

PENGARUH KETIDAKSEIMBANGAN DAN KOMPLEKSITAS INFORMASI LAPORAN KEBERLANJUTAN TERHADAP NIAT PERILAKU PRO- LINGKUNGAN: STUDI EKSPERIMEN

Arya Aji Aditya¹, I Made Narsa²

^{1,2}Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia
arya_ajiaditya@yahoo.co.id

Abstract

This study aims to investigate the effect of information imbalance and information complexity on intentions to engage in pro-environmental behavior. This research employed a 2 × 2 factorial experimental design. Participants in this study were undergraduate and master's level accounting students who acted as employees reading the company's sustainability reports. Two-way ANOVA was used to analyze the data in this study. The results of the analysis indicate that information imbalance has no significant effect on pro-environmental behavioral intentions, while information complexity has a significant positive effect on such intentions. The interaction results indicate that information imbalance variables and information complexity do not interact to produce any effect. According to the findings of the analysis, information imbalance in the form of only presenting negative information can be eliminated with the ability, effort, and access to a wide range of information as well as the surrounding environment. In addition, the complexity of information that is easy to read is preferred by readers because it is simple to comprehend and encourages more actions based on prioritized values. The lack of interaction between the two independent variables demonstrates that they move by mutually inhibiting each other.

Keywords: Information complexity; Information imbalance; Pro-environmental behavior intentions

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ketidakseimbangan informasi dan kompleksitas informasi terhadap niat berperilaku pro-lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen faktorial 2 × 2. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa sarjana dan magister akuntansi yang berperan sebagai karyawan yang membaca laporan keberlanjutan perusahaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan two way-ANOVA. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh utama pada ketidakseimbangan informasi terhadap niat perilaku pro-lingkungan, sedangkan terdapat pengaruh utama yang positif pada kompleksitas informasi terhadap niat perilaku pro-lingkungan. Adapun hasil interaksi menunjukkan tidak ditemukan pengaruh interaksi antara variabel ketidakseimbangan informasi dan kompleksitas informasi. Berdasarkan hasil analisis, ketidakseimbangan informasi berupa penyajian informasi negatif saja dapat dieliminasi dengan kemampuan dan usaha dalam diri serta aksestabilitas informasi yang beragam dan lingkungan. Selain itu, jenis kompleksitas informasi yang mudah terbaca lebih disukai oleh pembaca karena mudah untuk dipahami sehingga meningkatkan tindakan berdasarkan nilai prioritas yang dipercayai. Adapun tidak ditemukannya interaksi antar dua variabel independen membuktikan kedua variabel bergerak dengan saling menghambat.

Kata kunci: Ketidakseimbangan informasi; Kompleksitas informasi; Niat perilaku pro-lingkungan

Cronicle of Article: Received (April 2022); Revised (September 2022); and Published (December 2022).

©2022 Jurnal Kajian Akuntansi Lembaga Penelitian Universitas Swadaya Gunung Jati.

Profile and corresponding author: Arya Aji Aditya is from Departement of Accounting, Faculty of Economic and Business, Universitas Airlangga, Corresponding Author: arya_ajiaditya@yahoo.co.id

How to cite this article: Arya Aji Aditya, I Made Narsa (2022). Pengaruh Ketidakseimbangan dan Kompleksitas Informasi Laporan Keberlanjutan terhadap Niat Perilaku Pro-Lingkungan: Studi Eksperimen *Jurnal Kajian Akuntansi*, 6(2), 229-243

PENDAHULUAN

Tren pengungkapan informasi berkelanjutan meningkat signifikan di negara berkembang diantaranya India, Indonesia, Turki dan Malaysia (Crnković et al., 2020; Dienes et al., 2016; Fitriasari & Kawahara, 2018; Kuzey & Uyar, 2017; Shields et al., 2014). Hal tersebut terjadi karena terjadi peningkatan amanat terhadap penggunaan instrumen pelaporan berkelanjutan (Boiral & Henri, 2017; Boiral & Heras-Saizarbitoria, 2020). Menurut KPMG (2016) peningkatan laporan keberlanjutan disebabkan oleh penguatan peraturan yang mewajibkan pengungkapan informasi non-keuangan oleh pemerintah negara. Meskipun menunjukkan tren yang positif terdapat kritik atas tren positif tersebut. Kritik Boiral & Henri (2017) menjelaskan bahwa penyebab utama masalah keterukuran dan keterbandingan dalam kinerja keberlanjutan yaitu tanggapan yang tidak jelas, ambigu atau tidak lengkap, rilis data kualitatif yang tidak dapat dibandingkan, informasi yang tidak spesifik, unit pengukuran yang heterogen, kompleksitas laporan, dan penekanan yang berlebihan pada elemen positif.

Adapun laporan keberlanjutan tidak selalu mencakup semua informasi yang diinginkan pembaca misalnya mengenai seberapa dampak yang ditimbulkan dari produk dan keterkaitan antar data yang diungkapkan, tidak terpenuhinya keinginan pembaca memperburuk masalah dalam mengevaluasi dan membandingkan hasil pelaporan antar organisasi (Crnković et al., 2020; Hąbek & Wolniak, 2016; Searcy & Buslovich, 2014). Selain itu, perbedaan antara model pelaporan yang digunakan di berbagai negara karena penerapan undang-undang yang tidak konsisten dalam mengatur pengungkapan informasi non-keuangan (Ehnert et al., 2016; Hąbek & Wolniak, 2016).

Boiral & Heras-Saizarbitoria (2020) juga menjelaskan laporan keberlanjutan yang diungkapkan perusahaan hanya sebatas

formalitas dan komitmen belaka. Pernyataan yang disertakan dalam laporan keberlanjutan tidak selalu menunjukkan hasil aktual. KPMG (2020) menunjukkan bahwa pelaporan perusahaan tentang keberlanjutan secara eksklusif berfokus hanya pada kontribusi positif yang dibuat perusahaan untuk mencapai tujuan dan tidak memiliki transparansi dari dampak negatifnya. Setidaknya, sekitar 90% perusahaan yang masuk dalam G250 melaporkan pandangan sepihak yang hanya berfokus pada dampak positif mereka hasilkan.

