

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh Sibarani (2010) dengan judul pengaruh kebutuhan akan popularitas, tingkat kepercayaan, dan *self-esteem* terhadap pengendalian diri akuntan dan pengaruhnya kepada kekhawatiran persepsian melalui resiko persepsian akuntan dalam situs jejaring sosial. Tujuan penelitian ini adalah menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengendalian diri akuntan dan pengaruhnya kepada kekhawatiran persepsian melalui resiko persepsian akuntan dalam situs jejaring sosial. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah akuntan internal, eksternal dan pendidik di Indonesia yang terdaftar sebagai anggota *facebook* dengan jumlah sebanyak 90 sampel. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur) dengan menggunakan aplikasi Partial Least Square (PLS) Versi 2.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kebutuhan akan popularitas tidak mempengaruhi pengendalian diri. Hal ini dikarenakan jejaring sosial merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan akan popularitas para remaja bukan orang dewasa dan popularitas merupakan kunci utama dalam hidup seseorang khususnya para remaja (Santor et al., 2000). Sedangkan dalam penelitian ini sampel merupakan orang dewasa yang telah bekerja pada suatu institusi bukan para remaja yang masih menginginkan untuk menjadi bagian dan populer dalam kelompok sosial. Sedangkan, tingkat

kepercayaan dan *self-esteem* mempengaruhi pengendalian diri, serta pengendalian diri mempengaruhi tingkat kekhawatiran dan dimediasi oleh resiko persepsian.

Penelitian yang dilakukan oleh Hamzani (2013) dengan judul anteseden dan konsekuensi pengendalian diri mahasiswa akuntansi dalam menggunakan jejaring sosial *facebook*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat kebutuhan akan popularitas, tingkat kepercayaan dan *self-esteem* terhadap tingkat pengendalian diri mahasiswa akuntansi sebagai calon akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial dan menguji tingkat pengendalian diri terhadap resiko persepsi mahasiswa akuntansi sebagai calon akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa pendidikan strata 1 akuntansi sejumlah 106 responden. Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Data dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan program SmartPLS 2.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan akan popularitas tidak mempengaruhi pengendalian diri. Hal ini terjadi karena rata-rata mahasiswa UNDIP telah berusia rata-rata lebih dari 18 tahun. Pada usia 18 tahun, mahasiswa sudah cukup dewasa untuk mengambil sebuah keputusan. Sedangkan tingkat kepercayaan dan *self-esteem* mempengaruhi pengendalian diri ketika mahasiswa akuntansi menggunakan situs jejaring sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Gangadharbatla (2008) dengan judul *collective self-esteem, need to belong, and internet self-efficacy as predictors of the igeneration's attitudes toward social networking sites*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kebutuhan akan popularitas dan *self-esteem* terhadap

sikap sosial mahasiswa dalam menggunakan situs berbasis *online*. Penelitian ini menggunakan 237 responden dari mahasiswa jurusan akuntansi dari *southwestern university* Australia sebagai sampel dengan menggunakan alat uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan popularitas dan *self-esteem* dapat memicu seseorang untuk menggunakan situs jejaring sosial.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 *Self Control Theory***

Menurut kamus psikologi *self control* sebagai kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan untuk menekan, merintangikan implus-implus atau tingkah laku implusif.

Teori pengendalian diri diambil dari *General Theory of Crime* milik Gottfredson and Hirschi (1990) yang saat ini dikenal dengan *Self Control Theory*, yang menjelaskan bahwa individu dengan tingkat pengendalian diri yang rendah adalah suka mengikuti kata hati, tidak sensitif, *self-centered*, *risk taker*, dan suka bertindak physical, simpel dan mudah. Individu dengan pengendalian yang rendah akan sulit untuk mengidentifikasi konsekuensi dari tindakan mereka.

