

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGENDALIAN DIRI AKUNTAN
DAN PENGARUHNYA KEPADA KEKHAWATIRAN PERSEPSIAN MELALUI
RESIKO PERSEPSIAN AKUNTAN DALAM SITUS JEJARING SOSIAL**

Sistem Informasi Akuntansi (SIA)

Program Studi Akuntansi

Kelompok Bidang Ekonomika dan Bisnis

diajukan oleh:

Cindy Mintauli Boru Sibarani, SE., MSc., Ak.

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.

Kepada

PANITIA PROGRAM

SIMPOSIUM NASIONAL AKUNTANSI 13

PURWOKERTO

2010

ABSTRACT

The aim of this study is to present the guidance for social network site user especially accountant in improve the self-control by analysis the factors that influence self-control, need of popularity, level of trust and self-esteem. Then test the influence of self-control to perceived fear through perceived risk of accountant.

Research subject were 141 of social network site's member that is *Facebook*, they were accountant that work as lecturers, auditors and finance. Questioners were collected by list the account member in researcher page.

Result showed that need of popularity didn't influence the self-control of accountant, level of trust was negatively influence the self-control of accountant, *Self-esteem* was positively influence the self-control of accountant, self-control positively influence perceived risk and perceived risk positively influencen perceived fear of accountant.

Key Words: social network site, *facebook*, self-control

Latarbelakang Masalah

Perkembangan jejaring sosial berbasis teknologi *Web 2.0* yang fenomenal saat ini memicu timbulnya beberapa permasalahan dalam kehidupan sosial suatu individu. Dengan disediakan aplikasi-aplikasi yang menarik dan lengkap membuat jumlah anggota yang bergabung dengan situs jejaring sosial bertambah dari waktu-waktu, dan telah tercatat lebih dari 250 juta orang yang menggunakan *facebook* dan aktif hingga saat ini (checkfacebook.com, 2009).

Foulger et al. (2009) 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 *facebook* pikirkan saat itu, seperti pemberhentian karyawan dikarenakan pengungkapan informasi yang menurut beberapa pihak adalah tidak etis. Pemberhentian yang dikarenakan memperbaharui status, mengunggah foto atau yang lainnya merupakan sesuatu yang mengejutkan. Profesi doktor, pengacara, akuntan, pelajar, orang tua, dan pencari kerja harus berhati-hati terhadap pembentukan opini-opini dan pengambilan keputusan yang mereka buat berdasarkan apa yang mereka temukan di media online.

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 ini bahkan Ikatan Akuntan Indonesia pun ikut andil untuk menjadi anggota dalam situs jejaring sosial tersebut. Penting bagi para akuntan untuk lebih membatasi pengungkapan informasi mereka ketika menggunakan *facebook* dan lebih memahami informasi apa yang pantas dipublikasikan terkait dengan etika mempublikasi suatu informasi. 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 (Higgins et al., 2008 and Christofides et al., 2009). Dengan adanya pengendalian diri atas informasi dalam jejaring sosial maka kasus-kasus tersebut dapat diminimalisir.

Schrek, et al., (1999) menunjukkan bahwa ada hubungan antara pengendalian diri yang rendah atas informasi dengan viktimisasi secara online. Penemuan tersebut dapat dijadikan landasan bahwa pengendalian diri atas informasi yang diungkapkan berhubungan dengan jejaring sosial berbasis online dikarenakan dilakukan secara virtual (Higgins et al., 2008). Hirschi (2004) menemukan bahwa pengendalian diri mempengaruhi kekhawatiran persepsian setiap individu. Kekhawatiran persepsian ini timbul dikarenakan individu tersebut merasa bahwa mereka memiliki pengendalian diri yang rendah terkait dengan perilaku online dan viktimisasi. Disamping itu Ferraro (1995) menemukan bahwa seseorang yang memiliki tingkat pengendalian diri yang rendah akan cenderung untuk kesulitan dalam menilai konsekuensi apa yang akan diterima dengan mengungkapkan suatu informasi dalam jejaring sosial berbasis online. Konsekuensi tersebut dinyatakan sebagai resiko persepsian, sehingga pengendalian diri tidak semata-mata berpengaruh langsung dengan kekhawatiran persepsian namun dimediasi oleh persepsian lain yaitu resiko persepsian.