Sejatinya, sebuah informasi tidak boleh mengomunikasikan beratnya suatu masalah saja tetapi menjelaskan secara keseluruhan masalah yang terjadi (van de Velde et al., 2010). Ketika perusahaan mengungkapkan informasi positif dan negatif maka berdampak pada peningkatan transparansi dan kepercayaan antara perusahaan dan pemangku kepentingan (Garcia-Torres et al., 2017). Namun sebuah paradoks terjadi ketika perusahaan memutuskan menerbitkan laporan keberlanjutan dengan satu sisi dimana perusahaan berusaha mengikuti standar keberlanjutan yang terlalu ketat dengan “mencentang indeks kosong” dan mengabaikan kondisi lokal dan industri sementara itu; satu sisi lain dimana standar yang tidak mengharuskan bisnis untuk melaporkan informasi konkret tentang tindakan mereka dan “diperkenankan” hanya memberikan pernyataan samar yang tidak terkait dengan praktik bisnis (Ones et al., 2015; Sethi & Schepers, 2014).

Selain masalah informasi yang diungkapkan berat sebelah (tidak seimbang), masalah lain dalam laporan berkelanjutan yaitu kompleksitas. Kompleksitas dapat diartikan sebagai kerumitan teks yang disajikan dan keberhasilan informasi akuntansi yang dikomunikasikan (Malcolm & Taffler, 1992) atau keterbacaan ukuran kompleksitas tekstual (Adhariani & du Toit,

2020). Informasi yang jelas dan dapat dibaca penting bagi investor yang tidak canggih untuk memahami narasi dan pengungkapan perusahaan. Ketika informasi yang diungkapkan bertele-tele maka makna dari informasi yang didapat terhambat sehingga kompleksitas informasi meningkat. Menurut Nilipour et al. (2020) dan Nazari et al. (2017), laporan keberlanjutan yang panjang memiliki skor keterbacaan yang rendah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang peka terhadap lingkungan menerbitkan informasi keberlanjutan yang lebih mudah dibaca dibandingkan dengan perusahaan yang tidak peka terhadap lingkungan. Meskipun perusahaan mungkin sengaja menggunakan bahasa yang lebih kompleks untuk beberapa tujuan seperti untuk menciptakan kesan yang baik di mata pemangku kepentingan dan mendukung legitimasi perusahaan, tetapi ketika sebuah perusahaan berkinerja buruk maka narasinya cenderung lebih pendek dan lebih kompleks dalam upaya untuk mengaburkan informasi (Adhariani & du Toit, 2020; du Toit, 2017).

Penelitian ini menjadi menarik untuk dilakukan karena informasi yang diungkap dalam pelaporan keberlanjutan dapat memengaruhi niat pembaca dalam berperilaku secara hijau. Niat perilaku hijau atau perilaku pro-lingkungan hadir dalam diri pembaca sebagai bentuk nilai, kepercayaan dan norma yang dirasakan. Diyakini bahwa pengalaman terhadap membaca suatu informasi keberlanjutan yang berat sebelah (tidak seimbang) dan kompleks akan memengaruhi niat pembaca untuk bertindak pro-lingkungan pada tingkat individu dan organisasi. Adapun penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ketidakseimbangan dan kompleksitas informasi berkelanjutan serta interaksinya terhadap niat berperilaku pro-lingkungan. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yaitu Afsar & Umrani (2020), Raza et al. (2021) dan Shah et al. (2021) yang menguji

persepsi karyawan terhadap kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada Afsar & Umrani (2020), Raza et al. (2021) dan Shah et al. (2021) hanya berfokus pada dampak perilaku pro-lingkungan seperti advokasi pro-lingkungan, keterlibatan karyawan, komitmen lingkungan dan kebanggaan organisasi terhadap tindakan ramah lingkungan namun tidak menyoroti mengenai kompleksitas dan keseimbangan informasi yang diungkapkan perusahaan.

Adapun dalam sebuah informasi yang diungkapkan umumnya memotivasi karyawan secara intrinsik untuk berperilaku etis dalam membantu perusahaan mengejar tujuan perusahaan dalam konteks lingkungan. Penelitian ini mengembangkan penelitian sebelumnya dengan mengajukan dua variabel baru yaitu ketidakseimbangan informasi yang diungkapkan dan kompleksitas informasi dalam laporan berkelanjutan yang memiliki unsur intrinsik dalam memotivasi karyawan untuk berperilaku pro-lingkungan.

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku pro-lingkungan

Teori *value-belief-norm* (VBN) umumnya digunakan sebagai dasar untuk memahami faktor yang memengaruhi perilaku pro-lingkungan seperti motivasi karyawan dalam penciptaan nilai dan kinerja perusahaan (Steg et al., 2014). Teori VBN diyakini sebagai asumsi yang dapat mengubah perilaku seseorang menjadi pro-lingkungan. Asumsi tersebut dibuktikan Liao et al. (2016) dan Huang (2016) yang menemukan bahwa faktor penggunaan media sebagai sumber informasi tentang isu lingkungan sangat berpengaruh dalam bertindak pro-lingkungan. Selain itu, faktor pribadi seperti sikap terhadap perilaku tertentu, kepatuhan terhadap norma sosial, dan kontrol perilaku juga dapat memengaruhi niat perilaku pro-lingkungan (de Groot & Steg, 2009; Greaves et al., 2013).

Perilaku pro-lingkungan sendiri dapat ditentukan dari dampak dan niatnya. Menurut Stern (2000), jika didefinisikan berdasarkan dampaknya, perilaku lingkungan adalah perilaku yang secara positif dapat mengubah ketersediaan material atau energi atau dinamika ekosistem. Ketika didefinisikan oleh niatnya, perilaku pro-lingkungan adalah perilaku yang dilakukan dengan niat untuk mengubah lingkungan dari sudut pandang aktor. Adapun perilaku lingkungan yang berorientasi pada dampak, Stern (2000) membedakannya menjadi dua jenis yaitu dalam lingkungan publik dan pribadi. Dalam lingkungan publik mencakup perilaku aktif misalnya keterlibatan aktif dalam kelompok pecinta lingkungan sedangkan perilaku nonaktif di ruang publik misalnya mendukung kebijakan terkait lingkungan. Dalam lingkungan pribadi meliputi perilaku hijau dalam pembelian, pemeliharaan dan penggunaan peralatan rumah tangga serta pembuangan limbah.

