

BAB I

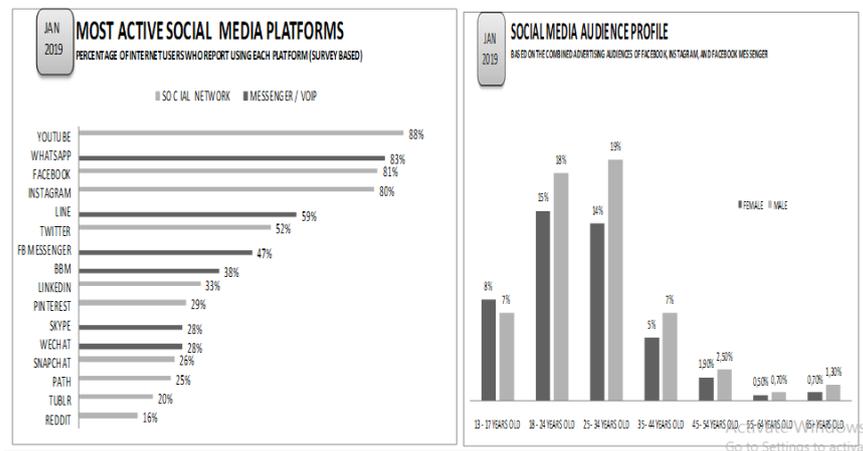
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi saat ini khususnya dalam bidang teknologi informasi menjadikan perkembangan media sosial khususnya internet menjadi lebih fenomenal. Pertumbuhan penggunaan internet yang pesat juga terjadi di Indonesia, beberapa tahun ini jumlah pengguna yang mengakses internet mengalami peningkatan yang tajam. Baik dari kalangan pelajar hingga para profesor bisa dipastikan memiliki salah satu akun di media sosial. Internet tentu memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam bersosialisasi dengan pengguna akun lain dan menjadi sebuah ruang baru dalam dunia digital. Para pengguna media sosial pun dengan leluasa berbalas komentar serta berpendapat tanpa ada rasa khawatir, tidak terbatas waktu dalam berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Media sosial menjadikan sebuah forum yang dapat merealisasikan berbagai wujud media untuk berkomunikasi serta memberikan berbagai informasi untuk semua kalangan masyarakat (Irwan Sahaja, 2013). Jejaring sosial yang saat ini banyak diakses atau digunakan oleh kalangan masyarakat antara lain: *Twitter, Facebook, Instagram, Whatsapp, Youtube, LINE* dan lain sebagainya. Beberapa media sosial tersebut memiliki keunggulan atau keunikan masing-masing sehingga memberikan daya tarik tersendiri. Munculnya media sosial tentu banyak merubah pola perilaku masyarakat sehingga mengalami pergeseran baik dari segi etika, budaya maupun norma yang berlaku.

Banyak isu-isu yang mengaitkan media sosial dengan perilaku narsistik yang didefinisikan sebagai perilaku melebih-lebihkan diri sendiri (Carpenter, 2012). Masa-masa menganjak usia remaja maupun dewasa menjadikan masa yang rawan akan perilaku narsis, karena muncul rasa ingin dikenal banyak orang dalam lingkungannya atau dengan istilah *Narcissistic*. Pada masa itu juga mereka mempersiapkan diri untuk menentukan karier, dunia pekerjaan, prestasi kerja di masyarakat, dan juga menentukan masa depannya.



Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2020

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Media Sosial

Grafik diatas menggambarkan bagaimana perkembangan pengguna di media sosial. Total pengguna mencapai 150 juta pengguna, dalam hal ini berarti mayoritas penggunaan internet bersosialisasi melalui media sosial. Jumlah pengguna media sosial ini mencapai 56% dari jumlah total penduduk Indonesia, dengan pengguna berbasis *mobile* mencapai 130 juta. Ditinjau dari sisi umur dan gender, dapat dilihat bahwa pengguna media sosial paling banyak dari usia 18-34 tahun, baik pria maupun wanita. Dimana masa-masa ini merupakan usia sangat produktif. Pengguna internet yang memiliki akun

media sosial aktif rata-rata menghabiskan waktu >3,5 jam/hari untuk berinteraksi dengan internet melalui *smartphone*.