Di sisi lain, beberapa penelitian menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya pengendalian diri seseorang dalam menggunakan *facebook*. 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 (Santor et al., 2000). Sehingga bukan hal yang mengejutkan jika seseorang berkeinginan untuk menggunakan situs jejaring sosial seperti *facebook* sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan akan popularitas mereka.

Faktor lain yang mempengaruhi pengendalian diri seseorang atas informasi yang diungkapkannya ketika menggunakan situs jejaring sosial adalah kepercayaan terhadap suatu situs jejaring sosial. Henderson *and* Gilding (2004) menemukan bahwa seseorang yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap situs jejaring sosial cenderung akan mengungkapkan banyak informasi dalam halaman *facebook* mereka, sehingga mempengaruhi pengendalian diri mereka dalam menggunakan situs tersebut.

Peluchette *and* Karl (2009) menyatakan faktor lain yang mempengaruhi pengendalian diri pengguna *facebook* yaitu *self-esteem*. 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 *facebook*. O'Sullivan (2007) menyatakan bahwa salah satu cara yang dapat menunjukkan tingkat kepercayaan seseorang terhadap situs jejaring sosial adalah akses terhadap pengendalian.

Ketiga faktor tersebut yaitu kebutuhan akan kepopuleran, kepercayaan, dan *self-esteem* digunakan kembali oleh Christofides et al. (2009) untuk menguji pengaruhnya terhadap pengendalian diri atas pengungkapan informasi dalam jejaring sosial berbasis online.

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 *facebook*. Agar dapat membantu pengguna *facebook* 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 *facebook* yang mengindikasikan tingkat pengendalian diri akuntan. Ketika mereka telah menyadari konsekuensi dari penggunaan *facebook* maka mereka akan menyadari ada resiko akibat penggunaan *facebook* yang akhirnya akan membuat mereka khawatir untuk mengungkapkan informasi yang terlalu detail dalam profil *facebook* (Higgins et al., 2008).

Akhirnya mereka tidak akan berfikir instan lagi dalam mengungkapkan informasi di profil *facebook* melainkan berfikir untuk konsekuensi jangka panjang ketika akan mengungkapkan suatu informasi di profil *facebook* mereka. Namun sebelumnya peneliti ingin mengetahui terlebih dahulu apa yang menyebabkan akuntan dalam hal ini mengungkapkan informasi detail mengenai dirinya dalam situs jejaring sosial tersebut. Pengendalian diri atas informasi yang diungkapkan oleh seseorang dalam jejaring sosial, menurut Christofides et al., (2009) dipengaruhi oleh kebutuhannya akan popularitas, tingkat kepercayaan, dan *self esteem*. Berdasarkan kedua penelitian tersebut maka peneliti mencoba untuk menggabungkan model dari penelitian Higgins et al. (2008) dan Christofides et al. (2009) terkait dengan pengendalian diri akuntan sebagai pengguna situs jejaring sosial.

Landasan Teori

Self Control Theory

Facebook dan *MySpace*, adalah dua situs yang menawarkan aplikasi yang penggunaannya harus mengikuti peraturan dan standar yang membatasi apa yang dapat mereka lakukan dengan informasi mereka. Tetapi banyak ahli keamanan berpendapat bahwa akses yang terlalu banyak terhadap informasi personal merupakan suatu tindakan yang buruk. Lenhart and Madden (2007) menyatakan bahwa akan banyak sekali aktivitas *mengklik* yang tidak didasari oleh pemikiran yang panjang dan pandangan terhadap konsekuensi yang akan

diterima. Individu yang bertindak seperti itu dinyatakan oleh Gottfredson *and* Hirschi (1990) sebagai individu yang memiliki pengendalian diri yang rendah.

Teori pengendalian diri diambil dari *General Theory of Crime* milik Gottfredson *and* Hirschi (1990) yang saat ini dikenal dengan *Self Control Theory*, yang mengklaim bahwa individu dengan tingkat pengendalian 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 (Gottfredson *and* Hirschi, 1990). Schreck (1999) menunjukkan bahwa pengendalian diri yang rendah memiliki *link* dengan viktimisasi, hal ini mengindikasikan bahwa konsep ini relevan dengan viktimisasi online, dalam hal ini situs jejaring sosial. Hirschi (2004) memandang pengendalian diri sebagai sebuah kecenderungan untuk mempertimbangkan *full range* dari kos yang potensial (pencegahan) dari suatu tindakan tertentu. Higgins et al. (2008) menyatakan dukungannya dengan teori tersebut bahwa pengendalian diri merupakan seperangkat pencegahan yang dibawa secara bersamaan oleh individu kemanapun mereka pergi.

