

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP TRANSPARANSI
PENGUNGKAPAN INFORMASI PELAPORAN KEUANGAN**

Fransiska Widya Pramestika Ariyanti Putri¹, Agnes Utari Widyaningdyah²

¹Jurusan Akuntansi, Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya
fransiskawdy@gmail.com

ABSTRACT

The objective of this study was to empirically examine the effect of social media use on the disclosure transparency of financial reporting information. The design of this research was quantitative research with the data source used was in the form of annual reports listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) year of 2016-2018. The object of this research was manufacturing and nonfinancial companies. The sample was selected by using purposive sampling method and proportionate stratified random sampling. The data analysis technique used was multiple regression analysis. The results of this study found that the use of social media has a positive effect on the disclosure transparency of financial reporting information. This proves that the use of social media is able to provide transparent disclosure of financial reporting information. Transparent disclosure provides a clear representation of how a company describes its organization. Ultimately, investors can have the information they need to estimate risk in making investment decisions and have longterm trust in the company
Keywords: Transparency; Disclosure of financial reporting information; Use of social media

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan. Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data yang digunakan berupa laporan tahunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2018. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan nonkeuangan. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan *proportionate stratified random sampling*, dengan analisis data menggunakan teknik regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial mampu memberikan pengungkapan informasi pelaporan keuangan yang transparan. Pengungkapan yang transparan menunjukkan tentang kondisi perusahaan yang sesungguhnya. Pada akhirnya, investor dapat memiliki informasi yang dibutuhkan untuk mengestimasi risiko dalam mengambil keputusan investasinya, serta memiliki kepercayaan jangka panjang terhadap perusahaan.

Kata Kunci: Transparansi; Pengungkapan informasi pelaporan keuangan; Penggunaan media sosial

Jurnal Akun Nabelo:
Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif
Volume 5/Nomor 2/Januari 2023
Jurusan Akuntansi FEB Universitas Tadulako



A. PENDAHULUAN

Perusahaan mempunyai kewajiban dalam melakukan pengungkapan yang transparan atau terbuka. Keterbukaan informasi tercermin saat perusahaan memberikan pengungkapan informasi pelaporan keuangan selaras dengan peraturan dan standar akuntansi yang berlaku, serta kebijakan perusahaan. Pengungkapan informasi pelaporan keuangan perusahaan ditunjukkan untuk pemangku kepentingan, seperti pemegang saham atau investor, kreditor, pelanggan, direksi, karyawan, dan pemasok. Adanya pengungkapan informasi pelaporan keuangan akan memberikan gambaran terkait kebijakan yang diambil oleh manajemen, dimana risiko dikendalikan sehingga investor tidak tersesat dalam memutuskan kebijakan investasinya (Subekti, 2001; dalam Sutedja, 2006). Pengungkapan informasi pelaporan keuangan terdiri dari laporan keuangan dan laporan tahunan yang isinya mengenai kinerja perusahaan meliputi seluruh aktivitas perusahaan. Tingkat transparansi dalam pengungkapan perusahaan dapat diukur dengan indeks OECD (2004).

Indeks OECD diperkenalkan oleh Cheung, Jiang, dan Tan (2010) dengan 56 indikator yang terbagi atas dua sub-kelompok pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela. Terdapat enam prinsip yang dinyatakan OECD (2004) yaitu adanya jaminan kerangka dasar tata kelola perusahaan yang efektif, adanya pemenuhan hak pemegang saham, adanya keadilan diantara pemegang saham, peran stakeholder dalam implementasi *corporate governance*, pengungkapan dan transparansi tentang kinerja perusahaan, serta peran dewan dalam bertanggung jawab. Penelitian ini menggunakan prinsip pengungkapan dan transparansi, yang mensyaratkan pengungkapan harus memadai, jelas, akurat, tepat waktu, dan akses yang mudah oleh pemangku kepentingan. Hasil yang didapatkan dari penelitian terdahulu yang dilakukan Cheung dkk. (2010) menunjukkan adanya hubungan signifikan dan positif antara pengungkapan dan transparansi perusahaan yang diukur dengan indeks OECD. Dengan menggunakan acuan penelitian yang sama, Kartika dan Lisdiono (2012) menyatakan bahwa pengungkapan dan transparansi yang diukur dengan menggunakan indeks OECD berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan terbagi dalam dua bagian, yaitu pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela. Yang pertama, pengungkapan wajib adalah pengungkapan informasi terkait perusahaan yang sifatnya wajib dan sesuai dengan standar akuntansi maupun regulasi yang mengatur (Suwardjono, 2014:583). Peraturan mengenai pengungkapan wajib ini ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 29/POJK.04/2016, sedangkan standar akuntansi mengacu pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 60. Selanjutnya yang kedua, pengungkapan sukarela adalah informasi terkait perusahaan yang diungkapkan, namun selain yang ada dalam standar akuntansi dan regulasi (Suwardjono, 2014:591), dapat dalam bentuk kebijakan perusahaan yang nantinya akan menjadi tambahan informasi bagi investor. Pengungkapan wajib maupun sukarela sebagai bentuk transparansi informasi pelaporan keuangan, keduanya memiliki peranan yang penting untuk kebutuhan investor dalam menentukan keputusan investasinya.

Sesuai dengan peraturan mengenai publikasi laporan keuangan dan laporan tahunan, perusahaan wajib mempublikasi melalui website resmi perusahaan. Publikasi melalui website atau internet tersebut disebut sebagai Internet Financial Reporting (IFR). IFR pada dasarnya menyempurnakan pelaporan keuangan perusahaan yang bersifat wajib, ditambah dengan informasi bersifat sukarela dan adanya fasilitas penyebaran informasi pada shareholders (Boubaker dkk., 2012; dalam Virgiawan dan Diyanty, 2015). Peraturan POJK Nomor 29/POJK.04/2016 tentang laporan tahunan emiten atau perusahaan publik, menjelaskan bahwa perusahaan publik tidak hanya menyampaikan

laporan tahunan dalam bentuk fisik atau hardcopy kepada OJK, namun juga memiliki kewajiban untuk mencantumkannya pada situs atau website perusahaan.

