

## Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial: Tekanan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi

Everaldi Oktavian dan Sofia Prima Dewi

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara

Email: everaldiokta@gmail.com

**Abstract:** The purpose of this research is to examine the influence of ownership diffusion, independent director, profitability, board diversity, board size, and company size toward CSR disclosure with a moderating effect study from media pressure in manufacturing companies listed in the Indonesian Stock Exchange in the period 2015-2017. The sample was determined by purposive sampling method. The research conducted by taking 64 manufacturing companies. The result of this research shows that ownership diffusion have negative effect on CSR disclosure, while board size, independent director, independent director moderated by media pressure, profitability, and company size have no effect on CSR disclosure.

**Keywords:** CSR Disclosure, Corporate Governance, Profitability, Company Size, Media Pressure

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *ownership diffusion*, direktur independen, profitabilitas, *board diversity*, ukuran dewan direksi dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan sosial dengan pengujian pengaruh moderasi dari tekanan media sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2015-2017. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian dilakukan dengan 64 sampel perusahaan manufaktur. Hasil dari penelitian ini adalah *ownership diffusion* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan sosial, sedangkan ukuran dewan direksi, direktur independen, direktur independen dimoderasi oleh tekanan media sosial, profitabilitas, serta ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan sosial.

**Kata kunci:** Pengungkapan Sosial, Tata Kelola Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tekanan Media Sosial

### LATAR BELAKANG

Pada zaman sekarang banyak perusahaan-perusahaan di Indonesia yang masih berjalan, tetapi tidak sedikit yang mengalami penurunan perkembangan hingga mengajukan pailit. Hal ini dapat disebabkan kinerja atau performa perusahaan yang buruk. Kinerja suatu perusahaan dapat dinilai dengan cara melihat laporan-laporan yang dibuat oleh perusahaan, dari laporan manajemen hingga ke laporan keuangan tahunan perusahaan.

Laporan tersebut dapat menjadi panduan bagi pengguna akhir laporan tersebut untuk menilai kinerja dan juga mengambil keputusan yang sesuai dengan hasil analisis laporan tersebut. Hal yang dianalisis dapat berupa kinerja atau performa keuangan, kinerja manajemen, dan sebagainya. Memasuki era tuntutan akan *Sustainable Development Goals*

(SDG<sub>s</sub>) perusahaan juga dinilai akan kinerja-kinerja yang dinilai dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, berkisar dari kegiatan untuk lingkungan, lingkungan sosial maupun untuk sumber daya manusia perusahaan sendiri.

Kinerja tersebut bisa dilihat dari sisi *Corporate Social Responsibility Disclosure* perusahaan. (Uyar *et al.*, 2016) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* sudah mulai menjadi sebuah konsep yang baru dalam hal penilaian dampak sosial perusahaan dan hal tersebut sudah menjadi pertimbangan bagi beberapa pihak pemegang kepentingan, ini meliputi manajer, investor, pelanggan, kreditur, dan lain-lain.

## KAJIAN TEORI

**Legitimacy Theory.** Dalam (Dowling dan Pfeffer, 1975), teori legitimasi ini menjelaskan bahwa sebuah perusahaan atau sebuah entitas akan menggunakan sistem dan bergerak sesuai dengan sistem, norma, dan nilai yang digunakan pada lingkungan sosial di sekitar perusahaan atau entitas. Di saat ada ketidaksesuaian atau kesenjangan dari kedua sistem norma dan nilai tersebut, hal ini dapat menyebabkan munculnya ancaman dari pihak eksternal lingkungan sosial sekitar entitas terhadap entitas yang bersangkutan.

Teori ini dapat dikaitkan dengan ukuran perusahaan dengan tata kelola perusahaan, dimana dengan adanya tekanan dari pihak lingkungan sosial dan sekitar terhadap pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola perusahaan. Selain itu, semakin besar ukuran perusahaan akan semakin besar juga tekanan yang dikenakan oleh pihak lingkungan sekitar perusahaan.

**Stakeholder Theory.** (Freeman, 1984) menyatakan atau memberi arti mengenai apakah arti dari *Stakeholder* itu, yang artinya merupakan seorang individu atau sebuah grup yang dapat mempengaruhi atau yang dipengaruhi oleh kegiatan dan hasil yang diperoleh oleh sebuah entitas atau organisasi.