Menurut (APJII) Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2016) mengungkapkan bahwa sebanyak 129,2 juta rakyat Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial dan menggunakannya untuk berbagi informasi. Kemudian pada tahun 2017, masyarakat Indonesia yang berusia 19-34 tahun adalah kelompok usia yang paling banyak menggunakan media sosial. Bahaya yang mungkin dialami oleh pengguna media sosial bisa dikatakan sangat memprihatinkan. APJII mengemukakan bahwa 58,6% pengguna tidak merasa bahwa ada ancaman yang mengancam akun-akun dari media sosial mereka. Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa sekitar 77,7 juta pemilik akun sosial media yang merasa aman tersebut, bisa jadi karena tidak memaksimalkan batasan privasi sosial media mereka dan mungkin merasa nyaman untuk membagikan informasi personal meski faktanya mereka rentan terhadap masalah menyangkut privasi.

Bertambah eksis dan populernya media sosial saat ini, sehingga menghadirkan budaya baru yaitu perilaku narsis. Perilaku tersebut merupakan sesuatu yang wajar karena kita banyak melihat orang yang melakukan *selfie*, kemudian mengunggahnya ke akun media yang mereka gemari. Kent A (Tri Listyawati, 2012:6) menyatakan bahwa individu yang secara konstan memposting gambar dan update terhadap aktivitas, sebenarnya sedang mencari tanggapan ataupun komentar terhadap apapun yang mereka posting demi meningkatkan harga diri yang rapuh. Untuk menemukan diri dalam keadaan berharga, individu membutuhkan penilaian positif dari orang lain atas sikap, prestasi, perilaku serta

kehebatan yang individu tersebut lakukan. Hal ini tentu menimbulkan hubungan erat antara kecenderungan *narcissism* yang tinggi serta banyaknya hasil foto atau *selfie* yang di *upload* ke media sosial tentu menjadi hubungan yang sangat erat (Bergman, 2011).

Perilaku narsis atau *Narcissism* tidak hanya berupa perilaku eksplisit individu dalam mengoperasikan media sosial tapi juga berupa pikiran-pikiran yang muncul dalam benak seseorang. Hal tersebut tentunya menjadi landasan orang-orang yang *narcissistic* dengan mudah mempublikasikan berbagai kegiatan yang telah dilakukan atau sedang dilakukan (Nugraheni, 2014). Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pengendalian diri yang rendah dari orang yang berperilaku narsis terhadap pengungkapan informasi mereka ke media *online*. Seseorang yang mempunyai harga diri (*self esteem*) tinggi akan lebih menjaga informasi pribadi yang akan mereka ungkapkan ketika menggunakan media sosial.

Harga diri (*self esteem*) dipandang sebagai salah satu aspek penting dalam pembentukan kepribadian seseorang. Dikala seseorang tidak dapat menghargai dirinya sendiri, maka akan sulit bagi mereka untuk dapat menghargai orang disekitarnya. Dengan demikian *self esteem* (harga diri) merupakan salah satu elemen penting bagi pembentukan konsep diri seseorang, dan akan berakibat pada sikap dan perilakunya (Srisayekti et al., 2015). Apabila seorang yang berprofesi sebagai akuntan tidak mempunyai sikap pengendalian diri ketika menggunakan atau berselancar di media sosial, maka tidaklah mungkin jika ia tidak mampu mengendalikan diri dalam menggunakan situs media sosial disaat ia sedang bekerja. Hal penting yang harus diperhatikan bagi seorang akuntan adalah lebih berhati-hati dan

membatasi informasi apa yang disampaikan ke media sosial, memahami mana yang pantas serta layak untuk dipublikasikan berkaitan dengan suatu informasi (Hamzani, 2013).