Disisi lain, perusahaan berupaya mengikuti perubahan zaman di era perkembangan teknologi dengan memperluas saluran komunikasi ke media yang telah banyak digunakan masyarakat. Menurut data survei Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia (APJII) tahun 2018, terdapat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia telah mencapai 64,8% yaitu 171,17 juta dari total populasi sebesar 264,16 juta orang yang menggunakan internet dalam kesehariannya. Seiring dengan pengguna internet yang terus mengalami kenaikan, media sosial sebagai konten internet juga mengalami perkembangan yang pesat. Disamping itu, dalam survei yang sama mengindikasikan media sosial yang paling banyak digunakan berturut-turut adalah Facebook mencapai 50,7%, Instagram mencapai 17,8%, Youtube mencapai 15,1%, Twitter mencapai 1,7%, dan LinkedIn mencapai 0,4% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Didukung dengan pengguna internet yang semakin aktif, beberapa perusahaan yang awalnya menggunakan website, kini telah aktif mempublikasikan pengungkapannya melalui media sosial. Selain itu, hasil survei We are Social tahun 2016 menyatakan bahwa pengguna media sosial secara global diperoleh Facebook sebesar 1590 juta, WhatsApp sebesar 900 juta, Fb Messenger sebesar 800 juta, Wechat sebesar 650 juta, Instagram sebesar 400 juta, Twitter sebesar 320 juta, Line sebesar 212 juta dan BBM sebesar 100 juta. Dari kedua survei yang telah disebutkan, dapat menunjukkan bahwa pengguna Facebook adalah yang terbanyak sehingga Facebook digunakan dalam penelitian ini. Didukung dengan pengguna internet yang semakin aktif, beberapa perusahaan yang awalnya menggunakan website, kini telah aktif mempublikasikan pengungkapannya melalui media sosial. Media sosial mampu membantu perusahaan dalam mengungkapkan segala informasi perusahaan yang sifatnya keuangan dan nonkeuangan, seperti sejarah perusahaan, produk baru, pembagian dividen, bahkan undangan rapat umum pemegang saham (Wisnantiasri dan Mutira, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan. Penelitian ini menggunakan media sosial Facebook dan Twitter. Facebook dan Twitter menjadi salah satu pilihan media sosial bagi perusahaan dalam melakukan pengungkapan, karena semakin banyak pengguna media sosial menggunakan Facebook atau Twitter sebagai sumber informasi utama (Müller dkk., 2016; Soo Jung dan Hadley, 2014; dalam Kurinyepa, 2016). Selain itu, pertukaran informasi pada Facebook dan Twitter dapat terjadi dengan cepat dan mengalami update, serta fitur yang dimiliki banyak dan bisa memuat berbagai informasi seperti video, foto, dan kalimat. Informasi yang diberikan perusahaan inilah yang merupakan bentuk dari pengungkapan informasi pelaporan keuangan. Bila informasi pengungkapannya transparan, maka akan membantu investor mengambil suatu keputusan investasi yang optimal. Penggunaan media sosial oleh perusahaan menjadi bentuk lain dari Internet Financial Reporting (IFR) untuk melakukan pengungkapan yang transparan.

Pengungkapan informasi yang transparan dilakukan manajemen selaku agen agar investor selaku prinsipal dapat mengetahui kinerja perusahaan. Akan tetapi, terdapat perbedaan tujuan antara agen dan prinsipal, sehingga akan timbul konflik kepentingan. Agen akan bertindak tidak terbatas dan cenderung opportunistik demi kepentingan pribadi, sebagaimana dijelaskan dalam teori keagenan. Untuk meminimalkan hal tersebut, perusahaan wajib melakukan pengungkapan. Dampak dari adanya pengungkapan informasi yang transparan yaitu prinsipal memiliki informasi yang memadai untuk mengestimasi risikonya, sebab tidak ada informasi yang disembunyikan agen.

Untuk memberikan keyakinan tersebut, transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan harus dilakukan perusahaan.

Motivasi penelitian ini adalah penelitian yang khusus membahas transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan masih terbatas, karena mayoritas membahas asimetri informasi sebagai variabel dependen. Oleh karena itu, peneliti akan menguji secara empiris pengaruh penggunaan media sosial terhadap transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan pada perusahaan manufaktur dan nonkeuangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Alasan memilih perusahaan manufaktur dan nonkeuangan sebagai objek penelitian adalah peraturan mengenai pengungkapan perusahaan keuangan menggunakan peraturan Nomor 37/POJK.03/2019 tentang transparansi dan publikasi laporan bank. Peraturan tersebut berbeda dengan peraturan perusahaan manufaktur dan nonkeuangan. Selanjutnya, periode penelitian dipilih pada tahun 2016 sampai 2018, karena pada peraturan POJK Nomor 29/POJK.04/2016 diatur bahwa tahun 2016 perusahaan wajib memberikan pengungkapan melalui website resmi perusahaan. Berlandaskan hal tersebut, penelitian ini ingin mengetahui perkembangan penggunaan media sosial oleh perusahaan sebagai bentuk lain dari IFR mulai pada tahun 2016.