Kebutuhan akan Popularitas

Untuk generasi muda, bukan hal yang mengejutkan jika mereka berkeinginan untuk menggunakan situs jejaring sosial seperti *facebook* sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan akan popularitas mereka. Menjadi tidak terlihat dalam jejaring sosial dipersepsikan menjadi aspek penting dari popularitas. 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 (Santor et al., 2000). Berdasarkan teori dan penemuan dari penelitian di atas bahwa kebutuhan akan

popularitas menjadi aspek penting dalam situs jejaring sosial (Gangadharbatia, 2008; Santor et al., 2000; Goldner, 2008; Mooney, 2009; Christofides et al., 2009), dan berpengaruh terhadap pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs jejaring sosial maka hipotesis yang dapat dibangun adalah:

H1: Tingkat kebutuhan akan popularitas akuntan berhubungan negatif dengan tingkat pengendalian diri akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial.

Tingkat Kepercayaan

Tingkat kepercayaan merupakan suatu harapan bahwa pihak yang telah dipercaya tidak akan berlaku curang dengan mengambil keuntungan pribadi dalam situasi tertentu (Gefen et al., 2003 dalam Yosephine, 2007). Definisi lain dikemukakan oleh Paul Pavlou (2001) bahwa tingkat kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap pihak lain akan memenuhi kewajibannya sesuai dengan yang telah disepakati tanpa mengambil keuntungan dari pihak lawan. Seseorang yang mengungkapkan informasi pribadi mereka dalam suatu media menunjukkan bahwa mereka percaya pada media tersebut dan informasi yang mereka ungkapkan tidak akan disalahgunakan oleh pengguna situs jejaring sosial lainnya. Mereka yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi akan semakin banyak mengungkapkan informasi pribadi mereka sehingga pengendalian diri mereka akan semakin berkurang (Christofides et al., 2009). Sehingga hipotesis yang dapat dibangun adalah:

H2: Tingkat kepercayaan akuntan terhadap situs jejaring sosial berpengaruh negatif dengan tingkat pengendalian diri akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial.

Self-Esteem

Self-esteem didefinisikan sebagai sebuah perilaku umum terhadap nilai dari diri seseorang, dan ditujukan untuk mengevaluasi individu dengan cara membandingkan gambaran dirinya sendiri (*self-image*) dengan gambaran idealnya (*ideal-self*) (Altinyelken, 2009). Perbandingan ini dapat menjadi sesuatu yang normal jika individu tidak menjadi stress dikarenakan perbandingan tersebut (Lawrence, 2000). Perbedaan yang besar antara gambaran diri dengan gambaran ideal seseorang menunjukkan rendahnya *self-esteem* (Poe et al., 1988; Harter, 1999 dalam Altinyelken, 2009).

Self-esteem berdampak pada manfaat seseorang dalam menggunakan *facebook*. Individu dengan *self-esteem* yang tinggi cenderung untuk menjaga privasi mereka dengan mengendalikan diri atas informasi yang diungkap dalam profil *facebook* mereka, hal ini dikarenakan mereka ingin tampak bernilai di mata pengguna *facebook* lainnya (Christofides et al., 2009). Sehingga hipotesis yang dapat dibangun adalah:

H3: Tingkat *Self-esteem* akuntan berhubungan positif dengan tingkat pengendalian diri akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial.

Resiko Persepsian dan Kekhawatiran Persepsian

Hirschi (2004) menemukan bahwa pengendalian diri mempengaruhi kekhawatiran persepsian setiap individu. Kekhawatiran persepsian ini timbul dikarenakan individu tersebut merasa bahwa mereka memiliki pengendalian diri yang rendah terkait dengan perilaku online dan viktimisasi. Disamping itu Ferraro (1995) menemukan bahwa seseorang yang memiliki tingkat pengendalian diri yang rendah akan cenderung untuk kesulitan dalam menilai konsekuensi apa yang akan diterima dengan mengungkapkan suatu informasi dalam jejaring sosial berbasis online. Konsekuensi tersebut dinyatakan sebagai resiko persepsian, sehingga pengendalian diri tidak semata-mata berpengaruh langsung dengan kekhawatiran persepsian

namun dimediasi oleh persepsian lain yaitu resiko persepsian. Berdasarkan penemuan tersebut maka dua hipotesis yang dapat dibangun adalah:

H4: Tingkat pengendalian diri akuntan berhubungan positif dengan tingkat resiko persepsian akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial.