Teori *stakeholder* ini memiliki kaitan erat dengan profitabilitas, serta tata kelola perusahaan. Menurut (Fernando dan Lawrence, 2014), perusahaan akan mulai bergerak sesuai dengan ekspektasi yang diinginkan oleh pihak pemangku kepentingan, hal ini juga termasuk pengalokasian sumber daya yang diperoleh oleh perusahaan dari keuntungan, serta tata kelola perusahaan juga mempengaruhi hubungan dengan pihak pemangku kepentingan.

*Ownership diffusion* merupakan tingkat terdispersinya kepemilikan saham perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan angka persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik. *Ownership diffusion* menurut (Drobetz *et al.*, 2014) adalah dispersi kepemilikan saham pada perusahaan, dimana kepemilikannya tersebar sehingga pemegang saham dari perusahaan semakin banyak, sehingga dapat menyebabkan terjadinya asimetri informasi. Peneliti berpendapat bahwa *ownership diffusion* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan sosial dikarenakan dengan semakin terdispersinya kepemilikan saham pada perusahaan maka akan menyebabkan perusahaan berasumsi bahwa saham akan semakin banyak dipegang oleh orang yang tidak terlalu peduli akan kinerja sosial perusahaan dan semakin fokus pada kinerja keuangan, sehingga akan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk tidak terlalu banyak mengungkapkan informasi-informasi sosial terkait dengan perusahaan. (Uyar *et al.*, 2015; Qa'et al., 2018) menyatakan bahwa terdapatnya pengaruh positif antara *ownership diffusion* dengan pengungkapan sosial, sedangkan penelitian (Uyar *et al.*, 2018; Meejad *et al.*, 2015; Drobetz *et al.*, 2014) menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif antara *ownership diffusion* dengan pengungkapan sosial perusahaan, sedangkan (Dias *et al.*, 2018; Sylvester dan James, 2016) menyatakan tidak terdapat pengaruh dari *ownership diffusion* terhadap pengungkapan sosial.

Direktur independen merupakan orang luar yang tidak memiliki hubungan apapun dengan perusahaan yang dilantik menjadi direktur yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan perusahaan, menilai kinerja perusahaan secara objektif,

dan menjalani kegiatannya sesuai dengan keinginan pemilik, serta pemangku kepentingan. Menurut (Jizi *et al.*, 2014), direktur independen dapat menilai kinerja manajemen secara lebih objektif dibanding direktur eksekutif perusahaan, hal ini dikarenakan direktur independen lebih tidak terlibat dalam perkembangan strategi dan kebijakan perusahaan. Peneliti berpendapat bahwa direktur independen dapat memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan sosial dikarenakan direktur independen dapat memunculkan pemikiran bahwa pemangku kepentingan memerlukan informasi yang lebih banyak, sehingga dengan bertambahnya jumlah direktur independen dapat memicu perusahaan untuk memberikan atau mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak. (Sanchez *et al.*, 2014; Jizi *et al.*, 2014; Husted dan Sousa, 2018; Uyar *et al.*, 2015) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dari direktur independen terhadap pengungkapan sosial, sedangkan (Bahadar *et al.*, 2018; Meejad *et al.*, 2015; Qa'dan *et al.*, 2018) menyatakan adanya pengaruh negatif dari direktur independen terhadap pengungkapan sosial, dan (Giannarakis, 2014; Frias-Aceituno, 2012) menyatakan tidak adanya pengaruh dari direktur independen terhadap pengungkapan sosial.

Tekanan media sosial merupakan sebuah tekanan yang dikeluarkan dalam sarana media sosial, yang dapat mempengaruhi nilai dan norma dari pemangku kepentingan, serta reputasi suatu entitas, dan mempengaruhi bagaimana respons suatu entitas terhadap tekanan tersebut. (Sanchez *et al.*, 2014) menjelaskan bahwa media sosial dalam bentuk berita digunakan oleh perusahaan dalam hal penentuan dan pengorganisasian kegiatan dan agenda yang disusun oleh perusahaan sesuai dengan isi dari berita dari media sosial tentang perusahaan itu. Pada penelitian ini tekanan media sosial diduga dapat memberikan pengaruh moderasi memperkuat dari pengaruh direktur independen terhadap pengungkapan sosial dikarenakan direktur independen tentu ingin seminim mungkin ada berita buruk tentang perusahaan sehingga untuk memperbaiki citra perusahaan, maka direktur independen akan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial yang baik tentang perusahaan. (Sanchez *et al.*, 2014) menyatakan terdapat pengaruh memperkuat secara negatif dari tekanan media sosial terhadap pengaruh direktur independen terhadap pengungkapan sosial, sedangkan (Bahadar *et al.*, 2018) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh moderasi dari tekanan media sosial dalam pengaruh direktur independen terhadap pengungkapan sosial.