Diharapkan dengan adanya penggunaan media sosial sebagai bentuk lain dari IFR, pengungkapan dapat memberikan manfaat terutama bagi investor dan calon investor. Pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan media yang mudah diakses dan berbiaya rendah diyakini akan memberikan investor pengetahuan yang memadai terkait kinerja perusahaan. Pengetahuan investor yang memadai akan membantu investor melakukan pengambilan keputusan yang optimal terkait investasinya. Hal tersebut karena investor telah mengetahui gambaran kondisi perusahaan melalui laporan keuangan maupun laporan tahunan yang diberikan manajemen secara periodik. Selain itu, perusahaan akan satu langkah lebih dekat dengan investor, calon investor dan konsumennya untuk memberikan citra yang baik tentang keberlangsungan perusahaan jangka panjang, serta dalam waktu yang sama konflik kepentingan dapat dikurangi.

B. TINJAUAN PUSTAKA

B.1. Teori Keagenan

Teori keagenan adalah suatu hubungan keagenan yang menjelaskan kontrak; dimana agen diberikan otoritas oleh prinsipal untuk memberikan pengambilan keputusan yang berpihak pada kepentingan principal Jensen dan Meckling (1976). Jika hubungan keagenan kedua belah pihak memiliki kepentingan yang selaras, maka agen dan prinsipal diyakini akan memiliki hubungan keagenan yang efektif. Namun, baik manajemen dan investor memiliki kepentingannya masing-masing, sehingga timbul perbedaan tujuan yang menyebabkan adanya konflik kepentingan. Asumsi tersebut mengarah pada sifat dasar manusia yang egois dengan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan diri sendiri. Akibatnya, prinsipal harus mengawasi agen untuk tetap bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal. Oleh sebab itu, agen memiliki kewajiban memberikan informasi pelaporan keuangan yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan secara periodik kepada prinsipal. Ketika informasi telah diterima, maka prinsipal dapat melakukan penilaian terhadap kinerja agen melalui laporan yang diberikan.

Penelitian ini menggunakan salah satu prinsip OECD (2004) yaitu keterbukaan (transparansi) dan pengungkapan dengan pedoman yang digunakan sesuai dengan ketentuan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) yang berlaku. Pengungkapan dilakukan dengan memanfaatkan media yang telah banyak digunakan masyarakat pada masa kini, yaitu media sosial. Diharapkan dengan penggunaan media sosial dalam pengungkapannya,

perusahaan dapat menyampaikan informasi dengan cepat, tepat waktu, dan akurat. Ketika informasi telah diterima prinsipal, maka prinsipal dapat memahami gambaran kondisi perusahaan dan mengawasi bagaimana pengelolaan perusahaan. Saat perusahaan melakukan pengungkapan yang transparan, maka prinsipal memiliki informasi yang memadai untuk mengestimasi risikonya, sebab tidak ada informasi yang disembunyikan agen. Maka diyakini prinsipal akan lebih memiliki kepercayaan kepada keberlangsungan perusahaan untuk jangka panjang. Selain itu, konflik kepentingan antara prinsipal dan agen akan berkurang, karena setiap perusahaan telah memiliki kewajiban yang sama mengenai apa saja yang harus diungkapkan. Setelah itu, manajemen selaku agen perusahaan harus bertindak rasional yaitu berperilaku adil dan wajar dalam mengambil segala tindakan yang ditunjukkan untuk kepentingan prinsipalnya.

B.2. Transparansi Pengungkapan Informasi Pelaporan Keuangan

Persaingan bisnis dalam memperoleh sumber pembiayaan eksternal diantara perusahaan publik kini semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk mencari sumber pendanaan tidak hanya kepada kreditor saja, namun juga kepada investor. Maka dalam rangka memperoleh dana dari investor, perusahaan harus mampu memberikan pengungkapan informasi pelaporan keuangan dengan transparan. Otoritas Jasa Keuangan(OJK) pada dasarnya mengawasi perusahaan, sehingga hal tersebut yang menuntut perusahaan melakukan pengungkapan. Pengungkapan bertujuan memberikan informasi yang dianggap perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan, serta melayani berbagai pihak yang memiliki kepentingan yang berbeda-beda (Suwardjono, 2014:580).

Salah satu tujuan pelaporan keuangan adalah memberikan informasi guna pengambilan keputusan (Hendrikson, 1994 ; dalam Siboro, 2007). Supaya mencapai tujuan pelaporan keuangan, maka memerlukan pengungkapan informasi yang memadai tentang perusahaan. Pengungkapan informasi pelaporan keuangan merupakan segala informasi yang berhubungan dengan seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk dipublikasikan kepada pemangku kepentingan. Hal tersebut mencerminkan bahwa melalui pengungkapan, pemangku kepentingan dapat memiliki informasi yang jelas tentang transaksi maupun kejadian yang berkesinambungan dengan operasional perusahaan. Informasi dalam pengungkapan laporan keuangan dalam pelaporan laporan keuangan sebagai berikut, yakni pos statemen keuangan, catatan atas laporan keuangan (CALK), penggunaan istilah teknis, penjelasan dalam kurung, lampiran, penjelasan auditor dalam laporan auditor, dan komunikasi manajemen dalam bentuk surat atau pernyataan resmi (Suwardjono, 2014:591).

Menurut Suwardjono (2014:583), pengungkapan dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Pengungkapan Wajib

Pengungkapan wajib adalah pengungkapan informasi terkait perusahaan yang sifatnya diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan oleh lembaga pengawas. Peraturan mengenai pengungkapan wajib ini ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 29/POJK.04/2016 dengan ketentuan bentuk dan isi laporan tahunan dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK) Nomor 30/SEOJK.04/2016. Sedangkan, untuk standar akuntansi mengacu pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 60 tentang pengungkapan instrumen keuangan.

2. Pengungkapan Sukarela

Pengungkapan sukarela adalah informasi terkait perusahaan yang diungkapkan, namun selain yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan lembaga pengawas, yang dapat dalam bentuk kebijakan perusahaan. Secara umum, pengungkapan sukarela menjadi strategi untuk menarik perhatian investor, karena manajemen berusaha memberikan

informasi baik tentang perusahaan agar minat investor meningkat untuk melakukan investasi (Andriyanto dan Metalia, 2011).