H5: Tingkat resiko persepsian akuntan berhubungan positif dengan tingkat kekhawatiran persepsian akuntan ketika menggunakan situs jejaring sosial.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi mengacu kepada keseluruhan orang, kejadian, atau hal minat yang akan diinvestigasi (Sekaran, 2006 : 121). Populasi dalam penelitian ini adalah akuntan internal, eksternal dan pendidik di Indonesia yang terdaftar sebagai anggota *facebook*. Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah, tetapi tidak semua elemen populasi akan membentuk sampel. Jadi, sampel adalah sub kelompok atau sebagian dari populasi (Sekaran, 2006: 123). Dengan mempelajari sampel, akan dapat ditarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian.

Berdasarkan saran dari Higgin et al. (2008) dan Christofides et al. (2009) bahwa penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan sampel orang dewasa yang berkecimpung di dunia kerja. Hal ini dikarenakan menurut Christofides et al. (2009) persepsi antara para remaja dan dewasa sangatlah berbeda sehingga sangat penting untuk mengetahui pula persepsi orang dewasa terkait dengan pengendalian diri atas pengungkapan informasi di situs jejaring sosial. Untuk itu sangat penting bagi para akuntan untuk lebih membatasi pengungkapan informasi mereka ketika menggunakan *facebook* dan lebih memahami informasi apa yang pantas dipublikasikan terkait dengan etika mempublikasi suatu informasi.

Penelitian ini dibatasi pada profesi akuntan baik akuntan internal, eksternal dan pendidik. Sampel yang diambil adalah para akuntan yang telah terdaftar di situs jejaring sosial berbasis online yaitu *facebook*, dan aktif selama enam bulan terakhir. Penulis mengumpulkan sampel dimulai pertama kali dari akun milik penulis sendiri, dengan mendaftar satu per satu teman penulis yang memiliki latar belakang pendidikan akuntansi, baik itu yang berprofesi sebagai akuntan di perusahaan, dosen dan juga auditor. Selain itu juga penulis akan mengumpulkan sampel dengan menelusuri akun milik teman.

Penentuan jumlah sampel didapatkan dari perhitungan yang bersumber pada Hair et al. (2000) yang menjelaskan bahwa jumlah sampel minimal adalah sebanyak sepuluh kali dari jumlah parameter yang ada. Rosloe (1975) dalam Sekaran (2006) menyatakan bahwa pada penelitian multivariate, termasuk analisis regresi berganda besar sampel harus beberapa kali dan lebih baik 15 kali atau lebih dari jumlah variabel yang terdapat dalam model penelitian. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah enam variabel sehingga jumlah sampel yang ideal adalah sebesar 90 sampel.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan desain pengambilan sampel non probabilitas dengan kategori pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*). Pengambilan sampel ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan karena memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan (Sekaran, 2006: 136). Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1. Responden harus berlatarbelakang pendidikan akuntansi
2. Tidak berstatus sebagai mahasiswa S1
3. Tidak berstatus sebagai mahasiswa S2 dan belum bekerja (berstatus mahasiswa S2 dan telah bekerja)
4. Bekerja sebagai akuntan di perusahaan, dosen atau auditor
5. Memiliki akun *facebook*

6. Aktif sebagai pengguna *facebook* minimal 6 bulan terakhir

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan metode kuesioner. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner yang berstruktur, dimana jawaban pertanyaan yang diajukan kepada responden sudah disediakan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur) dengan menggunakan aplikasi Partial Least Square (PLS) Versi 2.0. Analisis ini digunakan karena PLS tidak menggunakan asumsi-asumsi tertentu seperti yang disyaratkan dalam aplikasi lainnya. PLS merupakan metode analisis yang powerful karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu dan diperuntukkan bagi sampel yang jumlahnya kecil. Selain itu, PLS juga dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori (Ghozali, 2009).

Pembahasan

Adapun hasil pengujian nilai T Statistik dari variabel kebutuhan akan popularitas terhadap pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs jejaring sosial adalah 1,553415, lebih kecil dari nilai T-Tabel yaitu 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa kebutuhan akan popularitas tidak mempengaruhi pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs jejaring sosial. Berdasarkan hasil analisis, faktor kebutuhan akan popularitas terbukti tidak mempengaruhi tingkat pengendalian diri akuntan. Hal ini dikarenakan *facebook* 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 (Gangadharbatia, 2008). Sehingga dapat disimpulkan bahwa orang dewasa mengambil keputusan untuk menjadi anggota situs jejaring sosial bukan untuk menjadi terkenal

melainkan lebih pada fungsi utama dari situs jejaring sosial yaitu untuk bersosialisasi dengan sesama.