Menurut Fox dan Calknis (2003) dalam Hamzani (2013), *self control* dipengaruhi oleh beberapa faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik yang mempengaruhi *self control* adalah tempramen. Semakin tinggi tempramen seseorang, maka akan semakin buruk kemampuan *self control* seseorang. Perhatian yang didapat semasa kecil juga mempengaruhi *self control*. Anak-anak yang mendapatkan perhatian yang tinggi akan memiliki *self control* yang baik

ketika mereka tumbuh dewasa. Kemampuan *self-control* seseorang yang baik juga bisa diperoleh seseorang dengan cara menghadapkan diri pada situasi yang mengharuskan seseorang untuk bisa mengendalikan diri. Hal ini akan membuat orang tersebut terbiasa untuk mengendalikan diri. Sedangkan faktor ekstrinsik yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan pengendalian diri adalah lingkungan dan kebudayaan. Individu yang tinggal ilingkungan yang baik memiliki *self-control* yang baik pula dan sebaliknya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Higgins (2007), pengendalian diri yang rendah dapat mempengaruhi perilaku individu. Dalam hal ini khususnya perilaku dalam menggunakan jejaring sosial. Jika seseorang tidak memiliki sikap pengendalian diri dalam menggunakan situs jejaring sosial, maka individu tersebut cenderung akan mengunggah informasi yang tidak layak untuk dipublikasikan.

Menurut Marshal dan Enzmann (2012) seseorang dengan pengendalian diri yang rendah terbentuk oleh enam sifat, yaitu implusifitas, kekerasan hati, kecerobohan, kecenderungan memilih aktivitas fisik untuk menyelesaikan masalah daripada berorganisasi, egois dan temperamental. Patermoster dan Banchman (2010) mengatakan bahwa *self control* merupakan “sifat laten” yang cenderung menghindari dampak jangka panjang. Individu yang memiliki pengendalian diri yang rendah jarang berfikir panjang dalam mengambil sebuah tindakan. Begitu pula individu dengan *sef control* rendah ketika menggunakan jejaring sosial, mereka cenderung tidak berfikir panjang atas tindakan yang mereka lakukan seperti bercerita tentang masalahnya pada akun jejaring sosial.

Padahal, itu adalah masalah pekerjaan yang sebenarnya tidak pantas dipublikasikan dan melanggar kode etik.

Menurut Mulyadi (2009), dalam sebuah perusahaan akuntan bertugas untuk menyajikan laporan keuangan yang nantinya akan dipakai untuk kepentingan manajemen. Laporan keuangan biasanya digunakan oleh manajemen untuk mengetahui hasil usaha atau posisi keuangan perusahaannya. Karena itu, akuntan memegang peranan penting terhadap kelangsungan perusahaan. Tanpa akuntan, perusahaan akan berjalan tanpa arah, hasil kinerja manajemen tidak terukur dan bahkan sia-sia.

Menurut Hamzani (2013), baik akuntan publik maupun akuntan yang bekerja di perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada perusahaan saja tetapi juga pada pihak luar yaitu investor, kreditor, pemerintah dan lain-lain. Pada manajemen, akuntan bertanggung jawab untuk menginformasikan kinerja perusahaan, dan keadaan perusahaan sehingga informasi ini bisa dipakai pihak manajemen untuk mengambil keputusan.

Akuntan sebagai penyedia informasi tentunya memiliki banyak informasi penting tentang perusahaan atau kliennya. Informasi ini bisa berupa strategi perusahaan, kebijakan yang diambil atau bahkan aib perusahaan. Informasi ini sifatnya sangat rahasia dan tidak boleh sembarang pihak mengetahui rahasia perusahaan. Informasi rahasia perusahaan yang tersebar akan sangat merugikan perusahaan tersebut.

Untuk menjaga rahasia perusahaan agar tetap aman, akuntan memerlukan pengendalian diri khususnya ketika menggunakan jejaring sosial. Tidak jarang

seseorang secara tidak sengaja “curhat” tentang pekerjaannya dan dalam curhatnya orang tersebut mengungkapkan informasi tentang perusahaan tempat ia bekerja. Apabila seorang akuntan melakukan hal itu, bukan hanya merugikan profesi akuntan tetapi juga merugikan perusahaan dan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya.

Menurut Sibarani (2010), para akuntan harus mampu menyimpan informasi dan mampu mengendalikan diri untuk tidak meyebarakan informasi tersebut dengan alasan apapun secara sengaja maupun tidak. Akuntan dan pengguna situs jejaring sosial lain harus mengetahui konsekuensi buruk dari pengungkapan suatu informasi pada akun jejaring sosial yang akhirnya membuat mereka khawatir untuk mengungkapkan informasi yang terlalu detail dalam profil situs jejaring sosial.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat diketahui bahwa *self-control* bukan sebagai sifat seseorang tetapi sebagai kemampuan untuk mempertimbangkan terjadinya sebuah perkara tertentu dari sebuah tindakan. *Self-control* bukan sebuah sifat personal melainkan sebagai kecenderungan untuk mempertimbangkan dampak-dampak tertentu dalam sebuah tindakan. Atas pandangan ini, *self-control* merupakan seperangkat tindakan pencegahan yang individu bawa kemanapun mereka pergi sehingga setiap individu berpotensi memiliki *self-control*.