Pengungkapan wajib dan sukarela ini, keduanya memiliki peran masing-masing dalam menyampaikan informasi transparan kepada investor. Selain itu pengungkapan yang dilakukan perusahaan memberikan dampak menguntungkan bagi perusahaan. Keuntungan adanya pengungkapan adalah keberadaan perusahaan dapat diketahui oleh masyarakat luas, dapat menyampaikan prospek yang baik terkait kinerja perusahaan, dan mengatasi masalah perbedaan kepentingan antara agen dan prinsipal, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor kepada perusahaan.

B.3. Prinsip Corporate Governance menurut OECD (2004)

Pelaksanaan praktik corporate governance dapat menjadi salah satu elemen yang meningkatkan efisiensi dan pertumbuhan ekonomi serta menumbuhkan kepercayaan investor (OECD, 2004). Pelaksanaan corporate governance ini menjelaskan hak dan tanggungjawab antara pihak satu dengan yang lainnya untuk menciptakan kesinambungan antara dewan komisaris, manajemen, direksi, dan investor. Agar corporate governance dapat terwujud dengan efektif, maka memerlukan pengaturan hukum yang dapat menjamin semua pihak terlindungi. Peran lembaga otoriter dalam pelaksanaan Good Corporate Governance (GCG) sangatlah penting, karena agar perusahaan dapat menciptakan suatu pengendalian untuk mengelola sumber daya organisasi secara efektif berdasarkan prinsip-prinsipnya dengan sesuai regulasi yang berlaku. Salah satu bentuk dari pengaturan hukum dapat berupa undang-undang yang isinya mencerminkan kebutuhan dan kepentingan semua pihak. Salah satu lembaga yang menciptakan konsep corporate governance adalah Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). Indeks OECD yang akan digunakan dalam penelitian ini diperkenalkan oleh Cheung dkk. (2010) dengan 56 indikator yang terbagi atas dua sub-kelompok pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela.

GCG dapat terwujud jika perusahaan menerapkan seluruh prinsip GCG. Berikut ini prinsip yang dikemukakan OECD (2004), yaitu:

1. Menjamin kerangka dasar tata kelola perusahaan yang efektif
2. Melindungi dan memfasilitasi realisasi hak-hak pemegang saham
3. Keadilan bagi seluruh shareholders minoritas dan mayoritas
4. Peran pemangku kepentingan dalam tata kelola perusahaan
5. Pengungkapan dan transparansi
6. Tanggungjawab Dewan komisaris dan direksi

B.4. Pengungkapan dan Transparansi

Faktor penyebab sebuah perusahaan bermasalah hingga mengalami krisis keuangan antara lain karena transparansi pelaporan keuangan yang buruk (Morris dkk, 2004; dalam Naibaho, 2019)). Oleh karena itu, pengungkapan informasi pelaporan keuangan merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam menjalankan operasi bisnisnya. Ketika informasi diberikan secara terbuka untuk berbagai pihak yang menggunakan, maka akan membantu pihak tersebut melakukan aktivitasnya. Keterbukaan inilah yang berkontribusi terhadap keselarasan hubungan antara agen dan prinsipal.

Berdasarkan keenam prinsip OECD (2004), prinsip yang akan digunakan pada penelitian ini adalah prinsip kelima mengenai transparansi dan pengungkapan. Pengungkapan kepada publik umumnya diperlukan minimal setiap tahun dan berkala. Dipastikan bahwa perusahaan memberikan keterbukaan informasinya tepat waktu dan akurat, sehingga informasi yang ada dapat meningkatkan wawasan investor tentang kinerja perusahaan. Saluran informasi sama pentingnya dengan isi informasi tersebut, sehingga kini penggunaan internet meningkatkan penyebaran informasi. prinsip keterbukaan dan transparansi terbagi atas 6 sub, yaitu:

- a) Keterbukaan harus mencakup, tetapi tidak hanya pada, informasi material tentang operasional dan keuangan perusahaan, tujuan perusahaan, kepemilikan saham, kebijakan remunerasi, transaksi dengan pihak terkait, risiko yang diramalkan, masalah tentang karyawan dan pemangku kepentingan, serta struktur dan kebijakan tata kelola perusahaan. Informasi material dimaksudkan apabila terdapat informasi yang tidak disajikan, maka dapat berpengaruh terhadap keputusan ekonomis bagi pengguna informasi.
- b) Wajib menyajikan dan mengungkapkan selaras dengan standar akuntansi berkualitas tinggi dan keterbukaan keuangan dan nonkeuangan.
- c) Saat melakukan audit tahunan, pelaksanaannya wajib dilakukan oleh auditor yang independen, kompeten dan memenuhi kualifikasi. Hal tersebut untuk memberikan jaminan atau kepastian, obyektif kepada dewan komisaris dan direksi, serta pemegang saham bahwa laporan keuangan perusahaan menyajikan posisi keuangan dan kinerja perusahaan secara wajar.
- d) Auditor eksternal memiliki tanggung jawab kepada pemegang saham, serta menerapkan prinsip kehati-hatian profesional saat dalam melaksanakan audit.
- e) Saluran media yang digunakan untuk menyebarkan informasi harus dapat diakses pengguna secara setara/sama, tepat waktu dan biaya yang efisien.
- f) Tata kelola perusahaan wajib mampu menciptakan ketentuan mengenai analisis atau saran dari analis, pedagang perantara efek, pemeringkat, serta tidak ada benturan kepentingan seperti mempengaruhi integritas analisis atau saran yang diberikan.