Profitabilitas merupakan profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan suatu keuntungan, yang dapat menjadi tolak ukur keberhasilan dan kegagalan perusahaan, yang dimana keuntungan tersebut didapatkan dari hasil pengalokasian sumber daya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelanggan. Menurut (Kieso *et al.*, 2011) profitabilitas dapat diartikan sebagai tolak ukur keberhasilan atau kegagalan perusahaan untuk jangka waktu periode tertentu. Profitabilitas diduga memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan sosial. Hal ini dikarenakan dengan tingkat profitabilitas, perusahaan dapat memiliki sumber daya yang lebih banyak, yang dapat berupa dalam bentuk sumber dana. Sumber dana ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial yang baik, sehingga perusahaan dapat mengungkapkan informasi tersebut. Pada penelitian (Giannarakis, 2014; Rahman *et al.*, 2011) menyatakan bahwa untuk profitabilitas dengan menggunakan *return on sales* tidak terdapat pengaruh dari profitabilitas terhadap pengungkapan sosial, sedangkan untuk penelitian (Giannarakis, 2014; Giannarakis, 2015), serta penelitian (Qiu *et al.*, 2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dari profitabilitas dengan menggunakan *return on sales* terhadap pengungkapan sosial.

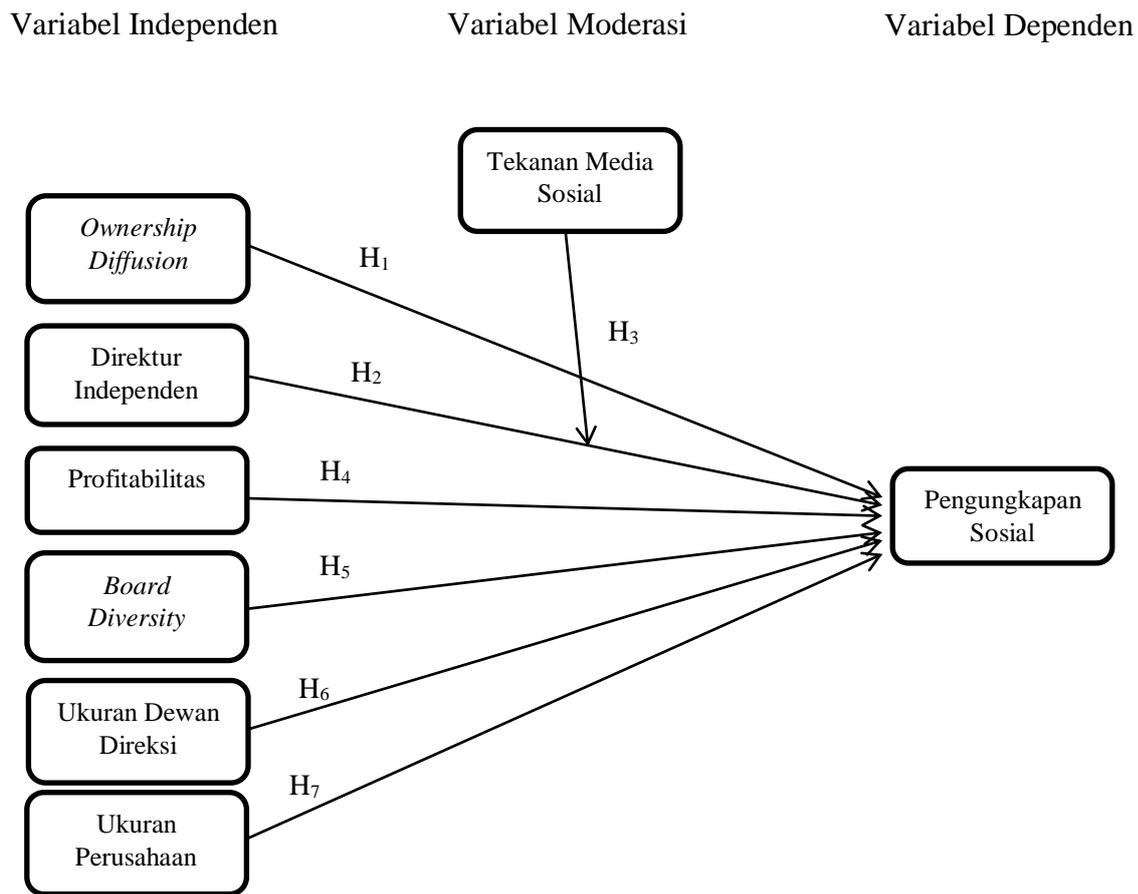
*Board diversity* merupakan variasi dalam dewan direksi yang dapat meningkatkan tingkat *monitoring* perusahaan, serta meningkatkan jumlah opini dan perspektif yang berbeda sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan. (Husted dan Sousa, 2018) menyatakan bahwa dengan semakin bervariasinya dewan direksi dalam hal ini jenis kelamin,