### **2.2.2 Privacy Setting**

*Privacy* adalah kemampuan seseorang dalam mengatur informasi mengenai dirinya sendiri. Hak dari masing-masing orang untuk menentukan sendiri bagaimana dan kapan, bagaimana dan untuk apa penggunaan informasi mengenai

diri mereka dalam hal berhubungan dengan individu lain dalam hal ini *privacy* dalam situs jejaring sosial (Wikipedia, 2014).

Menurut Santor dalam Hamzani (2013), fasilitas *privacy setting* pada *facebook* 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.

Menurut Sandra Petronio, *privacy setting* membahas tekanan antara keterbukaan dan rahasia pribadi, antara sesuatu yang bersifat publik dan rahasia dalam hubungan, dalam hal ini adalah ketika menggunakan situs jejaring sosial

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 maka semakin tinggi pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs tersebut.

### **2.2.3 Kebutuhan akan Popularitas**

Menurut Sibarani (2010), popularitas merupakan tingkat keterkenalan seseorang dimata publik. Kebutuhan popularitas adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pengguna situs jejaring sosial. Kebutuhan akan popularitas timbul karena

individu ingin menjadi bagian dari sebuah kelompok. Individu tersebut cenderung melakukan apa saja termasuk bergabung pada situs jejaring sosial dan mengunggah informasi tertentu yang membuatnya populer tanpa mempertimbangkan konsekuensinya.

Teori tentang kebutuhan dikembangkan oleh Abraham Maslow membagi kebutuhan kedalam lima hierarki yaitu: kebutuhan fisiologis seperti makan dan minum, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan diri, dan kebutuhan aktualisasi diri (kepuasan diri). Teori ini menjelaskan bahwa masing-masing individu mempunyai beranekaragam kebutuhan yang dapat mempengaruhi perilaku mereka. Ketika kebutuhan fisiologis, keamanan, dan cinta terpenuhi maka kekuatan motivasi individu akan melemah dan diganti dengan motivasi penghargaan diri. Sebelum mencari kebutuhan aktualisasi diri, individu akan mencari penghargaan diri yang didapatkan dari diri sendiri dan orang lain. Pada tahap ini, individu membutuhkan pengakuan akan dirinya oleh orang lain seperti kehormatan, kebanggaan, popularitas. Untuk mendapatkan popularitas banyak cara yang bisa dilakukan, salah satunya dengan bergabung pada situs jejaring sosial.

#### **2.2.4 *Self-Esteem***

Stuart dan Sundeen (1991), mengatakan bahwa harga diri adalah penilaian individu terhadap hasil yang dicapai dengan menganalisa seberapa jauh perilaku memenuhi ideal dirinya. Dapat diartikan bahwa harga diri menggambarkan sejauh mana individu tersebut menilai dirinya sebagai orang yang memiliki kemampuan, keberartian, berharga, dan kompeten.



Sedangkan menurut Gilmore (dalam Akhmad Sudrajad) mengemukakan bahwa “*self esteem is a personal judgement of worthiness that is a personal that is expressed in attitude the individual holds toward himself*”. Pendapat ini menerangkan bahwa harga diri merupakan penilaian individu terhadap kehormatan dirinya, yang diekspresikan melalui sikap terhadap dirinya. Sementara itu, Buss (1973) memberikan pengertian harga diri sebagai penilaian individu terhadap dirinya sendiri, yang sifatnya implisit dan tidak diverbalisasikan.

Menurut 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

Menurut pendapat beberapa ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga diri adalah penilaian individu terhadap kehormatan diri, melalui sikap terhadap dirinya sendiri yang sifatnya implisit dan tidak diverbalisasikan dan menggambarkan sejauh mana individu tersebut menilai dirinya sebagai orang yang memiliki kemampuan, keberartian, berharga dan kompeten.