B.5. Hubungan OECD (2004) dengan Transparansi Pengungkapan Informasi Pelaporan Keuangan

Pelaksanaan corporate governance menurut OECD (2004) dalam salah satu prinsipnya yaitu pengungkapan dan transparansi. Prinsip transparansi mensyaratkan perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi yang jelas, akurat, dan tepat waktu terkait seluruh aktivitas perusahaan. Informasi relevan yang diberikan terkait informasi keuangan dan nonkeuangan, sehingga dapat dipergunakan bagi pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusannya. Informasi keuangan tentang hasil kinerja perusahaan terdapat di laporan keuangan. Sedangkan informasi nonkeuangan terdapat pada laporan tahunan berisi tentang risiko potensial yang dihadapi manajemen, serta informasi tambahan seperti tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Saat melakukan pengungkapan informasinya, perusahaan perlu untuk memberikan informasi berupa good news maupun bad news, agar tidak ada informasi penting yang disembunyikan atau ditutupi perusahaan, karena dinilai mampu merugikan pihak tertentu seperti investor dan regulator. Peran keterbukaan dalam pelaporan laporan keuangan menjadi amat penting. Informasi yang berisi tentang good news dapat memberi dampak positif yaitu memberi keyakinan kepada pemangku kepentingan bahwa perusahaan telah mengambil langkah strategis yang benar dan efektif. Sedangkan dalam pengungkapan yang berisi bad news sebetulnya dapat menimbulkan dampak

negatif karena mengungkapkan suatu informasi yang dapat merugikan perusahaan. Namun disisi lain, pengungkapan dapat meminimalkan estimasi risiko pemangku kepentingan dan perusahaan dapat melakukan perbaikan sesegera mungkin.

B.6. Penggunaan Media Sosial

Teknologi pengungkapan telah berkembang, berawal dari pengungkapan berbasis cetak, hingga pengungkapan berbasis online yaitu dari situs web perusahaan dan saat ini media sosial (Kurinyepa, 2016). Situs website yang digunakan untuk publikasi pengungkapan disebut sebagai Internet Financial Reporting (IFR). IFR menjadi kewajiban perusahaan dalam pengungkapannya, namun seiring waktu media sosial menjadi bentuk lain dari IFR. Teknologi memungkinkan investor memperoleh informasi dari perusahaan secara langsung dengan menggunakan media sosial. Investor tidak lagi mengeluarkan effort yang besar dalam tenaga, uang dan waktu untuk memperoleh informasi melalui media konvensional, karena media sosial menawarkan fitur yang dapat diakses setiap waktu dan berbiaya rendah. Setiap peristiwa yang terjadi terkait perusahaan akan mudah untuk ditemukan. Selain ada pengungkapan oleh perusahaan, dimungkinkan terdapat informasi yang diberikan akun-akun pengikut dari perusahaan. Bentuk dari media sosial ini adalah Facebook dan Twitter.

Platform Facebook menawarkan fitur untuk dapat memposting status maupun foto atau video yang dapat digunakan perusahaan untuk memberikan pengungkapan tentang perusahaan. Selain itu, terdapat pula fitur komentar yang dapat digunakan investor untuk berkomunikasi dengan perusahaan maupun antar investor dalam berbagi pendapat. Pada platform Twitter, terdapat fitur tweet yang digunakan untuk memberikan pengungkapan dapat berupa foto, video maupun kalimat, namun terbatas pada 140 karakter. Twitter juga memiliki fitur untuk memberikan komentar atau balasan atas tweet orang lain, yaitu fitur balasan. Selain itu terdapat pula fitur retweet, yaitu tindakan menforward tweet sehingga followers pada akun perusahaan dapat melihat tweet tersebut. Facebook dan Twitter memiliki fitur yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah tanpa diketahui orang lain, yaitu direct message (DM) pada Twitter dan Messenger pada Facebook. Adanya fitur tersebut memudahkan investor untuk menanyakan kepentingannya kepada perusahaan dengan mudah dan tertutup. Penggunaan media sosial menghasilkan efek berantai antara investor dengan investor lainnya, sehingga perusahaan harus dapat menggunakan kesempatan tersebut untuk membawa keuntungan.

Semua fitur yang ada dalam Facebook dan Twitter ini yang digunakan perusahaan sebagai media pengungkapan informasi pelaporan keuangan, agar menghasilkan informasi yang transparan. Ketika sebuah perusahaan menggunakan media sosial dan menginvestasikan sumber daya pada media komunikasi baru tersebut, maka dapat mempengaruhi lebih banyak orang dan berdampak lebih besar pada keputusan investor dan pengembalian pemegang saham (Zhang, 2015).

B.7. Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan berlandaskan pada total aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, dan jumlah tenaga kerja (Idawati dan Dewi, 2017). Hal tersebut dapat diperjelas yaitu bila nilai aktiva perusahaan tinggi, maka modal yang ditanam juga tinggi, lalu bila penjualan perusahaan tinggi, maka perputaran uang akan tinggi, dan terakhir bila kapitalisasi pasar semakin tinggi, maka diyakini akan lebih dikenal banyak masyarakat.

Total aktiva digunakan dalam mengukur ukuran perusahaan, hal ini disebabkan nilai aktiva relatif stabil dibandingkan dengan nilai penjualan dan kapitalisasi pasar. Menurut Putri dan Azizah (2019) menyatakan bahwa semakin besar tingkat ukuran perusahaannya, maka akan semakin besar juga tingkat pengungkapan informasi keuangan perusahaan dengan melakukan

pelaporan keuangan menggunakan fasilitas internet. Oleh sebab itu perusahaan dengan skala yang lebih besar lebih banyak disorot oleh masyarakat terutama investor dibandingkan perusahaan kecil.

