

**POTRET ETIKA DOSEN AKUNTANSI MELALUI BUDAYA POPULER
(STUDI KASUS MEDIA SOSIAL FACEBOOK)**

Mita Nindiasari Putri
Prof. Dr. Unti Ludigdo, Ak., CA
Dr. Ari Kamayanti, SE., MM., Ak
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Sarjana
Universitas Brawijaya Malang
Jln. Veteran, Malang. Tlp. (0341) 551611
E-mail : mita.putri64@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk memahami etika dosen akuntansi yang direfleksikan melalui facebook sebagai budaya populer. Sumber data dari penelitian ini didapatkan melalui observasi dari website Facebook.com. Subjek riset dalam penelitian ini harus memiliki kriteria sebagai berikut, yaitu dosen akuntansi yang memiliki akun facebook dan aktif dalam pemakaian facebook minimal dalam satu minggu memposting dua sampai tiga kali, dosen akuntansi yang juga merangkap aktifitas tambahan dan tugas lain dalam ranah profesi ,serta masuk ke dalam pertemanan akun facebook milik peneliti. Berdasarkan kriteria yang ada, maka telah dipilih tiga orang yang merupakan dosen akuntansi yaitu, Ersya Tri Wahyuni, S.E.,M.Acc.,CPMA merupakan salah satu dosen akuntansi dari Universitas Padjadjaran, Dra.Hj. Hamidah, M.Si.,Ak. yang merupakan dosen Universitas Airlangga Surabaya, dan yang terakhir Dr. Aji Dedi Mulawarman, SP., MSA yang merupakan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada akun Facebook Ersya Tri Wahyuni, Hamidah Safeya atau Hamidah Hasiadi, dan Aji Dedi tidak ada gambar atau tulisan berisikan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta unsur pornografi di dalamnya.

The study aims to recognize the ethics of accounting lecturers as reflected in one of popular culture media, Facebook. The data are obtained through observation toward the lecturers' account in the website Facebook.com. Research subjects are required to fulfill a number of criteria, i.e. accounting lecturers owning a facebook account, actively posting some information in the social media twice or three times in a week, working as an accounting professional as the secondary career, and being related in a facebook friendship with the researcher. Meeting the three criteria, three accounting lecturers of different universities are selected as the subjects: Ersya Tri Wahyu, S.E., M.Acc., CPMA from Padjadjaran University,

Dra. Hj. Hamidah, M.Sc., Ak. from Airlangga University, and Dr. Aji Dedi Mulawarman, SP., MSA from the University of Brawijaya. The results of the study indicate that the facebook accounts of Ersya Tri Wahyu, Hamidah Safeya, and Aji Dedi contain neither information provoking hatred/hostility (toward individuals of certain ethnicity, religion, race, and intergroup) nor pornography.

Keywords: *Ethics; Lecturer; Social media; Facebook.*

PENDAHULUAN

Dosen akuntansi merupakan sebuah profesi yang penting, karena dengan bantuan para dosen akuntansi akan tercipta akuntan-akuntan yang handal dan juga profesional. Profesionalitas tidak hanya melulu tentang ilmu terapan dan teori, namun juga mengenai etika. Muatan etika tidak hanya terkandung dalam sebuah teori yang diberikan, tetapi juga harus melekat pada para pengajarnya yaitu para dosen akuntansi.

Menurut Swasto (1995) seorang dosen memiliki peran tidak hanya sebagai pengajar, melainkan juga sebagai penyebar informasi (Trisnaningsih, 2011). Dalam penyebaran informasi di dunia yang semakin modern ini, tentu tidak terlepas dari internet. Pada awalnya dengan menggunakan internet, masyarakat hanya bisa berkomunikasi melalui *email*, *chatting*, ataupun mencari informasi-informasi dengan cara *googling*. Namun dengan meluasnya penggunaan internet, para dosen akuntansi juga mulai memanfaatkannya dalam proses pembelajaran.

Media sosial telah menjadi sebuah keharusan dalam pola hidup masyarakat yang semakin meningkat karena kemudahannya serta manfaat yang didapatkannya. Hal tersebut tentu memberikan pengaruh tersendiri bagi masyarakat khususnya para pengguna media sosial. Salah satu situs media sosial yang mendunia adalah facebook. Fenomena penggunaan situs facebook sendiri telah menguasai penggunaan media sosial paling ramai di Indonesia. Hampir keseluruhan masyarakat luas di Indonesia pasti mengenal atau bahkan memiliki akun facebook. Dalam penggunaan facebook atau media sosial lainnya, banyak para pengguna yang mengesampingkan nilai etika didalamnya.