Hasil pengujian dengan menggunakan PLS menunjukkan nilai T Statistik dari variabel tingkat kepercayaan terhadap pengendalian diri akuntan adalah 2,024597, lebih besar dari nilai T-Tabel yaitu 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan mempengaruhi pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs jejaring sosial. Selain itu *original sample* menunjukkan bahwa pengaruh tingkat kepercayaan terhadap pengendalian diri akuntan adalah negatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan akuntan terhadap suatu situs jejaring sosial maka semakin rendah tingkat pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs jejaring sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Henderson dan Gilding (2004) bahwa seseorang yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap situs jejaring sosial cenderung akan mengungkapkan banyak informasi dalam halaman *facebook* mereka, sehingga mempengaruhi pengendalian diri atas informasi yang diungkapkannya dalam menggunakan situs tersebut. Christofides et al. (2009) menyatakan pula bahwa tingkat kepercayaan mempengaruhi pengendalian diri atas informasi dalam situs jejaring sosial. Akuntan yang memiliki tingkat kepercayaan rendah adalah yang paling banyak dapat menyebutkan konsekuensi buruk dari penggunaan *facebook*, yang menurut Higiens et al. (2008) semakin banyak responden dapat mengungkapkan konsekuensi buruk dari memposting informasi di *facebook* maka responden menunjukkan pengendalian diri yang tinggi.

Hasil pengujian menunjukkan nilai T Statistik dari variabel *self-esteem* terhadap pengendalian diri akuntan adalah 1,971608, lebih besar dari nilai T-Tabel yaitu 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa *self-esteem* mempengaruhi pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs jejaring sosial. Selain itu *original sample* menunjukkan bahwa pengaruh *self-esteem* terhadap pengendalian diri akuntan adalah positif, sehingga

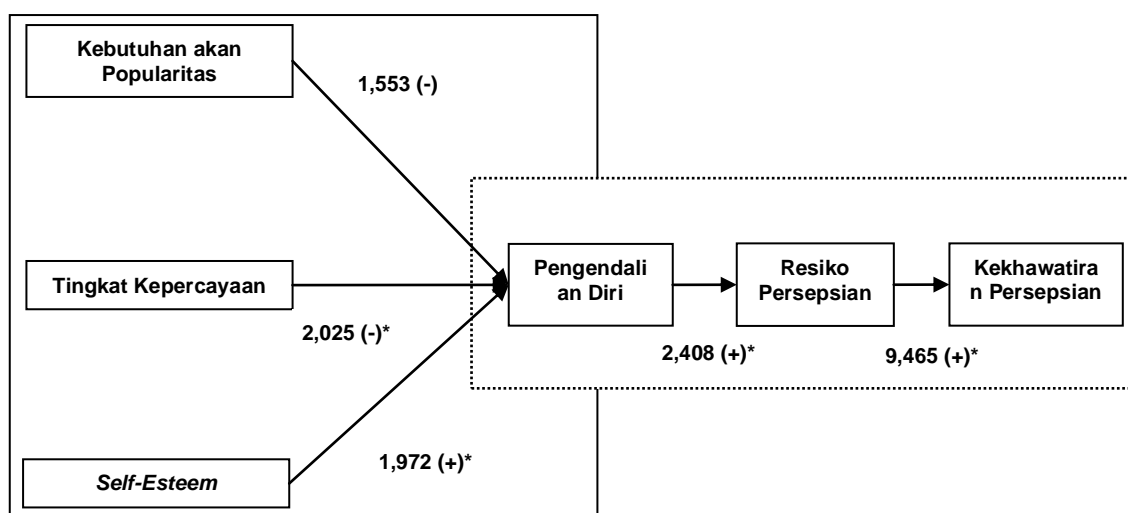
dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan akuntan terhadap suatu situs jejaring sosial maka semakin tinggi tingkat pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs jejaring sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Christofides et al, 2009 bahwa *Self-esteem* berdampak pada manfaat seseorang dalam menggunakan *facebook*. Individu dengan *self-esteem* yang tinggi cenderung untuk menjaga privasi mereka dengan mengendalikan diri atas informasi yang diungkap dalam profil *facebook* mereka, hal ini dikarenakan mereka ingin tampak bernilai di mata pengguna *facebook* lainnya. Hal tersebut terjadi pula pada akuntan, mereka yang memiliki *self-esteem* tinggi adalah yang paling banyak dapat menyebutkan konsekuensi buruk dari penggunaan *facebook*, yang menurut Higienis et al. (2008) semakin banyak responden dapat mengungkapkan konsekuensi buruk dari memposting informasi di *facebook* maka responden menunjukkan pengendalian diri yang tinggi. Sehingga dapat kita simpulkan bahwa semakin tinggi tingkat *self-esteem* dari akuntan maka semakin tinggi pula tingkat pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan suatu informasi di akun *facebook*.