Bias Negatif

Ketika menggabungkan informasi positif dan negatif menjadi satu penilaian, manusia memiliki bias negatif yang berarti manusia cenderung menilai lebih tinggi informasi negatif (Baumeister et al., 2001). Adapun isyarat negatif diberi bobot yang lebih tinggi daripada isyarat positif dengan kekuatan yang sama (Moosmayer, 2012). Manusia dengan bias negatif akan memberikan bobot lebih pada rangsangan moral negatif ketika disajikan dengan rangsangan moral positif dan negatif dengan intensitas yang sama. Menurut Rozin & Royzman (2001), terdapat empat aspek bias negatif yaitu (1) potensi negatif, (2) kecuraman gradien negatif yang lebih besar, (3) dominasi negatif dan (4) diferensiasi negatif. Pertama, prinsip potensi negatif dapat dinyatakan jika ada kebalikan peristiwa negatif dan positif dengan ukuran yang sama, peristiwa negatif lebih menarik dan penting bagi kita

daripada peristiwa positif. Peristiwa negatif lebih kuat daripada peristiwa positif dalam hal seberapa besar mereka di dunia nyata. Kedua, peristiwa negatif tumbuh lebih cepat dalam negativitas ketika didekati dalam ruang atau waktu daripada peristiwa positif. Bias negatif akan menghasilkan efek psikologis yang lebih besar daripada informasi yang seimbang (positif dan negatif). Ketiga, prinsip dominasi negatif menyatakan bahwa jumlah nilai subjektif dari sekelompok peristiwa negatif dan positif (dapat objek, orang dan ciri-ciri kepribadian) lebih negatif daripada jumlah nilai individu mereka. Keempat, bias negatif ditunjukkan oleh fakta bahwa orang menganggap rangsangan negatif lebih kompleks dan terperinci daripada rangsangan positif. Bagian lain dari bias negatif umum adalah fenomena diferensiasi negatif yang lebih besar. Memiliki banyak emosi negatif disebut memiliki banyak diferensiasi negatif.

Kompleksitas

Dalam penelitian ini, kompleksitas dapat diartikan sebagai kerumitan teks yang disampaikan kepada pembaca (Malcolm & Taffler, 1992). Kerumitan teks menurut Malcolm & Taffler (1992) dapat dinilai berdasarkan panjang kata atau kalimat yang disajikan dalam sebuah informasi. Adapun Adhariani & du Toit (2020) mendefinisikan kompleksitas tekstual sebagai keterbacaan informasi yang ingin disampaikan. Kompleksitas merupakan indikator dari kesulitan membaca informasi yang panjang dan panjang kalimat berkorelasi erat dengan kompleksitas. Selain itu, penggunaan kalimat aktif dan pasif memainkan peran penting dalam keterbacaan informasi. Baik Adhariani & du Toit (2020) dan du Toit (2017) menemukan bahwa perusahaan dengan kinerja buruk, informasi yang disampaikan cenderung lebih pendek dan kompleks.

Ketidakseimbangan informasi

Peneliti mengelaborasi sejumlah teori dan hasil penelitian sebelumnya yaitu Garcia-Torres et al. (2017), Huang (2016), Lindenberg & Steg (2007) dan van de Velde et al. (2010) untuk merumuskan definisi dari ketidakseimbangan informasi. Hasilnya menurut peneliti, ketidakseimbangan informasi adalah penyajian atau pengungkapan informasi yang hanya menyajikan satu jenis informasi saja (negatif atau positif). Informasi yang tidak seimbang jenis negatif dibangun dengan struktur informasi yang memiliki tujuan baik tetapi hasilnya merugikan. Sebaliknya, informasi yang tidak seimbang jenis positif dibangun dengan memiliki tujuan baik dan hasilnya juga baik.

Adapun ketidakseimbangan informasi berbeda dengan disinformasi. Disinformasi adalah penyampaian informasi yang salah (dengan sengaja) untuk membingungkan orang lain (KBBI, 2022). Pada disinformasi ditekankan pada penyampaian informasi yang salah secara makna atau konten sedangkan pada ketidakseimbangan informasi ditekankan pada informasi yang memiliki penjelasan terkait tujuan yang baik tetapi hasil yang dilakukan dapat baik (positif) atau buruk (negatif).

Pengembangan Hipotesis

Ketika manusia menggabungkan informasi positif dan negatif menjadi satu penilaian, mereka cenderung menilai terlalu tinggi informasi negatif (Baumeister et al., 2001). Artinya terdapat kecenderungan bahwa manusia memberi isyarat negatif dengan bobot yang lebih tinggi daripada isyarat positif meskipun dengan intensitas yang sama. Menurut Chang & Wu (2015), untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang faktor yang memengaruhi niat perilaku pro-lingkungan, pemasaran hijau secara efektif dapat memberikan informasi terkait produk yang menekankan potensi konsekuensi negatif dari tidak membeli produk makanan organik. Brunk & de Boer

(2018) menemukan reaksi konsumen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dan inisiatif keberlanjutan yang dipengaruhi oleh efek asimetris dari informasi negatif pada persepsi etis dan sikap konsumen.

Adapun Jahn & Brühl (2019) menemukan bahwa pengungkapan informasi CSR yang cukup negatif memiliki dua efek yang berlawanan. Pertama, terdapat efek menguntungkan langsung yang konsisten dengan teori atribusi. Kedua, pengungkapan informasi negatif memiliki efek tidak langsung yang merugikan pada kepercayaan. Ini karena mengungkapkan informasi negatif dianggap tidak masuk akal yang memiliki efek merugikan pada kepercayaan. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka H1 yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Ketika informasi negatif saja yang diungkap maka lebih berpengaruh terhadap niat perilaku pro-lingkungan daripada informasi positif dan negatif yang diungkap.

Perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan menyajikan informasi dalam pelaporan keberlanjutan yang lebih mudah dibaca daripada perusahaan yang tidak bertanggung jawab (Nilipour et al., 2020). Alasan lainnya yaitu informasi yang berlebihan mengurangi keterbacaan informasi naratif, dapat digunakan untuk mengaburkan informasi keberlanjutan yang negatif, dan dapat mengganggu kapasitas pengambilan keputusan pengguna (Wang et al., 2018; Wu & Pupovac, 2019). Adhariani & du Toit (2020) menemukan bahwa tingkat keterbacaan yang rendah dalam laporan keberlanjutan perusahaan Indonesia. Hal tersebut menunjukkan informasi yang terkandung dalam pengungkapan sangat sulit untuk diuraikan dan dipahami oleh pengguna yang ditargetkan dan tujuan pengungkapan yang menggunakan tatanan bahasa kompleks untuk menarik investor atau mengesankan orang lain. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, H2 dalam penelitian yaitu:

H2: Ketika informasi yang diungkap dengan tingkat keterbacaan mudah maka berpengaruh terhadap niat perilaku pro-lingkungan daripada informasi yang diungkap dengan tingkat keterbacaan sulit.

Secara umum, perilaku pro-lingkungan diklasifikasikan sebagai moral. Kekhawatiran normatif sangat penting untuk perilaku pro-lingkungan karena pilihan perilaku dibuat berdasarkan penilaian tentang apa yang benar atau salah, dan kepedulian lingkungan (Lindenberg & Steg, 2007). Dalam konteks organisasi, peran perilaku pro-lingkungan dipengaruhi budaya organisasi dapat menunjukkan pentingnya budaya berbasis nilai ekologis (Piwowar-Sulej, 2020).

Penilaian moral atas suatu tindakan dapat didasarkan pada dorongan internal dan eksternal. Bias negatif dapat terjadi ketika sebuah pesan atau informasi yang disampaikan bertentangan dengan kognisi individu, pesan dan harapan pribadi berbeda dan emosi individu akan lebih kuat untuk menginspirasi keinginan memperbaiki lingkungan. Ketika seorang individu percaya bahwa perilaku pro-lingkungan menyenangkan, rasional, dan memungkinkan mereka untuk kontribusi, maka individu tersebut memiliki komitmen yang kuat untuk perlindungan lingkungan dan bersedia untuk membaca dan memahami informasi terkait perlindungan lingkungan (Chang & Wu, 2015). Selain itu, informasi yang diungkapkan harus sangat efektif (singkat) dan mudah terbaca agar isi informasi tersampaikan kepada pembaca. Informasi hanya efektif jika disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pembaca dan diungkapkan dalam format yang dapat dengan mudah digunakan pembaca. Adapun hal tersebut bertujuan untuk mengubah perilaku dengan meminta orang untuk berkomitmen pada perilaku tertentu misalnya berjanji untuk bertindak pro-lingkungan (de Groot & Steg, 2009; Stern, 2000; van de Velde et al., 2010).

Maheswaran & Meyers-Levy (1990) menunjukkan bahwa pesan negatif paling efektif bila ada tingkat keterlibatan yang tinggi. Keterlibatan dari temuan Maheswaran & Meyers-Levy (1990) didefinisikan sebagai persepsi seseorang tentang signifikansi objek atau situasi dalam kaitannya dengan kebutuhan, nilai, dan minat yang melekat pada mereka. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pesan negatif akan meyakinkan orang tentang keseriusan masalah. Berdasarkan alasan empiris yang telah dibangun, maka H3 dalam penelitian ini adalah:

H3: Terdapat interaksi antara informasi yang diungkapkan negatif saja dengan keterbacaan informasi yang mudah.

METODE PENELITIAN

Desain Eksperimen

Penelitian ini menggunakan metode eksperimen dengan desain faktorial 2×2. Faktor pertama adalah keseimbangan informasi (seimbang dan tidak seimbang) dan faktor kedua adalah kompleksitas informasi (mudah dibaca dan sulit dibaca). Penelitian ini menggunakan eksperimen survei berdasarkan informasi nyata. Metode survei dapat memberikan bukti deskriptif yang kuat dalam penelitian yaitu terkait dengan validitas eksternal yang baik dalam hal cakupan populasi sehingga sejauh mana bias informasi yang diduga dapat dinilai (Barone et al., 2018). Pengaturan eksperimen untuk survei ini melibatkan pengalokasian informasi yang berbeda secara acak kepada partisipan, namun inti pertanyaan yang diajukan kepada partisipan adalah sama.

Peserta Eksperimen

Penelitian ini menggunakan eksperimen laboratorium dengan mahasiswa sarjana dan magister akuntansi yang telah mengambil mata kuliah akuntansi manajemen dan etika bisnis. Alasan memilih mahasiswa sarjana dan/atau magister karena kurikulum mata kuliah

akuntansi manajemen saat ini tidak hanya berfokus pada kemampuan menyusun, merencanakan, menyajikan, dan memanfaatkan informasi keuangan dan non-keuangan dalam proses perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan manajerial, khususnya keputusan operasional keseharian dan jangka pendek tetapi juga berfokus pada pentingnya keberlanjutan bisnis dan praktik keberlanjutan dan pengungkapan kepada perusahaan dan investor (Rezaee et al., 2016). Adapun mata kuliah etika bisnis yang diajarkan saat ini berfokus pada penerapan pedoman etika yang dikembangkan oleh badan profesional dan kode etik perusahaan yang mendorong perilaku teladan, menghasilkan fungsi *role model* dan merangsang perilaku etis (Bampton & Cowton, 2002; Endenich & Trapp, 2020).

Definisi dan Pengukuran Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat perilaku pro-lingkungan. Niat perilaku pro-lingkungan adalah motivasi dalam diri yang disebabkan perubahan sudut pandang dalam menilai lingkungan (Steg et al., 2014; Stern, 2000). Niat perilaku pro-lingkungan diambil dari instrumen Kilbourne & Pickett (2008) dan diukur dengan skala Likert 4-poin dengan poin 1 artinya sangat tidak setuju hingga poin 4 artinya sangat setuju.