Pengguna akun media sosial khususnya facebook tidak hanya berasal dari golongan anak-anak dan remaja, namun dari golongan dewasa dan memiliki profesipun menggunakannya. Salah satunya ialah orang-orang yang memiliki profesi sebagai dosen akuntansi. Dengan adanya situs media sosial facebook ini para dosen akuntansi dapat memanfaatkannya sebagai sarana pendidikan yang bisa dibaca, sarana penyampaian

informasi terbaru yang bisa langsung disampaikan kepada para pengikutnya, dan tentunya memuat aspek etika yang muncul dalam status ataupun gambar yang diunggah.

PERUMUSAN MASALAH

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana etika dosen akuntansi yang direfleksikan melalui facebook sebagai budaya populer?

TINJAUAN PUSTAKA

1. Budaya Populer dalam Facebook

Budaya populer sangatlah unik sebab dapat muncul di berbagai tempat dan waktu. Sedang dalam perspektif industri budaya, budaya populer merupakan budaya yang lahir atas kehendak media (Sunarti, 2008). Hal tersebut mengartikan jika media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya, maka publik akan menyerapnya dan menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan. Karena itu budaya populer merupakan sesuatu hal yang sangat menarik untuk ditelaah lebih dalam.

Budaya populer merupakan gabungan dari dua kata yaitu “budaya” dan “populer”. Hal ini menjadi dasar bahwa budaya populer adalah sebuah budaya yang berarti sebuah budaya yang disukai oleh banyak orang karena kepopulerannya dan juga kekhasannya dalam menciptakan beragam ide yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari entah itu pakaian, film, musik, makanan, teknologi, atau apapun yang termasuk dalam budaya populer. Berdasarkan hal tersebut, budaya populer ini dapat dengan mudah berkembang dan berubah tergantung dari dorongan-dorongan kemajuan teknologi dan informasi yang ada dan ramai diperbincangkan.

Menurut Burton (2008) budaya populer adalah budaya yang mana para kaum intelektual atau biasa disebut kaum elite meng-hegemoni sebuah masyarakat untuk membenarkan dan meniru semua tindakan atau ajakan yang mereka tawarkan kepada masyarakat melalui sebuah medium yaitu media massa. Menurut Strinati (2003), budaya populer atau budaya massa berkembang sejak dasawarsa 1920-an dan 1930-an, bisa dipandang sebagai salah satu sumber historis dari tema-tema maupun perspektif-perspektif yang berkenaan dengan budaya populer.. Produk dari budaya populer dapat memberikan sebuah jaminan bahwa apa yang menjadi kebutuhan masyarakat dalam waktu tertentu telah siap (Ramandani, 2013). Produk budaya populer sendiri merupakan budaya yang terbentuk dari seperangkat ide kemudian menjadi populer karena disenangi dan juga dikonsumsi oleh masyarakat secara luas dalam berbagai produk (Storey, 1996).

Menurut Rahmanto (2009) terdapat lima ciri-ciri dari budaya populer yang pertama adalah trend, sebuah budaya yang menjadi trend dan diikuti atau disukai oleh banyak orang sehingga nantinya akan berpotensi menjadi budaya populer. Kemudian keseragaman bentuk, sebuah

ciptaan manusia yang menjadi tren dan akhirnya diikuti oleh banyak penjiplak. Karya tersebut dapat menjadi pionir bagi karya-karya lain yang berciri sama, contohnya adalah genre musik pop yang merupakan genre musik di mana notasi nadanya tidak terlalu kompleks, dan lirik lagunya mudah diingat. Adaptabilitas adalah ciri dari budaya populer yang ketiga, di mana sebuah budaya populer mudah untuk dinikmati dan diadopsi oleh khalayak, hal ini mengarah pada tren. Keempat yaitu durabilitas, di mana sebuah budaya populer akan dilihat dari durabilitasnya menghadapi waktu dalam mempertahankan dirinya dan keunikannya apabila ada pesaing yang kemudian muncul. Dan yang terakhir adalah profitabilitas yang apabila dipandang dari sisi ekonomi, budaya populer berpotensi untuk menghasilkan keuntungan yang besar bagi industri yang mendukungnya.

