

**PENGARUH HARGA DIRI DAN KOMITMEN KERJA TERHADAP
PERILAKU *CYBERLOAFING* PADA KARYAWAN
GRAPARI TELKOMSEL MALANG**

S K R I P S I

Diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)



Oleh:
Rizka Amalia Purwanto
16410057

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

**PENGARUH HARGA DIRI DAN KOMITMEN KERJA TERHADAP
PERILAKU *CYBERLOAFING*: STUDI PADA KARYAWAN
GRAPARI TELKOMSEL MALANG**

S K R I P S I

Diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)



Oleh:

Rizka Amalia Purwanto

16410057

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH HARGA DIRI DAN KOMITMEN KERJA TERHADAP PERILAKU
CYBERLOAFING PADA KARYAWAN
GRAPARI TELKOMSEL MALANG**

SKRIPSI

Oleh:
Rizka Amalia Purwanto
NIM. 16410057

Telah Disetujui Oleh:
Dosen Pembimbing



Dr. Retno Mangestuti, M.Si
NIP. 19750220 200312 004

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Siti Mahmudah, M.Si
NIP. 19671029 199403 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

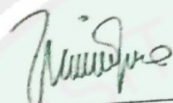
PENGARUH HARGA DIRI DAN KOMITMEN KERJA TERHADAP PERILAKU *CYBERLOAFING* PADA KARYAWAN GRAPARI TELKOMSEL MALANG

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada tanggal 19 Mei 2020

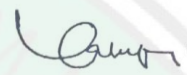
Susunan Dewan Penguji:

Dosen Pembimbing

Penguji Utama



Dr. Retno Mangestuti, M.Si
NIP. 19750220 200312 004



Drs. H. Yahya, MA
NIP. 19660518 199103 1004

Ketua Penguji

Agus Iqbal Hawabi, M.Psi
NIP. 19880601 201903 1009

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk menempuh gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)

Tanggal 6 Juli 2020

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi,



Dr. Siti Mahmudah, M.Si
NIP. 19671029 199403 2001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RIZKA AMALIA PURWANTO
NIM : 16410057
Fakultas : PSIKOLOGI

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **PENGARUH HARGA DIRI DAN KOMITMEN KERJA TERHADAP PERILAKU CYBERLOAFING PADA KARYAWAN GRAPARI TELKOMSEL MALANG**, merupakan benar-benar hasil sendiri, baik sebagian maupun secara keseluruhan, terkecuali dalam bentuk kutipan yang sudah disebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari terdapat klaim dari pihak lain sudah bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya siap dan bersedia menerima sanksi.

Malang, 29 April 2020



RIZKA AMALIA PURWANTO
NIM. 16410057

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil ‘alamin

Puji syukur Kehadirat Allah SWT atas segala kekuatan dan karunia yang telah Engkau berikan.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang aku sayangi:

Ayah Dwi Purwanto dan Mama Elvi Suratin,

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tak terhingga.

Juga Adikku, Muchamad Rifqi Naufal Purwanto,

Sebagai motivasi agar kelak kamu bisa menghasilkan karya serupa.

-Rizka Amalia Purwanto-

MOTTO

“Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun. Karena yang menyukaimu tidak butuh itu, dan yang membencimu tidak percaya itu.”

-Ali Bin Abi Thalib-

“Bukan nama kampus yang harus di junjung, Tapi ilmu pengetahuan yang harus di sebarakan.”

-Pidi Baiq-

“Disiplin ilmu hanyalah modal pertama, Ijazah cuma selembar kertas di atas meja.”

-Najwa Shihab-

“Dunia boleh memberi kita modal, Ilmu, dan Relasi. Tapi keberanian Hanya diri kita yang memproduksi.”

-Merry Riana-

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum Warohmatullohi Wabarokatuh,

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada kita semua. Shalawat serta salam turunkan kepada junjungan umat Nabi besar Muhammad SAW. Alhamdulillah, atas izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga Diri dan Komitmen Kerja terhadap Perilaku *Cyberloafing* Karyawan Pada Karyawan GraPARI Telkomsel Malang”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dengan rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Abd Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Dr. Siti Mahmudah, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak H. A. Khudori Saleh, M.Ag., selaku Dosen Wali penulis, yang telah membimbing dan mendampingi sejak awal hingga akhir perkuliahan.
4. Ibu Dr. Retno Mangestuti, M. Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis, yang sudah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran serta kritikan untuk dapat terselesaikannya penelitian skripsi ini.

5. Manager GraPARI Telkomsel *Branch* Malang yang telah mengizinkan penulis untuk melaksanakan penelitian terhadap karyawannya.
6. Mas Eryk Bagus, Mas Hamsa, Mas Rachman dan Mba Via, selaku staf *Youth and Mass* GraPARI Telkomsel Malang, yang membawahi Telkomsel *Apprentice Program*, terima kasih atas bantuan dan bimbingannya selama saya magang dan melakukan penelitian.
7. Segenap karyawan dan karyawan GraPARI Telkomsel Malang yang telah bersedia mengisi kuesioner yang saya bagikan.
8. Segenap dosen Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu serta mendidik saya selama di bangku perkuliahan. Juga staf pegawai yang sudah memberikan kemudahan dalam pelayanan administrasi sehingga dipermudah dalam melakukan penelitian ini.
9. Teruntuk sahabatku sejak semester satu, Rintaniya, Lia, Rizal Azhari dan Syafrie. Terima kasih, semoga pertemanan kita terus berlanjut tidak hanya di dunia saja, tetapi hingga ke surga-Nya. Amin.
10. Seseorang yang menjadi muara di segala situasi, Miftah Faridl. Terima kasih, semoga kamu selalu bahagia.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam merealisasikan penelitian ini.

Peneliti juga menyadari sepenuhnya bahwa di dalam tulisan ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis berharap adanya masukan, kritik dan saran demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat di pahami siapapun yang membacanya. Sekiranya skripsi

yang disusun ini dapat berguna bagi diri penulis sendiri maupun pembaca pada umumnya.

Malang, 29 April 2020

Peneliti

Rizka Amalia Purwanto

16410057



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
ABSTRAK	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II.....	16
KAJIAN TEORI	16
A. Perilaku <i>Cyberloafing</i>	16
1. Pengertian <i>Cyberloafing</i>	16
2. <i>Cyberloafing</i> dalam Perspektif Psikologi.....	17
3. Teori-Teori <i>Cyberloafing</i>	18
4. Pengukuran Perilaku <i>Cyberloafing</i>	28

B. Harga diri (<i>Self-Esteem</i>).....	30
1. Pengertian Harga Diri.....	30
2. Harga Diri dalam Perspektif Psikologi.....	32
3. Teori-Teori Harga Diri	36
4. Pengukuran Harga Diri.....	46
C. Komitmen Kerja.....	50
1. Pengertian Komitmen Kerja.....	50
2. Komitmen Kerja dalam Perspektif Psikologi	52
3. Teori-teori Komitmen Kerja.....	53
4. Pengukuran Komitmen Kerja.....	57
D. Hubungan Harga Diri dengan Perilaku <i>Cyberloafing</i>	60
E. Hubungan Komitmen Kerja dengan Perilaku <i>Cyberloafing</i>	62
F. Hubungan Harga Diri dan Komitmen Kerja dengan Perilaku <i>Cyberloafing</i> 63	
G. Hipotesis.....	64
BAB III	65
METODE PENELITIAN.....	65
A. Jenis Penelitian.....	65
B. Rancangan Penelitian	65
C. Identifikasi Variabel.....	66
D. Definisi Operasional.....	66
E. Teknik Pengumpulan Data.....	69
F. Subjek Penelitian.....	70
G. Metode Pengumpulan Data	71
H. Validitas dan Reliabilitas	81
I. Teknik Analisis Data.....	83

BAB IV	90
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	90
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	90
1. Visi dan Misi Telkomsel	91
2. Area Operasional	92
3. GraPARI.....	92
B. Gambaran Responden	93
1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin	93
2. Responden berdasarkan Usia.....	94
3. Responden berdasarkan Status dan Jabatan	95
4. Responden berdasarkan Masa Kerja	95
C. Pelaksanaan Penelitian.....	96
D. Hasil Penelitian	96
1. Uji Validitas	96
2. Uji Reliabilitas.....	100
E. Paparan Hasil Penelitian	101
1. Uji Asumsi.....	101
2. Deskripsi Kategorisasi Data	104
3. Uji Hipotesis.....	109
d. Uji Tambahan	112
F. Pembahasan.....	115
1. Tingkat Harga Diri Karyawan GraPARI Telkomsel Malang.....	115
2. Tingkat Komitmen Kerja Karyawan GraPARI Telkomsel Malang ...	118
3. Tingkat Perilaku <i>Cyberloafing</i> Karyawan GraPARI Telkomsel Malang	122
4. Harga Diri Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku <i>Cyberloafing</i>	
Karyawan GraPARI Telkomsel Malang.....	125

5. Komitmen Kerja Berpengaruh Terhadap Perilaku <i>Cyberloafing</i> Karyawan GraPARI Telkomsel Malang.....	127
6. Harga Diri dan Komitmen Kerja Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Perilaku <i>Cyberloafing</i>	131
BAB V.....	135
PENUTUP.....	135
A. Simpulan	135
B. Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN.....	149
LAMPIRAN 1: LEMBAR KONSULTASI	150
LAMPIRAN 2: SURAT KESEDIAAN PENELITIAN.....	151
LAMPIRAN 3: KUESIONER	152
LAMPIRAN 4: HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	161
LAMPIRAN 5: DESKRIPSI SUBJEK	174
LAMPIRAN 6: TABULASI DATA	178
LAMPIRAN 7: UJI ASUMSI.....	184
LAMPIRAN 8: UJI HIPOTESIS	187
LAMPIRAN 9: DOKUMENTASI FOTO	189

DAFTAR TABEL

3.1	Keterangan Jawaban Instrumen <i>Cyberloafing</i>	
3.2	Keterangan Jawaban Instrumen Komitmen Kerja	
3.3	Keterangan Jawaban Instrumen Harga Diri	
3.4	<i>Blueprint</i> Angket Harg Diri	
3.5	<i>Blueprint</i> Angket Komitmen Kerja	
3.6	<i>Blueprint</i> Angket <i>Cyberloafing</i>	
4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	
4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	
4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Status dan Jabatan	
4.4	Hasil AitemValid Angket Komitmen Kerja.....	
4.5	Hasil AitemValid Angket <i>Cyberloafing</i>	
4.6	Reliabilitas Angket Komitmen Kerja.....	
4.7	Reliabilitas Angket <i>Cyberloafing</i>	
4.8	Normalitas Data Penelitian	
4.9	Linieritas Harga Diri dan <i>Cyberloafing</i>	
4.10	Linieritas Komitmen Kerja dan <i>Cyberloafing</i>	
4.11	Norma Kategorisasi Harga Diri	
4.12	Tingkat Harga Diri Karyawan GraPARI Telkomsel Malang	
4.13	Norma Kategorisasi Komitmen Kerja dan <i>Cyberloafing</i>	
4.14	Tingkat Komitmen Kerja Karyawan GraPARI Telkomsel Malang.....	
4.15	Tingkat <i>Cyberloafing</i> Karyawan GraPARI Telkomsel Malang.....	
4.16	Hasil Uji Hipotesis 1 dan 2	
4.17	Hasil Uji Hipotesis 3	

4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi
4.19 Hasil Uji Beda berdasarkan Jenis Kelamin



DAFTAR GAMBAR

- 4.1 Logo Telkomsel
- 4.2 Struktur Organisasi GraPARI Telkomsel Malang
- 4.3 Diagram Kategori Harga Diri Karyawan GraPARI Telkomsel Malang
- 4.4 Diagram Kategori Komitmen Kerja Karyawan GraPARI Telkomsel Malang
- 4.5 Diagram Kategori *Cyberloafing* Karyawan GraPARI Telkomsel Malang



ABSTRAK

Rizka Amalia Purwanto. 2020, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Harga Diri dan Komitmen Kerja Terhadap Perilaku *Cyberloafing* Pada Karyawan GraPARI Telkomsel Malang”

Pembimbing: Dr. Retno Mangestuti, M. Si.

Kata Kunci: harga diri, komitmen kerja, perilaku *cyberloafing*

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara harga diri dan komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan. *Cyberloafing* merupakan penggunaan internet untuk keperluan pribadi karyawan saat bekerja bukan hanya menggunakan fasilitas kantor, melainkan gadget milik pribadi. Harga diri adalah keseluruhan cara yang digunakan untuk mengevaluasi diri sendiri, dimana harga diri merupakan perbandingan antara *ideal-self* dengan *real-self*. Komitmen kerja merupakan keadaan dimana karyawan mengenal pasti tujuan dan nilai organisasi, keinginan menjadi milik organisasi dan kesanggupan untuk berusaha menjadi milik organisasi.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga diri (X1) dan komitmen kerja (X2). Sedangkan variabel terikatnya adalah perilaku *cyberloafing* (Y). Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan GraPARI Telkomsel Malang sejumlah 65 orang. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara harga diri terhadap perilaku *cyberloafing*. Sesuai dengan hasil uji koefisien harga diri dan perilaku *cyberloafing* yang mendapat nilai Sig. $0,062 > 0,05$. Kemudian terdapat pengaruh yang negatif antara komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing*. Artinya, semakin tinggi komitmen kerja maka semakin rendah perilaku *cyberloafing* yang muncul. Kedua variabel ini memiliki nilai koefisien sebesar 0,014. Selanjutnya juga dilakukan uji regresi secara simultan yang menunjukkan terdapat pengaruh antara harga diri dan komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* pada karyawan secara simultan atau bersama-sama dengan nilai Sig. 0,009.

ABSTRACT

Rizka Amalia Purwanto. 2020, SKRIPSI. Title: “Pengaruh Harga Diri dan Komitmen Kerja Terhadap Perilaku Cyberloafing Pada Karyawan GraPARI Telkomsel Malang”

Supervisor: Dr. Retno Mangestuti, M. Si.

Keyword: self esteem, work commitments, cyberloafing behavior.

This study aims to examine whether there is an influence between self-esteem and work commitment on employee cyberloafing behavior. Cyberloafing is the use of the internet for employees' personal needs while working not only using office facilities, but also personal gadgets. Self-esteem is the overall means used to evaluate yourself, where self-esteem is a comparison between ideal self and real self. Work commitment is a condition where employees are familiar with the goals and values of the organization, the desire to belong to the organization and the ability to try to belong to the organization.

This type of research used in this study is quantitative research. The independent variables in this study are self-esteem (X1) and work commitment (X2). While the dependent variable is cyberloafing behavior (Y). The subjects in this study were all employees of GraPARI Telkomsel Malang with 65 people. Data analysis uses multiple linear regression with the help of SPSS 23.0.

The results of this study indicate there is no influence between self-esteem on cyberloafing behavior. In accordance with the results of the test of self-esteem coefficient and cyberloafing behavior that gets a Sig. $0.062 > 0.05$. Then there is a negative influence between work commitments on cyberloafing behavior. That is, the higher the work commitment, the lower the cyberloafing behavior that arises. Both of these variables have coefficient values of 0.014. Furthermore, a simultaneous regression test was also performed which showed that there was an influence between self-esteem and work commitment on the behavior of cyberloafing on employees simultaneously or together with the Sig. 0.009.

نبذة مختصرة

رزقة أماليا بوروانتو. 2020 ، أطروحة. العنوان: "أثر احترام الذات والالتزام بالعمل على سلوك اللطف
"مالانغ GraPARI Telkomsel السيبراني لموظفي

المشرف: د رتنو منجستوتى .

الكلمات الرئيسية: احترام الذات ، والالتزام بالعمل ، وسلوك اللوم على الإنترنت

تهدف هذه الدراسة إلى فحص ما إذا كان هناك تأثير بين احترام الذات والالتزام بالعمل على سلوك هو استخدام الإنترنت لتلبية الاحتياجات الشخصية للموظفين Cyberloafing الموظفين عبر الإنترنت. يعد أثناء العمل ليس فقط باستخدام المرافق المكتبية ، ولكن أيضًا الأدوات الشخصية. تقدير الذات هو الوسيلة الإجمالية المستخدمة لتقييم نفسك ، حيث احترام الذات هو مقارنة بين الذات المثالية والذات الحقيقية. التزام العمل هو حالة يكون الموظفون على دراية بأهداف وقيم المنظمة والرغبة في الانتماء إلى المنظمة والقدرة . على محاولة الانتماء إلى المنظمة .

هذا النوع من البحث المستخدم في هذه الدراسة هو بحث كمي. المتغيرات المستقلة في هذه الدراسة هي (Y) في حين أن المتغير التابع هو سلوك الممر السيبراني (X2) والالتزام بالعمل (X1) احترام الذات مع 65 شخصًا. تحليل مالانغ GraPARI Telkomsel جميع المشاركين في هذه الدراسة هم من موظفي SPSS 0z23 البيانات باستخدام الانحدار الخطي المتعدد بمساعدة

تشير نتائج هذه الدراسة إلى عدم وجود تأثير بين احترام الذات في سلوك اللغظ السيبراني. وفقًا لنتائج اختبار معامل احترام الذات وسلوك التسهيل السيبراني الذي يحصل على قيمة معنوية تبلغ $0.062 < 0.05$. ثم هناك تأثير سلبي بين التزامات العمل على سلوك النقل عبر الإنترنت. أي أنه كلما ارتفع التزام العمل ، انخفض سلوك اللغظ السيبراني الذي ينشأ. لكل من هذه المتغيرات قيم معامل 0.014 . علاوة على ذلك ، تم أيضًا إجراء اختبار انحدار مترامن أظهر وجود تأثير بين احترام الذات والالتزام بالعمل على سلوك النقل السيبراني على الموظفين في وقت واحد أو مع قيمة كبيرة تبلغ 0.009 .

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya waktu, teknologi informasi juga turut berkembang, khususnya internet. Internet telah merubah cara berorganisasi manusia. Adanya teknologi dan internet, operasional perusahaan bisa menjadi lebih efektif. Hal tersebut dibuktikan pada penyampaian informasi yang lebih cepat dan penerimaan informasi yang lebih *up to date* (Dwiningrum, dalam Ngafifi, 2014:4). Adanya internet, memungkinkan organisasi atau perusahaan dapat menurunkan beban perusahaan, mengurangi waktu pembuatan produk, dan pelayanan servis yang lebih efisien dikarenakan banyak perusahaan yang melakukan pelayanan produk maupun pelayanan terhadap konsumen melalui internet (Sharma & Gupta, 2004:74).

Internet adalah jaringan dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Tujuan awal dari diciptakannya internet ini adalah untuk menyediakan sarana bagi para peneliti agar dapat mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer. Tetapi sekarang internet tidak hanya sebatas sarana penelitian saja, melainkan menjadi media informasi dan komunikasi yang cepat dan efisien. Oleh karena itu, pada era ini internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan oleh manusia (Laquey, dalam Ardianto, 2004:141).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan pengukuran atau *survey* terhadap pengguna internet di Indonesia pada tahun 2012, 2014, dan 2016. *Survey* ini ditinjau dari jenis kelamin, usia, status, dan pekerjaan. Hasil pengukuran tersebut menunjukkan angka yang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Salah satu *survey*, yakni yang dilakukan berdasarkan status menunjukkan pada tahun 2012 mayoritas pengguna internet adalah pekerja. Hal tersebut diketahui dari hasil yang berada pada angka 53,3%. Kemudian pada tahun 2014 naik menjadi 55%, dan kembali mengalami peningkatan menjadi 62% pada tahun 2016. Selain itu 65% pengguna internet adalah berada di pulau Jawa (APJII, 2012; APJII, 2014; APJII, 2016).

Masyarakat menjadi sering menggunakan internet karena merasa mendapatkan banyak dampak positif, yaitu seperti media komunikasi, media informasi, dan media bertransaksi atau berbisnis (William, 2015). Namun, selain memberikan manfaat, internet juga memberikan dampak negatif salah satunya yaitu menurunkan produktivitas masyarakat terutama individu yang bekerja sebagai pegawai. Adanya fasilitas komputer dan internet yang diberikan oleh instansi terhadap karyawannya diharapkan dapat meningkatkan kualitas pada kinerja karyawannya ternyata disalahgunakan (Astri, 2014:4). Penyalahgunaan fasilitas instansi atau perusahaan tersebut salah satunya adalah mengakses internet pada jam kerja namun tujuannya bukan untuk kepentingan pekerjaan. Perilaku inilah yang kemudian disebut dengan *cyberloafing*.