## **2.2.5 Resiko Persepsi**

### **2.2.5.1 Resiko**

Teori tentang manajemen resiko ini diambil dari teori yang dikembangkan oleh Smith (1990) yang menjelaskan bahwa manajemen resiko adalah suatu cara dalam mengorganisir suatu resiko yang akan dihadapi baik itu sudah diketahui maupun

yang belum diketahui atau yang tak terpikirkan yaitu dengan cara memindahkan resiko kepada pihak lain, menghindari resiko, mengurangi efek negatif resiko, dan menampung sebagian atau semua konsekuensi resiko tertentu. Manajemen resiko juga bisa disebut suatu pendekatan terstruktur dalam mengelola ketidakpastian yang berkaitan dengan ancaman. Oleh karena itu, melalui manajemen resiko diharapkan kerugian yang ditimbulkan dari ketidakpastian dapat dikurangi bahkan dihilangkan untuk kelangsungan kegiatan dibidangnya.

#### **2.2.5.2 Persepsi**

Menurut Rahmat (2005), persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sedangkan menurut Walgito (2001), mengemukakan persepsi adalah proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap rangsang yang diterima oleh individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang *integrated* dari dalam diri individu.

Menurut Gibson (1996), persepsi adalah proses seseorang untuk memahami lingkungan yang meliputi orang, objek, simbol, dan sebagainya yang melibatkan proses kognitif. Proses kognitif sendiri merupakan proses pemberian arti yang melibatkan tafsiran pribadi terhadap rangsangan yang muncul dari objek tertentu. Karena tiap individu memberikan makna yang melibatkan tafsiran pribadinya pada objek tertentu, maka masing-masing individu akan memiliki persepsi yang berbeda meskipun melihat objek yang sama.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa resiko persepsi adalah persepsi-persepsi individu tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi

yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan. Di dalam penelitian ini persepsi yang dimaksud adalah persepsi akuntan dalam permasalahan yang terjadi, yaitu perilaku tidak etis akuntan dalam menggunakan situs jejaring sosial.

### **2.2.6 Jejaring Sosial**

Kemunculan situs jejaring sosial ini diawali dari adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Situs jejaring sosial diawali oleh munculnya *Sizdegress.com* sebagai situs jejaring sosial pertama yang muncul pada tahun 1997. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan 2000, muncul situs sosial *lunarstorm*, *live journal*, *cyword* yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun 2001, muncul *Ryze.com* sebagai situs anak muda pertama yang semual disediakan untuk tempat pencarian jodoh. Dalam kelanjutannya, *friendster* ini lebih diminati anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain. Tahun 2003, muncul situs sosial interaktif lain menyusul *friendster*, *flick R*, *youtube*, *myspace*. Hingga akhir tahun 2005, *friendster* dan *myspace* merupakan situs jejaring sosial yang paling diminaati (Wikipedia, 2014).

Memasuki tahun 2006, pengguna *friendster* dan *myspace* mulai tergeser dengan adanya *facebook*. *Facebook* dengan tampilan yang lebih modern memungkinkan orang untuk berkenalan dan mengakses informasi seluas-luasnya. Tahun 2009, kemunculan *twitter* ternyata menambah jumlah situs sosial bagi anak muda (Wikipedia, 2014).

Dengan adanya situs jejaring sosial ini, memiliki manfaat bagi individu yang menggunakannya. Keberadaan situs jejaring sosial ini membuat interaksi

antar orang-orang seluruh belahan dunia menjadi lebih mudah dan murah dibandingkan menggunakan telepon. Selain itu, dengan adanya situs jejaring sosial, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat. Namun, kemunculan situs jejaring sosial ini menyebabkan interaksi interpersonal secara tatap muka cenderung menurun. Di lain pihak, kemunculan situs jejaring sosial ini membuat anak muda tidak dapat untuk tidak mengakses internet. Dalam kadar yang berlebihan, situs jejaring sosial ini secara tidak langsung membawa dampak yang kurang baik, seperti kecanduan yang berlebihan dan terganggunya privasi seseorang (Wikipedia, 2014).

Menurut Hamzani (2013), penggunaan *facebook* tanpa berfikir panjang mungkin tidak terlalu berpengaruh ketika seseorang masih berstatus sebagai mahasiswa akuntansi. Namun ketika ia sudah menjadi seorang akuntan, bukan hal yang tidak mungkin pengguna *facebook* ini mengungkapkan informasi yang sebenarnya bersifat rahasia dan tidak pantas untuk diungkapkan di *facebook*. Pengungkapan ini akan berpengaruh terhadap karirnya dan bahkan terhadap profesi akuntan. Karena akuntan memegang peranan penting dalam memegang informasi penting yang bersifat rahasia pada perusahaan atau klien.

