

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis dan mengetahui secara mendalam fenomena narsisme *narrative text* dalam laporan tahunan melalui studi kasus pada PT Merdeka Copper Gold Tbk. yang memiliki kegiatan operasional usaha proyek Tumpang Pitu Banyuwangi. Selain itu, sebuah fenomena menarik untuk mengetahui bagaimana dan mengapa perusahaan menggunakan narsisme *narrative text* karena PT Merdeka Copper Gold Tbk. merupakan perusahaan pertambangan pertama di Indonesia yang belum berproduksi akan tetapi telah berhasil mencatatkan saham perdananya pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer berupa transkrip wawancara sedangkan data sekunder berupa *annual report* PT Merdeka Copper Gold Tbk tahun 2015 – 2016 yang dianalisis menggunakan analisis semiotik. Pada penelitian ini analisis semiotik digunakan untuk menginterpretasikan makna dalam laporan tahunan. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi partisipatif pasif, wawancara, dokumentasi, dan penelusuran data *online*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Merdeka Copper Gold Tbk. menggunakan narsisme *narrative text* yang mempersuasikan *narrative text* kepada *stakeholders* melalui kinerja positif terutama dalam pengungkapan CSR dengan penyampaian kalimat-kalimat bersifat hiperbola (berlebihan) pada laporan tahunan. Hal tersebut digunakan perusahaan sebagai *communicative action* manajemen, memperoleh legitimasi, dan membentuk *image* yang positif dari *stakeholders*.

Kata Kunci: Narsisme, *Narrative Text*, Pengungkapan CSR, Laporan Tahunan, Semiotik.