Cyberloafing adalah salah satu perilaku menyimpang yang dilakukan karyawan di tempat kerja dengan cara menggunakan status karyawannya untuk mengakses internet dan *email* selama jam kerja namun untuk tujuan yang tidak berhubungan dengan pekerjaan (Lim, 2002:677). *Cyberloafing* dapat dilakukan menggunakan berbagai jenis perangkat seperti komputer, *handphone* dan tablet untuk tujuan pribadi pada karyawan saat jam kerja (Blanchard & Henle, dalam Askew, 2014:510). Selain *cyberloafing*, terdapat istilah lain yang biasa digunakan untuk menggambarkan perilaku penggunaan internet untuk kepentingan pribadi, seperti *cyberslacking* dan *PWU (Personal Web Use)*. *Cyberslacking* merupakan penggunaan internet dan *e-mail* yang tidak berkaitan dengan pekerjaan di kantor yang seharusnya ditujukan untuk pekerjaan (Phillips & Reddie, 2007:2414).

Cyberloafing yang dilakukan tujuan untuk beristirahat di sela pekerjaan akan menghasilkan tiga konsekuensi, yaitu pemulihan sesaat, belajar, dan kepuasan. Akan tetapi perilaku *cyberloafing* yang dilakukan secara berlebihan dan tidak disiplin dapat merugikan perusahaan dan dapat menurunkan produktivitas karyawan. Misalnya berbelanja *online* pada jam kerja atau mengakses situs-situs dewasa (Henle & Blanchard, 2008:1067). Pendapat Henle & Blanchard tersebut didukung oleh Belanger dan Van Slyke (dalam Nisaurrahmadani, 2012:9), yang menyatakan bahwa perusahaan atau instansi yang memberikan waktu bagi karyawannya agar menggunakan komputer dan internet untuk kepentingan pribadi, maka hal ini dapat menjadi proses pembelajaran yang bermanfaat bagi organisasi.

Selain dapat memberi manfaat, aktivitas *cyberloafing* yang dilakukan secara berlebihan dan tidak disiplin juga dapat merugikan perusahaan dan dapat menurunkan produktivitas karyawan. *Cyberloafing* yang dapat merugikan tersebut misalnya berbelanja *online* pada jam kerja atau mengakses situs-situs dewasa (Henle & Blanchard, 2008:1068). Bisa juga *browsing* situs-situs hiburan, mengirim atau menerima *email*, terlibat dalam jejaring sosial dan mengunduh *file* (Greenfield dan Davis, 2002:348). Sejalan dengan itu, Weatherbee (2010:37) juga berpendapat serupa, bahwa kegiatan *cyberloafing* yang berlebihan berdampak pada menurunnya produktivitas kerja karyawan, menurunkan kedisiplinan, melanggar kerahasiaan perusahaan dan kehilangan reputasi atau privasi pribadi, serta meningkatnya biaya penggunaan data internet.

Xylo.Inc melakukan beberapa studi tentang penggunaan internet karyawan pada tahun 2000, yang hasilnya ialah 56% karyawan menggunakan internet untuk tujuan pribadi atau berperilaku *cyberloafing* (Greengard, 2002:2). Selain itu terdapat pula hasil penelitian serupa yang dilakukan oleh perusahaan *Surfcontrol* dimana faktanya adalah 59% penggunaan internet di tempat kerja tidak ada hubungannya dengan pekerjaan atau dapat disebut aktivitas *cyberloafing* (Griff, 2003:87). Kedua studi tersebut menyimpulkan bahwa lebih dari setengah penggunaan internet di tempat kerja adalah kegiatan *cyberloafing*. Penelitian ini diperkuat lagi oleh pendapat Greenfield dan Davis (2002:349), yang menyatakan bahwa karyawan atau pegawai menghabiskan waktu sekitar lebih dari tiga jam perminggu untuk menggunakan internet.

Cyberloafing yang dilakukan oleh karyawan dapat terjadi karena berbagai macam latar belakang, yakni faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal digolongkan menjadi faktor organisasi dan faktor situasi. Faktor organisasi meliputi budaya organisasi, hasil yang diharapkan, dukungan manajerial, sikap kerja pegawai, kepuasan kerja, komitmen kerja dan desain organisasi. Faktor situasional yakni meliputi kedekatan jarak ruangan pegawai, ada atau tidaknya pengawasan langsung dari atasan dan kedekatan dengan atasan. Kemudian faktor internal merupakan faktor yang berada di ranah pribadi individu, seperti *personal traits* dan adiksi internet. Salah satu faktor internal yang menjadi penyebab individu melakukan *cyberloafing* adalah *personal traits*. *Personal traits* merupakan kecenderungan individu untuk memberikan respon yang sama terhadap stimulus yang berbeda dengan konsisten (Ozler & Polat, 2012:5).

Traits merupakan proses mental atau neuropsikis yang mampu mengatur stimulus yang akan menghasilkan perilaku adaptif atau ekspresif. *Traits* merupakan konstruk atau dimensi dasar dari kepribadian (Alfrod, dalam Suryabrata, 2012:208). ini mencakup banyak hal, yaitu persepsi dan sikap pegawai terhadap internet, kebiasaan, *shyness* (perasaan malu), *loneliness* (kesepian), *isolation* (isolasi), *self control* (kontrol diri), harga diri (*self-esteem*), efikasi diri dan *locus of control* dapat mempengaruhi bentuk dari penggunaan internet pegawai (Ozler & Polat, 2012:6).

Berdasarkan paragraf-paragraf sebelumnya, dijelaskan bahwa faktor yang melatarbelakangi karyawan dalam melakukan *cyberloafing* salah satunya adalah harga diri atau *self esteem*. Harga diri adalah derajat individu dalam

menilai dirinya sendiri (Emily, dkk, 2010:103). Harga diri juga merupakan hasil evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang ditunjukkan melalui sikapnya terhadap diri sendiri (Coopersmith, dalam Lestari & Koentjoro, 2002:137). Keselarasan dalam hubungan interpersonal merupakan hal yang penting bagi budaya individualis (Kwan dan Singelis, dalam Baron & Byrne, 2012). Perilaku individu dengan harga diri yang relatif rendah lebih mudah diprediksikan daripada perilaku individu dengan harga diri yang tinggi, hal ini dikarenakan skema diri yang negatif diorganisasikan lebih ketat dari pada skema diri yang positif (Malle & Horowitz dalam Baron & Byrne, 2012).

Kemudian Michener, DeLamater & Myers (dalam Anggraeni, 2010:119) menyebutkan bahwa terdapat tiga faktor dari harga diri, yaitu pengalaman keluarga, umpan balik kinerja, dan perbandingan sosial. Selain itu terdapat pula empat aspek dalam harga diri, yaitu: (1) kekuasaan, ialah kemampuan untuk mengatur dan mengontrol perilaku diri sendiri dan orang lain, (2) keberartian, maksudnya adalah bagaimana kepedulian, perhatian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain, hal tersebut merupakan penghargaan dan minat dari dan pertanda penerimaan terhadap individu tersebut, (3) kebajikan, yakni Ketaatan mengikuti kode moral, etika, dan prinsip-prinsip keagamaan yang ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang dilarang, (4) kemampuan, yang dimaksud ialah kemampuan untuk memenuhi tuntutan atau tugasnya dengan baik dan benar (Coopersmith, dalam Anindyajati & Karima, 2004:56).

Berbicara mengenai aspek-aspek dari harga diri yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya, dalam aspek keberartian, dapat dilihat bahwa individu

membutuhkan perhatian dan penerimaan dari orang-orang di sekitarnya. Sesuai dengan pernyataan Maslow (dalam Hidayat dan Naufal, 2011), bahwa setiap orang memiliki kebutuhan untuk menghormati orang lain, kebutuhan akan status, ketenaran, kemuliaan, pengakuan, perhatian, reputasi, apresiasi, martabat, bahkan dominasi. Pada masa perkembangan teknologi saat ini, individu merasa dirinya berarti dan diakui oleh lingkungannya apabila dapat terhubung dengan internet, termasuk eksis di media sosial (Noer, 2017). Hal ini tentu saja bisa menjadi salah satu latar belakang dari terjadinya perilaku *cyberloafing* pada karyawan.

Penelitian ini menggunakan karyawan GraPARI Telkomsel Malang sebagai subjek. Peneliti memilih GraPARI Telkomsel Malang sebagai tempat penelitian karena perusahaan tersebut menggunakan sistem komputerisasi yang terkoneksi dengan internet dalam melakukan pekerjaannya pada semua bagian perusahaan. Untuk itu, peneliti melakukan *survey* awal dengan cara melakukan wawancara singkat kepada sepuluh orang karyawan GraPARI Telkomsel Malang pada Kamis, 10 Oktober 2019. Hasil wawancara peneliti dengan sepuluh orang karyawan GraPARI Telkomsel Malang menunjukkan terdapat delapan orang karyawan menjawab “sering” menggunakan internet diluar kepentingan pekerjaan selama jam kerja. Sedangkan dua orang sisanya menjawab “jarang” menggunakan internet diluar kepentingan pekerjaan selama jam kerja. Delapan orang yang menjawab sering menggunakan internet untuk kepentingan pribadi pada saat jam kerja, kesemuanya menjawab tujuannya adalah untuk membuka media sosial, seperti *instagram*, *WhatsApp*, *twitter* dan *facebook*. Kemudian dua diantaranya menambahkan jika dirinya

mengakses internet untuk bermain *game online*, dan tiga orang yang lain juga mengatakan menggunakan fasilitas kantor berupa internet untuk mengunduh *file* dan menonton drama korea. Menurut keterangan salah satu responden wawancara, kegiatan bermain *game online* dilakukan disela-sela pekerjaan sebagai penyegaran saat jenuh bekerja.

Berdasarkan keterangan-keterangan dari karyawan pada saat wawancara, dapat diketahui bahwa pegawai cenderung melakukan *cyberloafing* karena merasa lingkungan kerja mendukung perilaku tersebut dan kurangnya peraturan dan batasan mengenai penggunaan internet di kantor. Aktivitas mengakses internet saat jam kerja tersebut dilakukan oleh karyawan dibalik meja kerjanya masing-masing, sehingga atasan tidak mengetahuinya. Kurangnya peraturan dan pengawasan dari atasan tentang penggunaan internet di kantor merupakan penyebab tindakan *cyberloafing* oleh karyawan GraPARI Telkomsel Malang. Kegiatan *cyberloafing* oleh karyawan, menurut *Supervisor Consumer Sales Operation* (CSO) menyebabkan tidak tercapainya target pelayanan terhadap pelanggan. Dalam sehari harusnya *Outbond Call* (OBC) dapat mencapai target 60 panggilan per orang, namun karena adanya *cyberloafing*, maka dalam sehari seorang *Outbond Call Team* hanya mampu mencapai 30 sampai 40 panggilan saja. Selain kasus tersebut *Supervisor Finance and Administration* juga mengaku mengalami keterlambatan pengiriman data keuangan karena perilaku *cyberloafing*. Tidak tercapainya target pelayanan konsumen dan terlambatnya data keuangan yang masuk tentu menimbulkan efek domino bagi divisi-divisi lain. Terlambatnya data keuangan dari staf administrasi membuat rekapitulasi laporan harian atau mingguan

menjadi telat di setor pada manager *branch*. Kemudian tidak tercapainya target pelayanan telepon konsumen membuat terjadinya ketidakpuasan pelanggan, sehingga berdampak pula pada *market share* telkomsel sendiri.

Penelitian mengenai *cyberloafing* telah banyak dilakukan. Pada awalnya penelitian-penelitian mengenai *cyberloafing* lebih fokus kepada efek penerapan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan penggunaan internet (Bougie & Sekaran, 2013). Tetapi, selain terkait dengan kebijakan perusahaan, ada pula penelitian terdahulu yang membahas tentang *cyberloafing* namun berfokus pada faktor-faktor yang menyebabkan karyawan melakukan *cyberloafing*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ardilasari dan Firmanto (2017:19). Penelitian tersebut bertujuan untuk meneliti hubungan antara *self control* (kontrol diri) dan perilaku *cyberloafing* pada Pegawai Negeri Sipil (PNS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku *cyberloafing*. Sehingga semakin tinggi kontrol diri, maka semakin rendah intensi *cyberloafing* dan sebaliknya. Penelitian ini memberi saran bagi peneliti lain yang ingin meneliti topik yang sama agar dapat meninjau variabel-variabel lain yang berhubungan dengan perilaku *cyberloafing*, seperti kepuasan kerja, komitmen kerja, atau sikap kerja.

Komitmen kerja sebagai salah faktor dari perilaku *cyberloafing*, umumnya disebut komitmen organisasi. Komitmen organisasi ialah dimensi perilaku yang dapat digunakan untuk menilai kecenderungan pegawai. Komitmen kerja adalah suatu keadaan seorang karyawan yang berada dalam dan suatu organisasi dan ingin mempertahankan dirinya dalam organisasi tersebut

(Robbins dan Judge, 2008:101). Sejalan dengan pendapat tersebut, Mowday (dalam Sopiah, 2008:163) mengungkapkan bahwa komitmen kerja adalah identifikasi dan keterlibatan seseorang yang relatif kuat terhadap organisasi.

Robbins dan Judge (2008:101) berpendapat bahwa terdapat tiga aspek yang menjadi karakteristik dari komitmen kerja, antara lain: (1) Komitmen afektif, merupakan perasaan emosional dan keyakinan dari anggota/ karyawan terhadap nilai-nilai dan tujuan dari perusahaan, rasa ikut sebagai bagian dari organisasi, dan rasa keterlibatan dalam organisasi. (2) Komitmen berkelanjutan, yakni berkaitan dengan nilai ekonomis yang didapat seorang karyawan, yang berarti bahwa seseorang memilih bertahan pada suatu perusahaan karena mendapat keuntungan-keuntungan tertentu. (3) Komitmen normatif, berkaitan dengan keinginan untuk bertahan dengan organisasi untuk alasan-alasan moral atau etis.

Berdasarkan pendapat Robbins dan Judge pada paragraf sebelumnya, komitmen organisasi memiliki tiga komponen salah satunya adalah komitmen afektif. Afektif diartikan sebagai suatu kelekatan emosional karyawan terhadap organisasi. Komitmen afektif dapat membuat karyawan melakukan hal-hal yang mendatangkan kebaikan bagi organisasi (Jewel, 1998:512). Karyawan yang memiliki komitmen afektif, lebih memungkinkan mengembangkan perilaku untuk membantu mencapai visi dan misi organisasi tersebut (Meyer, dkk, 1993:50). Hal ini menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki komitmen afektif yang tinggi terhadap pekerjaannya, maka akan bersikap positif seperti memegang teguh nilai-nilai dan tujuan perusahaan, seperti datang ke kantor tepat waktu, melaksanakan pekerjaan sesuai dengan

Standar Operasional Prosedur (SOP), mengutamakan kepuasan pelanggan dan bijak dalam menggunakan fasilitas kantor, termasuk mengakses internet pada jam kerja hanya untuk kepentingan perusahaan (Lin & Wang, 2018:52).

Selain itu, terdapat pula pendapat dari Porter & Mowdey (dalam Nathania, 2015) menyatakan bahwa adanya keyakinan terhadap persamaan nilai dan tujuan organisasi dapat membawa individu pada suatu kesadaran dimana fasilitas internet ditempat kerja tersebut untuk kemajuan dan pencapaian organisasi bukan untuk tujuan pribadi. Oleh karena itu, karyawan yang memegang tinggi komitmen afektifnya akan memberikan usaha yang lebih baik untuk organisasi seperti dengan menjauhi segala sesuatu yang dapat menghambat pekerjaannya, salah satunya adalah dengan menghindari *cyberloafing*.

Oktapiansyah (2018:51), juga meneliti mengenai *cyberloafing*. Penelitian tersebut berjudul hubungan stres kerja dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan bank. Hasilnya ditemukan adanya hubungan positif antara stres kerja dan perilaku *cyberloafing* pada karyawan. Penelitian ini menyarankan penelitian selanjutnya untuk dapat meneliti faktor-faktor lain selain stres kerja yang dapat memengaruhi perilaku *cyberloafing*. Menurut penelitian ini, faktor lain yang dapat memengaruhi *cyberloafing* diantaranya adalah peluang, akses, persepsi dan sikap serta personal *trait*.

Penelitian tentang *cyberloafing* juga pernah dilakukan oleh Ni'matulloh (2017:72) dengan judul Pengaruh Stres Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Perilaku *Cyberloafing* Karyawan Pada Era Perkembangan ICT (*Information*

And Communication Technologies) (Studi Kasus Pada PT Vira Intercos Jakarta). Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut, ditemukan fakta bahwa bahwa stres kerja dan kepuasan kerja secara signifikan mempengaruhi perilaku *cyberloafing* dengan nilai sig F $0,000 < 0,05$ dan nilai F-hitung sebesar 156.651. Hasil Uji-T (parsial) stres kerja secara signifikan mempengaruhi perilaku *cyberloafing* dengan nilai sig t $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung 7.260. Sehingga dapat disimpulkan bahwa stres kerja dan kepuasan kerja secara simultan mempengaruhi perilaku *cyberloafing*, namun secara parsial hanya variabel stres kerja yang mempengaruhi perilaku *cyberloafing*.

Kemudian ada pula penelitian serupa yang dilakukan oleh Budiana (2018:84) yang meneliti hubungan antara *loneliness* dengan perilaku *cyberloafing*. Penelitian ini menggunakan karyawan RSUD Haji bagian administrasi sebagai sampel subjek. Hasilnya, terdapat hubungan antara *loneliness* dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan.

Berangkat dari fenomena *cyberloafing* yang terjadi pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang dan saran-saran dari penelitian sebelumnya tersebut, peneliti tertarik untuk menelisik lebih lanjut mengenai pengaruh harga diri dan komitmen kerja terhadap intensitas perilaku *cyberloafing*. Penelitian tersebut penulis rumuskan kedalam judul “Pengaruh Harga Diri dan Komitmen Kerja Terhadap Perilaku *Cyberloafing* Pada Karyawan GraPARI Telkomsel Malang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat harga diri karyawan GraPARI Telkomsel Malang?
2. Bagaimana tingkat komitmen kerja karyawan GraPARI Telkomsel Malang?
3. Bagaimana tingkat perilaku *cyberloafing* karyawan GraPARI Telkomsel Malang?
4. Apakah ada pengaruh antara harga diri terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan GraPARI Telkomsel Malang?
5. Apakah ada pengaruh antara komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang?
6. Apakah ada pengaruh secara simultan antara harga diri dan komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan GraPARI Telkomsel Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat harga diri karyawan GraPARI Telkomsel Malang.

2. Mengetahui tingkat komitmen kerja karyawan GraPARI Telkomsel Malang.
3. Mengetahui tingkat perilaku *cyberloafing* karyawan GraPARI Telkomsel Malang.
4. Mengetahui pengaruh antara harga diri terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan GraPARI Telkomsel Malang.
5. Mengetahui pengaruh antara komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan GraPARI Telkomsel Malang.
6. Mengetahui pengaruh secara simultan antara harga diri dan komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan GraPARI Telkomsel Malang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dan kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan sebagai referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang, khususnya penelitian yang berkaitan dengan harga diri, komitmen kerjadan perilaku *cyberloafing*.

2. Manfaat praktis

- a) Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi pemikiran guna memperluas wawasan dalam bidang manajemen sumber daya manusia.
- b) Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat pada manajemen perusahaan dalam mengurangi perilaku *cyberloafing* serta meningkatkan harga diri dan komitmen kerja karyawan.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Perilaku *Cyberloafing*

1. Pengertian *Cyberloafing*

Istilah *cyberloafing* mulai digunakan di Amerika pada pertengahan tahun 1990 (Maxwell, dalam Handoyo, 2016:165). Secara bahasa, kata *loafing* diartikan sebagai tindakan menghabiskan waktu luang untuk menghindari pekerjaan. *Cyberloafing* secara umum adalah tindakan menghabiskan waktu untuk menghindari pekerjaan dengan cara yang berhubungan dengan internet (Handoyo, 2016:165).