### **2.2.7 Orientasi Etis dan Perilaku Etis**

Dengan adanya orientasi etis yang dimiliki tiap individu, maka akan mendorong mereka untuk berperilaku etis dan bepersepsi terhadap perilaku tidak etis yang terjadi di dalam lingkungan mereka. Perilaku etis sendiri berarti adalah perilaku yang sesuai dengan etika. Menurut Steiner (1972), berperilaku etis di dalam suatu organisasi didefinisikan sebagai bertindak adil dan dibawah hukum konstitusional

serta peraturan pemerintah yang berlaku. Terdapat banyak literatur mengenai perilaku etis di dalam dunia bisnis, karena itu terdapat suatu badan peneliti yang khusus meneliti persepsi para praktisi, pendidik, maupun mahasiswa mengenai perilaku etis dari berbagai macam praktek bisnis yang ada.

Dalam penelitian Forsyth menegaskan bahwa faktor penentu dari perilaku etis seorang individu adalah filosofi moral pribadi mereka masing-masing. Filsafat moral pribadi didefinisikan sebagai seperangkat keyakinan, sikap, dan nilai-nilai yang memberikan kerangka untuk mengingat dilema etis (Barnett et al., 1994), dan filsafat moral pribadi membantu mengarahkan individu ketika mereka akan membuat suatu keputusan etis (Forsyth & Nye, 1990 ). Lebih khusus, Forsyth (1992) menyimpulkan bahwa filsafat moral dapat mempengaruhi penilaian praktik bisnis tertentu dan keputusan untuk terlibat dalam praktek-praktek tersebut. Karena itu nantinya filsafat moral yang dimiliki individu akan sangat mempengaruhi perilaku etis individu maupun persepsinya terhadap suatu perilaku yang tidak etis.

## **2.3 Hipotesis Penelitian**

### **2.3.1 Pengaruh *privacy setting* terhadap resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial**

Persepsi perlu diteliti karena sebagai gambaran pemahaman terhadap etika profesi (Kode Etik Akuntan) dalam hal ini adalah etika akuntan dalam menggunakan jejaring sosial. Dengan pengetahuan, pemahaman, kemauan yang lebih untuk

menerapkan nilai-nilai moral dan etika secara memadai dapat mengurangi berbagai pelanggaran etika (Ludigdo 1999, dalam Arisetyawan, 2010:5).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hamzani (2013), dijelaskan bahwa *privacy setting* dalam situs jejaring sosial digunakan untuk melindungi informasi pribadi seperti foto, data pribadi ataupun informasi lainnya agar situs jejaring sosial lebih aman dan terkontrol. Seseorang dalam menggunakan situs jejaring sosial tentunya mempunyai resiko persepsi apa yang akan terjadi atas apa yang dilakukannya berkaitan dalam mempublikasikan informasi pada jejaring sosial. Semakin tinggi resiko persepsi akuntan dalam penggunaan jejaring sosial, maka semakin tinggi pula keinginan akuntan dalam menggunakan *privacy setting* dalam akun jejaring sosialnya agar informasi-informasi yang dipublikasikan tidak semua orang dapat melihatnya. Dengan demikian hipotesis yang dapat dibangun adalah:

H1 : Tingkat *privacy setting* berpengaruh positif terhadap tingkat resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial.

### **2.3.2** Pengaruh kebutuhan akan popularitas terhadap resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial

Di dalam bidang profesi akuntansi tentu terdapat banyak etika dan aturan maupun standar yang harus dipatuhi oleh para pihak yang terjun ke dalam bidang profesi tersebut. Harsono (1997) menyimpulkan bahwa etika adalah hal-hal yang berkaitan dengan masalah benar dan salah. Etika profesi merupakan etika khusus yang menyangkut dimensi sosial. Bagi sebagian besar akuntan, menjadi tidak terlihat dalam jejaring sosial dipersepsikan menjadi aspek penting dari popularitas. Artinya semakin seseorang aktif dalam akun jejaring sosialnya maka dipersepsikan seseorang tersebut akan semakin populer dimata orang lain. Untuk