B.8. Leverage

Perusahaan dalam menjalankan operasionalnya memerlukan berbagai kebutuhan, selain adanya modal dana dari pihak internal perusahaan untuk menutup biaya-biaya yang timbul, terdapat cara dalam memperoleh dana dari pihak eksternal. Dana yang berasal dari pihak eksternal dapat diperoleh melalui penerbitan saham, obligasi, serta utang kepada kreditur. Pada umumnya, perusahaan melakukan pinjaman utang kepada kreditur untuk melakukan ekspansi perusahaan.

Bila tingkat leverage yang dimiliki perusahaan tinggi, maka hal ini akan mengarahkan perusahaan untuk memberikan pengungkapan informasi pelaporan keuangan yang transparan, agar kreditur dapat mengetahui bagaimana dana perusahaan dikelola dan dana pinjaman dapat dikembalikan sesuai jatuh temponya. Selain itu, tingkat leverage yang tinggi akan membuat perusahaan berupaya menciptakan citra positif pada kreditur, investor, serta pemangku kepentingan lainnya dengan IFR, dengan cara tidak hanya membahas tentang laporan keuangan, namun membahas tentang kegiatan sosial perusahaan (Putri dan Azizah (2019).

B.9. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran keberhasilan yang diperoleh perusahaan, dalam hal menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, sehingga mempengaruhi kelengkapan pengungkapan (Alfiana, 2018). Dapat dijelaskan bahwa profitabilitas mencerminkan bagaimana perusahaan menghasilkan laba, sehingga bagi investor profitabilitas menjadi aspek yang penting. Pengungkapan oleh manajemen memberikan informasi tentang profitabilitas, sehingga investor dapat dengan mudah memberikan penilaian terhadap kinerja manajemen saat melakukan pengelolaan operasional perusahaan.

Menurut Idawati dan Dewi (2017) menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan tinggi, maka dapat diindikasikan memiliki kinerja baik, sehingga perusahaan akan melakukan pengungkapan melalui IFR. Namun, jika kinerja perusahaan buruk, maka diyakini akan menghindari pengungkapan, karena bagi perusahaan dengan kinerja yang buruk lebih memilih untuk menyembunyikan badnews dan akan membatasi akses laporan keuangan dari pihak eksternal. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang berkinerja baik akan melakukan pengungkapan yang transparan. Media sosial sebagai bentuk lain dari IFR memberikan kemudahan untuk perusahaan transparan pada pengungkapan informasi pelaporan keuangan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan data sekunder. Sumber data penelitian ini berupa laporan tahunan yang berasal dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2018. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS versi 25. Metode dokumentasi digunakan dalam pengumpulan data dengan mengunduh laporan tahunan perusahaan listing nonkeuangan

C.1 Pengukuran Variabel

C.1.1 Variabel Dependen dan Variabel Independen

a. Transparansi Pengungkapan Informasi Pelaporan Keuangan

Transparansi pengungkapan informasi keuangan merupakan keterbukaan informasi yang diberikan manajemen kepada investor, baik

informasi itu sifatnya wajib maupun sukarela. Kelompok pengungkapan wajib akan dicocokkan dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 29/POJK.04/2016, sedangkan pengungkapan sukarela merupakan indikator selain yang ada dalam peraturan. Indikator yang digunakan sesuai dengan penelitian Kartika dan Lisdiono (2012) yaitu indeks OECD (2004) yang diperkenalkan oleh Cheung dkk. (2010) yang terdiri dari 56 indikator yang terbagi atas dua sub-kelompok. Namun terdapat perbedaan dalam penelitian ini, karena hanya menggunakan 55 indikator. Hal tersebut karena pada poin D.6, tidak ditemukan dalam laporan keuangan tahunan. Pengukuran indeks OECD (2004) adalah dengan memberi nilai 1 untuk perusahaan yang melakukan pengungkapan dan nilai 0 untuk perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan. Bila suatu perusahaan memperoleh total poin pengungkapan yang tinggi, maka semakin besar nilai indeks yang diperoleh perusahaan.

Rumus:
$$TP = \frac{\text{Jumlah Pengungkapan yang Terpenuhi}}{\text{Total Pengungkapan Maksimal}}$$

b. Penggunaan Media Sosial

Media sosial adalah suatu alat atau sarana di internet yang memberikan kemudahan bagi penggunaannya untuk mengungkapkan tentang dirinya, melakukan interaksi, serta bekerja sama, berbagi, atau dengan kata lain melakukan komunikasi dengan pengguna lainnya (Nasrullah, 2015; dalam Setiadi, 2016). Pengukuran variabel dalam penelitian ini, bila perusahaan menggunakan media sosial yaitu *Facebook* ataupun *Twitter* yang tercantum dalam *website* dan dapat terhubung langsung ke media sosial perusahaan, maka akan diberi nilai 1 sebagai tanda bahwa perusahaan memiliki akun resmi untuk melakukan pengungkapannya. Namun, apabila dalam *website* tercantum media sosial perusahaan tetapi tidak terhubung maupun perusahaan yang tidak menggunakan media sosial, maka akan diberi nilai 0 sebagai tanda bahwa perusahaan tidak menggunakan media sosial sebagai media pengungkapannya.

C.1.2 Variabel Kontrol

Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas yang mengikuti penelitian Putri dan Azizah (2019), bahwa tiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap pelaporan keuangan melalui internet atau *Internet Financial Reporting*. Berikut ini merupakan variabel kontrol yang digunakan:

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah pengelompokan ukuran perusahaan pada kelompok tertentu, yaitu kelompok perusahaan besar, sedang dan kecil, hal tersebut berlandaskan pada total aktiva perusahaan (Putri dan Azizah, 2019).

Rumus:
$$SIZE = \ln(\text{Total Aktiva})$$

b. Leverage

Leverage ialah suatu alat yang berguna dalam mengukur ketergantungan terhadap kreditur dalam melakukan pembiayaan (Prasetya dan Irawan, 2012; dalam Andriyani dan Mudjiyanti, 2017). Pengukuran variabel *leverage* menggunakan *Debt to Equity* (DER).