Penggunaan internet selama jam kerja untuk kepentingan pribadi juga disebut sebagai *Non-Work Related Computing* (Bock & Ho, dalam Hurriyati, 2017:77). *Non-Work Related Computing* terdiri dari dua, yakni *junk computing* dan *cyberloafing*. *Junk computing* merupakan penggunaan internet organisasi yang dilakukan karyawan untuk tujuan pribadi dan tidak berkaitan langsung dengan tujuan organisasi. Sedangkan *cyberloafing* diartikan sebagai penggunaan internet pada saat jam kerja dengan menggunakan internet organisasi. Namun *cyberloafing* tidak hanya menggunakan internet milik organisasi namun juga milik pribadi (Henle & Kedharnath, dalam Ni'matullah, 2017:9).

Kemudian ada pula pendapat lain yang mengatakan bahwa *Cyberloafing* merupakan perilaku penggunaan internet oleh pekerja selama jam kerja untuk keperluan yang tidak berhubungan dengan pekerjaan (Blanchard & Henle, dalam Herdianti, 2015:180). Kata *cyberloafing* juga di definisikan sebagai kegiatan penggunaan *e-mail* dan internet yang merupakan fasilitas dari organisasi atau perusahaan untuk kegiatan yang tidak berkaitan dengan pekerjaan atau instansi selama jam kerja berlangsung (Blanchard & Henle, dalam Ni'matulloh, 2017:9).

Berdasarkan beberapa paparan definisi mengenai *cyberloafing* yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku *cyberloafing* adalah aktivitas karyawan berupa menggunakan akses internet milik perusahaan dengan media jenis apa saja, misalnya komputer dan *smartphone* untuk keperluan pribadi dan tidak berhubungan dengan pekerjaan.

2. *Cyberloafing* dalam Perspektif Psikologi

Deviant Organizational Behavior adalah tindakan yang dilakukan oleh karyawan yang dengan sengaja melanggar norma-norma organisasi yang formal dan peraturan tentang masyarakat, dan dapat menghasilkan hal yang memiliki konsekuensi negatif (Robbins, dalam Muafi, 2011:124). Terdapat beberapa perilaku yang menyimpang dalam organisasi, antara lain: ketidaksopanan, *cyberloafing*, penyerangan fisik di tempat kerja, berkata kasar atau marah dengan perkataan yang menyinggung perasaan, dan pencurian di tempat kerja (Hurriyati, 2017:76).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku *cyberloafing* merupakan salah satu produk dari *deviant organizational behavior* atau perilaku menyimpang di tempat kerja.

3. Teori-Teori *Cyberloafing*

a. Faktor-faktor *Cyberloafing*

Berikut ini merupakan beberapa faktor-faktor perilaku *cyberloafing* menurut pandangan Ozler dan Polat (2012), antara lain:

1) Faktor individual

Faktor individual tersebut antara lain persepsi dan sikap, sifat pribadi yang meliputi *shyness*, *loneliness*, *isolation*, *self control*, harga diri dan *locus of control*, kebiasaan dan adiksi internet, faktor demografis, keinginan untuk terlibat, norma sosial dan kode etik personal. Beberapa faktor individual yang menyebabkan *cyberloafing* adalah:

- a) **Persepsi dan sikap.** Individu yang persepsi dan sikapnya positif terhadap komputer cenderung menggunakan komputer untuk kepentingan pribadi (Lieberman, dkk, 2011). Selain itu, persepsi bahwa internet membawa keuntungan bagi pekerjaan membuat karyawan cenderung melakukan *cyberloafing* (Vitak, dkk., 2011:1752).
- b) **Kepribadian (*Traits*).** Kepribadian seperti *shyness*, *loneliness*, *isolation*, *self control*, *self esteem* dan *locus of control* dapat

memengaruhi pola penggunaan internet. Individu dengan kepribadian yang pemalu cenderung melakukan *cyberloafing* sedangkan individu dengan kepercayaan diri rendah dan individu dengan orientasi eksternal kurang mampu mengontrol penggunaan internetnya (Ozler & Polat, 2012:265). Landers dan Lounsbury (2006:41) meneliti kaitan lima besar dimensi kepribadian (*Big Five*) dengan penggunaan internet. Hasilnya ditemukan tidak adanya hubungan antara neurotisme dan pikiran terbuka (*openness*) dengan penggunaan internet. Akan tetapi, *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *extraversion* berhubungan negatif dengan penggunaan internet. Orang dengan *agreeableness* yang rendah lebih sering menggunakan internet. Sedangkan orang-orang tingkat *conscientiousness* nya tinggi cenderung terorganisir dan rendah dalam penggunaan internet. Kemudian orang dengan kepribadian *introvert* ternyata lebih sering *online* dibandingkan orang dengan kepribadian *extraversion*. Hal ini dapat terjadi karena orang-orang dengan kepribadian *extraversion* aktif dalam kegiatan-kegiatan sosial di dunia nyata.

- c) **Kebiasaan dan adiksi.** Karyawan yang memiliki kebiasaan mengakses internet atau mengalami kecanduan memiliki peluang yang lebih besar untuk melakukan penyalahgunaan internet (Vitak, dkk., 2011:1758).

- d) **Faktor demografis.** Tingkat pendapatan, pendidikan, dan *gender* merupakan prediktor *cyberloafing*. Individu dengan pendidikan yang tinggi menggunakan internet untuk mencari informasi, sedangkan individu dengan pendidikan yang rendah cenderung menggunakan internet untuk bermain permainan *online*. Gender dan usia dapat memengaruhi intensitas dan tipe *cyberloafing*. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Lim dan Chen (dalam Budiana, 2018:21). Dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa pria lebih sering melakukan *cyberloafing* dan melakukannya lebih lama apabila dibandingkan dengan wanita. Selain itu pria lebih sering menggunakan internet untuk permainan *online* sedangkan wanita lebih tertarik untuk melakukan komunikasi *online*.
- e) **Faktor intensi, norma sosial dan etika pribadi.** Penelitian menunjukkan hubungan signifikan antara norma sosial dan intensi dimana kepercayaan normatif pribadi seseorang mengurangi intensi perilaku *cyberloafing* (Vitak, dkk., 2011:1753). Selain itu Urgin (2007:34) juga menemukan bahwa karyawan dengan jabatan yang lebih tinggi memiliki kecenderungan *cyberloafing* untuk menyalurkan stress akibat pekerjaan. Sejalan dengan penelitian tersebut, Garrett dan Danziger (2008:291) menyatakan bahwa pemegang jabatan yang tinggi seperti manajer memiliki pendidikan yang lebih

baik dan individu-individu dengan otonomi kerja yang lebih besar seperti ini cenderung melakukan *cyberloafing*.

2) Faktor Organisasional

Beberapa faktor organisasional yang dapat menyebabkan perilaku *cyberloafing* adalah:

(1) Larangan penggunaan internet.

Peraturan perusahaan atas penggunaan internet atau mekanisme monitoring yang digunakan dalam menghalangi karyawan melakukan *cyberloafing* yang berupa pembatasan akses internet dapat mempengaruhi aktivitas itu sendiri (Garrett & Danziger, 2008:294). Sanksi yang diberikan pada karyawan yang melakukan perilaku menyimpang dapat mengurangi kecenderungan *cyberloafing* (Vitak, dkk., 2011:2152).

(2) Hasil yang diharapkan.

Dalam melakukan *cyberloafing*, karyawan akan membandingkan antara kepuasan pemenuhan kebutuhan dirinya dan konsekuensi yang akan didapatkan. Penelitian menemukan bahwa karyawan cenderung akan lebih jarang melakukan *cyberloafing* jika mempersepsikan akibat negatif bagi organisasi maupun dirinya sendiri (Blanchard & Henle, 2008).

(3) Dukungan manajerial.

Kepercayaan karyawan mengenai penggunaan teknologi dapat dipengaruhi oleh dukungan dari manajer (Lieberman, 2011:2193). Tanpa adanya spesifikasi penggunaan internet dapat membuat karyawan salah paham terhadap dukungan manajerial sehingga karyawan menggunakan internet untuk keperluan bisnis dan pribadi yang termasuk *cyberloafing* (Garrett & Danziger, 2008:291).

(4) Persepsi rekan kerja mengenai norma *cyberloafing*.

Cyberloafing dapat dipelajari oleh seseorang dengan cara melakukan *modelling* terhadap individu lain yang melakukan hal tersebut di lingkungan kerja. Hal tersebut terjadi karena seseorang tersebut berpikrit bahwa meniru rekan kerja yang melakukan *cyberloafing* adalah bentuk keadilan dalam organisasi (Lim & Teo, 2005).

(5) Sikap kerja karyawan.

(a) Ketidakadilan

Keadilan organisasi menjadi sebab dari munculnya perilaku *cyberloafing*. Keadilan organisasional yang rendah memiliki dampak yang signifikan terhadap *cyberloafing* (Lim & Teo, 2005). Lim (dalam Budiana, 2018:24) menemukan bahwa ketika karyawan merasakan ketidakadilan dalam pekerjaan mereka, salah satu cara untuk mengembalikan keseimbangan adalah dengan melakukan *cyberloafing*.

(b) Komitmen kerja

Penelitian dari Garrett dan Danziger (2008:291) menemukan bahwa karyawan yang terikat secara emosional dengan organisasi tempat mereka bekerja akan merasa penggunaan internet sebagai hal yang kurang sesuai dengan keseharian pekerjaan, oleh karena itu individu yang berkomitmen terhadap pekerjaan akan memiliki kemungkinan yang kecil untuk terlibat dalam aktivitas *cyberloafing*. Hal ini dikarenakan aktivitas yang tidak berhubungan dengan pekerjaan yang mengurangi produktivitas dianggap tidak konsisten dengan citra diri dan merendahkan status kerja (LaRose & Eastin, dalam Budiana, 2018:25).

(c) Kepuasan kerja

Vitak, dkk. (2011) menyatakan bahwa kepuasan kerja berkorelasi negatif dengan perilaku *cyberloafing*. Karyawan yang puas dengan pekerjaannya menganggap penggunaan internet untuk hal pribadi sebagai suatu keuntungan yang dapat meredakan stres. Namun pada penelitian Garrett dan Danziger (dalam Ni'matulloh, 2017:14) tidak ditemukan hubungan antara kepuasan pekerjaan dan *cyberloafing*. Hasilnya berarti bahwa karyawan yang terlibat dalam penggunaan internet untuk hal pribadi belum tentu orang-

orang yang kurang puas dengan pekerjaan mereka (Mahatanankon, dalam Budiana, 2018:25).

(6) Karakteristik pekerjaan.

Karakteristik pekerjaan secara khusus dapat mempengaruhi munculnya *cyberloafing*. Dalam hal ini *cyberloafing* dapat meningkatkan kreativitas dan menurunkan rasa bosan saat bekerja. Namun pekerjaan di bidang kreatif yang memiliki banyak tuntutan tidak terasa membosankan sehingga karyawan cenderung tidak termotivasi untuk melakukan *cyberloafing* (Vitak dkk., 2011).

3) Faktor Situasional

Adanya fasilitas internet di perusahaan atau instansi menjadi salah satu sumber yang dapat memicu terjadinya *cyber deviance behavior* atau penyimpangan perilaku di dunia maya (Weatherbee, dalam Budiana, 2018:26). Selain itu, jarak fisik antara karyawan dan pimpinan atau atasannya juga dapat memengaruhi perilaku *cyberloafing* melalui persepsi mengenai kontrol organisasi. Kemudian terdapat pula delapan faktor situasional yang berkontribusi pada penggunaan internet yang tidak berhubungan dengan pekerjaan (Kay et al, dalam Budiana, 2018:26) yaitu kesempatan dan akses, kemampuan, anonimitas, kenyamanan, pelarian, rasa malu, penerimaan sosial, dan durasi kerja.

Sebagaimana uraian mengenai faktor-faktor *cyberloafing* di atas, maka penelitian ini hanya akan berfokus pada faktor individual yaitu sifat pribadi karyawan berupa harga diri sebagai salah satu variabel penelitian.

b. Dimensi *Cyberloafing*

Dimensi *cyberloafing* menurut Mahatanankoon, Anandarajan, & Igbaria (dalam Budiana, 2018:28) terdiri dari lima aktivitas, yaitu pembayaran dan bisnis personal, mencari dan melihat informasi, komunikasi interpersonal, hiburan yang interaktif dan menghabiskan waktu, pengunduhan personal. Sedikit berbeda dengan Mahatanankoon, dkk, Ramayah (2010) mengungkapkan bahwa *cyberloafing* terdiri dari empat aktivitas saja, antara lain komunikasi personal, pencarian informasi personal, pengunduhan personal, dan *e-commerce* personal.

Selanjutnya Li & Chung (dalam Malhotra, 2013:3) membagi dimensi *cyberloafing* berdasarkan fungsinya yaitu fungsi sosial, fungsi informasional, fungsi kesenggangan dan fungsi virtual emosional. Kemudian Blau, Yang, Ward-Cook (dalam Askew, 2012:45) juga menambahkan bahwa dimensi *cyberloafing* terbagi atas aktivitas yang dilakukan, yaitu aktivitas *emailing*, aktivitas penjelajahan situs web, dan aktivitas interaktif.

c. Jenis-jenis *Cyberloafing*

Blanchard dan Henle (dalam Ni'matullah, 2017:10) mengemukakan bahwa terdapat dua jenis dari *cyberloafing*, yaitu minor dan serius.

1) *Cyberloafing* minor

Merupakan penggunaan *email* dan internet pada saat kerja. Contohnya mengirim dan menerima pesan pribadi atau mengunjungi situs berita, keuangan, dan olahraga.

2) *Cyberloafing* serius

Adalah bentuk *cyberloafing* lain yang lebih serius. Perilaku ini tergolong kasar dan berpotensi ilegal dan kriminal, seperti perjudian *online*, mengunduh lagu tidak pada *platform digital* yang resmi dan membuka situs-situs dewasa. Jenis *cyberloafing* ini memiliki dampak yang serius bagi organisasi.

Karyawan yang melakukan *cyberloafing* minor biasanya tidak percaya bahwa mereka melakukan suatu hal yang menyimpang. Sementara itu karyawan yang melakukan *cyberloafing* serius dapat menyadari bahwa perbuatannya menyimpang dan mungkin tidak akan dimaafkan dan diterima di tempat kerja (Blanchard & Henle, 2008).

Sementara itu, Li dan Chung (dalam Ni'matulloh, 2017:11) membagi *cyberloafing* kedalam empat jenis, antara lain:

- a) Aktivitas sosial, yaitu penggunaan internet untuk berkomunikasi dan mengekspresikan diri. Misal: mengakses internet untuk bermain *instagram*, *twitter*, *whatsapp*, *email* dan media sosial lainnya.

- b) Aktivitas informasi, adalah menggunakan internet untuk mendapatkan informasi, seperti mencari berita di situs *cnn indonesia*, *kompasiana*, dll.
- c) Aktivitas kenikmatan, yaitu internet digunakan untuk mencari hiburan. Kegiatan ini dapat berupa bermain *game online*, menonton *youtube*, dan memutar musik di *platform digital music*.
- d) Aktivitas emosi, ialah kegiatan mengakses internet selain dari tiga kegiatan yang sudah disebutkan sebelumnya.

Adapun jenis *cyberloafing* yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah jenis *cyberloafing* yang dikemukakan oleh Blanchard dan Henle (2008), yaitu mengenai *cyberloafing* minor dan *cyberloafing* serius.

d. Dampak *Cyberloafing*

Blanchard & Henle (dalam Nisaurrahmadani, 2012:9) menjelaskan beberapa dampak yang disebabkan oleh perilaku *cyberloafing* di tempat, diantaranya:

- 1) Meningkatnya kreativitas.
- 2) Berkurangnya produktivitas kerja. Karyawan yang bekerja dibalik komputer dapat melakukan aktivitas *cyberloafing* tanpa diketahui atasannya. Sehingga karyawan tersebut akan terlihat aktif selama jam kerja.
- 3) Penurunan kinerja. Hal ini dapat terjadi karena dengan adanya sistem komputer dan jaringan internet pada semua sektor

perusahaan, akan menyebabkan kelebihan sumberdaya komputasi dan selanjutnya dapat menurunkan kecepatan akses internet.

- 4) Kegiatan *cyberloafing* berpotensi menimbulkan masalah kriminal, seperti judi *online*, ujaran kebencian melalui media sosial, penyebaran berita *hoax*, ataupun *cyberbullying*.

Berdasarkan penjelasan mengenai dampak perilaku *cyberloafing* diatas, terdapat empat dampak yaitu meningkatnya kreativitas, berkurangnya produktivitas kerja, penurunan kinerja dan menimbulkan masalah kriminal.

4. Pengukuran Perilaku *Cyberloafing*

Terdapat cara untuk mengukur perilaku *cyberloafing*, yaitu dengan menggunakan instrumen yang disusun berdasarkan teori-teori para ahli. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen yang disusun berdasarkan jenis-jenis *cyberloafing* yang dikemukakan oleh Blanchard & Henle (2008). Adapun penjabaran mengenai jenis-jenis tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Cyberloafing* minor

Jenis *cyberloafing* minor merupakan penggunaan internet untuk kepentingan pribadi pada jam kerja yang tidak berpotensi kriminal (Blanchard & Henle, dalam Budiana, 2018:26). Secara umum, perilaku yang dimaksud adalah penggunaan *email* dan *browsing* situs-situs hiburan, misalnya mengecek, mengirim, dan menerima pesan

melalui *email* pribadi, melakukan *browsing* situs berita pada umum, olahraga, keuangan, berbelanja *online*, serta melakukan *update* pada jejaring sosial seperti *facebook*, *instagram*, *WhatsApp*, dan *twitter*.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa contoh-contoh perilaku yang mencerminkan *cyberloafing* minor adalah:

- 1) Melakukan pembayaran melalui internet pada saat jam kerja.
- 2) Mencari dan melihat situs berita *online* yang tidak berhubungan dengan pekerjaan pada jam kerja.
- 3) Melakukan komunikasi interpersonal yang tidak berhubungan dengan pekerjaan, misalnya berkirim *email* atau berkomunikasi melalui aplikasi *WhatsApp*, *LINE*, atau *Facebook*.
- 4) Mengakses situs-situs hiburan seperti laman olahraga dan *youtube* pada saat jam kerja.
- 5) Mengunduh berkas yang tidak berhubungan dengan pekerjaan pada saat jam kerja, seperti lagu, film dan *video*.
- 6) Bermain *game online* pada saat jam kerja.

b. *Cyberloafing* serius

Jenis *cyberloafing* ini adalah *cyberloafing* yang lebih serius atau lebih berbahaya. Karena bersifat melanggar norma perusahaan dan berpotensi ilegal. Beberapa contoh perilaku dari *cyberloafing* adalah judi *online*, membuka situs pornografi dan meretas laman milik individu atau instansi lain (Case & Young, 2002).

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa contoh-contoh perilaku yang mencerminkan *cyberloafing* serius adalah:

- 1) Mengakses dan/atau mengunduh situs dewasa yang menggambarkan perilaku seksual secara vulgar.
- 2) Melakukan perjudian secara *online*.
- 3) Meretas situs-situs milik orang atau badan usaha atau instansi.

B. Harga diri (*Self-Esteem*)

1. Pengertian Harga Diri

Harga diri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia di artikan sebagai kesadaran akan berapa besar nilai yang diberikan kepada diri sendiri. Menurut Stuart dan Sundeen (dalam Fitra, 2015:10), harga diri merupakan penilaian individu tentang nilai personal yang diperoleh dengan menganalisis seberapa sesuai perilaku dirinya dengan ideal diri.

Harga diri adalah keseluruhan cara yang digunakan untuk mengevaluasi diri sendiri, dimana harga diri merupakan perbandingan antara *ideal-self* dengan *real-self* (Santrock, 2012). Sejalan dengan itu, Coopersmith (dalam Lestari & Koentjoro, 2002) juga mengatakan bahwa harga diri merupakan hasil evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang diekspresikan dalam sikap terhadap diri sendiri.

Evaluasi ini diartikan sebagai sikap menerima atau menolak dan menunjukkan seberapa besar individu percaya bahwa dirinya mampu,

berarti, berhasil dan berharga menurut standar dan nilai pribadinya. Harga diri adalah gagasan mengenai diri secara keseluruhan yang mengacu pada keseluruhan evaluasi diri sebagai individu, atau bagaimana orang merasakan mengenai diri mereka sendiri secara lengkap (Verkuyten, 2007).

