

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan jejaring sosial berbasis teknologi web dalam kurun waktu lima tahun terakhir ini sangat pesat. Dengan disediakannya aplikasi-aplikasi yang menarik dan lengkap membuat jumlah anggota yang bergabung dengan situs jejaring sosial bertambah dari waktu ke waktu, baik dari kalangan pelajar sampai para akuntan sebagian besar memiliki akun jejaring sosial. Maraknya penggunaan jejaring sosial tersebut membuat beberapa orang mudah berbagi informasi satu sama lain. Terlebih didukung dengan berkembangnya *smartphone* yang membuat akun jejaring sosial tersebut lebih mudah untuk diakses.

Pengguna situs jejaring sosial terbanyak saat ini adalah di negara Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan pengguna jejaring sosial di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Menurut data statistik, jumlah pengguna jejaring sosial di Indonesia telah masuk 10 besar jumlah pengguna terbesar di dunia. Indonesia bertengger di peringkat tujuh. Data pengguna jejaring sosial dilihat dari profesi dan pekerjaan juga menunjukkan bahwa profesi akuntan dan pengelola keuangan pada prosentase 4% dari pengguna jejaring sosial yang ada. (Facebook.com; *industries where people work based on self reported data on facebook*)

Perkembangan jejaring sosial tersebut menimbulkan beberapa permasalahan dalam kehidupan sosial. Foulger et al (2009) Dalam Sibarani (2010)

menyatakan tidak adanya batasan privasi yang jelas dan adanya permasalahan terkait dengan etika dalam menggunakan situs jejaring sosial. Hal tersebut dapat kita buktikan dari munculnya kasus-kasus yang disebabkan mempublikasikan informasi mengenai aktivitas dan apa yang sedang pengguna jejaring sosial pikirkan saat itu, seperti pemberhentian karyawan dikarenakan pengungkapan informasi yang menurut beberapa pihak adalah tidak etis.

Peristiwa tersebut dapat terjadi pada siapa saja pengguna situs jejaring sosial, termasuk para akuntan di Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa para akuntan di Indonesia banyak yang telah menjadi anggota jejaring sosial bahkan Ikatan Akuntan Indonesia banyak yang telah menjadi anggota jejaring sosial ini. Hal ini ditunjukkan dengan adanya suatu forum komunikasi Ikatan Akuntan Indonesia di salah satu jejaring sosial. Forum tersebut sering aktif digunakan sebagai media komunikasi antar sesama anggota dan untuk memberikan informasi-informasi mengenai peristiwa terkini terkait dengan kegiatan anggota.

Penting bagi para akuntan untuk lebih membatasi pengungkapan informasi mereka ketika menggunakan jejaring sosial dan lebih memahami apa yang pantas dipublikasikan terkait dengan etika mempublikasi suatu informasi (Hamzani, 2013).

Dalam *code of professional conduct* AICPA section 301 menyatakan bahwa akuntan harus dapat menjaga rahasia kliennya atau dengan kata lain tidak memberitahukan informasi apapun mengenai klien kepada siapapun tanpa seijin klien atau karena permintaan hukum. Seorang akuntan dapat dengan tidak sadar mengungkapkan informasi mengenai klien di situs jejaring sosial. Hal tersebut

dapat menghasilkan persepsian yang berbeda dari pengguna situs jejaring sosial lainnya dan akhirnya berpengaruh terhadap status karirnya. Untuk itu diperlukan adanya pengendalian diri (*self-control*) atas informasi yang diungkapkan dalam situs jejaring sosial berbasis online. Dengan adanya pengendalian diri atas informasi dalam jejaring sosial maka kasus-kasus tersebut dapat diminimalisir. (Sibarani, 2010).

Akuntan terikat dengan kode etik dalam menjalankan profesinya. Penting bagi akuntan untuk menggunakan fasilitas *privacy setting* dalam situs jejaring sosialnya. Menurut Santor dalam Hamzani (2013), fasilitas *privacy setting* pada jejaring sosial dapat membantu penggunanya dalam mengontrol bagaimana seseorang pengguna berbagi informasi dalam situs jejaring sosial tersebut. Seorang pengguna dapat berbagi informasi dengan yang lain, teman dari teman, atau hanya teman. Dengan fasilitas *privacy setting* dapat dilakukan pengaturan informasi yang dibagikan hanya dapat dilihat oleh orang-orang tertentu, misalnya membatasi hanya teman-teman tertentu yang dapat melihat, sedangkan rekan bisnis dapat melihat hanya beberapa atau bahkan tidak bisa melihatnya.

Dengan menggunakan *privacy setting* ketika akan menggunakan situs jejaring sosial, maka akan menunjukkan konsekuensi buruk dari pengungkapan informasi yang terlalu detail dalam akun situs jejaring sosial pengguna. Semakin banyak akuntan menggunakan fasilitas *privacy setting* dalam akun situs jejaring sosial mereka akan semakin tinggi pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs tersebut.

Kebutuhan akan popularitas juga mempengaruhi pengendalian diri seseorang dalam menggunakan dan mengungkapkan informasi pada jejaring sosial. Kebutuhan akan popularitas akan membuat seseorang atau individu rela untuk bergabung dengan situs jejaring sosial. Kebutuhan akan popularitas berhubungan dengan keinginan remaja untuk menjadi bagian dari suatu kelompok sehingga bukan hal yang mengejutkan jika seseorang berkeinginan untuk menggunakan situs jejaring sosial sebagai sarana memenuhi kebutuhan mereka akan popularitas (Gangadharbatla, 2008 dalam Sibarani, 2010)

Selain *privacy setting* dan kebutuhan akan popularitas, ada faktor lain yang mempengaruhi pengendalian diri seseorang dalam menggunakan jejaring sosial yaitu *self-esteem*. Dalam teori Coopersmith (1967:5) berpendapat bahwa *self-esteem* adalah penilaian pribadi yang dilakukan individu mengenai perasaan berharga atau berarti dalam sikap-sikap individu terhadap dirinya. *Self-esteem* merupakan salah satu aspek yang menentukan keberhasilan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya (Wikipedia, 2014).