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu ketidakseimbangan informasi dan kompleksitas informasi. Faktor pertama dalam penelitian ini adalah ketidakseimbangan informasi. Ketidakseimbangan informasi dapat didefinisikan sebagai informasi yang diungkapkan hanya satu jenis misalnya informasi negatif saja atau informasi positif saja. Ketidakseimbangan informasi dalam penelitian ini diukur dengan angka 1 untuk informasi yang seimbang (negatif dan positif disajikan) dan angka 2 untuk informasi yang tidak seimbang (negatif saja disajikan). Faktor kedua yaitu kompleksitas informasi. Kompleksitas informasi adalah ukuran keterbacaan suatu informasi (Adhariani & du Toit, 2020). Pada penelitian ini, kompleksitas informasi diukur dengan skala Likert 4-poin untuk poin 1 artinya sangat tidak setuju hingga poin 4 artinya sangat setuju dan instrumen terkait keterbacaan yang digunakan yaitu *perceived credibility* sesuai Lock & Seele (2016).

Pertanyaan manipulasi dalam penelitian ini diberikan pada kondisi ketidakseimbangan informasi. Cek manipulasi dilakukan dalam bentuk menjawab pernyataan yang menggambarkan materi informasi yang diterima peserta. Data dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan hipotesis diuji menggunakan *two-way ANOVA*.

Tabel 1. Desain Eksperimen 2 × 2

		Kompleksitas	
		Mudah	Sulit
Ketidakseimbangan	Positif dan negatif	Kelompok 1	Kelompok 2
	Negatif	Kelompok 3	Kelompok 4

Sumber: Data diolah (2022).

Tabel 2. Demografi partisipan

Keterangan	Rincian	Kuantitas	Persentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	19	25
	Perempuan	57	75
	Total	76	100
Usia	20-25	69	91
	26-30	6	8
	≥ 31	1	1
	Total	76	100
Tingkat pendidikan	Sarjana	59	78
	Magister	17	22
	Total	76	100

Sumber: Data diolah (2022).

HASIL PENELITIAN

Secara demografi, partisipan dalam penelitian ini dijelaskan pada Tabel 2. Dalam penelitian ini, terdapat banyak 19 partisipan laki-laki dan 57 partisipan perempuan. Adapun usia dibagi berdasarkan interval lima, sehingga dapat diperoleh informasi partisipan yang berusia 20-25 tahun sebanyak 69, partisipan berusia 26-30 tahun sebanyak 6 orang dan partisipan yang berusia lebih dari 31 tahun sebanyak 1 orang. Pada tingkat pendidikan, partisipan yang mengikuti penelitian ini dari program sarjana sebanyak 59 orang dan magister sebanyak 17 orang.

Sebanyak 100 kuesioner dibagikan kepada empat kelompok partisipan penelitian secara acak. Diterima kembali 81 kuesioner dari partisipan, namun sebanyak 5 kuesioner gagal dalam cek manipulasi sehingga menyisakan 76 kuesioner yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Tabel 3 dibawah ini merupakan hasil statistik deskriptif.

Hipotesis 1 memprediksi bahwa terdapat pengaruh informasi yang diungkapkan negatif saja terhadap niat perilaku pro-lingkungan. Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa *mean* informasi yang tidak seimbang (negatif saja) sebesar 61,40 lebih tinggi

daripada informasi yang seimbang (positif dan negatif) sebesar 61,17. Meskipun nilai *mean* informasi yang diungkapkan negatif saja lebih tinggi, namun nilai *mean* tidak berbeda signifikan. Berdasarkan hasil pengujian *two-way* ANOVA juga menunjukkan hasil yang tidak signifikan ($F=0,135$; $p>0,1$) sehingga H1 ditolak.

Hipotesis 2 memprediksi bahwa kompleksitas informasi dengan proksi mudah terbaca akan berpengaruh terhadap niat perilaku pro-lingkungan. Hasil statistik deskriptif (Tabel 3) menunjukkan informasi dengan keterbacaan mudah bernilai *mean* sebesar 60,18 lebih rendah daripada informasi yang diungkapkan dengan keterbacaan sulit dengan nilai *mean* sebesar 62,43. Pada hasil uji hipotesis ANOVA (Tabel 4) menunjukkan hasil yang signifikan ($F=5,157$; $p<0,1$) sehingga H2 dalam penelitian ini diterima.

Hipotesis 3 memprediksi efek interaksi antara ketidakseimbangan informasi dan kompleksitas informasi. Namun hasil statistik menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan ($F=0,424$; $p>0,1$) yang menunjukkan H3 dalam penelitian ini ditolak. Plot hasil interaksi antar variabel independen ditunjukkan pada Gambar 1.

Tabel 3. Statistik deskriptif

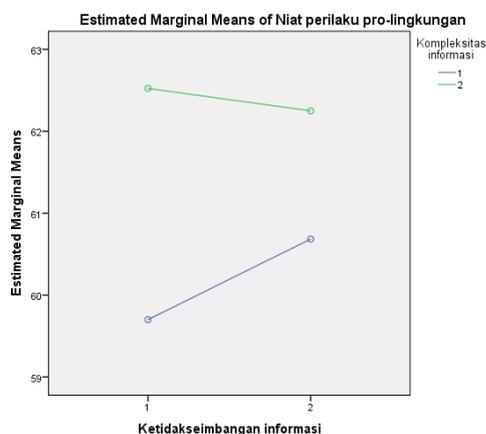
		Kompleksitas		
		Mudah	Sulit	Total
Ketidakseimbangan	Positif dan negatif (1)	Kelompok 1 (N=20)	Kelompok 2 (N=21)	N=41
		Mean=59,70 Std. Dev.=4,75	Mean=62,52 Std. Dev.=3,28	Mean=61,15 Std.Dev.=4,26
	Negatif (2)	Kelompok 3 (N=19)	Kelompok 4 (N=16)	N=35
		Mean=60,68 Std. Dev.=4,70	Mean=62,25 Std. Dev.=3,86	Mean=61,40 Std.Dev.=4,35
	Total	N=39 Mean=60,18 Std.Dev.=4,69	N=37 Mean=62,41 Std.Dev.=3,5	N=76 Mean=61,26 Std.Dev.=4,27

Sumber: Data diolah (2022).

Tabel 4. Hasil uji hipotesis

Source	Df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	3	34,731	1,978	0,125
Intercept	1	282501,893	16084,966	0,000
Ketidakseimbangan	1	2,372	0,135	0,714
Kompleksitas	1	90,569	5,157	0,026
Ketidakseimbangan *	1	7,439	0,424	0,517
Error	72	17,563		
Total	76			
Corrected Total	75			

Sumber: Data diolah (2022).