Hasil pengujian menunjukkan nilai T Statistik dari variabel tingkat pengendalian diri akuntan terhadap resiko persepsian akuntan adalah 2,408102, lebih besar dari nilai T-Tabel yaitu 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pengendalian diri akuntan mempengaruhi resiko persepsian akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs jejaring sosial. Selain itu *original sample* menunjukkan bahwa pengaruh tingkat pengendalian diri akuntan terhadap resiko persepsian akuntan adalah positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pengendalian diri akuntan terhadap suatu situs jejaring sosial maka semakin tinggi resiko persepsian akuntan ketika mengungkapkan banyak informasi di situs jejaring sosial.

Hasil pengujian menunjukkan nilai T Statistik dari variabel resiko persepsian akuntan terhadap kekhawatiran persepsian akuntan adalah 9,465240, lebih besar dari nilai T-Tabel

yaitu 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa resiko persepsian akuntan mempengaruhi kekhawatiran persepsian akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs jejaring sosial. Selain itu *original sample* menunjukkan bahwa pengaruh resiko persepsian akuntan terhadap kekhawatiran persepsian akuntan adalah positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi resiko persepsian akuntan terhadap suatu situs jejaring sosial maka semakin tinggi kekhawatiran persepsian akuntan ketika mengungkapkan banyak informasi di situs jejaring sosial.

Hirschi (2004) menemukan bahwa resiko persepsian mempengaruhi kekhawatiran persepsian setiap individu. Kekhawatiran persepsian ini timbul dikarenakan individu tersebut merasa bahwa mereka memiliki pengendalian diri yang rendah terkait dengan perilaku online dan viktimisasi. Disamping itu Ferraro (1995) menemukan bahwa seseorang yang memiliki tingkat pengendalian diri yang rendah akan cenderung untuk kesulitan dalam menilai konsekuensi apa yang akan diterima dengan mengungkapkan suatu informasi dalam jejaring sosial berbasis online. Konsekuensi tersebut dinyatakan sebagai resiko persepsian, sehingga pengendalian diri tidak semata-mata berpengaruh langsung dengan kekhawatiran persepsian namun dimediasi oleh persepsian lain yaitu resiko persepsian.



Kesimpulan

Hasil analisis menunjukkan pengendalian diri akuntan berpengaruh positif terhadap resiko persepsian akuntan dan resiko persepsian akuntan berpengaruh positif terhadap kekhawatiran persepsian akuntan. Seseorang yang memiliki tingkat pengendalian diri yang rendah akan cenderung untuk kesulitan dalam menilai konsekuensi apa yang akan diterima dengan mengungkapkan suatu informasi dalam jejaring sosial berbasis online. Konsekuensi tersebut dinyatakan sebagai resiko persepsian, sehingga pengendalian diri tidak semata-mata berpengaruh langsung dengan kekhawatiran persepsian namun dimediasi oleh persepsian lain yaitu resiko persepsian.

Tidak adanya batasan privasi yang jelas dan adanya permasalahan terkait dengan etika dalam menggunakan situs jejaring sosial menyebabkan munculnya kasus-kasus yang disebabkan mempublikasikan informasi mengenai aktivitas dan apa yang sedang pengguna *facebook* pikirkan saat itu, diperlukan banyak dukungan dari beberapa pihak agar kasus-kasus yang terjadi akibat menggunakan situs jejaring sosial dapat minimalisir, diantaranya:

Bagi Regulator

Sangat penting bagi para regulator di pemerintahan, perusahaan ataupun universitas untuk segera mungkin membuat suatu peraturan yang jelas terkait dengan penggunaan situs jejaring sosial. Memperbanyak himbauan untuk menggunakan *privasi setting* ketika akan menggunakan situs jejaring sosial, dan menunjukkan konsekuensi buruk dari mengungkapkan informasi yang terlalu detail dalam akun situs jejaring sosial pengguna.