Kasus akuntan yang sempat menjadi viral di media sosial adalah kasus Sabrina Corgatelli yang merupakan seorang akuntan senior di Idaho State University, Amerika Serikat, berfoto *selfie* dengan jerapah hasil buruannya yang sudah tidak berdaya, kemudian diunggahnya ke salah satu akun Facebook miliknya. Hal tersebut mendadak menjadi viral dan menuai banyak reaksi serta kecaman dari pengguna media lainnya. Seperti yang dilansir dailymail, meskipun menuai kecaman, dia bersumpah akan terus berbagi gambar buruannya. Banyak orang telah memprotes tindakannya tersebut pada halaman media sosial miliknya dan memanggilnya sebagai orang yang tidak waras, namun Sabrina malah menghadapi kecaman tersebut dengan menampilkan gambar disertai kata-kata yang tidak sopan.

Mengamati kasus Sabrina tersebut, jelas terlihat bahwa apa yang dilakukan oleh Sabrina di media sosial merupakan contoh dari perilaku narsis, karena ia berusaha menjadi pusat perhatian dengan mengunggah hasil foto bersama hewan hasil buruannya. Dengan harapan akan mendapat banyak like dan juga pujian dari pengguna lainnya. Selain itu, yang dilakukan oleh Sabrina juga menunjukkan tingkat *self-esteem* yang dimilikinya rendah. Hal yang menarik dari kasus Sabrina di atas adalah meskipun apa yang dipostingnya tidak terkait sama sekali dengan aktivitas pekerjaannya sebagai seorang akuntan, akan tetapi hal tersebut menjadi viral di dunia maya dan kemudian orang mencari latar belakang dari Sabrina. Selanjutnya, melihat fenomena viral tersebut, media kemudian membuat berita yang justru

menggunakan nama profesi Sabrina sebagai seorang akuntan. Dari sinilah, apa yang dilakukan oleh Sabrina telah membuat nama baik dari profesinya sebagai akuntan tercemar, yang seharusnya dijaga karena merupakan tanggung jawabnya sebagai seorang akuntan untuk mematuhi kode etik profesinya. Hal ini menjadi perhatian bagi seorang profesional terutama profesi akuntan. Sebab, apa yang dilakukan di media sosial yang merupakan dunia maya, ternyata dampaknya bisa sampai ke dunia nyata, yakni dapat mencemarkan nama baik dari profesinya, sekalipun apa yang dilakukan atau diposting di media sosial tersebut sama sekali tidak terkait dengan aktivitas pekerjaannya. Selain kasus diatas masih banyak lagi kasus lain terkait perilaku narsis yang bisa merugikan diri sendiri maupun orang lain yang juga berpengaruh terhadap masa depan seseorang.

Sibrani, (2010) mengemukakan bahwa tidak adanya batasan privasi yang jelas dan adanya berbagai permasalahan terkait dengan etika dalam menggunakan situs media sosial. Hal tersebut dapat dibuktikan dari munculnya berbagai kasus yang disebabkan mempublikasikan informasi mengenai aktivitas dan apa yang sedang dipikirkan pada saat itu, seperti halnya pemberhentian seorang karyawan disebabkan pengungkapan informasi yang menurut beberapa pihak adalah tidaklah etis dan mencoreng nama baik profesinya. Kejadian seperti itu bisa terjadi pada siapa saja yang menggunakan situs media sosial, Pemberhentian yang dikarenakan mengunggah foto, memperbaharui status atau yang lainnya merupakan sesuatu yang mengejutkan. Peristiwa tersebut dapat terjadi pada siapa saja pengguna situs jejaring sosial, termasuk para Mahasiswa maupun seorang akuntan. Dalam bidang akuntansi, perilaku etis sangat penting diterapkan di

dalam dunia pendidikan khususnya di perguruan tinggi, agar dapat membentuk perilaku mahasiswa untuk menjadi individu yang profesional nantinya.