Salah satu contoh produk dari budaya populer adalah situs media sosial yaitu facebook. Facebook merupakan salah satu situs media sosial dengan jumlah pengguna terbesar di dunia. Facebook sendiri didirikan pada Februari 2004 oleh seorang mahasiswa Harvard beserta beberapa temannya. Sebuah situs yaitu <http://www.bbc.com/indonesia/majalah> pada tanggal 6 November 2015 menyatakan bahwa pengguna facebook tembus hingga 1,55 miliar. Di Indonesia sendiri, facebook berada di peringkat pertama media sosial paling populer. Hal ini membuktikan bahwa facebook merupakan salah satu budaya populer yang sedang menjadi tren di masyarakat. Inilah yang membuat media sosial facebook menjadi salah satu budaya populer di Indonesia di mana penggunaannya kian bertambah hingga sekarang.

2. Potret Etika dalam Facebook

Pada dasarnya, facebook dapat digunakan untuk berbagai macam hal dalam bidang bisnis, pemasaran, politik, hingga dunia pendidikan. Namun karena facebook merupakan situs jejaring sosial yang merupakan media komunikasi lintas negara, biasanya dia digunakan untuk mencari teman lama atau saudara yang putus komunikasi, menjalin hubungan dengan anggota situs lainnya, menggalang dukungan untuk orang-orang atau sesuatu hal tertentu (Situmorang, 2012). Dampak positif dari penggunaan facebook adalah semakin mudahnya mencari teman lama, ataupun teman baru untuk berkomunikasi dan bertukar pikiran. Sedangkan dampak negatif yang dapat ditimbulkan dalam penggunaan facebook berkaitan dengan masalah etika dan intensitas penggunaannya yang berlebihan (Suliyanto, 2011).

Hamzani (2013) menyatakan bahwa ada beberapa orang yang menggunakan facebook dengan kurang tepat, di antaranya pencemaran nama baik, pembocoran informasi baik yang sengaja maupun tidak dan juga terganggunya produktivitas seseorang. Masalah yang biasanya marak terjadi yakni banyaknya akun-akun palsu. Di Indonesia sendiri, akun palsu facebook sudah sering terjadi, hal ini biasanya menimpa orang-orang terkenal seperti artis,

politikus, pejabat, tokoh agama dan yang lainnya. Akun facebook palsu ini sering dijadikan alat untuk melakukan penipuan dengan mencatut nama tokoh terkenal tersebut.

Dengan melihat berbagai macam dampak dan permasalahan yang terjadi, kita dapat melihat bahwa penggunaan jejaring sosial ini merupakan salah satu bentuk hubungan secara personal antara yang satu dengan yang lainnya, sehingga masalah etika yang berhubungan antara satu dengan yang lainnya merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Karenanya, sebagai pengguna media sosial yang cerdas kita harusnya mampu memilah-milah mana yang dapat dikonsumsi oleh publik dan mana yang bukan sehingga tidak akan menimbulkan permasalahan ataupun memberikan dampak-dampak yang buruk bagi kita sendiri ataupun orang lain. Begitu pula dengan para akuntan, apabila seseorang yang berprofesi sebagai akuntan tidak memiliki sikap pengendalian diri ketika menggunakan situs jejaring sosial, maka bukan hal yang tidak mungkin jika ia tidak mampu mengendalikan diri dalam menggunakan situs jejaring sosial disaat ia sedang bekerja (Kurniawan, 2014). Karenanya penting bagi para akuntan untuk lebih membatasi pengungkapan informasi mereka ketika menggunakan facebook dan lebih memahami apa yang pantas dipublikasikan terkait dengan etika mempublikasi suatu informasi (Sibarani, 2010).

3. Kajian Budaya Populer dalam Akuntansi

Akuntansi adalah praktek sosial karena akuntansi selalu ada dalam kehidupan sehari-hari sehingga dapat memberikan wawasan ke dalam praktek akuntansi dan struktur sosial dari profesi akuntansi, begitu juga dengan segala sesuatu yang sudah menjadi budaya populer dalam keseharian. Karena itu tidak heran apabila cukup banyak penelitian sebelumnya yang terkait dengan akuntansi dan budaya populer. Seperti Evans dan Fraser (2012) yang membahas mengenai latar belakang sosial akuntan dan stereotip dalam budaya populer yang dilihat dari sebuah novel karya Alexander Smith Clark. Mereka menemukan bahwa novel meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana pembangunan stereotip akuntansi telah mencerminkan konteks duniawi tertentu.