maka semakin besar dan semakin baik tingkat *monitoring* yang ada. Selain itu, dengan semakin bervariasinya dewan direksi dapat meningkatkan jumlah perspektif dan opini yang berbeda yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan. Peneliti mempunyai pendapat bahwa *board diversity* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dikarenakan dengan ada tambahan wanita dapat memiliki pengaruh yang baik, terutama dalam hal sosial karena wanita pada umumnya lebih sadar akan hal sosial. (Uyar *et al.*, 2015; Frias-Aceituno *et al.*, 2012) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dari adanya *board diversity* terhadap pengungkapan sosial, sedangkan pada penelitian (Muttakin *et al.*, 2015; Meejad *et al.*, 2014; Husted dan Sousa, 2018) menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif dari adanya *board diversity* terhadap pengungkapan sosial, serta (Giannarakis, 2014; Giannarakis, 2014; Qa'dan *et al.*, 2018) tidak memunculkan adanya pengaruh dari *board diversity* terhadap pengungkapan sosial.

Ukuran dewan direksi merupakan jumlah direktur yang terdaftar di perusahaan, yang besarnya ukuran dewan direksi dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, pengambilan keputusan, tingkat efektivitas operasional, serta tingkat *monitoring* perusahaan. (Husted dan Sousa, 2018) menyatakan bahwa ukuran dewan direksi merupakan jumlah direktur yang terdaftar di perusahaan, dimana besarnya ukuran dewan direksi ini dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, dan mempengaruhi pengambilan keputusan. Ukuran dewan direksi diduga memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan sosial dikarenakan dengan semakin banyaknya jumlah direktur dalam perusahaan akan menyebabkan ukuran dewan direksi semakin besar, sehingga masing-masing direktur akan memegang tugas dan kewajiban yang semakin sedikit dan ada direktur yang dapat menaruh fokusnya pada hal pengungkapan sosial. Ukuran dewan direksi memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan sosial, hasil ini sesuai dengan hasil dari penelitian (Meejad *et al.*, 2015; Giannarakis, 2014; Frias-Aceituno, 2012; Jizi *et al.*, 2014; Husted dan Sousa, 2018), sedangkan untuk hasil dari penelitian (Uyar *et al.*, 2015; Giannarakis, 2015; Giannarakis, 2014) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh dari ukuran dewan direksi terhadap pengungkapan sosial.

Ukuran perusahaan merupakan besar perusahaan yang dapat diukur dari berbagai hal, yang besarnya ukuran dapat mempengaruhi besarnya tekanan yang dapat diterima oleh perusahaan yang dapat berasal dari pihak pemangku kepentingan maupun pihak eksternal perusahaan. Menurut (Drobetz *et al.*, 2014) ukuran suatu perusahaan akan berdampak pada besarnya tekanan yang muncul dari pihak pemangku kepentingan bisa tekanan dalam hal politik, maupun aturan. Peneliti berpendapat bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan sosial hal ini dikarenakan semakin besar ukuran perusahaan akan menyebabkan tekanan dari pihak luar dan lingkungan sosial perusahaan semakin besar. Oleh karena itu, perusahaan akan merasa dituntut untuk mengungkapkan informasi-informasi sosial perusahaan. (Giannarakis, 2015) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap pengungkapan sosial, sedangkan pada penelitian (Giannarakis, 2014; Giannarakis, 2014; Muttakin *et al.*, 2015; Uyar *et al.*, 2018; Rosli *et al.*, 2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dari ukuran perusahaan terhadap pengungkapan sosial.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis dari model yang dibangun di atas adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: *Ownership diffusion* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan sosial.
- H<sub>2</sub>: Direktur independen memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan sosial.
- H<sub>3</sub>: Tekanan media sosial dapat memperkuat pengaruh secara positif dari jumlah direktur independen terhadap tingkat pengungkapan sosial.
- H<sub>4</sub>: Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan sosial.
- H<sub>5</sub>: *Board diversity* memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan sosial.
- H<sub>6</sub>: Ukuran dewan direksi memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan sosial.
- H<sub>7</sub>: Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan sosial.