Bagi Pengguna Facebook Khususnya Akuntan

Sangat penting bagi akuntan untuk dapat mengendalikan diri ketika akan mengungkapkan informasi-informasi dalam situs jejaring sosial. Akuntan dan pengguna situs jejaring sosial lain harus mengetahui konsekuensi buruk dari mengungkapkan suatu informasi di akun situs jejaring sosial mereka, sehingga ketika akuntan telah menyadari

konsekuensi dari penggunaan situs jejaring sosial maka akuntan akan menyadari adanya resiko akibat penggunaan situs jejaring sosial yang akhirnya akan membuat mereka khawatir untuk mengungkapkan informasi yang terlalu detail dalam profil situs jejaring sosial. Akhirnya mereka tidak akan berfikir instan lagi dalam mengungkapkan informasi di profil *facebook* melainkan berfikir untuk konsekuensi jangka panjang ketika akan mengungkapkan suatu informasi di profil *facebook* mereka.

Beberapa keterbatasan penelitian yang didapat oleh peneliti antara lain tingkat pengembalian kuesioner sangat rendah sehingga obyek penelitian yang digunakan sebagai data untuk diteliti sedikit, peneliti menyebarkan kuesioner berdasarkan jumlah teman yang peneliti miliki di akun *Facebook*, dan sedikit yang berasal dari akun *facebook* milik teman, hal ini dapat menyebabkan tingkat sensitivitas generalisasi kecil, situs jejaring sosial yang digunakan dalam penelitian ini hanyalah *Facebook* sedangkan ada banyak situs jejaring sosial lain yang memiliki anggota seperti akuntan yang cukup banyak seperti *Friendster*, *Twitter*, dan *My space*, sehingga belum merefleksikan populasi yang sebenarnya.

Sebagai bahan masukan untuk penelitian yang akan datang maka peneliti memberikan saran yaitu memperbanyak jumlah responden sehingga hasil penelitian dapat lebih tergeneralisasi, penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi pengendalian diri akuntan dalam menggunakan situs jejaring sosial seperti *privacy setting*, semakin banyak akuntan menggunakan fasilitas *privasi setting* dalam akun situs jejaring sosial mereka maka semakin tinggi pengendalian diri akuntan dalam mengungkapkan informasi di situs tersebut. Selain itu juga penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel *self-expression*, yang menurut Moneey, 2009 merupakan variabel penting digunakannya situs jejaring sosial, penelitian selanjutnya dapat menggunakan tidak hanya situs jejaring sosial yang digunakan dipenelitian ini yaitu *Facebook* dengan menambahkan situs jejaring sosial lain seperti *Friendster*, *Twitter*, dan *My space*.

DAFTAR PUSTAKA

- Altinyelken, H. K. (2009). Migration and Self-Esteem: A Qualitative Study Among Internal Migrants Girl in Turkey. ProQuest Sociology.
- Belch, G. E. & Belch. M. A. (1998). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. 4th Ed. The Mc Growhill Companies Inc.
- Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2009). Information Disclosure and Control on Facebook: Are They Two Sides of the Same Coin or Two Different Processes? *Cyberpsychology & Behavior*. Volume 12. Mary Ann Liebert, Inc.
- Dewi, Y. K. (2007). *Dampak Penipuan yang Dirasakan Terhadap Pengambilan Keputusan Bertransaksi E-Commerce*. Unpublished Tesis S2, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Dutta, S., Berger, R. & Fraser, M. (2009). Global Leadership in a web 2.0 world.
- Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe, C. (2006). Spatially bounded online social networks and social capital: The role of Facebook. Paper presented at the annual conference of the International Communication Association, June 19–23, Dresden, Germany.
- Feraro, K. F. (1995). Fear of crime: Interpreting victimation risk. Albany: State University of New York Press. Social Sciences.
- Fernandez, P. (2009). Online Social Networking Sites and Privacy: Revisiting Ethical Considerations for a New Generation of Technology. *Libraries at University of Nebraska-Lincoln Library Philosophy and Practice (e-journal)*.
- Foulger, T. S., Ewbank, A. D., Kay, A., Popp, S. D. & Carter, H. L. (2009). Moral Spaces in MySpace: Preservice Teachers' Perspectives about Ethical Issues in Social Networking. *Arizona State University Journal of Research on Technology in*

Education, ISTE (International Society for Technology in Education), USA & Canada.