Baron & Byrne (2012) menegaskan bahwa harga diri mengacu pada sikap seseorang terhadap dirinya sendiri, mulai dari sangat negatif sampai sangat positif. Individu dengan harga diri yang tinggi berarti individu tersebut menyukai dirinya sendiri, evaluasi positif ini sebagian berdasarkan pendapat orang lain dan sebagian lagi berdasarkan dari pengalaman yang bersifat khusus. Sikap terhadap diri sendiri muncul mulai dari interaksi paling awal antara bayi dengan ibunya atau pengasuh lain. Selain itu perbedaan budaya juga dapat memengaruhi harga diri seseorang.

Pada umumnya individu mengevaluasi diri mereka sendiri dalam dimensi yang beraneka ragam, seperti olah raga, kemampuan akademis, hubungan interpersonal, dan lain sebagainya. Padahal harga diri secara keseluruhan telah mewakili rangkuman dari evaluasi khusus ini (Marsh & Pelham dalam Baron & Byrne, 2012).

Robinson (dalam Aditomo & Retnowati, 2004:3) mengemukakan bahwa harga diri lebih spesifik dari konsep diri, yang melibatkan unsur evaluasi atau penilaian terhadap diri. Menurut Robinson, banyak tokoh-tokoh yang menciptakan kepribadian, seperti Carl Rogers, mendefinisikan konsep diri sebagai salah satu aspek kepribadian yang paling penting.

Konsep diri adalah kerangka kognitif yang mengorganisir bagaimana kita mengetahui diri kita dan bagaimana kita memproses informasi-informasi yang relevan dengan diri.

Pelham & Swan (dalam Aditomo & Retnowati, 2004:4) mengemukakan dalam kondisi kesehatan mental, harga diri memiliki peran yang penting. Individu yang memiliki harga diri tinggi akan memandang dirinya secara positif. Individu dengan harga diri yang berarti sadar akan kelebihan-kelebihan yang dimilikinya dan memandang kelebihan-kelebihan tersebut lebih penting dari pada kelemahannya. Sebaliknya, individu dengan harga diri rendah cenderung memandang dirinya secara negatif dan fokus pada kelemahannya. Dalam hal ini seseorang yang memiliki harga diri tinggi akan lebih tepat dalam mengambil hikmah terhadap pada pengalaman pahit, seperti kegagalan.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan yang telah dikemukakan oleh para ahli psikologi pada uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa harga diri adalah penilaian terhadap diri individu mengenai siapa dirinya yang berdasarkan pada keyakinan dari individu itu sendiri.

2. Harga Diri dalam Perspektif Psikologi

Maslow (dalam Alwisol, 2014) mengemukakan pendapatnya mengenai harga diri dalam teorinya yang bernama Teori Hierarki Kebutuhan. Menurutnya, harga diri merupakan suatu kebutuhan manusia yang memerlukan pemenuhan atau pemuasan agar bisa dilanjutkan ke jenjang berikutnya, yakni aktualisasi diri.

Teori Hierarki Kebutuhan (*Hierarchy of Needs Theory*) atau *A Theory of Human Motivation*, dikemukakan oleh Abraham Maslow tahun 1943 menyatakan bahwa kebutuhan dan kepuasan seseorang itu jamak yaitu meliputi kebutuhan biologis dan psikologis berupa materiil dan non materiil (Hasibuan, 2007).

Hierarki kebutuhan manusia menurut Maslow adalah sebagai berikut (Alwisol, 2014):

a. Kebutuhan fisiologis (*physiological needs*)

Kebutuhan fisiologis merupakan hierarki kebutuhan manusia yang paling dasar yang merupakan kebutuhan untuk dapat hidup meliputi sandang, pangan, papan, serta kebutuhan istirahat dan seks.

b. Kebutuhan rasa aman (*safety needs*)

Setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi, maka muncul kebutuhan rasa aman, stabilitas, perlindungan dan struktur hukum (Alwisol, 2014). Kebutuhan akan rasa aman ini meliputi keamanan secara fisik dan psikologis. Keamanan dalam arti fisik mencakup keamanan di, dari dan ke tempat kerja. Keamanan fisik ini seperti keamanan dan perlindungan dari bahaya kecelakaan kerja dengan memberikan asuransi dan penerapan prosedur K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja), serta penyediaan transportasi bagi karyawan. Sedangkan keamanan yang bersifat psikologis juga penting mendapat perhatian. Keamanan dari segi psikologis ini seperti perlakuan yang manusiawi dan adil, jaminan akan kelangsungan pekerjaan serta jaminan akan hari

tua (Siagian, 2012). Selain hal tersebut, manusia juga butuh rasa aman dalam beragama dan berkeyakinan (Alwisol, 2014).

c. Kebutuhan sosial (*social needs*)

Meliputi kebutuhan untuk persahabatan, afiliasi (hubungan antar pribadi yang ramah dan akrab), dan interaksi yang lebih erat dengan orang lain. Dalam organisasi akan berkaitan dengan kebutuhan akan adanya kelompok kerja yang kompak, supervisi yang baik, rekreasi bersama.

d. Kebutuhan penghargaan (*esteem needs*)

Kebutuhan ini meliputi kebutuhan dan keinginan untuk dihormati, dihargai atas prestasi seseorang, pengakuan atas faktor kemampuan dan keahlian seseorang serta efektivitas kerja seseorang (Sunnyoto, 2013). Maslow membagi kebutuhan akan rasa harga diri/penghargaan ke dalam dua bagian, yaitu:

(1) Penghormatan dari diri sendiri. Mencakup hasrat dari individu untuk memperoleh kompetensi, rasa percaya diri, kekuatan pribadi, adekuasi, prestasi, kemandirian, dan kebebasan. Kesemuanya mengimplikasikan bahwa individu ingin dan perlu mengetahui bahawa dirinya mampu menyelesaikan segenap tugas atau tantangan dalam hidupnya

(2) Penghargaan dari orang lain. Mencakup antara lain prestasi.

Dalam hal ini individu butuh penghargaan atas apa-apa yang dilakukannya. Penghargaan ini dapat berupa pujian, pengakuan, piagam, tanda jasa, hadiah, kompensasi, insentif,

prestise (wibawa), status, reputasi, dls. (Koeswara, E., 1995). Penghargaan yang di dapat dari orang lain hendaknya diperoleh berdasarkan penghargaan diri pada diri sendiri. Penghargaan eksternal yang tidak dapat dikontrol oleh individu akan membuatnya tergantung terhadap orang lain (Maslow, dalam Alwisol, 2014).

Kepuasan atas kebutuhan harga diri menimbulkan perasaan dan sikap percaya diri, diri berharga, diri mampu, dan perasaan berguna dan penting di dunia (Alwisol, 2014).

e. Kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization needs*)

Setelah empat kebutuhan dasar terpenuhi, muncullah kebutuhan meta atau aktualisasi diri. Aktualisasi diri adalah keinginan untuk memperoleh kepuasan dengan diri sendiri (*self fulfilment*), untuk menyadari semua potensi dirinya, untuk menjadi apa saja yang dapat dilakukannya dan mencapai puncak prestasi potensinya (Alwisol, 2014).

Aktualisasi diri merupakan hierarki kebutuhan dari Maslow yang paling tinggi. Pemenuhan kebutuhan ini dapat dilakukan oleh para pimpinan perusahaan dengan menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan, memberikan otonomi untuk berkreasi, memberikan pekerjaan yang menantang bagi karyawan (Sari, 2018).

3. Teori-Teori Harga Diri

a. Faktor-faktor Harga Diri

Menurut Michener, DeLamater & Myers (dalam Anggraeni, dkk., 2010) menyebutkan bahwa terdapat tiga faktor dari harga diri, yaitu pengalaman keluarga, umpan balik kinerja, dan perbandingan sosial.

1) Pengalaman keluarga.

Pengaruh keluarga terhadap harga diri menunjukkan bahwa konsep diri yang dibangun mencerminkan gambaran diri yang disampaikan oleh orang-orang terpenting dalam hidupnya. Oleh karena itu peran keluarga dalam pembentukan harga diri seseorang merupakan hal yang penting.

2) Umpan balik kinerja.

Adanya umpan balik yang terus menerus terhadap kualitas performa individu seperti kesuksesan dan kegagalan, dapat mempengaruhi harga diri. Manusia memperoleh harga diri melalui pengalaman, seperti mencapai cita-cita dan dapat mengatasi rintangan.

3) Perbandingan sosial.

Hal ini sangat penting untuk harga diri karena perasaan memiliki kompetensi tertentu didasarkan pada hasil performa yang dibandingkan baik dengan hasil yang diharapkan diri sendiri maupun hasil performa orang lain.

Berbeda dengan Michener, DeLamater & Myers, berikut ini adalah faktor-faktor yang membentuk harga diri menurut Boeree (2006), yaitu:

1) Penghargaan dari diri sendiri.

Penghargaan dari sendiri adalah berupa keyakinan bahwa individu merasa aman dengan keadaan dirinya, merasa berharga dan kuat. Ketidakmampuan merasakan diri berharga membuat individu merasa rendah diri, kecil hati, tidak berdaya dalam menghadapi kehidupan. Perasaan berharga terhadap diri dapat ditumbuhkan melalui pengetahuan yang baik tentang diri serta mampu menilai secara objektif kelebihan-kelebihan maupun kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

2) Penghargaan dari orang lain.

Keberartian ini dikaitkan dengan penerimaan, perhatian, dan afeksi yang ditunjukkan oleh lingkungan. Bila lingkungan memandang individu memiliki arti, nilai, serta dapat menerima individu apa adanya maka hal itu memungkinkan individu untuk dapat menerima dirinya sendiri, yang pada akhirnya mendorong individu memiliki harga diri tinggi atau yang positif. Sebaliknya bila lingkungan menolak dan memandang individu tidak berarti maka individu akan mengembangkan penolakan dan mengisolasi diri.

Menurut Coopersmith (Anindyajati & Karima, 2004) terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi harga diri, yaitu:

1) Penerimaan atau penghinaan terhadap diri.

Individu yang merasa dirinya berharga akan memiliki penilaian yang lebih positif terhadap dirinya dibandingkan dengan individu yang tidak. Seseorang yang harga dirinya baik akan mampu menghargai dirinya sendiri, menerima diri, tidak menganggap rendah dirinya, mengenali keterbatasan dirinya sendiri dan mempunyai harapan untuk maju dan memahami potensi yang dimilikinya. Dan sebaliknya, seseorang dengan harga diri rendah umumnya akan menghindari persahabatan, cenderung menyendiri, tidak puas akan dirinya, walaupun sesungguhnya orang yang memiliki harga diri yang rendah memerlukan dukungan.

- 2) Kepemimpinan atau popularitas. Penilaian atau keberartian diri didapatkan seseorang pada saat seseorang tersebut dihadapkan dengan tuntutan yang diberikan oleh lingkungan sosialnya. Seperti tuntutan berperilaku sesuai norma dan adat istiadat. Dalam kondisi persaingan, seseorang akan menerima dirinya serta membuktikan seberapa besar pengaruh dan kepopulerannya terhadap sekitarnya.

- 3) Keluarga dan orangtua.

Keluarga dan kedua orang tua memiliki peran yang paling besar dalam mempengaruhi harga diri seseorang. Hal ini dikarenakan keluarga merupakan orang-orang terdekat dan merupakan modal pertama dalam proses imitasi manusia.

- 4) Keterbukaan dan kecemasan.

Keterbukaan dan kecemasan. Individu cenderung terbuka dalam menerima keyakinan, nilai-nilai, sikap, moral dari seseorang maupun lingkungan lainnya jika dirinya diterima dan dihargai. Sebaliknya seseorang akan mengalami kekecewaan bila ditolak lingkungannya.

Berdasarkan keterangan-keterangan diatas, peneliti memilih untuk berfokus kepada pendapat dari Michener, DeLamater & Myers (dalam Anggraeni, dkk., 2010) yang menyebutkan bahwa terdapat tiga faktor dari harga diri, yaitu pengalaman keluarga, umpan balik kinerja, dan perbandingan sosial.

b. Aspek-aspek Harga Diri

Menurut Rosenberg (dalam Yusuf, dkk., 2012) mengemukakan empat aspek dalam harga diri, yaitu:

- a) **Kekuasaan.** Merupakan kemampuan untuk bisa mengatur dan mengontrol tingkah laku diri sendiri dan orang lain.
- b) **Keberartian.** Adalah kepedulian, perhatian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain, hal tersebut merupakan penghargaan dan minat dari orang lain dan pertanda penerimaan dan popularitasnya.
- c) **Kebajikan.** Maksudnya adalah ketaatan individu dalam mengikuti kode moral, etika, dan prinsip-prinsip keagamaan yang ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang dilarang dan

melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh moral, etika, dan agama.

- d) Kemampuan. Merupakan kondisi dimana individu berhasil memenuhi tuntutan prestasi, seperti mengerjakan berbagai tugas atau pekerjaan dengan baik dari level yang tinggi dan usia yang berbeda.

Coopersmith (dalam Hartanto, dkk, 2005) mengemukakan terdapat empat aspek yang terkandung dalam harga diri yaitu:

- a) *Power* (kekuasaan), dalam arti kemampuan untuk bisa mengatur dan mengontrol tingkah laku orang lain. Kemampuan ini ditandai dengan adanya pengakuan dan rasa hormat yang diterima individu dari orang lain dan besarnya sumbangan dari pikiran atau pendapat dan kebenarannya.
- b) *Significance* (keberartian), yaitu adanya kepedulian, perhatian dan afeksi yang diterima individu dari orang lain. Hal tersebut merupakan penghargaan dan minat dari orang lain dan pertanda penerimaan dan popularitasnya. Keadaan tersebut ditandai dengan kehangatan, keikutsertaan, perhatian dan kesukaan orang lain terhadapnya.
- c) *Virtue* (kebajikan), yaitu ketaatan atau mengikuti standar moral dan etika. Ditandai dengan ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang harus dihindari dan melakukan tingkah laku yang diperolehnya atau diharuskan oleh moral, etika dan agama.

- d) *Competence* (kemampuan), ini berarti sukses menuruti tuntutan prestasi. Dilandasi dengan keberhasilan individu dalam mengerjakan bermacam-macam tugas dengan baik dan level yang tinggi dan usia yang berbeda.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat dilihat bahwa aspek aspek harga diri menurut pendapat Coopersmith adalah kekuasaan, keberartian, kebajikan dan kemampuan. Keempat aspek tersebut yang menjadi dasar bagi Coopersmith dalam menyusun skala harga diri. Keempat aspek tersebut yang akan digunakan dalam mengungkap harga diri pada penelitian ini, sebab keempat aspek tersebut dapat mewakili pendapat beberapa ahli di atas.

c. **Komponen Harga Diri**

Menurut Reasoner & Dusa (dalam Lestari & Koentjoro, 2002), komponen utama dari harga diri adalah:

a) *Sense of security*

Rasa aman bagi individu yang berhubungan dengan rasa kepercayaan dalam lingkungan mereka. Bagi individu yang memiliki rasa aman merasa bahwa lingkungan mereka aman untuk mereka, dapat diandalkan dan terpercaya.

b) *Sense of identity*

Rasa identitas melibatkan kesadaran diri menjadi seorang individu yang memisahkan dari orang lain dan memiliki karakteristik yang unik. Ini juga melibatkan penerimaan diri yang memiliki berbagai

potensi, kepentingan, kekuatan dan kelemahan dari orang lain. Untuk untuk mengetahui jati diri mereka sendiri, individu harus disediakan kesempatan untuk mengeksplorasi diri serta lingkungan mereka.

c) *Sense of belonging*

Sense of belonging melibatkan perasaan menjadi bagian dari dunia, perasaan yang ada dalam diri, dan juga merasa memiliki dunia. Individu dengan *sense of belonging* akan merasakan bahwa tempat mereka adalah makna dari dunia.

d) *Sense of purpose*

Berkaitan dengan perasaan yang optimis dalam menetapkan dan mencapai tujuan. Orang tua dapat membantu anak-anak mereka untuk memiliki rasa tujuan dengan menyampaikan harapan dan mendorong menetapkan tujuan individu dan memiliki tujuan tinggi.

e) *Sense of personal competence*

Pengertian ini berkaitan dengan kebanggaan satu perasaan adalah kompetensi pada diri sendiri dan perasaan yang kompeten dalam menghadapi tantangan dalam hidup. Hal ini membantu individu untuk menjadi percaya diri untuk menghadapi kehidupan mereka nanti. Individu yang tidak memiliki rasa kompetensi pribadi akan merasa sangat tidak berdaya.

d. Karakteristik Harga Diri

Berikut ini merupakan beberapa karakteristik dari harga diri menurut Coopersmith (dalam Wulan, 1997), antara lain:

- a) Harga diri tinggi. Individu dengan harga diri yang tinggi akan mampu mengontrol keadaan, aktif dan mampu mengekspresikan dirinya dengan baik, memiliki pengaruh terhadap orang di sekitarnya, dapat menerima kritikan dengan baik dan percaya terhadap persepsi dan kemampuannya sendiri. Individu dengan harga diri yang tinggi juga diyakini lebih percaya diri, lebih tegas, mandiri dan kreatif.
- b) Harga diri sedang. Individu dengan harga diri sedang menunjukkan penilaian yang positif akan kemampuan, harapan dan kebermaknaan dirinya. Mereka memandang dirinya lebih baik, namun tidak sebaik orang-orang dengan harga diri yang tinggi.
- c) Harga diri rendah. Harga diri yang rendah pada individu ditandai dengan takut akan kegagalan dalam berhubungan sosial, merasa tidak yakin bahwa orang-orang akan menyukai dirinya dan mudah putus asa (Prabaningrum, 2008:16). Individu dengan harga diri rendah memiliki rasa kurang percaya diri dalam menilai kemampuan dirinya (Maracek & Mettee, dalam Calhoun & Acocella, 1995:285).

Sedangkan Meyer (1992) membagi karakteristik harga diri menjadi dua aspek, yakni tinggi dan rendah.

a) Individu dengan harga diri tinggi, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- (1) Menghormati diri sendiri.
- (2) Menganggap diri berharga.
- (3) Tidak menganggap dirinya lebih baik dari orang lain, namun juga tidak menganggap lebih buruk.

b) Individu dengan harga diri rendah, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- (1) Tidak puas dengan dirinya
- (2) Tidak menyukai citra dirinya sendiri namun tidak yakin untuk bisa mengubahnya.
- (3) Tidak menyukai citra dirinya dalam berhubungan dengan orang lain.
- (4) Menolak dirinya secara verbal dan aktif.

Melihat beberapa penjelasan para ahli pada paragraf sebelumnya, penulis lebih memilih karakteristik harga diri berdasarkan pendapat Mayers, yakni harga diri tinggi dan rendah.

e. Faktor-faktor yang Memengaruhi Harga Diri

Berikut ini adalah faktor-faktor yang dapat memengaruhi harga diri individu menurut Coopersmith (dalam Lestari & Koentjoro, 2002), antara lain:

a) Faktor jenis kelamin

Wanita merasa harga dirinya lebih rendah daripada pria, seperti perasaan kurang mampu, ketidak setaraan *gender*, atau merasa harus dilindungi. Hal ini mungkin terjadi karena peran orangtua dan harapan-harapan masyarakat yang berbeda-beda baik pada pria maupun wanita (Ancok. dkk, 1988).

b) Faktor inteligensi

Individu dengan harga diri yang tinggi akan mencapai prestasi akademik yang tinggi dibandingkan dengan individu dengan harga diri yang rendah.

c) Faktor kondisi fisik

Coopersmith menemukan adanya hubungan yang konsisten antara daya tarik fisik dan tinggi badan dengan self esteem. Individu dengan kondisi fisik yang menarik cenderung memiliki self esteem yang lebih baik dibandingkan dengan kondisi fisik yang kurang menarik.

d) Faktor lingkungan keluarga

Peran keluarga sangat menentukan bagi perkembangan harga diri anak.. Perlakuan yang adil, pemberian kesempatan untuk aktif dan mendidik dengan pola asuh demokratis akan membuat anak memiliki harga diri yang tinggi.

e) Faktor lingkungan sosial

Pembentukan harga diri individu dimulai dari individu tersebut menyadari dirinya berharga atau tidak. Hal ini merupakan hasil

dari proses lingkungan, penghargaan, penerimaan, dan perlakuan orang lain kepadanya (Ghufron. dkk, 2010).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang dapat memengaruhi harga diri adalah jenis kelamin, intelegensi, kondisi fisik, lingkungan keluarga, lingkungan sosial.