## METODOLOGI

**Objek Penelitian.** Penelitian ini difokuskan pada seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017 yang laporan keuangannya didapat dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Pemilihan sample dilakukan secara *purposive sampling method* dengan kriteria-kriteria yang ditentukan dalam pengambilan sampel ini yaitu: (a) Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian, (b) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan dengan menggunakan mata uang Rupiah, (c) Perusahaan tidak melakukan merger, (d) Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunan. Jumlah data yang memenuhi syarat sebanyak 64 perusahaan.

Variable dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan sosial. Sedangkan, Variabel independen dalam penelitian ini adalah *ownership diffusion*, direktur independen, profitabilitas, *board diversity*, ukuran dewan direksi, serta ukuran perusahaan. Di luar itu terdapat juga variabel moderasi yaitu tekanan media sosial. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah pengungkapan sosial (*CSR\_Ind*) diukur dengan:

$$CSR\_Ind = \frac{\text{Total informasi sosial yang diungkapkan}}{\text{Total Informasi yang seharusnya diungkapkan sesuai dengan standar GRI G4 Reporting Index}}$$

Sedangkan *ownership diffusion* (*Ownership\_Diff*) diukur dengan cara mencari tahu persentase kepemilikan saham public dengan formula:

$$Ownership\_Diff = \text{Persentase saham yang dimiliki publik}$$

Dalam penelitian ini. Direktur independen (*Ind\_Dir*) diukur dengan menggunakan mencari tahu jumlah direktur independen pada suatu perusahaan dengan formula:

$$Ind\_Dir = \text{Jumlah direktur independen yang ada di perusahaan}$$

Dalam penelitian ini. profitabilitas (*ROS*) diukur dengan menggunakan proksi *Return on Sales* dengan formula:

$$ROS = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Sales}}$$

Dalam penelitian ini. *Board diversity* (*FM*) diukur dengan menggunakan jumlah wanita yang terdapat dalam dewan direksi perusahaan dengan formula:

$$FM = \text{Jumlah wanita pada dewan direksi}$$

Dalam penelitian ini. Ukuran dewan direksi (*BS*) diukur dengan menggunakan jumlah direktur pada perusahaan dengan formula:

$$BS = \text{Jumlah direktur yang terdaftar di perusahaan}$$

Dalam penelitian ini. Ukuran perusahaan (*Comp\_Size*) diukur dengan menggunakan *total asset* perusahaan dengan formula:

$$Comp\_Size = \text{Total Asset}$$

Dalam penelitian ini. Tekanan media sosial (*Media*) diukur dengan menggunakan jumlah berita yang terdapat pada *Google News* tentang perusahaan dengan formula:

$$Media = \text{Jumlah berita sampel perusahaan dengan menggunakan Google News}$$

Dalam penelitian ini menggunakan Uji Statistik Deskriptif untuk menguji data sampel, kemudian melakukan uji pemilihan model yaitu uji Chow dan uji Hausman. Sedangkan uji hipotesis menggunakan Uji F, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji t