Jacobs dan Evans (2012) melakukan penelitian tentang akuntansi yang dilihat dari sudut pandang musik populer. Dengan melihat dari lirik-lirik lagu, akan didapatkan gambaran dari seorang akuntan. Akuntan bukanlah satu-satunya kelompok profesional yang dikritik dalam lirik musik, ada pula lagu yang berisikan mengenai profesi medis dan hukum. Namun dengan adanya lirik yang berisikan mengenai profesi atau praktek akuntansi, dapat memberikan pemahaman penting tentang bagaimana akuntansi yang dirasakan oleh masyarakat. Sehingga nantinya akan ada upaya yang dilakukan oleh badan akuntansi profesional untuk mengubah persepsi publik ini.

Jeacle dan Carter (2012), mengidentifikasi suatu daerah berpotensi di mana menghasilkan sebuah penelitian akuntansi yaitu memeriksa hubungan antara kreativitas dan kontrol yang melekat pada busana atau *fashion*. Desain dalam berbusana pakaian umumnya dianggap sebagai ekspresi kreativitas dalam menciptakan sesuatu yang artistik. Namun, desain dari pakaian yang diproduksi secara massal, seperti semua produk konsumen yang ada dalam pasar, tunduk pada kendala pengendalian biaya dan kesederhanaan manufaktur. Peran akuntansi dalam kontrol kreativitas memang masih merupakan sebuah konsep, namun dari penelitian tersebut disepakati dan dengan didukung oleh sumber literatur yang ada bahwa akuntansi memang memainkan peranan penting dalam konteks kreatif. Sehingga disimpulkan bahwa masih banyak instrumen-instrumen lain yang dapat memberikan kontribusi pada studi akuntansi itu sendiri.

Miley dan Read (2012) meneliti mengenai karakterisasi akuntan yang dilihat dari sebuah situs web yang berisikan jokes tentang akuntan. Begitu banyak candaan atau gurauan yang dilontarkan untuk profesi akuntan. Sosok seorang akuntan yang dianggap begitu kaku, memberikan pandangan-pandangan lain bagi banyak orang. Gurauan atau candaan mengenai sebuah profesi pada akhirnya menjadi sebuah hal yang lazim dalam sebuah masyarakat. Dengan adanya penelitian yang melihat akuntansi dari sudut pandang yang berbeda, membuktikan bahwa akuntansi bukanlah suatu ilmu yang hanya membahas tentang keuangan semata, tetapi lebih dari itu akuntansi juga dapat memberikan pembelajaran dalam setiap aspek kehidupan yang dapat ditarik menjadi sebuah hubungan dengan suatu budaya populer bahkan dengan suatu etika yang menimbulkan presepsi atau pandangan yang berbeda pada masyarakat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk meneliti tentang etika dosen akuntansi melalui media sosial *facebook*. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian (Moleong, 2005, h.6). Kriyantono (2007, h.58) menjelaskan bahwa riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang mendalam. Sedangkan Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (dalam Moleong, 2005, h. 4). Indriantoro dan Supomo (1999:26) menyatakan bahwa penelitian dengan menggunakan

pendekatan studi kasus bertujuan untuk melakukan penyelidikan mendalam serta agar dapat memberikan gambaran yang lengkap mengenai subyek tertentu.

Dalam penelitian ini, *postingan* dikatakan etis apabila tidak ada gambar atau tulisan dalam *postingan* tersebut berisikan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta melihat apakah terdapat *postingan* yang menunjukkan unsur pornografi di dalamnya. Sumber data dari penelitian ini didapatkan melalui observasi dari website Facebook.com. Data-data dalam penelitian merupakan data yang didapatkan dari dosen-dosen akuntansi yang telah dipilih dan juga aktif dalam pemakaian Facebook. Sampel dalam penelitian kualitatif disebut dengan subjek riset, dikatakan subjek riset karena orang-orang yang dipilih untuk diwawancarai atau observasi sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimanakah etika dosen akuntansi yang direfleksikan melalui facebook sebagai budaya populer. Oleh karena itu, subjek riset dalam penelitian ini kali ini harus memiliki kriteria sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria yang dimaksudkan adalah sebagai berikut, yaitu dosen akuntansi yang memiliki akun *facebook* dan aktif dalam pemakaian *facebook* minimal dalam satu minggu memposting dua sampai tiga kali, dosen akuntansi yang juga merangkap aktifitas tambahan dan tugas lain dalam ranah profesi, serta masuk ke dalam pertemanan akun *facebook* milik peneliti. Kriteria tersebut dipilih karena peneliti merasa orang-orang yang memiliki kriteria kriteria tersebut dianggap telah cukup untuk dijadikan subjek riset.