Rumus:
$$DER = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

c. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba pada satu periode tertentu, serta menjadi aspek penting sebagai acuan investor atau pemilik untuk dapat melakukan penilaian kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola perusahaannya (Putri dan Azizah, 2019). Penelitian ini menggunakan rasio *Return on Total Asset* (ROA).

Rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

D. HASIL DAN PEMBAHASAN**D.1. Analisis Statistik Deskriptif**

Penelitian ini menguji pengaruh penggunaan media sosial terhadap transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan. Penggunaan data dalam penelitian ini antara lain penggunaan media sosial (MS) sebagai variabel independen, transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan (TP) sebagai variabel dependen, serta ukuran perusahaan (SZ), leverage (LEV), dan profitabilitas (PR) sebagai variabel kontrol. Variabel transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan (TP) diperoleh dengan menghitung perbandingan antara jumlah poin pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dengan jumlah 55 poin pengungkapan yang seharusnya diungkapkan, sesuai dengan indeks OECD Cheung dkk. (2010). Hasil statistik deskriptif dan distribusi frekuensi dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2:

Tabel 1
Hasil Uji Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Rata-Rata	Std Deviasi
TP	230	0,363636363	0,7636363636	0,5539130435	0,078504386
MS	230	0	1	0,48	0,501
SZ	230	20,32482331	34,97528478	28,59876438	2,638386937
LEV	230	-1,08890240	3,308900000	0,8428267452	0,6539752488
PR	230	-3,46000000	0,4740000000	0,0425116966	0,1015275959

Sumber : Hasil Output Alat Statistik, 2020

Tabel 2
Distribusi Frekuensi

Media Sosial		Frequency	Percent
Valid	Tidak Menggunakan Media Sosial	119	51.7
	Menggunakan Media Sosial	111	48.3
	Total	230	100.0

Sumber : Hasil Output Alat Statistik, 2020

Penelitian ini telah lolos dari uji uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heterokedastisitas. Dengan demikian, maka dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

D.3. Hasil Uji Hipotesis

D.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3
Hasil Uji Kelayakan Model

Keterangan	Nilai	Kesimpulan
R	0,292	Model Fit
R ²	0,085	
Adjusted R ²	0,073	
F Change	6,670	
Sig.	0,000	

Sumber : Hasil Output Alat Statistik, 2020

Hasil uji koefisiensi determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R²* sebesar 0,286 atau 27,3%. Hal ini berarti variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 27,3%. Uji F dikatakan layak jika nilai signifikansi $\leq 0,05$. Hasil uji F didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi penelitian fit.

D.3.2 Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	B	T	Sig.
Konstanta	0,441	6,009	0,000
MS	0,030	2,398	0,017
SZ	0,004	1,602	0,110
LEV	0,008	0,817	0,415
PR	0,253	3,986	0,000

Sumber : Hasil Output Alat Statistik, 2020

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka diperoleh persamaan regresi berikut:

$$TP = 0,442 + 0,025 MS + 0,003 SZ - 0,018 LEV + 0,378 PR + e$$

Hasil uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel MS menunjukkan hasil nilai t sebesar 2,859 dan nilai sig. sebesar 0,005 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan MS berpengaruh signifikan terhadap TP. Oleh karena itu, H1 yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan diterima. Variabel kontrol yang dapat mempengaruhi model penelitian adalah ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas.

D.4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Transparansi Pengungkapan Informasi Pelaporan Keuangan

Pengujian hipotesis penelitian ini menghasilkan bukti empiris bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan tahun 2016-2018. Perusahaan memiliki tanggungjawab dalam memberikan pengungkapan yang transparan.

Salah satu media pengungkapan yang dapat digunakan adalah Internet Financial Reporting (IFR). Penelitian ini menggunakan bentuk lain dari IFR yaitu media sosial. Berdasarkan landasan teorinya dalam teori keagenan, manajemen selaku agen dan investor selaku prinsipal diteorikan memiliki perbedaan tujuan yang menimbulkan konflik kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan harus mengendalikan dengan memberikan pengawasan agar pengungkapan informasinya dapat transparan. Informasi yang diungkapkan melalui media sosial akan berdampak bagi investor, dimana investor telah memiliki informasi secara menyeluruh tentang kinerja perusahaan baik informasi keuangan maupun nonkeuangan, yang tentunya informasi tersebut dapat membantu investor dalam pengambilan keputusan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Lei dkk. (2018) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial mempengaruhi perilaku pengungkapan perusahaan, yaitu perusahaan menggunakan media sosial memberikan pengungkapan yang lebih transparan dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menggunakan media sosial, serta penggunaan media sosial efeknya lebih jelas untuk perusahaan yang kurang dikenal. Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Zhang (2015) yang menyatakan bahwa perusahaan yang menggunakan media sosial untuk memberikan pengungkapan dengan intensitas yang tinggi menarik lebih banyak pengguna atau investor, dibandingkan perusahaan dengan yang intensitasnya rendah.

E. PENUTUP

E.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial mampu memberikan pengungkapan informasi pelaporan keuangan yang transparan. Pengungkapan yang transparan memberikan representasi yang jelas tentang bagaimana perusahaan menggambarkan organisasinya. Pada akhirnya, investor dapat memiliki informasi yang dibutuhkan untuk mengestimasi risiko dalam mengambil keputusan investasinya, serta memiliki kepercayaan jangka panjang terhadap perusahaan.