## HASIL UJI STATISTIK

Uji statistik deskriptif yang menggambarkan tentang ringkasan data penelitian seperti *mean*, standar deviasi, minimum, dan maksimum. Hasil statistik deskriptif untuk periode 2015 – 2017 menunjukkan bahwa *ownership diffusion* (*Ownership\_Diff*) memiliki nilai maksimum sebesar 0,706000, nilai minimum *ownership diffusion* sebesar 0,005700, nilai rata-rata *ownership diffusion* sebesar 0,269013, dan nilai standar deviasi *ownership diffusion* sebesar 0,154393. Untuk direktur independen (*Ind\_Dir*) independen memiliki nilai maksimum sebesar 3,000000, nilai minimum direktur independen sebesar 0,000000, nilai rata-rata direktur independen sebesar 0,718750, dan nilai standar deviasi direktur independen sebesar 0,545388. Sedangkan, untuk profitabilitas (*ROS*) memiliki nilai maksimum sebesar 0,390000, *Return on Sales* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,001000, nilai rata-rata *Return on Sales* sebesar 0,075880, dan nilai standar deviasi *Return on Sales* sebesar 0,063123. Untuk *board diversity* (*FM*) memiliki nilai maksimum dari *board diversity* adalah sebesar 6,000000, nilai minimum dari *board diversity* sebesar 0,000000, nilai rata-rata *board diversity* menunjukkan angka sebesar 0,630208, dan nilai standar deviasinya sebesar 1,009756. Ukuran dewan direksi (*BS*) memiliki nilai angka maksimum sebesar 16,000000, nilai minimum ukuran dewan direksi sebesar 2,000000, ukuran dewan direksi menunjukkan nilai rata-rata sebesar 5,468750, dan nilai standar deviasi ukuran dewan direksi sebesar 2,628690. Ukuran perusahaan (*Comp\_Size*) memiliki nilai maksimum sebesar  $2,96E+14$ , nilai minimum ukuran perusahaan sebesar  $1,34E+11$ , nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar  $1,16E+13$ , dan ukuran perusahaan memiliki nilai standar deviasi sebesar  $3,59E+13$ . Untuk tekanan media sosial (*Media*) memiliki angka nilai maksimum sebesar 6830,00, nilai minimum tekanan media sosial sebesar 1,000000, tekanan media sosial juga memiliki nilai rata-rata sebesar 141,1563, dan standar deviasi tekanan media sosial dengan nilai 520,4843.

Uji pemilihan model dilakukan untuk memperoleh model data panel mana yang paling tepat untuk digunakan dalam penelitian ini. Uji pemilihan model dilakukan memilih antara *common effect model*, *fixed effect model*, dan *random effect model*. Uji pemilihan model yang dilakukan adalah uji Chow dan uji Hausman. Uji Chow dilakukan untuk memilih model data panel antara *common effect model* dan *fixed effect model* hasil uji Chow menunjukkan bahwa nilai dari probabilitas *cross-section F* adalah sebesar 0,0000. Hasil probabilitas tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Jadi *fixed effect model* merupakan model estimasi yang tepat untuk penelitian ini jika dibandingkan dengan *common effect model*. Selanjutnya dilakukan uji Hausman untuk memilih model data panel antara *fixed effect model* dan *random effect model*. Hasil uji Hausman menunjukkan nilai probabilitas yang terdapat pada *cross-section F* sebesar 0,0163. Hasil ini lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 sehingga model estimasi data panel yang paling tepat digunakan dalam penelitian ini adalah *fixed effect model* (FEM).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mencoba memberikan pokok-pokok temuan penelitian secara keseluruhan. Hasil Analisis Regresi berganda, dapat disimpulkan dengan persamaan model regresi yaitu

$$\text{CSR\_Ind} = 0,173582 - 0,113517\text{Ownership\_Diff} + 0,003000\text{Ind\_Dir} + 3,69E-05\text{Ind\_Dir*Media} + 0,014761\text{ROS} + 0,003518\text{FM} + 0,010172\text{BS} + 1,11E-15\text{Comp\_Size} + e$$

Dari persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta pada persamaan regresi linear berganda tersebut sebesar 0,173582. Hal ini berarti jika seluruh variabel independen dalam penelitian inimenunjukkan angka nol, maka nilai Y yaitu pengungkapan sosial (CSR\_Ind) akanmendapatkan nilai konstanta yaitu sebesar 0,173582.

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menguji keterkaitan secara simultan (bersamaan) antara seluruh variabel independen dengan variabel dependennya. Berdasarkan hasil pengujian uji F, nilai prob sebesar 0,000000 dan hasil ini lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 yang berarti penelitian ini telah lulus uji F. Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen secara bersamaan (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui persentasi sumbangan variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini berarti variabel independen dalam penelitian ini secara simultan memiliki pengaruh dan mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen sebesar 91,5144% dan sisanya sebesar 8,4866% dijelaskan oleh variabel independen lain di luar dari variabel independen dalam penelitian ini.