4. Pengukuran Harga Diri

Variabel harga diri pada subjek dalam penelitian ini akan diukur menggunakan Coopersmith *Self Esteem Inventory* (CSEI), yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang mencerminkan tingkatan harga diri subjek. Adapun aspek-aspek yang digunakan adalah *power* (kekuasaan), *significance* (keberartian), *virtue* (kebajikan), *competence* (kemampuan) (Hartanto, dkk., 2005). Adapun penjabaran lebih lanjut mengenai aspek-aspek yang digunakan sebagai acuan pengukuran adalah sebagai berikut:

a. *Power* (kekuasaan)

Adalah kemampuan untuk bisa mengatur dan mengontrol tingkah laku orang lain. Kemampuan ini ditandai dengan adanya pengakuan dan rasa hormat yang diterima individu dari orang lain dan besarnya sumbangan dari pikiran atau pendapat dan kebenarannya.

Apabila individu mampu mengontrol diri sendiri dan orang lain dengan baik maka hal tersebut akan mendorong terbentuknya harga diri yang positif atau tinggi, demikian juga sebaliknya. Kekuatan juga dikaitkan dengan inisiatif. Pada individu yang memiliki kekuatan tinggi akan memiliki inisiatif yang tinggi. Begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa contoh-contoh perilaku yang mencerminkan *power* (kekuasaan) adalah sebagai berikut:

- 1) Dapat mengontrol diri sendiri, baik dalam berperilaku, bersikap, mengatur emosi dan dalam mengambil keputusan.
- 2) Mampu mengoordinir orang lain.
- 3) Mendapat pengakuan dan dihormati orang lain karena berbuat benar.
- 4) Dipercaya orang lain untuk menjadi ketua atau pemimpin dalam sebuah kelompok.
- 5) Dihargai dan/atau disetujui pendapatnya.

b. *Significance* (keberartian)

Yaitu adanya kepedulian, perhatian dan afeksi yang diterima individu dari orang lain. Hal tersebut merupakan penghargaan dan minat dari orang lain dan pertanda penerimaan dan popularitasnya. Keadaan tersebut ditandai dengan kehangatan, keikutsertaan, perhatian dan kesukaan orang lain terhadapnya (Hartanto, dkk., 2005). Jadi, berhasil atau tidaknya individu mencapai keberartian diri dapat diukur melalui perhatian dan kasih sayang yang ditunjukkan oleh lingkungan.

Keberartian juga menyangkut seberapa besar seseorang percaya bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, dan berharga menurut standar nilai dan pribadi (Coopersmith, dalam Hartanto, dkk., 2005).

Contoh perilaku yang mencerminkan aspek keberartian adalah sebagai berikut:

- 1) Mendapat penerimaan atas dirinya yang apa adanya oleh keluarga.
- 2) Melakukan kegiatan bersama keluarga, seperti liburan bersama atau jalan-jalan.
- 3) Ketika berbicara atau bercerita pada keluarga, maka keluarga mendengarkan dan/atau memberi tanggapan.
- 4) Diterima oleh teman-teman di lingkungan tempatnya berada.
- 5) Apabila sedang merasa sedih atau dalam masalah, maka individu dapat bercerita pada seseorang yang dipercayainya.

c. *Virtue* (kebajikan)

Ialah ketaatan atau mengikuti standar moral dan etika. Ditandai dengan ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang harus dihindari dan melakukan tingkah laku yang diperolehnya atau diharuskan oleh moral, etika dan agama.

Ketaatan individu terhadap aturan dalam masyarakat serta tidak melakukan tindakan yang menyimpang dari norma dan ketentuan yang berlaku di masyarakat akan membuat individu tersebut diterima dengan baik oleh masyarakat. Demikian juga bila individu mampu

memberikan contoh atau dapat menjadi panutan yang baik bagi lingkungannya, akan diterima secara baik oleh masyarakat (Coopersmith, dalam dalam Lestari & Koentjoro, 2002).

Jadi, ketaatan individu terhadap aturan masyarakat dan kemampuan individu memberi contoh bagi masyarakat dapat menimbulkan penerimaan lingkungan yang tinggi terhadap individu tersebut. Penerimaan lingkungan yang tinggi ini mendorong terbentuknya harga diri yang tinggi. Demikian pula sebaliknya.

Contoh perilaku yang menunjukkan aspek kebajikan antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Menaati aturan dan norma yang berlaku di lingkungan tempat ia berada, dengan cara berperilaku sesuai aturan.
- 2) Tidak melakukan tindakan yang menyimpang dari aturan agama yang dianut.
- 3) Apabila melanggar aturan atau norma, maka individu akan merasa bersalah, dan bersedia untuk diberi konsekuensi yang berlaku.
- 4) Dapat menjadi contoh bagi orang lain dengan ketaatannya pada norma-norma.

d. *Competence* (kemampuan)

Hal ini berarti sukses menuruti tuntutan prestasi. Dilandasi dengan keberhasilan individu dalam mengerjakan bermacam-macam tugas dengan baik dan level yang tinggi dan usia yang berbeda. Kemampuan

juga diartikan sebagai memiliki usaha yang tinggi untuk mendapatkan prestasi yang baik (*need of achievement*), sesuai dengan tahapan usianya.

Contoh perilaku yang mencerminkan aspek kemampuan, saya gambarkan pada narasi berikut: Seorang remaja putra berusia 13 tahun (kelas 1 SMP), berasumsi bahwa prestasi akademik dan kemampuan atletik merupakan dua bidang utama yang digunakan untuk menilai kompetensinya. Oleh karena itu, individu tersebut akan melakukan usaha yang semaksimal mungkin untuk memperoleh nilai yang terbaik di bidang akademik dan meraih juara dalam olimpiade olahraga. Apabila usaha individu sesuai dengan tuntutan dan harapannya, artinya individu tersebut memiliki kompetensi yang dapat membantu membentuk harga diri yang tinggi. Sebaliknya apabila individu sering mengalami kegagalan dalam meraih prestasi atau gagal memenuhi harapan dan tuntutan, maka individu tersebut merasa tidak kompeten. Hal tersebut dapat membuat individu mengembangkan harga diri yang rendah.

C. Komitmen Kerja

1. Pengertian Komitmen Kerja

Komitmen kerja atau yang biasa disebut dengan komitmen organisasional, adalah dimensi perilaku untuk menilai kecenderungan pegawai. Komitmen kerja merupakan suatu keadaan seorang karyawan yang memihak organisasi tertentu, serta tujuan-tujuan dan keinginannya

untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi (Robbins dan Judge, 2008: 110-101). Sedangkan Best (dalam Kusumaputri, 2015) mengatakan bahwa individu-individu yang berkomitmen untuk melakukan aksi-aksi atau perilaku khusus yang dilandasi oleh keyakinan moral dari pada keuntungan pribadi.

Cohen (dalam Putri & Kusumaputri 2015:41) mendefinisikan komitmen kerja sebagai kekuatan yang mengikat individu untuk melakukan suatu aksi menuju satu atau beberapa tujuan organisasi. Mowday (dalam Sopiah, 2008:155) juga menjelaskan bahwa komitmen kerja ialah identifikasi dan keterlibatan seseorang yang relatif kuat terhadap organisasi.

Baron dan Armstrong (2010) mendefinisikan komitmen kerja sebagai keadaan dimana karyawan mengenal pasti tujuan dan nilai organisasi, keinginan menjadi milik organisasi dan kesanggupan untuk berusaha menjadi milik organisasi. Baron dan Armstrong menambahkan bahwa komitmen dapat memastikan organisasi itu dilihat sebagai “tempat yang hebat untuk bekerja”, lalu menjadikannya “pemimpin pilihan”.

Terdapat dua komponen penting dalam komitmen kerja, yaitu sikap dan kehendak untuk bertindak laku terhadap suatu perkara. Sikap berkaitan dengan identifikasi, keterlibatan dan kesetiaan, sedangkan kehendak bergantung dengan keadaan untuk berperilaku dalam kesediaan menampilkan usaha (Yusof, 2007).

Berdasarkan serangkaian pengertian tentang komitmen kerja menurut para ahli di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa komitmen kerja

merupakan sikap atau perilaku karyawan yang berupa keinginan kuat untuk mempertahankan keanggotaannya dalam suatu organisasi, serta mendukung dan menjalankan tujuan organisasi atau perusahaan dengan penuh suka rela. Komitmen kerja juga lebih dari sekedar kesetiaan, melainkan lebih kepada ikatan batin anggota terhadap organisasinya.

2. Komitmen Kerja dalam Perspektif Psikologi

Komitmen adalah konsep sentral dalam psikologi (Morrow, dalam Cooper-Hakim, 2005:241); secara umum dapat didefinisikan sebagai kesediaan untuk bertahan dalam suatu tindakan. Psikolog telah tertarik pada konstruk komitmen selama bertahun-tahun dan dalam banyak konteks. Contoh bidang komitmen yang telah dipelajari meliputi komitmen terhadap tujuan individu (Donovan & Radosevich, 1998), kepada teman dan kerabat seseorang (Sprecher, Metts, Burleson, Hatfield, & Thompson, 1995), kepada agama seseorang (Anderson, 1998), dan ke komunitas seseorang (Greer & Stephens, 2001).

Selain itu, komitmen di tempat kerja juga merupakan topik penting untuk dipertimbangkan. Mengingat bahwa bagian utama dari kehidupan seseorang berputar di sekitar organisasi dan pekerjaan, penyelidikan bentuk komitmen di tempat kerja sangat penting untuk memahami psikologi perilaku manusia (Cooper-Hakim & Viswesvaran, 2005:241).

Komitmen organisasi merupakan kondisi psikologis yang menunjukkan karakteristik hubungan antara pekerja dan organisasi dan

mempunyai pengaruh dalam keputusan untuk tetap melanjutkan keanggotaannya di dalam organisasi tersebut (Allen & Mayer, 1990).

3. Teori-teori Komitmen Kerja

a. Jenis Komitmen Kerja

Argyris (dalam Soetjipto, dkk., 2000) membagi komitmen menjadi dua jenis, yaitu:

- 1) Komitmen Eksternal, dibentuk oleh lingkungan kerja. Komitmen ini muncul karena adanya tuntutan terhadap penyelesaian tugas dan tanggung jawab yang harus diselesaikan oleh para karyawan yang menghasilkan adanya *reward* dan *punishment*.
- 2) Komitmen Internal, merupakan komitmen yang berasal dari dalam diri seseorang untuk dapat menyelesaikan berbagai tugas, tanggung jawab dan wewenang. Komitmen ini berdasarkan pada alasan dan motivasi yang dimilikinya sendiri.

b. Aspek Komitmen Kerja

Menurut Steers (1985) komitmen organisasi memiliki tiga aspek utama, yaitu: identifikasi, keterlibatan dan loyalitas karyawan terhadap organisasi atau perusahaannya.

1) Aspek identifikasi

Rasa identifikasi diwujudkan dalam bentuk kepercayaan karyawan terhadap organisasi. Perusahaan dapat memodifikasi tujuan

organisasi, sehingga tujuan organisasi mencakup beberapa tujuan pribadi para karyawan. Sehingga hal tersebut membuahkan suasana saling mendukung diantara para karyawan dengan organisasi. Lebih lanjut, suasana tersebut akan membawa karyawan dengan suka rela menyumbangkan sesuatu bagi tercapainya tujuan organisasi, karena karyawan melihat tujuan organisasi yang disusun demi memenuhi kebutuhan pribadi mereka pula.

2) Aspek keterlibatan

Partisipasi karyawan dalam aktivitas-aktivitas keorganisasian juga penting untuk diperhatikan karena adanya keterlibatan karyawan menyebabkan mereka mau dan senang bekerja sama baik dengan pimpinan maupun dengan sesama karyawan. Selain itu, dengan melibatkan karyawan, maka mereka akan merasa diterima sebagai bagian utuh dari organisasi dan konsekuensi lebih lanjut, mereka merasa wajib untuk melaksanakan keputusan bersama karena adanya rasa terikat dengan apa yang sudah mereka ciptakan.

3) Aspek loyalitas

Loyalitas karyawan terhadap organisasi maknanya adalah kesediaan seorang untuk melanggengkan hubungannya dengan organisasi, kalau perlu dengan mengorbankan kepentingan pribadinya tanpa mengharapkan apapun. Kesediaan karyawan untuk mempertahankan diri bekerja dalam perusahaan adalah hal yang penting dalam menunjang komitmen karyawan terhadap organisasi dimana mereka bekerja.

Kemudian ada pula aspek-aspek dari komitmen kerja yang dikemukakan oleh Robbins dan Judge (2008) juga Allen dan Meyer (1990), antara lain:

1) Komitmen afektif (*affective commitment*)

Aspek ini, merupakan perasaan emosional dan keyakinan-keyakinan dari anggota atau karyawan terhadap nilai-nilai dan tujuan dari perusahaan, rasa ikut sebagai bagian dari organisasi, dan rasa keterlibatan dalam organisasi. Komitmen afektif tercermin dalam perilaku anggota terhadap organisasinya, seperti kesamaan nilai dan tujuan pribadi dengan nilai dan tujuan organisasi, penerimaan terhadap kebijakan organisasi, serta anggota memiliki kebanggaan menjadi bagian dari suatu organisasi. Srimulyani (2009), mengatakan bahwa karyawan yang memiliki komitmen afektif akan merasa lebih dekat dengan organisasi tempat karyawan itu berada, sehingga karyawan akan termotivasi dan memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan.

2) Komitmen berkelanjutan (*continuance commitment*),

Aspek ini berkaitan dengan nilai ekonomis yang didapat seorang karyawan, yang berarti bahwa seseorang memilih bertahan pada suatu perusahaan karena mendapat keuntungan-keuntungan tertentu, dibandingkan karyawan tersebut keluar atau berpindah ke perusahaan lain.

Komitmen ini terbentuk karena imbalan yang diberikan oleh perusahaan yang dirasa cukup. Karena alasan ekonomis itulah seorang karyawan bertahan karena karyawan tersebut merasa membutuhkan imbalan dari perusahaan. Karyawan dengan komitmen berkelanjutan yang tinggi akan memilih untuk tetap tinggal, dan mempertahankan hubungannya dengan perusahaan/ organisasi. Hal tersebut terjadi karena karyawan memiliki kebutuhan secara ekonomis.

Karyawan dengan komitmen berkelanjutan yang rendah dapat berdampak pada kurangnya kinerja, kondisi tersebut dapat terjadi bila karyawan merasa hasil yang diterima kurang sesuai dengan dirinya (Srimulyani, 2009).

3) Komitmen normatif (*normative commitment*)

Aspek ini, berkaitan dengan keinginan untuk bertahan dengan organisasi untuk alasan-alasan moral atau etis. Pada aspek ini, komitmen terbentuk dari perasaan karyawan yang merasa berkewajiban atau keharusan karyawan untuk tetap bertahan lebih dari orang lain (Greenberg dalam Kurniawan, 2013).

Karyawan yang berada pada aspek ini, akan mempertahankan hubungannya dengan organisasi dan memberikan usaha-usaha secara maksimal guna kemajuan dan tercapainya tujuan perusahaan. Hal tersebut terjadi karena karyawan yang memiliki komitmen normatif merasa lebih bertanggung jawab untuk melakukan hal tersebut dibandingkan orang lain. Pendapat serupa

juga diungkapkan oleh Srimulyani (2009) yang mengungkapkan bahwa karyawan dengan komitmen normatif yang tinggi memiliki rasa tanggung jawab pada pekerjaannya, rekan kerjanya, ataupun pada manajemennya, hal tersebut terjadi karena karyawan memiliki rasa kewajiban untuk membalas apa yang telah organisasi berikan kepada dirinya, sehingga memberikan loyalitas yang tinggi pada perusahaan atau organisasi.

Pada penelitian ini peneliti mengambil aspek-aspek komitmen kerja dari Allen dan Meyer (1990) atau Robbins dan Judge (2008), yaitu; komitmen afektif (*affective commitment*), komitmen berkelanjutan (*continuance commitment*) dan komitmen normatif (*normative commitment*).

4. Pengukuran Komitmen Kerja

Variabel pada subjek dalam penelitian ini akan diukur menggunakan instrumen yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang di susun oleh Allen dan Meyer. Aspek-aspek tersebut adalah komitmen afektif (*affective commitment*), komitmen berkelanjutan (*continuance commitment*) dan komitmen normatif (*normative commitment*).

Adapun penjabaran lebih lanjut mengenai aspek-aspek yang digunakan sebagai acuan pengukuran adalah sebagai berikut:

a. Komitmen afektif (*affective commitment*)

Merupakan perasaan emosional dan keyakinan-keyakinan dari anggota atau karyawan terhadap nilai-nilai dan tujuan dari perusahaan,

rasa ikut sebagai bagian dari organisasi, dan rasa keterlibatan dalam organisasi. Srimulyani (2009), mengatakan bahwa karyawan yang memiliki komitmen afektif akan merasa lebih dekat dengan organisasi tempat karyawan itu berada, sehingga karyawan akan termotivasi dan memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan.

Komitmen afektif tercermin dalam perilaku anggota terhadap organisasinya, contohnya adalah:

- 1) Karyawan memiliki kesamaan nilai dan tujuan pribadi dengan nilai dan tujuan organisasi.
- 2) Karyawan dapat menerima kebijakan organisasi.
- 3) Karyawan merasa bangga menjadi bagian dari organisasi atau perusahaan tempatnya bekerja.
- 4) Karyawan merasa terdapat ikatan emosional antara dirinya dengan perusahaan tempatnya bekerja.

b. Komitmen berkelanjutan (*continuance commitment*)

Berkaitan dengan nilai ekonomis yang didapat seorang karyawan, yang berarti bahwa seseorang memilih bertahan pada suatu perusahaan karena mendapat keuntungan-keuntungan tertentu, dibandingkan karyawan tersebut keluar atau berpindah ke perusahaan lain.

Dengan komitmen kerja berkelanjutan, seseorang berkomitmen untuk pekerjaannya karena akan sulit untuk meninggalkan pekerjaan karena meninggalkan pekerjaan akan mengakibatkan orang tersebut

tidak menerima uang yang dibutuhkan untuk kebutuhan hidupnya (Irving, dkk., dalam Cooper-Hakim & Viswesvaran, 2005).

Berikut ini adalah contoh dari perilaku yang mencerminkan komitmen berkelanjutan:

seseorang memilih bertahan pada suatu perusahaan karena mendapat keuntungan-keuntungan tertentu, dibandingkan karyawan tersebut keluar atau berpindah ke perusahaan lain.

- 1) Karyawan mempertahankan pekerjaannya karena imbalan yang diberikan oleh perusahaan yang dirasa cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara ekonomis.
- 2) Seseorang merasa tidak dapat mencukupi kebutuhan hidupnya apabila tidak bekerja di tempat kerjanya saat ini.
- 3) Seseorang merasa tidak memiliki banyak pilihan pekerjaan lain apabila meninggalkan pekerjaannya yang sekarang.

c. Komitmen normatif (*normative commitment*)

Berkaitan dengan keinginan untuk bertahan dengan organisasi untuk alasan-alasan moral atau etis. Pada aspek ini, komitmen terbentuk dari perasaan karyawan yang merasa berkewajiban atau keharusan karyawan untuk tetap bertahan lebih dari orang lain (Greenberg dalam Kurniawan, 2013).

Contoh perilaku yang mencerminkan komitmen normatif adalah sebagai berikut:

- 1) Karyawan merasa bertanggungjawab mempertahankan hubungannya dengan organisasi.
- 2) Karyawan merasa bertanggungjawab untuk memajukan perusahaan.
- 3) Karyawan bekerja semaksimal mungkin agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Srimulyani (2009) mengungkapkan bahwa karyawan dengan komitmen normatif yang tinggi memiliki rasa tanggung jawab pada pekerjaannya, rekan kerjanya, ataupun pada manajemennya, hal tersebut terjadi karena karyawan memiliki rasa kewajiban untuk membalas apa yang telah organisasi berikan kepada dirinya, sehingga memberikan loyalitas yang tinggi pada perusahaan atau organisasi.