Gambar 1. Plot hasil interaksi

Sumber: Data diolah (2022).

PEMBAHASAN

H1 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ditemukan prediksi mengenai informasi negatif cenderung memengaruhi evaluasi lebih kuat daripada informasi positif atau informasi yang sebanding. Hal

tersebut menandakan ketika partisipan memperoleh informasi mengenai aktivitas keberlanjutan yang diungkap dalam laporan keberlanjutan baik secara seimbang (positif dan negatif) ataupun secara tidak seimbang (negatif saja) menyadari bahwa mereka seharusnya tidak hanya mengevaluasi konsekuensi dari pelaporan keberlanjutan yang menguntungkan tetapi juga potensi konsekuensi yang tidak menguntungkan. Meskipun konsekuensi tersebut tidak berdampak secara langsung terhadap nilai yang diprioritaskan pribadi masing-masing. Artinya bias negatif tidak terjadi karena partisipan mengakui adanya cara berpikir, keberadaan, dan perbuatan yang lebih baik untuk kebaikan yang lebih besar yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu, Smith et al. (2006) menjelaskan bahwa bias terhadap informasi negatif dapat dilemahkan karena meningkatnya

aksesibilitas informasi positif. Misalnya, repetisi pengungkapan informasi positif di media kepada orang-orang dapat mengubah motivasi sehingga melemahkan bias negatif.

Kompleksitas informasi sejatinya berhubungan dengan penggunaan bahasa, pemilihan kosakata, penyusunan tata bahasa, jumlah kata yang digunakan dan tata letak. Perusahaan dapat dinyatakan berhasil menyampaikan informasi ketika pembaca memahaminya, membaca dengan kecepatan optimal dan menganggap informasinya menarik. Menurut Hoozée et al. (2019), pembaca akan lebih mudah menerima informasi jika disampaikan dalam bahasa ibu dan diungkapkan secara padat. Selain itu, mengurangi keterbacaan informasi dapat dilakukan dengan pengurangan jumlah paragraf, kalimat atau kata yang tidak mencerminkan informasi sehingga kebingungan pembaca terhadap informasi yang disampaikan menurun.

H2 dalam penelitian ini menemukan pengaruh informasi dengan keterbacaan mudah terhadap niat perilaku pro-lingkungan. Apabila dikaitkan dengan teori VBN, maka informasi mengenai laporan berkelanjutan seharusnya dapat diungkapkan dengan pendekatan nilai egoistik, altruistik atau biosfer. Menurut Stern & Dietz (1994), nilai egoistik mencerminkan persepsi seseorang tentang dirinya dalam hubungannya dengan alam; nilai altruistik adalah keyakinan tentang nilai yang ditempatkan pada kesejahteraan orang lain dan; nilai biosfer mencerminkan kecenderungan individu untuk mengevaluasi fenomena dalam hal biaya atau manfaatnya bagi ekosistem atau biosfer. Terdapat efektifitas ketika informasi diungkapkan dengan keterbacaan mudah dan berbasis nilai, karena nilai merupakan sebuah konstruksi dalam diri seseorang yang berfungsi sebagai kriteria evaluatif sehingga membentuk keyakinan, sikap, dan perilaku tingkat tinggi yang terkait dengan objek sikap tertentu. Adapun

dengan terbentuknya norma atau keyakinan moral yang terinternalisasi, seorang individu memikul akan tanggung jawab atas tindakan mereka dan menyadari ancaman terhadap objek yang dianggap berharga.

Hipotesis 3 dalam penelitian ini secara statistik memunculkan efek interaksi antara ketidakseimbangan dan kompleksitas informasi. Penjelasan yang mungkin untuk alasan tidak ada interaksi antara ketidakseimbangan dan kompleksitas informasi yaitu bias negatif dalam sebuah informasi yang dapat memotivasi seseorang dilemahkan oleh keberadaan nilai yang muncul berdasarkan prioritas orang tersebut. Selain itu, kurangnya interaksi dalam hasil penelitian membantu memperjelas masalah yaitu *value-belief-norm* yang tertanam dalam diri seseorang mampu mengurangi bias negatif. Sehingga dua teori tersebut dapat dinyatakan saling menghambat.

Meskipun teori VBN tidak secara mutlak mendukung seluruh hasil penelitian. Namun, berdasarkan teori atribusi hasil dari penelitian yang tidak terdukung dapat dijelaskan. Teori atribusi adalah dimana orang membuat kesimpulan kausal untuk menjelaskan mengapa orang lain dan diri sendiri berperilaku dengan cara tertentu (Kelley & Michela, 1980). Sedikit berbeda dengan teori VBN, teori atribusi dipicu oleh informasi, kepercayaan dan motivasi yang menyebabkan munculnya kausalitas. Teori atribusi juga sangat berkaitan dengan persepsi sosial dan persepsi diri. Bias negatif dalam sebuah informasi dapat digugurkan oleh faktor kombinasi elemen atribusi seperti atribusi internal, eksternal, pengendalian dan stabilitas (Nagel, 2013).

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh ketidakseimbangan dan kompleksitas informasi laporan berkelanjutan terhadap niat berperilaku pro-lingkungan. H1 dari penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan

pengaruh pada informasi yang diungkapkan secara seimbang (positif dan negatif) maupun tidak seimbang (negatif saja). Pada H1 ditemukan bias negatif tidak terjadi karena partisipan karena mengakui keberadaan informasi, kepercayaan dan motivasi yang lebih baik seperti menuliskan tujuan yang baik meskipun hasilnya berdampak negatif.

Hasil dari H2 menunjukkan bahwa informasi yang diungkapkan dengan keterbacaan mudah memiliki pengaruh terhadap niat berperilaku pro-lingkungan lebih tinggi daripada keterbacaan sulit. Berdasarkan H2 dapat ditemukan efektifitas ketika informasi diungkapkan dengan keterbacaan mudah dan berbasis *value-belief-norm*, karena *value-belief-norm* merupakan sebuah konstruksi dalam diri seseorang yang berfungsi sebagai kriteria evaluatif. Adapun H3 menunjukkan tidak ada interaksi antara ketidakseimbangan dan kompleksitas informasi dimana secara teoritis kedua variabel berinteraksi dengan cara saling menghambat.