Seorang mahasiswa maupun seorang akuntan dengan tidak sadar mengungkapkan informasi mengenai data pribadinya di situs media sosial. Hal tersebut dapat menghasilkan persepsi yang berbeda dari pengguna situs media lain yang berpengaruh terhadap status karirnya disaat dia akan memasuki dunia kerja. Untuk itu diperlukan adanya pengendalian diri (*self-control*) yang tinggi atas informasi yang diungkapkan dalam situs jejaring sosial berbasis online (Christofides et al., 2009). Adapun pentingnya etika seorang profesi akuntan yang mempunyai tanggung jawab cukup besar didalam pekerjaannya. Perilaku akuntan yang buruk memperlihatkan bahwa masih banyak seorang akuntan yang kurang berintegritas dan mengakibatkan kepercayaan masyarakat menurun terhadap profesi ini (Aziz, 2015). Seorang akuntan juga harus bisa menjaga nama baik dan juga profesinya dalam berinteraksi menggunakan media sosial.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Perilaku Narsis dan *Self Esteem* terhadap Pengendalian Diri Seorang Akuntan dalam Berinteraksi di Media Sosial dengan Etika Profesi Akuntan sebagai Variabel Intervening”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Apakah perilaku narsis berpengaruh terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi dimedia sosial ?
2. Apakah *self esteem* berpengaruh terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi dimedia soial ?
3. Apakah perilaku narsis dan *self esteem* secara simultan berpengaruh terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi dimedia sosial ?
4. Apakah etika profesi akuntan dapat mengintervening perilaku narsis terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi dimedia sosial?
5. Apakah etika profesi akuntan dapat mengintervening *self esteem* terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi dimedia sosial ?
6. Apakah etika profesi akuntan secara simultan mengintervening perilaku narsis dan *self esteem* terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi dimedia sosial ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah perilaku narsis berpengaruh terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi dimedia sosial

2. Untuk mengetahui apakah *self esteem* berpengaruh terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi di media sosial
3. Untuk mengetahui apakah perilaku narsis dan *self esteem* secara simultan berpengaruh terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi di media sosial
4. Untuk mengetahui apakah etika profesi akuntan dapat mengintervening perilaku narsis terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi di media sosial
5. Untuk mengetahui apakah etika profesi akuntan dapat mengintervening *self esteem* terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi di media sosial
6. Untuk mengetahui apakah etika profesi akuntan secara simultan mengintervening perilaku narsis dan *self esteem* terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi di media sosial

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini perusahaan atau dunia pendidikan diharapkan dapat membuat kebijakan terkait penggunaan media sosial di lingkungan kerja yang mana untuk menyeimbangkan antara pengguna media sosial di tempat kerja dan produktivitas kerja. Memberikan batasan yang jelas dalam berinteraksi di media sosial yang menyebabkan banyaknya kasus akibat pengungkapan informasi ke media sosial, serta memberikan keamanan atau privasi untuk akun yang dimilikinya.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Universitas Islam Majapahit

Manfaat penelitian ini diharapkan mampu dijadikan rujukan dalam upaya pengembangan ilmu pengetahuan mengenai kajian tentang pengaruh perilaku narsis dan *self esteem* terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi di media sosial dengan etika profesi sebagai variabel intervensi.

b. Bagi Pembaca

Untuk memberikan informasi dan wawasan bagi pembaca mengenai pengaruh perilaku narsis dan *self esteem* terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi di media sosial dengan etika profesi sebagai variabel intervensi.

c. Bagi Penelitian yang Akan Datang

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi sejenis bagi mahasiswa untuk penelitian dimasa mendatang tentang pengaruh perilaku narsis dan *self esteem* terhadap pengendalian diri seorang akuntan dalam berinteraksi di media sosial dengan etika profesi sebagai variabel intervensi.