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji keterkaitan secara individu antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk menguji hipotesis nol ditolak atau diterima, titik tolaknya adalah bila nilai *Prob.*< atau> 0,05, artinya jika nilai *Prob.* dari variabel independen dibawah 0,05, maka hipotesis yang diajukan diterima dan sebaliknya. Hasil uji-uji diatas ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1.** Hasil Uji Analisis Deskriptif

	CSR_Ind	Ownership_Diff	Ind_Dir	ROS	FM	BS	Comp_Size	Media
<b>Mean</b>	0,219723	0,269013	0,718750	0,075880	0,630208	5,468750	1,16E+13	145,1563
<b>Maximum</b>	0,560400	0,706000	3,000000	0,390000	6,000000	16,00000	2,96E+14	6830,00
<b>Minimum</b>	0,054900	0,005700	0,000000	0,001000	0,000000	2,000000	1,34E+11	1,000000
<b>Std.Dev</b>	0,095049	0,154393	0,545388	0,063123	1,009756	2,628690	3,59E+13	520,4843

Sumber: Hasil pengolahan Eviews 10

**Tabel 2.** Hasil Uji *Fixed Effect Model*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.173582	0.037689	4.605692	0.0000
OWNERSHIP_DIFF	-0.113517	0.049873	-2.276143	0.0246
IND_DIR	0.003000	0.011125	0.269680	0.7879
IND_DIR*MEDIA	3.69E-05	3.35E-05	1.100367	0.2734
ROS	0.014761	0.075644	0.195141	0.8456
FM	0.003518	0.007907	0.444962	0.6571
BS	0.010172	0.006196	1.641759	0.1032
COMP_SIZE	1.11E-15	8.41E-16	1.324536	0.1878

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.946243	Mean dependent var	0.219723
Adjusted R-squared	0.915144	S.D. dependent var	0.095049
S.E. of regression	0.027688	Akaike info criterion	-4.057764
Sum squared resid	0.092761	Schwarz criterion	-2.853169
Log likelihood	460.5453	Hannan-Quinn criter.	-3.569894

F-statistic	30.42659	Durbin-Watson stat	2.179980
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil pengolahan Eviews 10

## DISKUSI

Berdasarkan hasil dari pengujian analisis regresi berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang mempengaruhi pengungkapan sosial (CSR\_Ind) sebagai variabel dependen adalah *ownership diffusion* (Ownership\_Diff). Sementara variabel lainnya yaitu direktur independen (Ind\_Dir), pengaruh moderasi tekanan media sosial (Ind\_Dir\*Media), profitabilitas (ROS), *board diversity* (FM), ukuran dewan direksi (BS), serta ukuran perusahaan (Comp\_Size) tidak memiliki pengaruh. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara *ownership diffusion* (Ownership\_Diff), direktur independen (Ind\_Dir), direktur independen setelah dimoderasi tekanan media sosial (Ind\_dir\*Media), profitabilitas (ROS), *board diversity* (FM), ukuran dewan direksi (BS), serta ukuran perusahaan (Comp\_Size) terhadap pengungkapan sosial (CSR\_Ind) dengan tingkat keyakinan sebesar 95%.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian data dalam penelitian ini, profitabilitas perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015 menunjukkan bahwa pengungkapan sosial perusahaan tidak dipengaruhi oleh direktur independen (Ind\_Dir), direktur independen dengan moderasi tekanan media sosial (Ind\_Dir\*Media), profitabilitas (ROS), *board diversity* (FM), ukuran dewan direksi (BS), serta ukuran perusahaan (Comp\_Size).

Adapun keterbatasan dari penelitian ini adalah penelitian ini hanya menggunakan enam variabel independen yaitu *ownership diffusion*, direktur independen, *board diversity*, profitabilitas, ukuran dewan direksi, serta ukuran perusahaan, dan variabel moderasi yang digunakan yaitu tekanan media sosial hanya diteliti pengaruh moderasinya terhadap satu variabel independen.