Secara teoritis, hasil penelitian yang tidak didukung terkait ketidakseimbangan informasi dalam penelitian ini membuktikan bahwa bias negatif dapat di eliminasi dengan faktor kemampuan (*ability*), upaya (*effort*), aksesibilitas (*accessibility*) dan lingkungan (*environment*). Selain itu, dapat diketahui bahwa kompleksitas informasi merupakan variabel yang valid dalam mengukur niat perilaku pro-lingkungan. Adapun secara praktis, bagi pembaca laporan berkelanjutan harus menjadi pembaca yang canggih agar dapat mengidentifikasi dan menjustifikasi informasi secara cepat. Bagi regulator secara bersama-sama dapat membuat kebijakan dan pedoman terkait standarisasi pelaporan keberlanjutan agar memiliki keterbandingan, keandalan dan relevansi yang seragam.

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini harus dipertimbangkan dan saran untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penggunaan metode eksperimen menghasilkan validitas eksternal yang rendah. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode deskriptif ataupun korelasi dengan proksi variabel yang lebih baru. Kedua, variabel ketidakseimbangan merupakan variabel baru sehingga masih belum cukup teruji secara luas. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel ketidakseimbangan dengan proksi yang lebih andal atau menggunakan proksi asimetri informasi. Ketiga, ketidakseimbangan dan kompleksitas informasi merupakan determinan laporan keberlanjutan. Pada penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi determinan lain dari laporan keberlanjutan yang dapat memengaruhi niat perilaku pro-lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhariani, D., & du Toit, E. (2020). Readability of sustainability reports: evidence from Indonesia. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 10(4), 621–636. <https://doi.org/10.1108/JAEE-10-2019-0194>.
- Afsar, B., & Umrani, W. A. (2020). Corporate social responsibility and pro-environmental behavior at workplace: The role of moral reflectiveness, coworker advocacy, and environmental commitment. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 109–125. <https://doi.org/10.1002/csr.1777>
- Bampton, R., & Cowton, C. J. (2002). The teaching of ethics in management accounting: progress and prospects. *Business Ethics: A European Review*, 11(1), 52–61. <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00258>.
- Barone, C., Assirelli, G., Abbiati, G.,

- Argentin, G., & De Luca, D. (2018). Social origins, relative risk aversion and track choice: A field experiment on the role of information biases. *Acta Sociologica (United Kingdom)*, 61(4), 441–459. <https://doi.org/10.1177/0001699317729872>.
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad Is Stronger Than Good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323–370. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.5.4.323>.
- Boiral, O., & Henri, J. F. (2017). Is Sustainability Performance Comparable? A Study of GRI Reports of Mining Organizations. *Business and Society*, 56(2), 283–317. <https://doi.org/10.1177/0007650315576134>.
- Boiral, O., & Heras-Saizarbitoria, I. (2020). Sustainability reporting assurance: Creating stakeholder accountability through hyperreality? *Journal of Cleaner Production*, 243, 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118596>.
- Brunk, K. H., & de Boer, C. (2018). How do Consumers Reconcile Positive and Negative CSR-Related Information to Form an Ethical Brand Perception? A Mixed Method Inquiry. *Journal of Business Ethics*, 161(2), 443–458. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3973-4>.
- Chang, M.-C., & Wu, C.-C. (2015). The effect of message framing on pro-environmental behavior intentions: An information processing view. *British Food Journal*, 117(1), 339–357. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2013-0247>.
- Crnković, B., Pekanov Starčević, D., & Zmić, A. (2020). Recent trends in sustainability reporting: Literature review and implications for future research. *Ekonomski Vjesnik*, 33(1), 271–283.
- de Groot, J. I. M., & Steg, L. (2009). Mean or green: which values can promote stable pro-environmental behavior? *Conservation Letters*, 1–6. <https://doi.org/10.1111/j.1755-263x.2009.00448.x>.
- Dienes, D., Sassen, R., & Fischer, J. (2016). What are the drivers of sustainability reporting? A systematic review. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(2), 154–189. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-08-2014-0050>.
- Du Toit, E. (2017). The readability of integrated reports. *Meditari Accountancy Research*, 25(4), 629–653. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-07-2017-0165>.
- Ehnert, I., Parsa, S., Roper, I., Wagner, M., & Muller-Camen, M. (2016). Reporting on sustainability and HRM: a comparative study of sustainability reporting practices by the world's largest companies. *International Journal of Human Resource Management*, 27(1), 88–108. <https://doi.org/10.1080/09585192.2015.1024157>.
- Endenich, C., & Trapp, R. (2020). Ethical Implications of Management Accounting and Control: A Systematic Review of the Contributions from the Journal of Business Ethics. *Journal of Business Ethics*, 163(2), 309–328. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-4034-8>.
- Fitriasari, D., & Kawahara, N. (2018). Japan investment and Indonesia sustainability reporting: an isomorphism perspective. *Social Responsibility Journal*, 14(4), 859–874. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2017-0062>.