E.2. Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Ada kemungkinan perbedaan interpretasi dalam memahami masing-masing poin indeks OECD (2004) yang digunakan dalam penelitian ini.
- b. Penelitian mengenai transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan masih terbatas, karena mayoritas jurnal acuan membahas asimetri informasi sebagai variabel dependennya.
- c. Periode objek penelitian adalah 3 tahun, yaitu 2016-2018. Pada tahun tersebut, masih banyak perusahaan yang sedang dalam penyesuaian menggunakan IFR, sehingga pada tahun tersebut terdapat perusahaan yang menggunakan media sosial serta ada yang tidak menggunakan.
- d. Penelitian ini hanya menggunakan satu indeks sebagai pengukuran variabel dependennya.

E.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta keterbatasan penelitian, maka saran penelitian yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Saran Akademis

- a. Untuk mengatasi perbedaan interpretasi dan mengurangi subjektivitas, peneliti selanjutnya dapat menggunakan *content analysis* dalam pengukuran variabelnya. *Content analysis* dilakukan dengan teknik koding data atau mencatat lambang secara sistematis, lalu selanjutnya diberi interpretasi.
- b. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan sebagai variabel dependennya. Agar menambah literature mengenai transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan.
- c. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan periode tahun penelitian, terutama setelah tahun 2018.
- d. Untuk penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan indeks lain seperti metode yang dikembangkan oleh Botosan (1997) atau indeks pengungkapan tidak berbobot (unweight) yang disusun oleh Boubaker, dkk. (2012). Indeks tersebut dapat digunakan dalam pengukuran variabel transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan, sehingga diharapkan hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

2. Saran Praktis

Bagi perusahaan terutama manajemen diharapkan untuk mempertimbangkan penggunaan media sosial dalam pengungkapan informasi pelaporan keuangannya. Serta untuk investor diharapkan dapat mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi transparansi pengungkapan informasi pelaporan keuangan dalam pengambilan keputusan investasi

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana, Y. (2018). Pengaruh profitabilitas, leverage, proporsi dewan komisaris, ukuran kap dan ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan informasi sukarela laporan keuangan tahunan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 16(1), 15–22.
- Andriyani, R., dan Mudjiyanti, R. (2017). Pengaruh tingkat profitabilitas, leverage, jumlah dewan komisaris independen dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan internet financial reporting (ifr) di bursa efek indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 15(1), 67–81.
- Andriyanto, R., dan Metalia, M. (2011). Perbandingan tingkat kelengkapan mandatory disclosure dan voluntary disclosure informasi akuntansi antara industri high-profile dan low-profile. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 12(1), 15–35.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). Penetrasi dan profil perilaku pengguna internet indonesia. Didapat dari <https://apjii.or.id/survei2018s/download/TK5oJYBSyd8iqHA2eCh4FsGELm3ubj> , 7 Juni 2020, pukul 10:39 WIB
- Cheung, Y. L., Jiang, P., dan Tan, W. (2010). A transparency disclosure index measuring disclosures: chinese listed companies. *Journal of Accounting and Public Policy*, 29(3), 259–280.
- Virgiawan, I. P. Y., dan Diyanty, V. (2015). Analisis pengaruh konsentrasi

- kepemilikan keluarga dan internet financial reporting (ifr) terhadap asimetri informasi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 12(2), 123–146.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss. Yogyakarta: Universitas Diponegoro. In (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Idawati, P. D. P., dan Dewi, I. G. A. D. P. (2017). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap internet financial reporting perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia. *Forum Manajemen STIMI Handayani*, 15(11), 44–45.
- Jensen, M. C., dan Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kartika, N. S., dan Lisdiono, P. (2012). Pengaruh indeks transparansi pengungkapan oecd dan gri terhadap nilai perusahaan. Didapat dari [http://www.lib.ui.ac.id/naskahringkas/2018-09/S57041-Nadia Sonia Kartika](http://www.lib.ui.ac.id/naskahringkas/2018-09/S57041-Nadia%20Sonia%20Kartika)
- Kurinyepa. (2016). The impact of wide social media dissemination of disclosures on information asymmetry: a new zealand context (Disertasi Doktor, Universitas Teknologi Auckland). didapat dari <http://156.62.60.45/handle/10292/10653>.
- Lei, L., Li, Y., & Luo, Y. (2018). Social media and voluntary nonfinancial disclosure: Evidence from twitter presence and corporate political disclosure. *Journal of Information Systems*, 33(2), 99–128.
- Naibaho, R. (2019). Analisis tingkat pengungkapan transaksi pihak berelasi dan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan (studi pada industri manufaktur). *Accounting and Business Information Systems Journal*, 2(4).
- OECD. (2004). Oecd principles of corporate governance 2004. In *OECD Principles of Corporate Governance 2004*.
- Purwanto, E., dan Wikartika, I. (2014). Analisis voluntary disclosure perusahaan telekomunikasi di bei. *Jurnal Neo-Bis*, 8(2), 101–115.
- Putri, M. N. A., dan Azizah, D. F. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap pelaporan keuangan melalui internet/ (internet financial reporting). *Jurnal akuntansi*, 72(2), 1–9.
- Santoso, B. A. (2018). *Tutorial & Solusi Pengolahan Data Regresi*. Catatan Budi.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Siboro, D. T. (2007). Hubungan good corporate governance (GCG) dengan pengungkapan laporan keuangan. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2(2), 17–29.
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutedja. (2006). Pengungkapan (disclosure) laporan keuangan sebagai upaya mengatasi asimetri informasi. *Jurnal Infestasi*, 3(2), 113–125.
- Suwardjono. (2014). Teori akuntansi perekayasaan pelaporan keuangan, Edisi Ketiga, Yogyakarta: BPFE. In 2020.

- Wisnantiasri, S. N., dan Mutira, P. (2020). Corporate disclosure melalui media sosial untuk mengurangi asimetri informasi. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 7(1), 7–12.
- Zhang, J. (2015). Voluntary information disclosure on social media. *Decision Support Systems*, 73, 28–36.