Berdasarkan kriteria yang ada, maka telah dipilih tiga orang yang merupakan dosen akuntansi Universitas Padjajaran, Universitas Airlangga, dan Universitas Brawijaya. Pertama, Ersya Tri Wahyuni, S.E.,M.Acc.,CPMA merupakan salah satu dosen akuntansi dari Universitas Padjajaran Bandung, Jawa Barat. Ersya Tri Wahyuni merupakan penasehat teknis (Technical Advisor) Ikatan Akuntan Indonesia dan aktif menulis mengenai konvergensi IFRS di Indonesia dalam majalah akuntansi baik nasional dan internasional. Kemudian Dra.Hj. Hamidah, M.Si.,Ak. yang merupakan dosen akuntansi Universitas Airlangga Surabaya, Jawa Timur. Selain sebagai dosen akuntansi Ibu Hj. Hamidah adalah Ketua Program Studi S2 Magister Akuntansi. Ketiga, Dr. Aji Dedi Mulawarman, SP., MSA merupakan salah satu dosen etika di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Beliau adalah penggiat pertanian Indonesia. Saat ini Dr. Aji Dedi Mulawarman juga merupakan anggota dari Critical Accounting Society yang berpusat di New York. Beliau juga merupakan anggota Dewan Pembina dan salah satu pendiri CISFED (Center for Islamic Studies in Finance, Economics, and Development).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Facebook merupakan salah satu media sosial online di mana para penggunanya biasa mengunggah berbagai macam bentuk *postingan*. *Postingan* yang terdapat dalam Facebook menunjukkan citra diri penggunanya. Berbagai hal yang dituangkan dalam media sosial telah menjadi konsumsi publik, karenanya dalam penggunaan media sosial tidak lepas dari unsur etika. Potret etika berdasarkan *postingan* facebook dapat dilihat melalui isi atau makna serta tujuan di dalamnya dan bagaimana tulisan serta gambar yang ada. Melihat hasil dari analisa data peneliti membuat sintesa penelitian dengan melihat dua elemen yaitu, etika dalam penggunaan media sosial dan etika sebagai seseorang yang memiliki profesi sebagai guru atau dosen.

1. Etika Media Sosial

Dalam menggunakan media sosial, para pengguna biasa berbagai informasi apapun di dalamnya, informasi dalam media sosial inilah yang disebut dengan informasi elektronik. Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa Informasi Elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, electronic data interchange (EDI), suratelektronik (electronic mail), telegram, teleks, telecopy atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diartikan bahwa *postingan* dalam facebook merupakan informasi elektronik.

Dalam memotret etika melalui media sosial tentu penulisan menjadi salah satu elemen yang tampak. Para pengguna media sosial biasa *memosting* dengan menggunakan berbagai macam bahasa. Bahasa yang digunakan dalam *postingan* bertujuan untuk melakukan interaksi antara sesama pengguna. Bahasa yang biasa digunakan dalam facebook adalah bahasa tidak formal. Menulis dalam facebook sendiri diperlukan pula unsur etika, seperti dalam penulisan hendaknya menggunakan huruf kecil karena penggunaan huruf besar mencerminkan penulis yang sedang marah, penggunaan simbol secara bijak, tulisan menggunakan bahasa sopan, tidak terlalu sering *memosting* rutinitas yang dilakukan sehingga membuat orang lain merasa bosan, tidak menampilkan gambar yang kurang pantas atau tidak sedap dipandang, dan *memosting* sesuatu yang dapat menyinggung orang lain atau pencemaran nama baik (Aryanto, 2012).

Pada hasil analisa data, terdapat beberapa *postingan* yang menggunakan huruf besar dalam penulisannya contohnya, pada akun milik Ersya Tri Wahyuni *postingan* 4, pada tanggal 25

November 2015 di mana berisikan artikel dan tulisan “PMK 191” yang mempertegas isi dari artikel tersebut, huruf besar digunakan karena “PMK” merupakan singkatan dari Peraturan Menteri Keuangan. Pada akun Hamidah Safeya atau Hamidah Hasiadi *postingan* 1 pada tanggal 16 November 2015, menggunakan huruf besar pada tulisan “UNDANGAN TERBUKA..” yang mempertegas gambar pada *postingan* tersebut. Penulisan menggunakan huruf besar ini mengartikan penegasan akan suatu hal, bukan ungkapan kesal atau marah dari pemilik akun.