- Garcia-Torres, S., Rey-Garcia, M., & Albareda-Vivo, L. (2017). Effective disclosure in the fast-fashion industry: From sustainability reporting to action. *Sustainability (Switzerland)*, 9(12). <https://doi.org/10.3390/su9122256>.
- Greaves, M., Zibarras, L. D., & Stride, C. (2013). Using the theory of planned behavior to explore environmental behavioral intentions in the workplace. *Journal of Environmental Psychology*, 34, 109–120. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.02.003>.
- Hąbek, P., & Wolniak, R. (2016). Assessing the quality of corporate social responsibility reports: the case of reporting practices in selected European Union member states. *Quality and Quantity*, 50(1), 399–420. <https://doi.org/10.1007/s11135-014-0155-z>.
- Hoozée, S., Maussen, S., & Vangronsveld, P. (2019). The impact of readability of corporate social responsibility information on credibility as perceived by generalist versus specialist readers. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 10(3), 570–591. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-03-2018-0056>.
- Huang, H. (2016). Media use, environmental beliefs, self-efficacy, and pro-environmental behavior. *Journal of Business Research*, 69(6), 2206–2212. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.031>.
- Jahn, J., & Brühl, R. (2019). Can bad news be good? On the positive and negative effects of including moderately negative information in CSR disclosures. *Journal of Business Research*, 97(December 2017), 117–128. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.070>.
- Kelley, H. H., & Michela, J. L. (1980). Attribution Theory and Research. *Annual Review of Psychology*, 31(1), 457–501. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.31.020180.002325>.
- Kilbourne, W., & Pickett, G. (2008). How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, 61. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.09.016>.
- KPMG. (2020). *The time has come! The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020*. <https://doi.org/10.6004/jnccn.2019.0020>.
- Kuzey, C., & Uyar, A. (2017). Determinants of sustainability reporting and its impact on firm value: Evidence from the emerging market of Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 143, 27–39. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.153>.
- Lindenberg, S., & Steg, L. (2007). Normative, gain and hedonic goal frames guiding environmental behavior. *Journal of Social Issues*, 63(1), 117–137. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2007.00499.x>.
- Lock, I., & Seele, P. (2016). The credibility of CSR (corporate social responsibility) reports in Europe. Evidence from a quantitative content analysis in 11 countries. *Journal of Cleaner Production*, 122, 186–200. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.02.060>.
- Maheswaran, D., & Meyers-Levy, J. (1990). The Influence of Message Framing and Issue Involvement. *Journal of Marketing Research*, 27(3), 361–367.

- Malcolm, S., & Taffler, R. (1992). Readability and Understandability: Different Measures of the Textual Complexity of Accounting Narrative. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 5(4).
- Moosmayer, D. C. (2012). Negativity bias in consumer price response to ethical information. *Business Ethics*, 21(2), 198–208.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2011.01647.x>.
- Nagel, P. J. F. (2013). Studi Eksploratori Pola Atribusi Keberhasilan Dan Kegagalan Bisnis : Sebuah Persepsi Dari Pengusaha Kecil Dan Mikro Pribumi Dan Tionghoa Di Surabaya. *Proceeding Seminar Nasional Dan Call for Papers SANCALL*, 978–979.
- Nazari, J. A., Hrazdil, K., & Mahmoudian, F. (2017). Assessing social and environmental performance through narrative complexity in CSR reports. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 13(2), 166–178.
<https://doi.org/10.1016/j.jcae.2017.05.002>.
- Nilipour, A., De Silva, T. A., & Li, X. (2020). The readability of sustainability reporting in new zealand over time. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(3), 86–107.
<https://doi.org/10.14453/aabfj.v14i3.7>.
- Ones, D. S., Wiernik, B. M., Dilchert, S., & Klein, R. (2015). Pro-Environmental Behavior. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition* (Second Edi, Vol. 19). Elsevier.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.22008-4>.
- Piowar-Sulej, K. (2020). Pro-environmental organizational culture: Its essence and a concept for its operationalization. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10).
<https://doi.org/10.3390/su12104197>.
- Raza, A., Farrukh, M., Iqbal, M. K., Farhan, M., & Wu, Y. (2021). Corporate social responsibility and employees' voluntary pro-environmental behavior: The role of organizational pride and employee engagement. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(3), 1104–1116.
<https://doi.org/10.1002/csr.2109>.
- Rezaee, Z., Rezaee, J., & Homayoun, S. (2016). Integration of Business Sustainability Education into the Business Curriculum. *International Journal of Finance and Managerial Accounting*, 1(2), 1–8.
- Rozin, P., & Royzman, E. B. (2001). Negativity bias, negativity dominance, and contagion. *Personality and Social Psychology Review*, 5(4), 296–320.
https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0504_2.
- Searcy, C., & Buslovich, R. (2014). Corporate Perspectives on the Development and Use of Sustainability Reports. *Journal of Business Ethics*, 121(2), 149–169.
<https://doi.org/10.1007/s10551-013-1701-7>.
- Sethi, S. P., & Schepers, D. H. (2014). United Nations Global Compact: The Promise-Performance Gap. *Journal of Business Ethics*, 122(2), 193–208.
<https://doi.org/10.1007/s10551-013-1629-y>.
- Shah, S. H. A., Cheema, S., Al-Ghazali, B. M., Ali, M., & Rafiq, N. (2021). Perceived corporate social responsibility and pro-environmental behaviors: The role of organizational identification and coworker pro-environmental advocacy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(1), 366–377.
<https://doi.org/10.1002/csr.2054>.

- Shields, D., Verga, F., & Blengini, G. A. (2014). A study of goal frames shaping pro-environmental behaviour in university students. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 15(4), 390–403.
- Smith, N. K., Larsen, J. T., Chartrand, T. L., Cacioppo, J. T., Katafiasz, H. A., & Moran, K. E. (2006). Being bad isn't always good: Affective context moderates the attention bias toward negative information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(2), 210–220. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.2.210>.
- Steg, L. (2016). Values, Norms, and Intrinsic Motivation to Act Proenvironmentally. *Annual Review of Environment and Resources*, 41, 277–292. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-110615-085947>.
- Steg, L., Perlaviciute, G., van der Werff, E., & Lurvink, J. (2014). The Significance of Hedonic Values for Environmentally Relevant Attitudes, Preferences, and Actions. *Environment and Behavior*, 46(2), 163–192. <https://doi.org/10.1177/0013916512454730>.
- Stern, P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175>.
- Stern, P. C., & Dietz, T. (1994). The Value Basis of Environmental Concern. *Journal of Social Issues*, 50(3), 65–84.
- van de Velde, L., Verbeke, W., Popp, M., & van Huylenbroeck, G. (2010). The importance of message framing for providing information about sustainability and environmental aspects of energy. *Energy Policy*, 38(10), 5541–5549. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2010.04.053>.
- Wang, Z., Hsieh, T. S., & Sarkis, J. (2018). CSR Performance and the Readability of CSR Reports: Too Good to be True? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(1), 66–79. <https://doi.org/10.1002/csr.1440>.
- Wu, D., & Pupovac, S. (2019). Information overload in csr reports in China: An exploratory study. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 13(3), 3–28. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v13i3.2>.
- Yang, X., Chen, L., Wei, L., & Su, Q. (2020). Personal and media factors related to citizens' pro-environmental behavioral intention against haze in China: A moderating analysis of TPB. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 4. <https://doi.org/10.3390/ijerph17072314>.