mencapai popularitas yang diinginkan seorang akuntan bisa melakukan apa saja yang mereka inginkan tanpa memperhatikan resiko apa yang akan terjadi dari aktivitas yang mereka lakukan di jejaring sosialnya. Etika profesi khusus berlaku dalam kelompok profesi yang bersangkutan, yang mana dalam penelitian ini adalah akuntan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Gangadharbatia (2008) menyatakan bahwa kebutuhan akan popularitas dapat memicu seseorang untuk menggunakan situs jejaring sosial. Kebutuhan untuk menjadi bagian dalam kelompok sosial dan kebutuhan akan popularitas merupakan kunci utama dalam hidup seseorang khususnya para remaja. Untuk menjadi populer sebagian besar orang tidak memperhatikan resiko apa yang akan ditimbulkan dari aktivitas di jejaring sosialnya. Dengan demikian hipotesis yang dapat dibangun adalah:

H2 : Tingkat kebutuhan akan popularitas berpengaruh negatif terhadap tingkat resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial.

### **2.3.3 Pengaruh *self-esteem* terhadap resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial**

Seseorang yang memiliki tingkat *self-esteem* yang tinggi akan cenderung untuk meningkatkan hubungannya dengan seseorang dengan lebih dekat sehingga mereka akan menjaga opini positif mengenai diri mereka dengan cara mengendalikan informasi yang dipublikasi di halaman jejaring sosial mereka. salah satu cara yang dapat menunjukkan tingkat kepercayaan seseorang terhadap situs jejaring sosial adalah akses terhadap pengendalian.

Dalam penelitian yang dilakukan Hirschi (2004) dalam Sibarani (2010) mengatakan adanya hubungan antara tingkat *self-esteem*, pengendalian diri dan

resiko persepsi dalam menggunakan jejaring sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan tidak langsung antara *self-esteem* dan pengendalian diri seseorang terhadap penggunaan jejaring sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara *self-esteem* dan tingkat pengendalian diri dalam penggunaan jejaring sosial dimediasi resiko persepsi. Dengan demikian hipotesis yang dapat dibangun adalah:

H3 : Tingkat *self-esteem* berpengaruh positif terhadap tingkat resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial

#### **2.3.4** Pengaruh resiko persepsi terhadap tingkat pengendalian diri akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial

Persepsi pada setiap individu berbeda-beda tergantung pada pengalaman dan bagaimana individu itu memandang sebuah masalah. Menurut Gibson, et al. (1989) dalam Hamzani (2013) memberikan definisi persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk menafsirkan dan memahami dunia sekitarnya (terhadap obyek). Persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu. Oleh karena itu, setiap individu memberikan arti kepada stimulus secara berbeda meskipun objeknya sama. Cara individu melihat situasi seringkali lebih penting daripada situasi itu sendiri (Jenny, 2012) termasuk bagaimana cara individu memandang sebuah resiko atas tindakan yang dilakukan. Pandangan tentang resiko menimbulkan resiko persepsi pada individu dan pada umumnya tiap individu memiliki resiko persepsi yang berbeda-beda pula. Ketika seorang individu menganggap bahwa informasi yang diungkapkan berdampak buruk bagi orang lain, maka mereka akan mempersepsikan bahwa pengungkapan informasi tersebut memiliki resiko.



Sibarani (2010) menyatakan bahwa seseorang dengan pengendalian diri rendah cenderung kesulitan dalam menilai konsekuensi apa yang akan diterima dengan mengungkapkan suatu informasi kedalam situs jejaring sosial. Konsekuensi itulah yang dinyatakan sebagai resiko persepsi. Individu dengan tingkat resiko persepsi yang tinggi cenderung semakin tinggi pula pengendalian dirinya karena individu tersebut cenderung menghindari resiko yang akan dihadapinya. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis yang dibangun adalah:

H4 : Resiko persepsi berpengaruh positif terhadap tingkat pengendalian diri akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial.

**2.3.5** Pengaruh *privacy setting* terhadap tingkat pengendalian diri akuntan melalui resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial  
Akuntan harus menghormati kerahasiaan informasi yang diperoleh selama melakukan jasa profesional dan tidak boleh memakai atau mengungkapkan informasi tersebut tanpa persetujuan, kecuali bila ada hak atau kewajiban profesional atau hukum untuk mengungkapkannya. Kepentingan umum dan profesi menuntut bahwa standar profesi yang berhubungan dengan kerahasiaan didefinisikan bahwa terdapat panduan mengenai sifat dan luas kewajiban kerahasiaan serta mengenai berbagai keadaan di mana informasi yang diperoleh selama melakukan jasa profesional dapat atau perlu diungkapkan.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penting bagi akuntan untuk menjaga setiap informasi yang dimilikinya agar tidak semua orang dapat mengetahuinya. Dalam hal penggunaan jejaring sosial, seorang akuntan yang bisa mengendalikan dirinya tentu memikirkan dampak terhadap profesinya dalam

penggunaan jejaring sosial. Dengan demikian hipotesis yang dapat dibangun adalah:

H5 : Tingkat *privacy setting* berpengaruh positif terhadap tingkat pengendalian diri akuntan melalui resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial.