D. Hubungan Harga Diri dengan Perilaku *Cyberloafing*

Salah satu faktor internal yang menjadi penyebab individu melakukan *cyberloafing* adalah personal traits. *Personal traits* merupakan kecenderungan individu untuk memberikan respon yang sama terhadap stimulus yang berbeda dengan konsisten (Ozler & Polat, 2012).

Traits merupakan proses mental atau neuropsikis yang mampu mengatur stimulus yang akan menghasilkan perilaku adaptif atau ekspresif. *Traits* merupakan konstruk atau dimensi dasar dari kepribadian (Suryabrata, 2012). ini mencakup banyak hal, yaitu persepsi dan sikap pegawai terhadap internet, kebiasaan, *shyness* (perasaan malu), *loneliness* (kesepian), *isolation* (isolasi), *self control* (kontrol diri), harga diri (*self-esteem*), efikasi diri dan *locus of control* dapat mempengaruhi bentuk dari penggunaan internet pegawai (Ozler & Polat, 2012).

Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Chen, et al dan Restubog, et al (dalam Yan, 2012) mengenai harga diri dan kontrol diri sebagai anteseden (penyebab) *cyberloafing*. Harga diri mengacu pada nilai-nilai individu karena nilai dan kompetensi pribadi mereka. Chen (dalam Yan, 2012) berpendapat bahwa individu dengan harga diri yang rendah akan tertarik pada internet karena kemudahannya, dapat dijadikan pelarian, dan anonimitas yang menawarkan cara untuk menghindari kesulitan emosional atau sosial yang mungkin mereka alami. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga diri berhubungan negatif dengan *cyberloafing* (melalui kecanduan internet). Sehingga semakin rendah harga diri seseorang, maka semakin besar kemungkinan orang tersebut memiliki kecanduan internet, yang pada akhirnya dapat memicu *cyberloafing*.

Berdasarkan paragraf-paragraf sebelumnya, dijelaskan bahwa faktor yang melatarbelakangi karyawan melakukan *cyberloafing* salah satunya adalah harga diri atau *self esteem*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga diri memiliki kaitan dengan perilaku *cyberloafing*.

E. Hubungan Komitmen Kerja dengan Perilaku *Cyberloafing*

Komitmen kerja memiliki tiga aspek yang salah satunya adalah komitmen afektif (Robbins dan Judge, 2008). Afektif diartikan sebagai suatu kelekatan emosional karyawan terhadap organisasi. Komitmen afektif dapat membuat karyawan melakukan hal-hal yang mendatangkan kebaikan bagi organisasi (Jewel, 1998).

Komitmen afektif yang tinggi akan membuat karyawan melakukan usaha lebih baik pada saat menjalankan pekerjaannya. Apabila karyawan memiliki komitmen afektif yang tinggi maka ia akan bersikap positif dan berkeinginan untuk terlibat secara aktif dalam organisasi (Lin & Wang, 2018).

Selain itu, Porter & Mowdey (dalam Allen & Meyer, 1990) menyatakan bahwa adanya keyakinan terhadap persamaan nilai dan tujuan organisasi akan membawa individu pada suatu kesadaran dimana fasilitas internet ditempat kerja tersebut untuk kemajuan dan pencapaian organisasi bukan untuk tujuan pribadi.

Terdapat pula pendapat dari Porter & Mowdey (dalam Nathania, 2015) menyatakan bahwa adanya keyakinan terhadap persamaan nilai dan tujuan organisasi dapat membawa individu pada suatu kesadaran dimana fasilitas internet ditempat kerja tersebut untuk kemajuan dan pencapaian organisasi bukan untuk tujuan pribadi. Oleh karena itu, karyawan yang memegang tinggi komitmen afektifnya akan memberikan usaha yang lebih baik untuk organisasi

seperti dengan menjauhi segala sesuatu yang dapat menghambat pekerjaannya, salah satunya adalah dengan menghindari *cyberloafing*.

Sejalan dengan beberapa pendapat para ahli diatas, hasil penelitian mengenai pengaruh komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* yang telah dilakukan oleh Putra dan Nurtjahjanti (2019:150), bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara komitmen organisasi dan *cyberloafing* pada pegawai Fakultas Teknik Universitas Diponegoro ($r_{xy} = -0,237$ dengan nilai $p = 0,011$). Penelitian ini meneliti tentang hubungan komitmen organisasi secara keseluruhan terhadap perilaku *cyberloafing*.

F. Hubungan Harga Diri dan Komitmen Kerja dengan Perilaku *Cyberloafing*

Perilaku *cyberloafing* dapat terjadi karena berbagai faktor, seperti faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal digolongkan menjadi faktor organisasi dan faktor situasi. Faktor organisasi meliputi budaya organisasi, hasil yang diharapkan, dukungan manajerial, sikap kerja pegawai, kepuasan kerja, komitmen kerja dan desain organisasi. Faktor situasional yakni meliputi kedekatan jarak ruangan pegawai, ada atau tidaknya pengawasan langsung dari atasan dan kedekatan dengan atasan. Faktor internal merupakan faktor yang berada di ranah pribadi individu, seperti *personal traits* dan adiksi internet (Ozler dan Polat, 2012).

Berdasarkan pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa harga diri dan komitmen kerja karyawan memiliki kesamaan, yakni merupakan faktor yang melatarbelakangi terjadinya perilaku *cyberloafing*.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari persoalan yang kita teliti, atau pernyataan tentatif yang merupakan dugaan mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya (Umar, dalam Ni'matulloh, 2017:37).

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian maka dapat dirumuskan hipotesis untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku *cyberloafing* pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang.
2. Terdapat pengaruh komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang.
3. Terdapat pengaruh secara simultan harga diri dan komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang.

BAB III

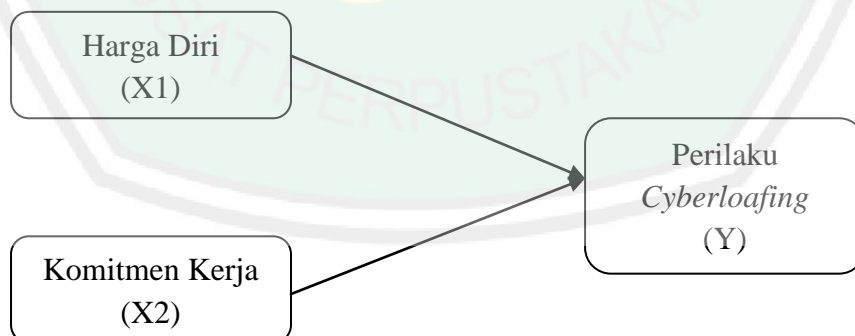
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang datanya berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2003). Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti fenomena pada populasi atau sampel tertentu, dalam penelitian ini ditujukan untuk melihat pengaruh harga diri dan komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* pada subjek.

B. Rancangan Penelitian

Adapun rancangan penelitian ini dapat dijelaskan pada gambar sebagai berikut:



C. Identifikasi Variabel

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (*independent variable*). Pengertian dari variabel bebas menurut Sugiyono (2003) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas

Variabel independen atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya dan merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan timbulnya variabel dependen (terikat). Data yang menjadi variabel bebas yang pertama atau variabel X1 adalah “harga diri”, kemudian variabel X2 adalah “komitmen kerja karyawan”.

2. Variabel terikat

Variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Data yang menjadi variabel terikat (Variabel Y) adalah “perilaku *cyberloafing*”.

D. Definisi Operasional

Berikut ini merupakan definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian, antara lain:

1. Harga diri

Harga diri merupakan penilaian terhadap diri individu mengenai siapa dirinya yang berdasarkan pada keyakinan dari individu itu sendiri. Instrumen variabel harga diri disusun berdasarkan aspek-aspek harga diri yang dikemukakan oleh Rosenberg (dalam Yusuf, dkk., 2012) dan Coopersmith (dalam Hartanto, dkk., 2005), yaitu:

- (a) Kekuaasaan (*power*). Merupakan kemampuan untuk mengatur dan mengontrol tingkah laku diri sendiri dan orang lain.
- (b) Keberartian (*significance*). Merupakan perhatian dan kepedulian yang diterima individu dari orang lain.
- (c) Kebajikan (*virtue*). Ketaatan individu terhadap etika, norma dan moral, juga aturan agama yang diyakini.
- (d) Kemampuan (*competence*). Merupakan keadaan individu yang berhasil memenuhi tuntutan atau target yang telah ditentukan.

2. Komitmen kerja karyawan

Komitmen kerja adalah sikap atau perilaku karyawan yang berupa keinginan kuat untuk mempertahankan keanggotaannya dalam suatu organisasi, serta mendukung dan menjalankan tujuan organisasi atau perusahaan dengan penuh suka rela. Komitmen kerja juga lebih dari sekedar kesetiaan, melainkan lebih kepada ikatan batin anggota terhadap organisasinya. Instrumen variabel komitmen kerja karyawan disusun berdasarkan aspek-aspek harga diri yang dipaparkan oleh Allen dan Meyer (1990), antara lain:

- (a) **Komitmen afektif.** Merupakan perasaan emosional dan keyakinan individu terhadap nilai dan tujuan perusahaan. Komitmen ini tercermin dalam perilaku individu tersebut.
- (b) **Komitmen berkelanjutan.** Hal ini berkaitan dengan nilai ekonomis yang di dapat karyawan. Artinya karyawan memilih mempertahankan pekerjaannya karena mendapat keuntungan.
- (c) **Komitmen normatif.** Hal ini berkaitan dengan alasan moral atau etis karyawan sehingga mau memperthankan pekerjaannya. Karyawan yang memiliki komitmen ini akan mengerjakan pekerjaannya dengan maksimal agar memajukan instansi sebagai bentuk timbal balik dari apa yang telah ia terima dari tempatnya bekerja.

3. Perilaku *Cyberloafing*

Perilaku *cyberloafing* ialah aktivitas karyawan berupa menggunakan akses internet milik perusahaan dengan media jenis apa saja, misalnya komputer dan *smartphone* untuk keperluan pribadi dan tidak berhubungan dengan pekerjaan. Instrumen variabel *cyberloafing* disusun berdasarkan jenis-jenis *cyberloafing* menurut Blanchard dan Henle (2008), yakni:

- (a) ***Minor cyberloafing.*** Merupakan penggunaan internet pada jam kerja untuk mengirim dan menerima pesan atau mengakses situs hiburan dan olahraga.

(b) *Serious cyberloafing* adalah bentuk penggunaan internet pada jam kerja untuk kegiatan ilegal dan kriminal, seperti judi online dan mengakses situs-situs dewasa.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan beberapa teknik, teknik-teknik tersebut antara lain:

1. Angket atau kuesioner

Pengertian metode angket menurut Arikunto (2006) adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui. Sedangkan menurut Sugiyono (2003) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data yang berupa pertemuan dua orang atau lebih secara langsung untuk bertukar informasi dan ide dengan tanya jawab secara lisan sehingga dapat dibangun makna dalam suatu topik tertentu. Selain itu juga bisa mengumpulkan data-data yang dibutuhkan sesuai dengan pandangan subyek sendiri yang sangat berkaitan dengan objek yang diteliti (Prastowo (2012)). Pada penelitian ini wawancara dilakukan untuk menggali data pada *survey* pra penelitian.

3. Observasi

Observasi adalah mengumpulkan data atau keterangan yang harus dijalankan dengan melakukan usaha-usaha pengamatan secara langsung ke tempat yang akan diselidiki (Arikunto, 2006). Pada penelitian ini, metode observasi dilakukan pada saat *survey* pra penelitian.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah aktivitas mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2006). Dokumentasi pada penelitian ini berupa bagan-bagan struktur organisasi, identitas karyawan dan foto-foto milik GraPARI Telkomsel Malang.

F. Subjek Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2003), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan ciri-ciri tertentu. Ciri-ciri tersebut ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh karyawan GraPARI Telkomsel Malang sejumlah 65 orang.

Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Arikunto (2006), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika

subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.

GraPARI Telkomsel Malang memiliki karyawan sejumlah 65 orang. karena jumlah populasi tersebut kurang dari 100 orang, maka peneliti mengambil subjek sejumlah populasi tersebut atau yang biasa disebut dengan penelitian populasi atau sensus (Rutoto, 2007).

G. Metode Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan pada penelitian kali ini adalah menggunakan kuisisioner (angket). Kuisisioner merupakan sebuah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden (Arikunto, 2006). Adapun kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan bentuk tertutup dan responden tidak diberi kesempatan untuk menjelaskan jawaban yang tercantum. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga bagian, yaitu pada bagian pertama berisi tentang instrumen harga diri, kemudian bagian kedua berisi instrumen komitmen kerja karyawan dan pada bagian ketiga adalah instrumen intensitas perilaku *cyberloafing*.

2. Skala Pengukuran

Instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus memiliki skala (Sugiyono, 2003).

Model skala yang digunakan untuk variabel perilaku *cyberloafing* dan komitmen kerja karyawan adalah model skala likert. Skala likert merupakan bentuk skala untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai kejadian sosial (Riduwan, 2009).

Bentuk skala seperti ini memungkinkan variabel yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi dimensi, sub variabel, dan menjadi indikator-indikator yang kemudian menjadi tolak ukur membuat item instrumen (Riduwan, 2009).

Pada skala perilaku *cyberloafing* terdapat empat pilihan jawaban, yaitu “Selalu” (SL), “Sering” (SR), “Kadang-kadang” (KD), dan “Tidak Pernah” (TP). Empat pilihan jawaban diberikan dengan tujuan untuk menghindari jawaban netral dari responden. Secara rinci nilai dari masing-masing jawaban skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.1: Keterangan Jawaban Instrumen Perilaku *Cyberloafing*

Bentuk Jawaban	Nilai	
	Favorable	Unfavorable
Selalu	4	1
Sering	3	2
Kadang-kadang	2	3
Tidak Pernah	1	4

Kemudian pada skala komitmen kerja karyawan terdapat empat pilihan jawaban, yaitu “Sangat Setuju” (SS), “Setuju” (S), “Tidak Setuju” (TS),

dan “Sangat Tidak Setuju” (STS). Empat pilihan jawaban diberikan dengan tujuan untuk menghindari jawaban netral dari responden. Secara rinci nilai dari masing-masing jawaban skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.2: Keterangan Jawaban Instrumen Komitmen Kerja Karyawan

Bentuk Jawaban	Nilai	
	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Selanjutnya untuk variabel harga diri digunakan skala berbentuk Guttman. Instrumen harga diri ini disusun menggunakan skala Guttman dengan alasan untuk memperoleh jawaban secara jelas dan tegas dengan alternatif jawaban antara “Ya” atau “Tidak”. Secara rinci nilai dari masing-masing jawaban skala likert sebagai berikut. Secara rinci nilai dari masing-masing jawaban skala Guttman adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3: Keterangan Jawaban Instrumen Harga Diri

Bentuk Jawaban	Nilai	
	Positif	Negatif
Ya	1	0
Tidak	0	1

3. Alat Ukur

a) Harga diri

Variabel harga diri diukur menggunakan angket yang dibuat berdasarkan aspek harga diri yang diungkapkan oleh Coopersmith (dalam Hartanto, dkk, 2005). Instrumen penelitian yang peneliti gunakan ialah hasil adaptasi dari Coopersmith *Self-Esteem Inventory* (CSEI) yang dikembangkan oleh Coopersmith pada tahun 1967. Penggunaan Coopersmith *Self-Esteem Inventory* pada penelitian ini adalah karena instrumen tersebut dikembangkan oleh Coopersmith sendiri pada tahun 1967.

Berikut ini merupakan tabel *Blueprint* Skala Harga Diri dari Coopersmith *Self-Esteem Inventory*:

Tabel 3.4: *Blueprint* Angket Harg Diri

No	Aspek	Indikator	Nomor sebaran Aitem		Jumlah Aitem
			Favo	Unfavo	
1	Power (kekuasaan)	1. Dapat mengontrol diri sendiri, baik dalam berperilaku, bersikap, mengatur emosi dan dalam mengambil keputusan.	2, 10, 14, 23, 36, 45, 55, 57	7, 15, 31, 42, 52	15
		2. Mampu mengoordinir orang lain.	32	0	1

		3. Mendapat pengakuan dan dihormati orang lain karena berbuat benar.	0	0	
		4. Dipercaya orang lain untuk menjadi ketua atau pemimpin dalam sebuah kelompok.	0	0	
2	Significance (keberartian)	1. Dapat menerima diri sendiri, baik kelebihan maupun kekurangannya.	24, 29, 39	3, 8, 9, 30, 37, 38, 43, 44, 50, 56	13
		2. Melakukan kegiatan bersama keluarga, seperti liburan bersama atau jalan-jalan.	5	0	1
		3. Ketika berbicara atau bercerita pada keluarga, maka keluarga mendengarkan dan/atau memberi tanggapan.	0	12, 33	2
		4. Mendapat penerimaan atas dirinya yang apa adanya oleh keluarga.	19, 47	26, 40, 54	5

3	<i>Virtue</i> (kebajikan)	5. Diterima oleh teman-teman di lingkungan tempatnya berada.	4, 18, 28	25, 46, 53	6	
		6. Apabila sedang merasa sedih atau dalam masalah, maka individu dapat bercerita pada seseorang yang dipercayainya.	0	0	0	
	3	<i>Virtue</i> (kebajikan)	1. Menaati aturan dan norma yang berlaku di lingkungan tempat ia berada, dengan cara berperilaku sesuai aturan.	0	0	0
			2. Dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan dan aturan baru.	0	16	1
			3. Tidak melakukan tindakan yang menyimpang dari aturan agama yang dianut	0	0	0
			4. Dapat menjadi contoh bagi orang lain dengan ketaatannya pada norma-norma.	0	0	0

4	Competence (kemampuan)	1. Berusaha maksimal untuk mencapai target yang sudah diberikan..	21	17, 22, 35, 49, 51, 58	7
Jumlah total			20	30	50

Jumlah total aitem dari angket harga diri yang disusun oleh Coopersmith adalah 58, termasuk dengan *lie scale* (skala kebohongan) sejumlah 8 aitem, yakni pada nomor 1, 6, 13, 20, 27, 34, 41, 48. Sehingga hanya terdapat 50 aitem yang nantinya akan dihitung (*skoring*).