Setelah menjelaskan keterbatasan di atas, maka beberapa saran bagi penelitian selanjutnya adalah lebih menggunakan variabel independen yang tidak tradisional seperti ukuran dewan direksi dan juga direktur independen, akan tetapi menggunakan variabel independen yang lebih menggambarkan tata kelola perusahaan seperti contoh *cultural value* perusahaan. Selain itu, untuk variabel moderasi yang digunakan yaitu tekanan media sosial dapat digunakan dalam memoderasikan variabel-variabel independen lain sehingga dapat melihat lebih luas dampak dari adanya tekanan media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah S. Karaman, Merve Kilic, Ali Uyar, (2018). Sustainability reporting in the aviation industry: worldwide evidence, *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*
- Dias, António; Rodrigues, Lúcia Lima; and Craig, Russell (2018). Corporate governance effects on social responsibility disclosures, *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 11(2), 2017, 3-22

- Dowling, J. and Pfeffer, J. (1975), Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior, *Pacific Sociological Review*, Vol 18 No 1, pp. 122-36
- Drobetz, W. Merikas, A. Merika, A. G.Tsionas, M. (2014). Corporate social responsibility disclosure: the case of international shipping, *Journal of Transportation Research Part E* 71, 18-44
- Fernando, S. Larwrence, S. (2014). A theoretical framework for CSR practices: integrating legitimacy theory, stakeholder theory and institutional theory, *The Journal of Theoretical Accounting*. 10(1), 149-178.
- Freeman, R. E. (1984), The politics of stakeholder theory: Some future directions, *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409-421
- Frias-Aceituno, J.V. Rodriguez-Ariza, L. Garcia-Sanchez, I.M. (2012). The role of the board in the dissemination of integrated corporate social reporting. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt*
- Giannarakis, G. (2015). Determinants of social and environmental responsibility disclosures. *Int. J. Sustainable Society*, 7(3), 266–285
- Grigoris Giannarakis, (2014). Corporate governance and financial characteristic effects on the extent of corporate social responsibility disclosure, *Social Responsibility Journal*. 10(4), 569-590
- Grigoris Giannarakis, (2014). The determinants influencing the extent of CSR disclosure, *International Journal of Law and Management*. 56(5), 393 – 416
- Husted, B.W. Sousa-Filho, J.M (2018). Board structure and environmental, social, and governance disclosure in Latin America. *Journal of Business Research*
- Isabel-Maria Garcia-Sanchez, Beatriz Cuadrado-Ballesteros, Cindy Sepulveda, (2014). Does media pressure moderate CSR disclosures by external directors?, *Management Decision*. 52(6), 1014-1045
- Jizi, M. and Salama, A. and Dixon, R. and Stratling, R. (2014). Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: evidence from the US banking sector. *Journal of business ethics.*, 125 (4). pp. 601-615
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J. & Warfield, T. D. (2011). *Intermediate Accounting: IFRS Edition*. USA: John Wiley & Sons
- Majeed, S. Aziz, T. Saleem, S. (2015). The effect of corporate governance elements on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure: an empirical evidence from listed companies at KSE Pakistan. *Int. J. Financial Stud.* 2015, 3, 530-556.
- Merve Kiliç, Cemil Kuzey, Ali Uyar, (2015). The impact of ownership and board structure on Corporate Social Responsibility (CSR) reporting in the Turkish banking industry. *Corporate Governance*, 15(3), 357-374
- Mohammad Bassam Abu Qa'dan, Mishiel Said Suwaidan, (2018). Board composition, ownership structure and corporate social responsibility disclosure: the case of Jordan. *Social Responsibility Journal*
- Muttakin, Mohammad Badrul, Khan, Arifur and Subramaniam, Nava.(2015), Firm characteristics, board diversity and corporate social responsibility: evidence from Bangladesh. *Pacific accounting review*, 27(3), 353- 372.
- Nor Hawani Wan Abd Rahman Mustaffa Mohamed Zain Norashfah Hanim Yaakop Yahaya Al-Haj, (2011). CSR disclosures and its determinants: evidence from Malaysian government link companies. *Social Responsibility Journal*, 7(2), 181 – 201
- Qiu, Y. Shaukat, A. Tharyan, R. (2016). Environmental and social disclosures: Link with corporate financial performance. Manchester Business School, University of Manchester

- Rashid Zaman, Stephen Bahadar, Umar Nawaz Kayani, Muhammad Arslan, (2018). Role of media and independent directors in corporate transparency and disclosure: evidence from an emerging economy. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*,
- Rosli, M.H. Fauzi, N.A. Azami, M.F. Mohd. F. Said, J. (2016). Company characteristics and corporate social responsibility disclosure of Malaysian listed companies. *Proceedings of the International Conference on Accounting Studies (ICAS) 2016*
- Sylvester, E. James, O. (2016). The influence corporate governance attributes on corporate social and environmental disclosure quality in Nigeria. *ESUT Journal of Accountancy*, 7(1)