### 2.3.6 Pengaruh kebutuhan akan popularitas terhadap tingkat pengendalian diri akuntan melalui resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial

Perkembangan jejaring sosial dalam beberapa tahun belakangan ini menjadi sangat marak. Orang-orang beramai-ramai membuat akun situs jejaring sosial dengan berbagai alasan dan tujuan. Kebutuhan untuk menjadi bagian dalam kelompok sosial dan kebutuhan akan popularitas merupakan kunci utama dalam hidup seseorang khususnya remaja.

Penelitian terdahulu mengatakan bahwa kebutuhan akan popularitas merupakan aspek penting dalam situs jejaring sosial (Sibarani, 2010; Gangadharbatla, 2008; Santor *et al*, 2010; Goldner, 2008; Christofides *et al.*, 2009) karena berpengaruh terhadap pengendalian diri individu dalam mengungkapkan informasi pada situs jejaring sosial. Kebutuhan akan popularitas timbul karena individu ingin menjadi bagian dari sebuah kelompok. Individu tersebut cenderung melakukan apa saja termasuk bergabung pada situs jejaring sosial dan mengunggah informasi tertentu yang membuatnya populer tanpa mempertimbangkan konsekuensinya. Semakin individu tersebut ingin populer maka ia akan cenderung tidak mempertimbangkan konsekuensi yang terjadi ketika menggunakan jejaring sosial maka akan semakin rendah pengendalian diri individu tersebut. Dengan demikian hipotesis yang dibangun adalah:

H6 : Tingkat kebutuhan akan popularitas berpengaruh negatif terhadap tingkat pengendalian diri akuntan melalui resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial.

### 2.3.7 Pengaruh *self-esteem* terhadap tingkat pengendalian diri akuntan melalui resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial

*Self-esteem* menurut Ross dan Broh (2000) adalah persepsi seseorang tentang dirinya bahwa ia adalah orang yang berharga dan memiliki nilai. Esensi dari *self-esteem* adalah bagaimana orang-orang memandang dirinya secara keseluruhan daripada secara detail (Rosenberg et al., 1995 dalam Elliot, 1996) mengenai nilai dirinya. Individu yang memiliki *self-esteem* yang tinggi akan mempersepsikan bahwa dirinya lebih bernilai. Individu dengan *self-esteem* yang rendah tidak menganggap bahwa dirinya bernilai sehingga ia merasa bahwa dirinya tidak berharga seperti orang yang memiliki tingkat *self-esteem* yang tinggi.

Sibarani (2010) menjelaskan bahwa *self-esteem* dapat mempengaruhi tingkat pengendalian diri individu dalam menggunakan situs jejaring sosial. Meskipun *self-esteem* dan *self-control* berbeda konsep tetapi keduanya memiliki korelasi positif. Dengan demikian, individu dengan tingkat *self-esteem* yang tinggi akan memiliki tingkat pengendalian diri yang tinggi termasuk dalam menggunakan jejaring sosial. *Self-esteem* yang tinggi akan membuat individu ingin terlihat bernilai dimata orang lain meskipun melalui jejaring sosial sehingga ia akan berusaha mengendalikan dirinya untuk tetap terlihat bernilai dimata pengguna jejaring sosial lain. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis yang dibangun adalah:

H7 : tingkat *self-esteem* berpengaruh positif terhadap tingkat pengendalian diri akuntan melalui resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial

## 2.4 Kerangka Konsep Penelitian

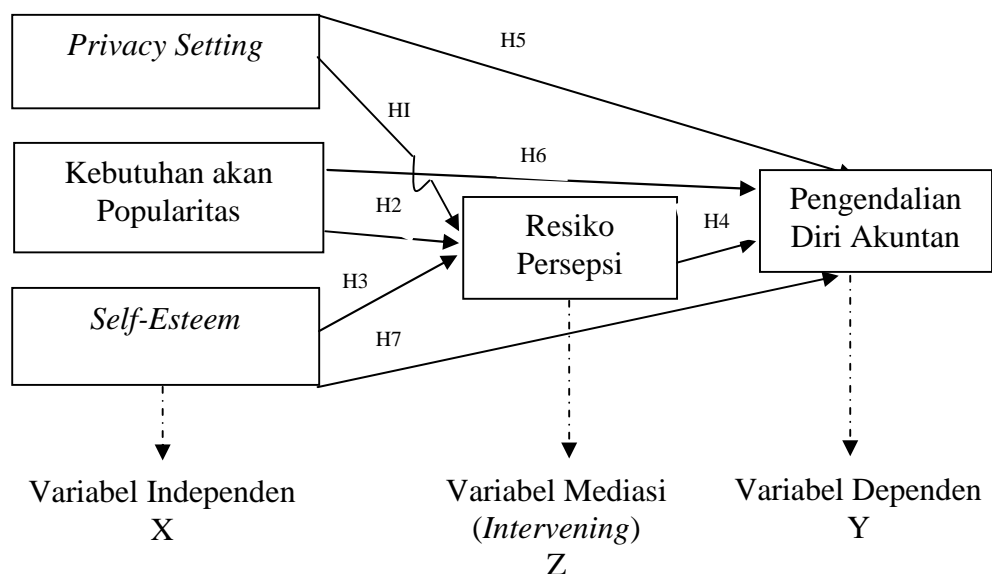
Kerangka konsep penelitian adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang ingin diamati atau diukur melalui penelitian-penelitian yang akan dilakukan. Faktor-faktor yang akan diteliti meliputi *privacy setting*, kebutuhan akan popularitas, dan *self-esteem*.

*Privacy setting* berpengaruh positif terhadap resiko persepsi akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial. Semakin tinggi resiko persepsi akuntan dalam penggunaan jejaring sosial, maka semakin tinggi pula keinginan akuntan dalam menggunakan *privacy setting* dalam akun jejaring sosialnya agar informasi-informasi yang dipublikasikan tidak semua orang dapat melihatnya. *Privacy setting* juga berpengaruh positif terhadap pengendalian diri akuntan dalam menggunakan situs jejaring sosial. Ketika akuntan menggunakan aplikasi *privacy setting* dalam akun jejaring sosialnya, maka akan semakin besar pengendalian diri akuntan tersebut dalam menggunakan situs jejaring sosial.

Kebutuhan akan popularitas berpengaruh negatif terhadap resiko persepsi akuntan ketika menggunakan jejaring sosial. Kebutuhan akan popularitas merupakan kunci utama dalam hidup seseorang khususnya para remaja. Untuk menjadi populer sebagian besar orang tidak memperhatikan resiko apa yang akan ditimbulkan dari aktivitas di jejaring sosialnya. Kebutuhan akan popularitas juga berpengaruh negatif terhadap pengendalian diri akuntan dalam menggunakan situs jejaring sosial. Semakin individu tersebut ingin populer maka ia akan cenderung tidak mempertimbangkan konsekuensi yang terjadi ketika menggunakan jejaring sosial maka akan semakin rendah pengendalian diri individu tersebut.

*Self-esteem* berpengaruh positif terhadap resiko persepsi akuntan dalam menggunakan jejaring sosial. Semakin seseorang ingin terlihat bernilai dimata orang lain maka akan semakin tinggi resiko yang akan dipikirkan jika menyalahgunakan akun jejaring sosial mereka. *Self-esteem* juga berpengaruh positif terhadap pengendalian diri akuntan dalam menggunakan situs jejaring sosial. *Self-esteem* yang tinggi akan membuat individu ingin terlihat bernilai dimata orang lain meskipun melalui jejaring sosial sehingga ia akan berusaha mengendalikan dirinya untuk tetap terlihat bernilai dimata pengguna jejaring sosial lain.

Resiko persepsi berpengaruh positif terhadap tingkat pengendalian diri akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial. Individu dengan pengendalian diri yang tinggi memiliki tingkat resiko persepsi yang tinggi karena individu tersebut cenderung menghindari resiko yang akan dihadapinya. Dengan demikian, kerangka konsep yang akan dibangun dalam penelitian ini adalah :



**Gambar 2.1**