2. Profesi Guru atau Dosen

Profesi adalah suatu bentuk pekerjaan yang mengharuskan pelakunya memiliki pengetahuan tertentu yang diperoleh melalui pendidikan formal dan keterampilan tertentu yang didapat melalui pengalaman kerja pada orang yang lebih dahulu menguasai ketrampilan tersebut, dan terus memperbaharui keterampilannya sesuai dengan perkembangan teknologi (Rusdi, 2008). Salah satu profesi yang ada dalam penelitian ini adalah guru atau dosen. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen, menjelaskan bahwa dosen adalah pendidik profesional dan ilmuwan dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

Tri Dharma Perguruan Tinggi menjelaskan tugas seorang dosen yang mencakup tiga aspek, yaitu pengajaran, penelitian dan pengabdian. Apabila tiga aspek tersebut dihayati dan diamalkan oleh setiap dosen, niscaya akan tercipta iklim pendidikan Indonesia yang dinamis dan efektif. Seorang dosen adalah “g.u.r.u” yang artinya “digugu” dan “ditiru”, sehingga harus bisa menjadi teladan dalam lisan, maupun dalam perbuatan. Oleh karenanya, dosen adalah orang yang harus baik terlebih dahulu sebelum murid-muridnya, karena orang yang tidak punya tidak akan bisa memberi. Disadari atau tidak, seorang murid akan mengamati gerak-gerik dan perilaku gurunya ketika mengajar. Apabila kejadian tersebut terjadi secara berulang-ulang, maka bisa memberikan kesan yang sangat membekas di hati murid. Akhirnya tanpa disadari, murid akan mencontoh perilaku sang guru, bahkan tidak mustahil murid mengidolakan sang gurunya. Ketika dosen mengajar akan terjadi transfer dari dosen ke mahasiswa. Muatan transfer ternyata tidak hanya ilmu yang menyangkut mata kuliah yang diajarkan saja, tetapi sampai transfer perilaku atau akhlak. Hal seperti ini juga berlaku dalam bidang akuntansi di mana yang sangat berperan adalah akuntan pendidik yaitu dosen akuntansi.

Berdasarkan hasil analisa data yang ada, terdapat beberapa *postingan* yang memperlihatkan pemilik akun dalam menjalankan profesinya. Sebagai contoh *postingan*

15 pada tanggal 12 Januari 2016, pada akun Hamidah Safeya atau Hamidah Hasiadi pada memperlihatkan pemilik akun dalam menjalankan profesinya sebagai dosen dan merangkap tugas tambahan sebagai Ketua Program Studi S2 Magister di UNAIR, atau pada akun Aji Dedi Mulawarman pada *postingan* 15 pada tanggal 11 November 2015 yang menyiratkan kegiatan yang baru saja dilakukan saat itu dalam menjalankan profesinya sebagai dosen.

Dengan melihat hasil postingan milik ketiga akun dapat dilihat bahwa pada akun Ersya Tri Wahyuni rata-rata berisikan kegiatan di rumahnya sebagai seorang ibu, sedangkan pada akun Hamidah Safeya atau Hamidah Hasiadi rata-rata postingan berisikan kegiatan yang ada di Universitas Airlangga dan kegemarannya dalam mengoleksi kain batik, dan pada akun Aji Dedi Mulawarman rata-rata postingan-nya berisikan informasi-informasi dalam artikel ataupun dari pengguna lainnya, gambar atau tulisan yang berisikan opini, apresiasi serta kritikan maupun sindiran. Namun dalam keseluruhan data postingan yang ada, tidak ada yang menggunakan bahasa yang kurang sopan sehingga menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan. Berdasarkan hasil tersebut, sebagai pengguna akun facebook sebaiknya lebih berhati-hati dalam menggunakan media sosial, terlebih pada seseorang yang berprofesi sebagai pendidik karena nantinya mereka akan menciptakan tunas-tunas bangsa yang lebih baik lagi khususnya dalam aspek etika.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi, dan dokumentasi website Facebook.com secara online tentang potret etika dosen akuntansi untuk *postingan* selama bulan November 2015 hingga Januari 2016 dapat diambil beberapa kesimpulan. Kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut :

1. Sesuai dengan data yang diperoleh peneliti, *postingan* pada akun *facebook* Ersya Tri Wahyuni tidak ada gambar atau tulisan berisikan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta unsur pornografi di dalamnya.
2. Sesuai dengan data yang diperoleh peneliti, *postingan* pada akun *facebook* Hamidah Safeya atau Hamidah Hasiadi tidak ada gambar atau tulisan berisikan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta unsur pornografi di dalamnya.