Aitem-aitem dari Coopersmith *Self-Esteem Inventory* sejumlah 58 aitem tersebut kemudian ditimbang oleh dua pakar yang mencakup penimbang dari segi bahasa, yaitu Bapak M. Adam Basori, TESOL dan juga penimbang dari segi psikologi, yakni Ibu Dr. Retno Mangestuti, M. Si. Setelah memperoleh penilaian dari ketiga pakar tersebut, instrumen di revisi sesuai dengan saran dan masukan dari para penimbang.

b) Komitmen kerja karyawan

Variabel komitmen kerja karyawan diukur menggunakan angket yang disusun berdasarkan aspek–aspek komitmen kerja yang diungkapkan oleh Allen dan Meyer (1990), yaitu; komitmen afektif

(*affective commitment*), komitmen berkelanjutan (*continuance commitment*) dan komitmen normatif (*normative commitment*). Alat ukur untuk variabel komitmen kerja karyawan merupakan skala yang dikembangkan oleh Allen dan Meyer (1990). Dibawah ini merupakan tabel pembagian aitem berdasarkan aspek-aspek komitmen kerja:

Tabel 3.5: Blueprint Angket Komitmen Kerja Sebelum Uji Coba

No	Aspek	Indikator	Nomor sebaran Aitem		Jumlah Aitem
			Favo	Unfavo	
1	Komitmen afektif	1. Loyalitas	1	4	8
		2. Bangga terhadap organisasi tempatnya bekerja.	2		
		3. Ikut andil dalam pengembangan organisasi.	0	0	
		4. Menganggap organisasinya adalah yang terbaik.	0	0	
		5. Terikat secara emosional dengan tempatnya bekerja.	3, 7	5, 6, 8	
2	Komitmen berkelanjutan	1. Merasa rugi apabila keluar dari pekerjaannya.	10, 11, 14	0	8
		2. Menganggap bekerja pada sebuah instansi adalah suatu	13, 15	9	

		kebutuhan.			
		3. Tidak tertarik melihat organisasi lain.	0	0	
		4. Merasa berat untuk meninggalkan organisasi tempatnya bekerja.	0	12	
		5. Merasa bahwa bekerja di tempat tersebut adalah kesempatan terbaik.	16	0	
3	Komitmen normatif	1. Tidak tertarik pada tawaran organisasi lain yang mungkin lebih baik dari tempatnya bekerja.	21	0	
		2. Memiliki rasa kesetiaan terhadap tempatnya bekerja.	17, 20, 22, 23	18, 19,	8
		3. Berkeinginan untuk menghabiskan sisa karirnya pada organisasi tempatnya bekerja.	0	24	
		4. Menunjang nilai-nilai dan visi misi organisasi.	0	0	
		Jumlah total	15	9	24

c) Perilaku *Cyberloafing*

Variabel perilaku *cyberloafing* diukur menggunakan angket perilaku *cyberloafing* dengan mengacu pada jenis-jenis dari *cyberloafing* menurut Blanchard dan Henle (2008), yaitu minor dan serius. *Blueprint* skala perilaku *cyberloafing* dibawah ini disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan aitem-aitem *cyberloafing* pada penelitian Blanchard & Henle (2008) . Adapun tabel pembagian aitem berdasarkan jenis-jenis adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6: *Blueprint* Angket Perilaku *Cyberloafing* sebelum Uji Coba

No	Jenis	Indikator	Nomor sebaran Aitem		Jumlah Aitem
			Favo	Unfavo	
1	<i>Minor cyberloafing</i>	1. Menggunakan internet untuk hiburan. 2. Menggunakan internet untuk mencari informasi atau berita. 3. Menggunakan internet untuk mengirim dan menerima pesan.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21	-	20
2	<i>Serious cyberloafing</i>	Menggunakan internet untuk hal-hal illegal dan kriminal seperti judi <i>online</i> dan mengakses situs dewasa.	20, 22	-	2
Jumlah total					22

H. Validitas dan Reliabilitas

Suatu penelitian sosial dapat diakui kebenarannya tergantung pada akurasi dan kecermatan data yang diperoleh. Akurasi dan kecermatan data hasil pengukuran tergantung pada validitas dan reliabilitas alat ukurnya. Proses berikutnya adalah proses analisis aitem yang digunakan untuk menyeleksi aitem pernyataan mana saja yang dapat digunakan dalam penyusunan untuk alat ukur penelitian (Azwar, 2012).

1. Validitas

Untuk mengetahui apakah skala mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan ukurnya, diperlukan suatu proses pengujian validitas. Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran (Azwar, 2012:132). Hal yang terpenting dalam validasi skala psikologi adalah membuktikan bahwa struktur seluruh aspek berperilaku, indikator berperilaku, dan aitem-aitemnya memang membentuk suatu konstruk yang akurat bagi atribut yang diukur. Karena identifikasi tujuan ukur sebagai langkah pertama dalam penyusunan skala dimaksudkan untuk membangun konstruk teoritik yang tepat, maka skala yang disusun berdasarkan kawasan (domain) ukur yang teridentifikasi dengan baik dan telah dibatasi dengan jelas, secara teoritik pun akan valid (Azwar, 2012:133).

Uji validitas konstruk dalam penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Package or Social Science*) versi 20.0 for

windows dengan teknik validitas *Product Moment Pearson*. Aitem-aitem yang valid akan selanjutnya akan dianalisis, sedangkan aitem yang tidak valid akan digugurkan. Riduwan (2009:56) menjelaskan bahwa suatu item dapat dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel dan skor sig. $<$ 0,05 dengan taraf signifikansi 0,05.

2. Reliabilitas

Salah satu karakteristik instrumen ukur yang baik adalah reliabel, yaitu mampu menghasilkan skor yang cermat dengan eror pengukuran yang kecil. Pengertian reliabilitas mengacu pada keterpercayaan atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Hasil skor dapat diukur korelasinya antara skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan program SPSS 20.0 *for windows* dengan fasilitas *Cronbach Alpha* (Azwar, 2012).

Koefisien *Cronbach Alpha* yang $>$ 0,60 menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama) dan jika koefisien *Cronbach Alpha* yang $<$ 0,60 menunjukkan kurang handalnya instrumen (bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda). Selain itu, *Cronbach Alpha* yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya (Sujarweni, 2014).

I. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah-langkah yang digunakan untuk menemukan jawaban dari rumusan masalah dengan tujuan untuk mendapatkan simpulan dari hasil penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dapat melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu uji asumsi yang bertujuan untuk membuktikan bahwa data yang akan diuji terdistribusi normal (Pratama, 2016).

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui antara variabel terikat dan variabel bebas memiliki hubungan yang signifikan atau tidak (Pratama, 2016). Uji ini dilakukan sebagai syarat sebelum melakukan uji regresi linier atau uji lanjutan.

2. Menentukan Kategorisasi Data

a. Mencari Mean Empirik

Mean ialah rata-rata dari data yang diperoleh dari penjumlahan seluruh angka yang kemudian di bagi sesuai jumlah banyaknya data yang dijumlahkan. Rumus dari mencari mean adalah sebagai berikut:

$$M = \Sigma : N$$

Keterangan:

M = mean

Σ = jumlah nilai dalam distribusi

N = jumlah responden

b. Mencari Mean Hipotetik

Rumus untuk mencari mean hipotetik adalah sebagai berikut:

$$M = \frac{1}{2} (i \text{ Max} + i \text{ Min}) \times \Sigma \text{ item}$$

Keterangan:

M = Mean Hipotetik

i Max = skor tertinggi item

i Min = skor terendah item

Σ item = jumlah item dalam skala

c. Mencari Standar Deviasi

Setelah mean atau rata-rata diketahui, maka tahap selanjutnya adalah mencari standar deviasi dengan rumus:

$$SD = 1/6 (i \text{ Max} - i \text{ Min})$$

Keterangan:

SD = Standar deviasi

i Max = skor tertinggi item

i Min = skor terendah item

d. Menentukan Kategorisasi

Pada penelitian ini, penentuan kategorisasi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tinggi = $X > (M + 1,0 \text{ SD})$

Sedang = $(M - 1,0 \text{ SD}) \leq X \leq (M + 1,0 \text{ SD})$

Rendah = $X < (M - 1,0 \text{ SD})$

3. Uji Hipotesis

Alat uji yang digunakan untuk menguji hipotesis dari pengaruh harga diri dan komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan adalah metode regresi linier berganda (*multiple regression*).

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen (terikat) dengan beberapa variabel independen (bebas). Analisis regresi linier berganda sebenarnya sama dengan analisis regresi linier sederhana, hanya variabel bebasnya lebih dari satu macam. Tujuan analisis regresi linear berganda adalah menggunakan nilai-nilai variabel yang diketahui, untuk meramalkan nilai variabel dependen (Sulaiman, dalam Ni'matulloh, 2017:45). Teknik analisis ini sangat dibutuhkan dalam berbagai pengambilan

keputusan baik dalam perumusan kebijakan manajemen maupun dalam telaah ilmiah.

Berikut ini adalah formulasi persamaan regresi berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : *Cyberloafing*
 A : Konstanta
 X1 : Harga diri
 X2 : Komitmen kerja
 b1, b2 : Koefisien regresi, merupakan besarnya perubahan
 E : Kesalahan Residual (error)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara harga diri dan komitmen kerja terhadap intensitas perilaku *cyberloafing* digunakan rumus koefisien korelasi (r):

$$r = \frac{n (\Sigma x) - (\Sigma X \Sigma r)}{\sqrt{(n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2) (n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Keterangan:

- R : Koefisien korelasi
 N : Jumlah responden
 X : Skor pertanyaan
 Y : Skor total

Untuk membenarkan uji hipotesis, digunakan uji statistik terhadap *output* yang dihasilkan oleh model regresi berganda. Uji statistik tersebut meliputi:

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel Model *Summary* dan tertulis *Adjusted R Square*. Dalam pengujian ini koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai *Adjusted R Square*. Kelemahan mendasar penggunaan R^2 adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R Square* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

b. Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Hasil uji F pada *ouput* SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA. Untuk mengetahui variabel-variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen, dilakukan dengan membandingkan *p-value* pada kolom *Sig.* Dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Jika *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak, sebaliknya jika *p-value* lebih besar dari 0,05 maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

Pengaruh X1 dan X2 terhadap Y secara simultan (uji F):

Ho : = 0 artinya X1 dan X2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap Y.

Ha : $\neq 0$ artinya X1 dan X2 secara simultan berpengaruh terhadap Y.

c. Uji Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Hasil Uji T ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel *coefficients*. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, dilakukan dengan membandingkan p-value pada kolom Sig. Masing-masing variabel independen dengan tingkat signifikan yang digunakan 0,05. Jika p-value lebih kecil dari 0,05 maka Ha diterima dan Ho ditolak. Sebaliknya jika p-value lebih besar dari 0,05 maka Ha ditolak dan Ho diterima (Nugroho, dalam Ni'matulloh, 2017:48).

Pengaruh X1 dan X2 terhadap Y secara parsial (Uji T):

Ho : = 0 artinya X1 dan X2 secara parsial tidak berpengaruh terhadap Y.

Ha : $\neq 0$ artinya X1 dan X2 secara parsial

berpengaruh terhadap Y.

Jika Sig t hitung < Sig 0,05 maka Ho ditolak.

Jika Sig t hitung > Sig 0,05 maka Ho diterima.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Telkomsel (Telekomunikasi Seluler) adalah salah satu operator selular terbesar di Indonesia dan nomor enam terbesar di dunia dengan jumlah pelanggan mencapai 163.000.000 per 31 Desember 2018 (www.telkomsel.com).



Gambar 4.1: Logo Telkomsel

(Sumber : www.telkomsel.com)

Diakses pada: 20 September 2019

Telkomsel memiliki sejarah yang cukup singkat untuk menjadi operator GSM terkemuka di Indonesia, yaitu:

1. Oktober 1993 Menparpostel menugaskan Telkom untuk membuat sebuah Pilot Project GSM di pulau Batam.
2. November 1993 diimplementasikan *Pilot Project* oleh PT Telkom di pulau Batam dan Bintan.
3. 31 Desember 1993 proyek GSM beroperasi dan merupakan awal komunikasi pertama antar ponsel di pulau Batam dan Bintan.
4. 24 Agustus 1994 Telkom dan Indosat memperoleh izin prinsip mengoperasikan sistem GSM.

5. 1 November 1994 pembentukan perusahaan BUMN antara PT. Telkom dan PT. Indosat.
6. 26 Mei 1995 secara resmi berdiri PT. Telkomsel sekaligus menandai beroperasinya layanan GSM di Jakarta dan sekitarnya.
7. 29 Desember 1996 jangkauan Telkomsel seluas 27 propinsi dan dilebih dari 340 kota kabupaten di seluruh Indonesia.
8. 20 April 2011 Telkomsel meraih 100 juta pelanggan.

Sejak berdiri pada tahun 1995, Telkomsel secara konsisten melayani negeri, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Saat ini Telkomsel adalah operator selular terbesar di Indonesia dengan *market share* sebesar 40% dan memiliki jaringan terluas yang mampu menjangkau lebih dari 95% populasi Indonesia di seluruh penjuru nusantara untuk melayani kebutuhan komunikasi berbagai lapisan masyarakat mulai dari kawasan perkotaan, ibukota kecamatan, daerah perintis, hingga desa perbatasan negeri, baik di gugusan pulau kecil ataupun di hutan pedalaman (www.telkomsel.com, di akses pada 20 September 2019, pukul 21:07 WIB).

1. Visi dan Misi Telkomsel

Visi

Menjadi penyedia layanan dan solusi *mobile digital lifestyle* kelas dunia yang terpercaya.

Misi

Memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pelanggan, memberikan nilai tambah kepada para stakeholders, dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

2. Area Operasional

Dalam menjalankan fungsi operasional di seluruh wilayah Indonesia, PT. Telkomsel membagi menjadi empat area operasional yaitu:

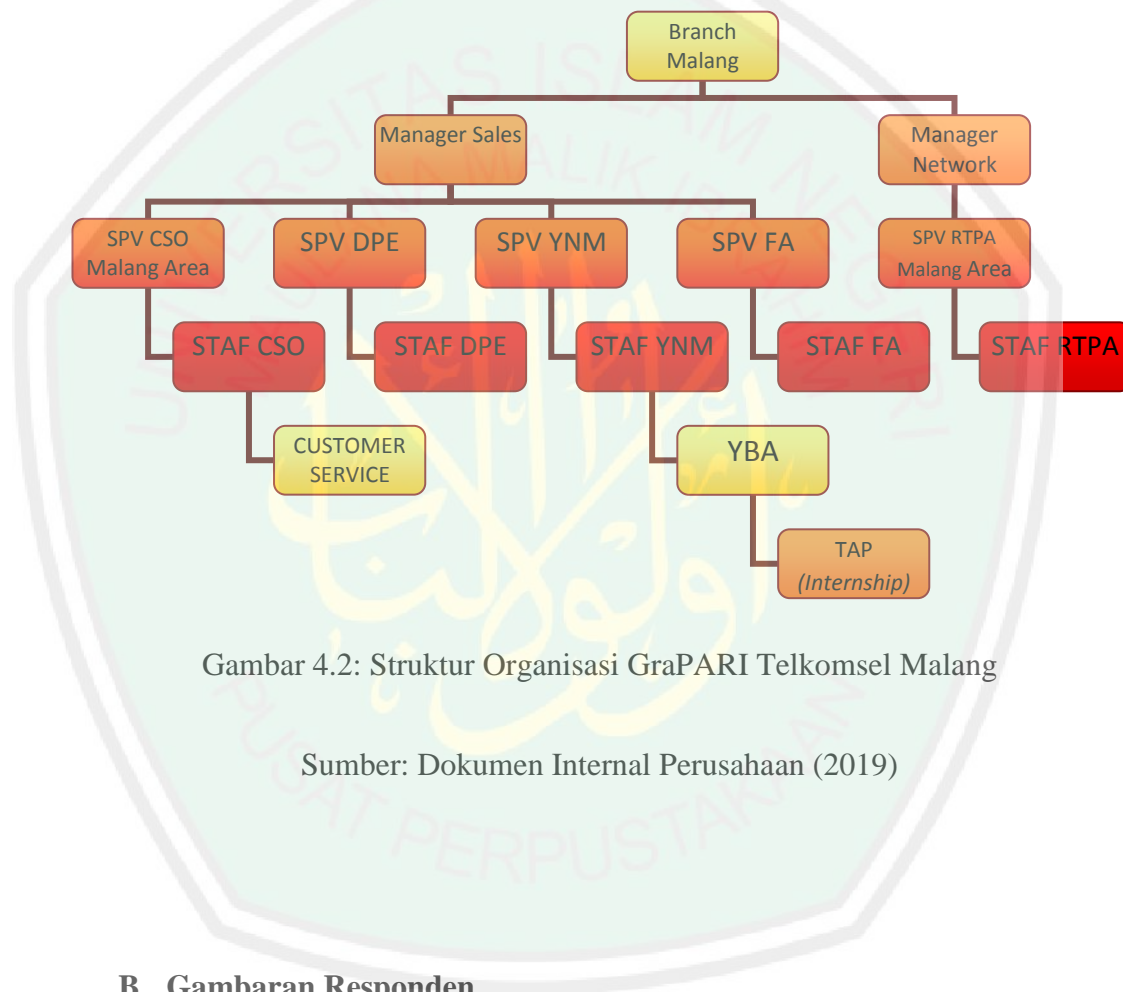
- a) Area 1: Sumatera
- b) Area 2: Jabodetabek – Jabar
- c) Area 3: Jateng – Jatim – Bali
- d) Area 4: Papua – Maluku – Sulawesi – Kalimantan

3. GraPARI

GraPARI adalah akronim dari Graha Pari Sraya yang dijadikan nama pusat layanan pelanggan Telkomsel. Nama tersebut berasal dari bahasa Sanskerta yang diberikan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X sebagai tanda penghargaan atas diresmikannya kantor pelayanan Telkomsel di Yogyakarta. Sejak saat itu, seluruh pusat layanan pelanggan Telkomsel ditetapkan dengan nama GraPARI Telkomsel. Selain bertindak sebagai pusat layanan pelanggan yang memfokuskan diri untuk melayani para pelanggannya, GraPARI juga menyediakan penjualan produk sendiri seperti kartu HALO dan simPATI. GraPARI tidak menjual perangkat telepon seluler kecuali apabila ada kebijaksanaan tertentu untuk menjual dalam bentuk paket produk Telkomsel yang tidak selalu dilakukan. Bila ada pelanggan yang ingin membeli perangkat telepon seluler terpisah dari produk Telkomsel, maka GraPARI

akan menyarankan untuk mendapatkannya di dealer resmi, toko eksklusif, maupun ritel yang telah bekerja sama dengan Telkomsel.

GraPARI Telkomsel Malang merupakan bagian dari Area tiga, dimana kantornya beralamat di Jalan Letjen S. Parman Nomor. 47 Malang. Adapun struktur organisasi GraPARI Telkomsel Malang saat ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4.2: Struktur Organisasi GraPARI Telkomsel Malang

Sumber: Dokumen Internal Perusahaan (2019)

B. Gambaran Responden

1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini:

Tabel 4.1: Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	36	55%
Perempuan	29	45%
Total	65	100%

2. Responden berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4.2: Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
21	3
22	5
23	5
24	7
25	5
26	4
27	3
28	3
29	2
32	3
35	3
36	2
37	3
39	1

40	4
Lebih dari 40	12
TOTAL	65

3. Responden berdasarkan Status dan Jabatan

Karakteristik responden berdasarkan status dan jabatan dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4.3: Karakteristik Responden berdasarkan Status dan Jabatan

Status Karyawan	Jabatan	Jumlah
Tetap	Manager Sales	1
	Manager Network	1
	SPV Sales	4
	Staf Sales	16
	SPV RTPA	1
	Staf RTPA	4
Jumlah		27
Kontrak (Outsourcing)	Admin	4
	YBA	2
	<i>Project</i>	5
	<i>Customer Service</i>	10
	<i>Cashier</i>	2
	<i>Cleaning Service</i>	7
	<i>Driver</i>	6
	<i>Security</i>	2
Jumlah		38
TOTAL		65

4. Responden berdasarkan Masa Kerja

Karakteristik responden berdasarkan status dan jabatan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Masa Kerja	Jumlah	Presentase
< 1 tahun	17	26%
1 – 5 tahun	16	24%
6 – 10 tahun	32	51%
TOTAL	65	100%

C. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilakukan di GraPARI Telkomsel Malang, dengan cara memberikan skala harga diri, skala komitmen kerja dan skala *cyberloafing* kepada karyawan dan karyawan. Subjek penelitian ini terdiri dari 65 responden. Subjek terdiri dari laki-laki dan perempuan. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 18 Februari 2020 dengan cara membagikan skala berbentuk kuesioner pada setiap karyawan dan karyawan. Waktu penmbagian dan pengisian skala atau kuesioner adalah pada saat istirahat, yakni pukul 12.00 WIB sampai 13.00 WIB.

