

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Daftar Penghargaan Sustainability Unilever Indonesia tahun 2019.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Logo Unilever Indonesia.....	51
Gambar 4.2 Halaman utama official website www.unilever.co.id.....	52
Gambar 4.3 Tampilan menu “Tentang kami”.....	53
Gambar 4.4 Tampilan menu “ <i>Brand</i> kami”.....	54
Gambar 4.5 Tampilan menu “Kehidupan Berkelanjutan”.....	55
Gambar 4.6 Tampilan Menu “Berita dan Media”.....	55
Gambar 4.7 Tampilan menu”Karir”.....	56
Gambar 4.8 Tampilan menu “Investor”.....	57
Gambar 4.9 Tampilan Sub Menu Setiap U Beri Kebaikan.....	57
Gambar 4.10 Tampilan Sub Menu Setiap U Beri Kebaikan.....	58
Gambar. 4.11 Tampilan <i>Hyperlink Sustainability Report</i> .....	59
Gambar 4.12 Tampilan <i>Sustainability Report 2019 Download</i> Bagian Penghargaan .....	59
Gambar 4.13 Tampilan Sub Menu #UnileverUntukIndonesia.....	60
Gambar 4.14 Tampilan Sub Menu Bertujuan Mulia.....	61
Gambar 4.15 Tampilan Sub Menu Prakarsa Keberlanjutan.....	62
Gambar 4.16 Tampilan Sub Menu Yayasan Unilever Indonesia.....	62
Gambar 4.17 Tampilan Sub Menu Berita dan Media.....	63
Gambar 4.18 Tampilan Sub Menu Publikasi Perusahaan.....	64
Gambar 4.19 Tampilan <i>Sustainability Report Brand With Purpose</i> .....	65
Gambar 4.20 Tampilan <i>Sustainability Report</i> Keberagaman dan Keinklusifan.....	66
Gambar 4.21 Tampilan <i>Sustainability Report</i> Perolehan Bahan Baku Berkelanjutan .....	67
Gambar 4.22 Tampilan <i>Sustainability Report</i> Ikhtisar Keberlanjutan.....	68
Gambar 4.23 <i>Sustainability Report</i> Ikhtisar Keberlanjutan Planet.....	69
Gambar 4.24 Tampilan <i>Sustainability Report</i> Kerja sama dengan Tujuan Mulia....	70
Gambar 4.25 <i>Sitemap Official Website</i> Unilever Indonesia pada Isu Terkait CSR...88	

Gambar 4.26 Analisis Isi Pesan Pelaporan Keberlanjutan GRI Konsep Teori Pengungkapan Umum GRI 102 GSBB 2016.....	100
Gambar 4.27 Analisis Penyajian Isu CSR Konsep Teori Harmoni 2009: B59.....	101