 2023 yang paling dominan adalah *governance* dengan sub kategori transparant dan akuntability, kemudian dari kategori social yaitu dari sub kategori kesejahteraan karyawan dan yang terakhir dan paling sedikit berasal dari kategori *Enviromental*, sub kategori, efisiensi energi.

B. Saran

Dari kesimpulan yang ada di poin 5.1 peneliti ingin memberikan beberapa saran untuk yang akan melakukan penelitian dengan tema atau subjek yang sama dan perusahaan yang menerapkan ESG. Bagi

peneliti yang ingin meneliti perusahaan Grab dengan tema ESG disarankan menggunakan rentang jaak penelitian yang lebih jauh, seperti sejak dimulainya pengaplikasian eSG dalam perusahaan Grab, agar lebih dapat mengambil rangkuman dan pencapaian yang sudah dilakukan oleh Grab. Penggunaan ESG dalam suatu perusahaan sangat berpengaruh dalam operasional perusahaan karena banyaknya stakeholder terutama di Indonesia yang mengharuskan kewajiban perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan seperti program CSR untuk dilaksanakan, terutama didokumentasikan dengan sosial media yang merangkum semua kegiatan yang berbasis dan memperhatikan ESG.

DAFTAR RUJUKAN

- Arwana, (2020). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal edukasi nonformal*. 3 (2)
- Broadstock, D. C., Chan, K., Cheng, L. T. W., & Wang, X. (2021). *The Role Of Esg Jurnal Akuntansi Integratif*, April 2023, Vol. 9, No.1, Hal 1-18 16
- Eriyanto, (2015). Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya-Eriyanto. Jakarta
- Ermawati, nanik., Yanuar Nugroho, Novrys Suhardianto (2023). Pelaporan Environment Social Governance (ESG) Dari Sudut Pandang Filsafat Jawa Berdimensi "Hamemayu Hayuning Bawana. *Jurnal Akuntansi Integratif*. 9 (1),
- Herdiyani., Sankist (2022) Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 18(2)
- Husada, E. V., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2019). *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 122-144.
- Monica, (2022). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 5 (1)
- Siahaan, Matdio., (2022). Dampak Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial terhadap Masyarakat, Lingkungan dan Pemerintah (Impact of Implementation of Social Responsibility on Society, Environment and Government). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*,1(2),113-125
- Putra, (2019). Analisis Perbandingan Profitability, Effective Governance And Firm Market Value Pada Perusahaan Esg/Sri (Studi Empiris Perusahaan Besar Di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 4 (4) 753-772
- Zulfikar, Hendra., (2023) Peningkatan Efisiensi Operasional Pergudangan Melalui Teknologi Canggih. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 9 (16), 393-402