Gangadharbatla (2008) dalam Sibarani (2010) menunjukkan terdapat pengaruh positif antara *self-esteem* dengan keinginan seseorang atau individu untuk ikut dalam situs jejaring sosial. Individu yang memiliki *self-esteem* yang tinggi akan menjaga opini positif mengenai diri mereka dengan cara mengendalikan informasi yang dipublikasikan di halaman jejaring sosial karena individu tersebut ingin terlihat bernilai dimata orang lain.

Berdasarkan fenomena tersebut maka penulis berpendapat bahwa penting bagi akuntan untuk menyadari konsekuensi dari pengendalian diri yang rendah

terkait dengan pengungkapan informasi yang cukup detail dalam profil jejaring sosial. Agar dapat membantu pengguna jejaring sosial menyadari konsekuensi dari penggunaan situs jejaring sosial maka penulis menggunakan model yang digunakan oleh Higgins et al. (2008) dengan cara meminta responden untuk mengidentifikasi konsekuensi dari penggunaan jejaring sosial yang mengindikasikan tingkat pengendalian diri akuntan. Ketika mereka telah menyadari konsekuensi dari penggunaan jejaring sosial maka mereka akan menyadari ada resiko akibat penggunaan jejaring sosial jika pengungkapan informasi dalam situs jejaring sosial tersebut terlalu detail.

Akhirnya mereka tidak akan berfikir instan lagi dalam mengungkapkan informasi di profil jejaring sosial melainkan berfikir untuk konsekuensi jangka panjang ketika akan mengungkapkan suatu informasi di profil jejaring sosial mereka. Pengendalian diri atas informasi yang diungkapkan oleh seseorang dalam jejaring sosial, menurut Christofides et al., (2009) dipengaruhi oleh *privacy setting*, kebutuhannya akan popularitas dan *self esteem*.

Dari beberapa permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Privacy Setting*, Kebutuhan akan Popularitas, dan *Self-Esteem* terhadap Pengendalian Diri Akuntan Melalui Resiko Persepsi Akuntan dalam Situs Jejaring Sosial”.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *privacy setting*, kebutuhan akan popularitas, dan tingkat *self-esteem* berpengaruh terhadap resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial?
2. Apakah resiko persepsi berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial?
3. Apakah *privacy setting*, kebutuhan akan popularitas, dan tingkat *self-esteem* berpengaruh terhadap tingkat pengendalian diri akuntan melalui resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Membuktikan secara empiris pengaruh *privacy setting*, kebutuhan akan popularitas, dan tingkat *self-esteem* terhadap resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial
2. Membuktikan secara empiris pengaruh resiko perespsi terhadap tingkat pengendalian diri akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial
3. Membuktikan secara empiris pengaruh *privacy setting*, kebutuhan akan popularitas, dan tingkat *self-esteem* terhadap tingkat pengendalian diri akuntan melalui resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris bagi para akademis mengenai pengaruh *privacy setting*, kebutuhan akan popularitas dan *self esteem* terhadap pengendalian diri akuntan melalui resiko persepsi akuntan dalam menggunakan situs jejaring sosial.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi, informasi, dan bukti empiris khususnya tentang pengaruh *privacy setting*, kebutuhan akan popularitas dan *self esteem* terhadap pengendalian diri akuntan melalui resiko persepsi akuntan dalam menggunakan situs jejaring sosial.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi akuntan

Penelitian ini bermanfaat bagi akuntan agar lebih berhati-hati dalam menggunakan jejaring sosial dan dapat mengendalikan diri ketika mengungkapkan beberapa informasi terkait dengan profesinya dalam situs jejaring sosial.

b. Bagi peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti, terutama yang terkait dengan masalah dalam penelitian ini, serta sebagai wadah dalam rangka menerapkan teori yang telah dipelajari.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian dapat memberikan bukti empiris tentang konfirmasi konsistensi tentang penelitian sebelumnya dan sebagai referensi penelitian

di bidang akuntansi khususnya bidang sistem informasi keperilakuan di masa yang akan datang.

1.5 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini membandingkan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Fariz Hamzani (Universitas Dionegoro) yang menunjukkan bahwa kebutuhan akan popularitas tidak berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan sedangkan tingkat kepercayaan dan *self-esteem* berpengaruh terhadap pengendalian diri ketika mahasiswa akuntansi menggunakan situs jejaring sosial.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Cindy Mintauli Boru Sibrani, menunjukkan bahwa hasil analisis menunjukkan pengendalian diri akuntan berpengaruh terhadap an akuntan.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh tim peneliti dari *University Of Guelph* (Canada), untuk mengetahui pengaruh fasilitas *privacy setting* terhadap pengendalian diri akuntan dalam situs jejaring sosial yang mereka gunakan. Variabel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *privacy setting* dan pengendalian diri akuntan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *privacy setting* mempengaruhi pengendalian diri akuntan dalam menggunakan jejaring sosial.

Penelitian ini ingin menguji secara empiris bagaimana pengaruh ketiga faktor yang mempengaruhi pengendalian diri akuntan melalui akuntan dalam situs jejaring sosial dengan menambahkan variable *privacy setting*.