Gangadharbatla H. (2008). Facebook me: collective self-esteem, need to belong, and Internet self-efficacy as predictors of the i-generation's attitudes toward social networking sites. *Journal of Interactive Advertising*.

Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program PLS*. Edisi 3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Goldner, K. R. (2008). Self disclosure on social networking Websites and relationship quality in late adolescence. *Dissertation Abstracts International: Section B: Sciences & Engineering*.

Gottfredson & Hirschi. 1990. *Self Control and Crime*. New York: Guilford Press.

Higgins, G. E., Ricketts, M. L., & Vegh, D. T. (2008). The Role of Self-Control in college student's perceived risk and fear of online victimization. *American Journal of Criminal Justice*. ProQuest Sociology.

Hair, J. F., Anderson, Tantham & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, 5th Edition. New York. Prentice Hall International, Inc.

Hartono J. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Henderson, S. & Gilding, M. (2004). "I've never clicked this much with anyone in my life": trust and hyperpersonal communication in online friendship. *New Media & Society*.

Hirschi, T. (2004). *Self-control and crime*. New York: Guilford Press.

<http://checkfacebook.com>, Diakses 23 Desember 2009. 08.55 AM

<http://downey.wsbtv.com>. (2009). Diakses 23 November 2009. 09.14 AM

<http://facebook.com>, Diakses 23 November 2009. 09.01 AM

<http://gunadarma.ac.id>, Diakses 23 November 2009. 09.54 AM

<http://jaunted.com>. 2008. Diakses 23 November 2009. 09.17 AM

<http://oreillynet.com>, Diakses 23 November 2009. 09.59 AM

<http://reputationdefender.com>, Diakses 23 November 2009. 09.43 AM

Lenhart, A & Madden, M. Teens, (2007). Privacy & Online Social Networks. Pew Internet & American Life Project. www.pewinternet.org.

Lawrence, D. (2000). Enhancing self-esteem in the classroom. London: Paul Chapman.

Madrid, A. (2005). 'Offensive' facebook.Com groups lead to Medill forum. The Daily Northwestern.

Mooney, C. (2009). Online Social Networking. Lucent Books.

O'Sullivan, B. F. D. (2007). Trust Management in Online Social Networks. School of Computer Science & Statistics, Trinity College, Dublin

Pavlou, P. A. (2001). Consumer Intention to adopt E-Commerce Incorporating Trust and Risk in the Technology Acceptance Model. International Journal of E-Commerce.

Peluchette, J. & Karl, K. (2008). Social networking profiles: an examination of student attitudes regarding use and appropriateness of content. CyberPsychology & Behavior.

Peluchette, J. & Karl, K. (2009). Examining Students' Intended Image on Facebook: "What Were They Thinking?!" Journal Of Education For Business, University of Southern Indiana, Evansville, Indiana, USA.

Piquero, A. R. & Bouffard J. (2007). Something old, something new: A preliminary investigation of Hirschi's redefined self control. Justice Quarterly.

Rosenberg, M., Schooler, C., & Scholenbach, C. (1989). Self-esteem and adolescent problems: Modeling Reciprocal effects. American Sociological Review.

- Santor, D.A., Messervey, D., & Kusumakar, V. (2000). Measuring peer pressure, popularity and conformity in adolescent boys and girls: predicting school performance, school attitudes and substance abuse. *Journal of Youth & Adolescence*.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Schreck, C. (1999). Criminal victimization and low self-control: An extension and test of a general theory of crime. *Justice Quarterly*.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business*. 4th Edition. Jakarta : Salemba Empat.
- Singgih, S. (2000). *SPSS (Statistical Product and Service Solutions)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia
- Tejura, C. (2009). How facebook can be used as a serious professional tool. *Journal of Financial Management*. London Metropolitan Business School.
- Wakiyama, P. T. & Kagan, O. (2009). Facebook Vanity URLs May Hurt More Than Just One's Pride. Philadelphia office of Pepper Hamilton LLP. Volume 21 Number 9. *Intellectual Property & Technology Law Journal*
- Wu, Chia-Huei. (2008). An Examination of the Wording Effect in the Rosenberg Self-Esteem Scale Among Culturally Chinese People. *The Journal of Social Psychology*. National Taiwan Normal University. Heldref Publications.