3. Sesuai dengan data yang diperoleh peneliti, *postingan* pada akun *facebook* Aji Dedi Mulawarman tidak ada gambar atau tulisan berisikan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta unsur pornografi di dalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Burton, Graeme. 2008. *Media dan Budaya Populer*. Penyadur: Alfathri Adlin. Yogyakarta: Jalasutra.
- Evans, Lisa and Ian Fraser. 2012. The Accountant's Social Background and Stereotype in Popular Culture: The Novels of Alexander Clarks Smith. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Volume. 25, No. 6; 964-1000.
- Hamzani, Faris. 2013. Anteseden dan Konsekuensi Pengendalian Diri Mahasiswa Akuntansi dalam Menggunakan Jejaring Sosial Facebook. *Skripsi*. Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. (Online), (<http://www.core.ac.uk>), diakses 03 Desember 2015.
- Indriantoro dan Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Jacobs, Kerry and Steve Evans. 2012. Constructing Accounting in the Mirror of Populer Music. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Volume 25, No. 4; 673-702.
- Jeacle, Ingrid and Chris Carter. 2012. Fashioning the Populer Masses: Accounting as Mediator Between Creativity and Control. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Volume 25, No. 4; 719-751.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kurniawan, Brilian Arief. 2014. Pengendalian Diri Akuntan dan Pengaruhnya Kepada Kekhawatiran Persepsian Melalui Resiko Persepsian Akuntan dalam Situs Jejaring Sosial Facebook. *Naskah Publikasi*. Surakarta: Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah. (Online), (<http://www.eprints.ums.ac.id>), diakses 16 Desember 2016.
- Miley, Frances and Andrew Read. 2012. Jokes in Populer Culture: the Characterisation of the Accountant. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Volume 25, No. 4; 703-718.
- Moleong, Lexy Johannes. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramandani, Yoanisa Multia. 2013. Fenomena Mode Gyaru Sebagai Budaya Populer Jepang Dalam Komik "Gals" Volume 1-10 Karya Mihona Fuji. *Skripsi*. Malang: Program Sarjana Fakultas Ilmu Budaya Universitas Brawijaya.
- Sibarani, Cindy Mintauli Boru. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengendalian Diri Akuntan dan Pengaruhnya Kepada Kekhawatiran Persepsian Melalui Resiko Persepsian Akuntan dalam Situs Jejaring Sosial. *Kumpulan Makalah Simposium Nasional Akuntansi X*. (Online), Volume 13, No. 6; 3-6 (<http://www.asp.trunojoyo.ac.id>), diakses 16 Desember 2015.
- Situmorang, James R. 2012. Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan dan Sosial Budaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 08, No.1;

73-87. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Storey, John. 1996. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Terjemahan Laily Rahmawati. 2006. Yogyakarta: Jalasutra.

Suliyanto. 2011. Etika dan Perbedaan Intensitas Penggunaan Facebook Berdasarkan Tipe Kepribadian, Religiusitas dan Gender: Sebuah Kajian Konseptual. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 09, No. 1.

Sunarti. 2008. Nilai-Nilai Budaya Dalam Novel Tiba-Tiba Malam karya Putu Wijaya: Tinjauan Semiotik. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah. (*Online*), (<http://www.eprints.ums.ac.id>), diakses 27 April 2016.

Trisnaningsih, Sri. 2011. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Dosen Akuntansi. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*. Volume 08, No. 1.

Daftar Informasi Website

Aryanto, Fibri. 2012. Etika Menulis dalam Situs Jejaring Sosial. (*Online*), dari http://www.kompasiana.com/fibriaryanto/etika-menulis-dalam-situs-jejaring-sosial_5519dcdba33311a71cb65959, diakses 2 April 2016.

Rusdi, Erfa. 2008. *Etika Profesi*. (*Online*), dari <https://4ies.wordpress.com/about>, diakses 29 Maret 2016.