D. Hasil Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji terpakai, sehingga dari tiga skala yang sudah di uji cobakan, terdapat beberapa aitem yang gugur dan tidak di gunakan. Berikut adalah perinciannya:

1. Uji Validitas

Validitas adalah salah satu cara untuk mengevaluasi alat tes, dimana dalam konsepnya mengacu pada kelayakan, kebermaknaan dan

kebermanfaatan inferensi tertentu yang dapat dibuat berdasarkan skor hasil tes yang bersangkutan (Azwar, 2015). Dalam penelitian ini uji validitas konstruk diperoleh menggunakan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Package or Social Science*) versi 20.0 for windows dengan teknik validitas *Product Moment* Pearson. Dasar pengambilan uji validitas *Product Moment* Pearson ialah dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Suatu aitem dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai Sig. $< 0,05$. Nilai r_{tabel} dengan $N = 65$ pada signifikansi 5% pada distribusi nilai r -tabel statistik diperoleh nilai sebesar 0,244.

a. Angket Komitmen Kerja

Berdasarkan uji validitas aitem pada angket komitmen kerja karyawan, dengan jumlah item 24 yang diujikan kepada 65 subjek, didapatkan hasil bahwa 17 aitem dikatakan valid dan 7 aitem dikatakan tidak valid. Adapun rincian hasil uji validitas angket komitmen kerja karyawan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4: Hasil Aitem Valid Angket Komitmen Kerja

No	Aspek	Indikator	Nomor sebaran Aitem		Jumlah Aitem
			Aitem Valid	Aitem Gugur	
1	Komitmen afektif	1. Loyalitas 2. Bangga terhadap organisasi tempatnya bekerja. 3. Ikut andil dalam	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	0	8

		<p>pengembangan organisasi.</p> <p>4. Menganggap organisasinya adalah yang terbaik.</p> <p>5. Terikat secara emosional dengan tempatnya bekerja.</p>			
2	Komitmen berkelanjutan	<p>1. Merasa rugi apabila keluar dari pekerjaannya.</p> <p>2. Menganggap bekerja pada sebuah instansi adalah suatu kebutuhan.</p> <p>3. Tidak tertarik melihat organisasi lain.</p> <p>4. Merasa berat untuk meninggalkan organisasi tempatnya bekerja.</p> <p>5. Merasa bahwa bekerja di tempat tersebut adalah kesempatan terbaik.</p>	9, 10, 13, 16	11, 12, 14, 15	4
3	Komitmen normatif	<p>1. Tidak tertarik pada tawaran organisasi lain yang mungkin lebih baik dari tempatnya bekerja.</p>	20, 21, 22, 23, 24	17, 18, 19	5

	2. Memiliki rasa kesetiaan terhadap tempatnya bekerja.			
	3. Berkeinginan untuk menghabiskan sisa karirnya pada organisasi tempatnya bekerja.			
	4. Menjunjung nilai-nilai dan visi misi organisasi.			
Jumlah total		17	7	17

b. Angket Perilaku *Cyberloafing*

Berdasarkan uji validitas aitem pada angket *cyberloafing*, dengan jumlah item 22 yang diujikan kepada 65 subjek, didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan aitem dikatakan valid. Adapun rincian hasil uji validitas angket komitmen kerja karyawan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5: Hasil Aitem Valid Angket Perilaku *Cyberloafing*

No	Jenis	Indikator	Nomor sebaran Aitem		Jumlah Aitem
			Aitem valid	Aitem gugur	
1	<i>Minor cyberloafing</i>	1. Menggunakan internet untuk hiburan. 2. Menggunakan	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,	0	20

		internet untuk mencari informasi atau berita.	12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21		
		3. Menggunakan internet untuk mengirim dan menerima pesan.			
2	<i>Serious cyberloafing</i>	Menggunakan internet untuk hal-hal ilegal dan kriminal seperti judi <i>online</i> dan mengakses situs dewasa.	20, 22	0	2
Jumlah total					22

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan menggunakan bantuan aplikasi program IBM SPSS (*Statistical Package or Social Science*) versi 20.0 *for windows*. Koefisien reliabilitas bernilai antara 0 sampai 1,00 yang berarti bahwa semakin mendekati angka 1,00 maka reliabilitasnya semakin tinggi. Adapun hasil uji reliabilitas pada angket komitmen kerja karyawan dan *cyberloafing* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6: Reliabilitas Angket Komitmen Kerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

,665	24
------	----

Cronbach Alpha menunjukkan angka 0,665, dimana angka tersebut $> 0,6$. Berarti angket komitmen kerja memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan secara berulang.

Tabel 4.7: Reliabilitas Angket *Cyberloafing*

Cronbach's Alpha	N of Items
,913	22

Cronbach Alpha menunjukkan angka 0,913, dimana angka tersebut $> 0,6$. Berarti angket perilaku *cyberloafing* memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan secara berulang.

E. Paparan Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu uji asumsi yang bertujuan untuk membuktikan bahwa data yang akan diuji terdistribusi normal atau tidak (Pratama, 2016). Model korelasi dapat dikatakan baik adalah ketika data terdistribusi normal, yaitu apabila skor signifikansi (p) $> 0,05$, namun apabila (p) $< 0,05$ maka data tersebut dikatakan tidak normal. Dalam

penelitian ini peneliti menggunakan Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan IBM SPSS (*Statistical Package or Social Science*) versi 20.0 for windows. Adapun hasil dari uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8: Normalitas Data Penelitian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	10,06712088
	Absolute	,150
Most Extreme Differences	Positive	,150
	Negative	-,057
Kolmogorov-Smirnov Z		1,208
Asymp. Sig. (2-tailed)		,108

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil nilai Signifikansi (p) sebesar 0,108, dimana nilai tersebut $> 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah prosedur yang digunakan untuk mengetahui linieritas suatu distribusi dalam penelitian. Uji linieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas (Pratama, 2016). Dua variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang linier apabila nilai signfikansi pada linieritas $< 0,05$. Uji

linieritas pada penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS (*Statistical Package or Social Science*) versi 23.0 for windows, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9: Linieritas Harga Diri dan Perilaku *Cyberloafing*

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
cyberloafing (Y) * harga diri (X1)	(Combined)	2669,887	18	148,327	1,396	,179
	Between Groups	394,291	1	394,291	3,712	,060
	Linearity	2275,596	17	133,859	1,260	,260
	Deviation from Linearity					
	Within Groups	4886,667	46	106,232		
	Total	7556,554	64			

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai *deviation from linearity* adalah 0,260, dimana nilai tersebut $> 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa terdapat linearitas antara variabel harga diri (X1) dan *cyberloafing* (Y).

Tabel 4.10: Linieritas Komitmen Kerja dan Perilaku *Cyberloafing*

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
cyberloafing (Y) * komitmen kerja (X2)	Between Groups	3598,671	23		1,621	,087
	(Combined) Linearity	690,939	1		7,157	,011

	Deviation from Linearity	2907,731	22	1,369	,189
	Within Groups	3957,883	41		
	Total	7556,554	64		

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai *deviation from linearity* adalah 0,189, dimana nilai tersebut $> 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa terdapat linearitas antara variabel komitmen kerja (X2) dan *cyberloafing* (Y).

2. Deskripsi Kategorisasi Data

Skor yang digunakan dalam kategorisasi data hasil penelitian pada variabel harga diri adalah menggunakan kategorisasi sesuai dengan norma bawaan dari *Coopersmith Self-Esteem Inventory Scale* sebagai berikut:

Tabel 4.11: Norma Kategorisasi Harga Diri

Range		Kategori
Laki-laki	Perempuan	
33 – 35	32 – 34	Secara signifikan di bawah rata-rata
36 – 39	35 – 38	Di bawah rata-rata
40 – 43	39 – 42	Rata-rata
44 – 46	43 – 45	Di atas rata-rata
47 ke atas	46 ke atas	Secara signifikan di atas rata-rata

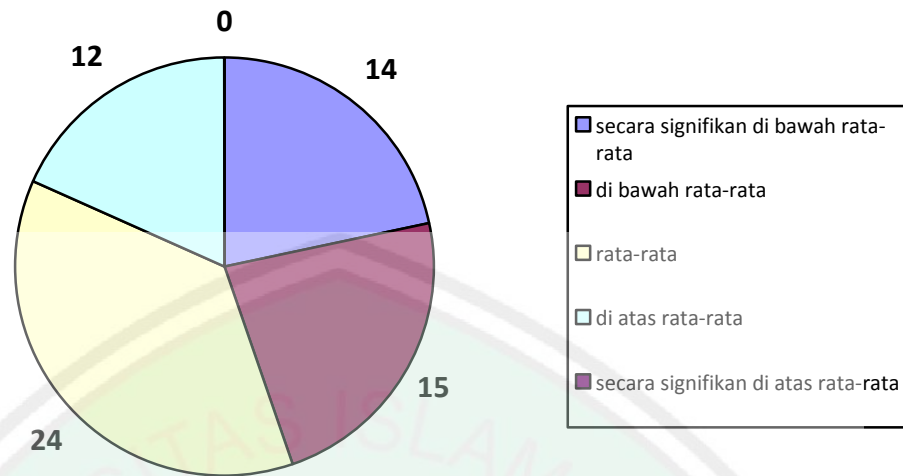
Setelah diketahui skor sesuai norma di atas maka dapat data dapat dibagi menjadi lima tingkatan dengan batas kelas masing-masing. Adapun penjelasan

secara rinci mengenai kategorisasi pada variabel harga diri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12: Tingkat Harga Diri Karyawan GraPARI Telkomsel Malang

Kategori	Jumlah	Presentase
Secara signifikan di atas rata-rata	0	0%
Di atas rata-rata	12	18,5%
Rata-rata	24	37,0%
Di bawah rata-rata	15	23,0%
Secara signifikan di bawah rata-rata	14	21,5%
TOTAL	65	100%

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut dapat disimpulkan bahwa harga diri karyawan yang berada pada kategori secara signifikan di atas rata-rata berjumlah 0, dengan presentase 0%. Pada kategori di atas rata-rata diperoleh jumlah 12 orang dengan presentase 18,5%. Selanjutnya untuk kategori rata-rata, ditunjukkan hasil jumlah 24 orang dengan presentase 37%. Kemudian pada kategori di bawah rata-rata jumlah responden yang dihasilkan adalah 15 orang dengan presentase 23%. Dan yang terakhir pada kategori secara signifikan di bawah rata-rata, di dapatkan responden sejumlah 14 orang dengan presentase 21,5%. Diagram kategorisasi harga diri subjek penelitian dijelaskan pada diagram berikut:



Gambar 4.3: Diagram Kategori Harga Diri Karyawan

Berdasarkan diagram di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat harga diri pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang didominasi oleh kategori rata-rata dengan presentase 37 %.

Selanjutnya skor yang digunakan dalam kategorisasi data hasil penelitian pada variabel komitmen kerja dan *cyberloafing* adalah menggunakan skor hipotetik dengan norma sebagai berikut:

Tabel 4.13: Norma Kategorisasi Variabel Komitmen Kerja dan Perilaku

Cyberloafing

No	Kategori	Norma
1	Tinggi	$X > (M + 1,0 \text{ SD})$
2	Sedang	$(M - 1,0 \text{ SD}) \leq X \leq (M + 1,0 \text{ SD})$
3	Rendah	$X < (M - 1,0 \text{ SD})$

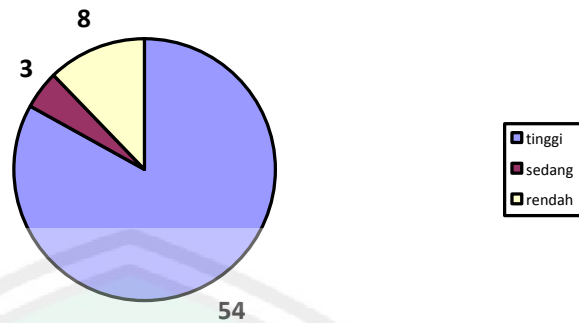
Setelah diketahui skor sesuai norma di atas maka dapat data dapat dibagi menjadi tiga tingkatan dengan batas kelas masing-masing. Adapun penjelasan secara rinci mengenai kategorisasi pada variabel komitmen kerja adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14: Tingkat Komitmen Kerja Karyawan GraPARI Telkomsel

Malang

Kategori	Range	Jumlah	Presentase
Tinggi	44 – 65	54	83%
Sedang	42 – 43	3	4,7%
Rendah	33 – 41	8	12,3%
TOTAL			100%

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat disimpulkan bahwa komitmen kerja karyawan yang berada pada kategori tinggi berjumlah 54, dengan presentase 83%. Sedangkan pada kategori sedang di dapatkan hasil 3 orang dengan presentase 4,7%. Selanjutnya pada kategori rendah, terdapat 8 orang dengan presentase 12,3%. Diagram kategorisasi komitmen kerja subjek penelitian dijelaskan pada diagram berikut:



Gambar 4.4: Diagram Kategori Harga Diri Karyawan

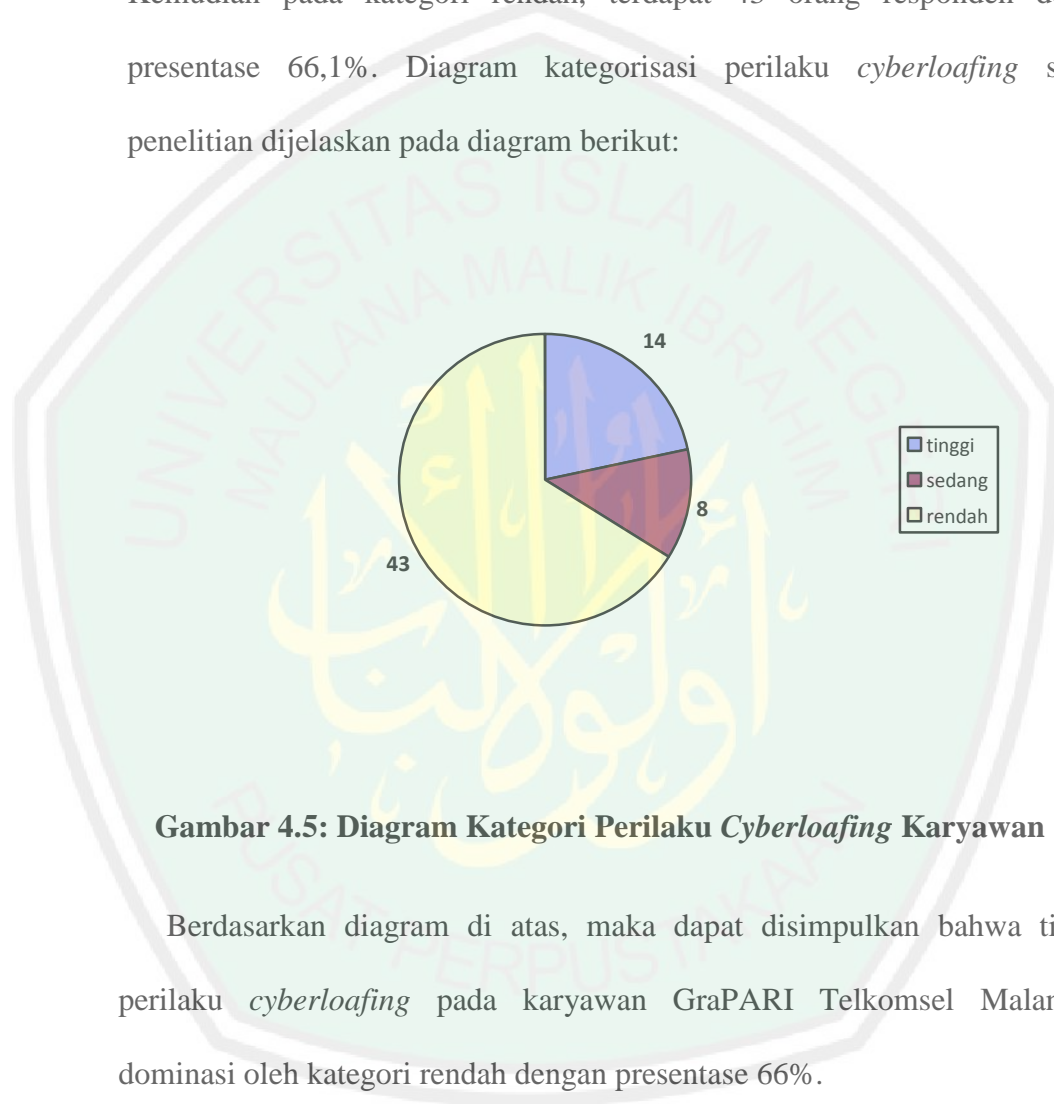
Berdasarkan diagram di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat harga diri pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang didominasi oleh kategori tinggi dengan presentase 83%.

Berikutnya kategorisasi tingkat *cyberloafing* pada subjek, dapat dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 4.15: Tingkat Perilaku *Cyberloafing* Karyawan GraPARI Telkomsel Malang

Kategori	Range	Jumlah	Presentase
Tinggi	56 – 85	14	21,6%
Sedang	54 – 55	8	12,3%
Rendah	26 – 53	43	66.1%
TOTAL			100%

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku *cyberloafing* karyawan yang berada pada kategori tinggi berjumlah 14 orang, dengan presentase 21%. Selanjutnya untuk kategori sedang diperoleh presentase sebesar 12,3% dengan jumlah responden sebanyak 8 orang. Kemudian pada kategori rendah, terdapat 43 orang responden dengan presentase 66,1%. Diagram kategorisasi perilaku *cyberloafing* subjek penelitian dijelaskan pada diagram berikut:



Gambar 4.5: Diagram Kategori Perilaku *Cyberloafing* Karyawan

Berdasarkan diagram di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat perilaku *cyberloafing* pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang di dominasi oleh kategori rendah dengan presentase 66%.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga diri dan komitmen kerja karyawan terhadap perilaku *cyberloafing*.

a. Pengujian Hipotesis H1 dan H2 dengan Regresi Secara Parsial (Uji T)

Tabel 4.16: Hasil Uji Hipotesis 1 dan 2

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	91,988	13,748		6,691	,000
	harga diri	-,435	,229	-,224	-1,904	,062
	komitmen kerja	-,560	,220	-,299	-2,542	,014

a. Dependent Variable: cyberloafing

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Hipotesis 1 memprediksikan bahwa terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku *cyberloafing* pada karyawan. Berdasarkan tabel 4.16 di atas, maka hasil dari uji koefisien harga diri dapat diketahui nilai Sig. $0,062 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis tidak dapat diterima atau tidak terdapat pengaruh antara harga diri terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan. Hal tersebut disebabkan oleh kategori rata-rata dengan presentase 37 % yang mendominasi. Sedangkan hasil tingkat perilaku *cyberloafing* pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang juga di dominasi oleh kategori rendah dengan presentase 66%. Oleh karena itu, hasil tersebut bertolak belakang dengan hipotesis 1.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Hipotesis 2 memprediksikan bahwa terdapat pengaruh komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan. Pada tabel 4.16 diperoleh nilai Sig. $0,014 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh

antara komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan. Oleh karena itu hipotesis 2 dapat diterima. Kemudian pada β (Beta) ditemukan nilai -0,299, yang artinya variabel komitmen kerja berpengaruh negatif terhadap variabel perilaku *cyberloafing*.

b. Pengujian Hipotesis Menggunakan Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)

Tabel 4.17: Hasil Uji Hipotesis 3

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1070,351	2	535,175	5,116	,009 ^b
	Residual	6486,203	62	104,616		
	Total	7556,554	64			

a. Dependent Variable: *cyberloafing*

b. Predictors: (Constant), komitmen kerja, harga diri

Berdasar pada tabel diatas dapat dilihat nilai Sig. $0,009 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara harga diri dan komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* pada karyawan secara simultan atau bersama-sama. Artinya, meski tidak ditemukan adanya pengaruh antara harga diri terhadap perilaku *cyberloafing* atau tidak diterimanya hipotesis 1, dan adanya pengaruh antara komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* atau diterimanya hipotesis 2, harga diri dan komitmen kerja dapat mempengaruhi perilaku *cyberloafing* secara bersamaan.

c. Pengujian Hipotesis Menggunakan Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.18: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	,376 ^a	,142	,114	10,228
---	-------------------	------	------	--------

a. Predictors: (Constant), komitmen kerja, harga diri

Hasil uji regresi yang ada pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,142. Hal tersebut menunjukkan bahwa 14,2% perilaku *cyberloafing* karyawan dipengaruhi oleh harga diri dan komitmen kerja. Sementara sisanya yaitu 85,8% dipengaruhi oleh variabel yang lain.

d. Uji Tambahan

a. Uji Beda

Analisis tambahan bertujuan untuk mengetahui perbedaan kepercayaan diri, penyesuaian diri, dan stres akademik berdasarkan jenis kelasmin. Berikut hasil uji beda berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.19: Hasil Uji Beda berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Variabel	F	Sig. (2-tailed)	
				L	P
Laki-laki	36	Harga Diri	0,032	0,316	0,313
		Komitmen Kerja	0,336	0,076	0,072
Perempuan	29	<i>Cyberloafing</i>	4,060	0,278	0,253

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 36 orang, sedangkan responden perempuan berjumlah 29 orang. Pada penelitian ini terdapat perbedaan pada variabel harga diri dilihat dari nilai sig. 2-tailed sebesar 0,316 dan 0,313 (Sig. 2 tailed > 0,05) artinya

tidak ada perbedaan signifikan berdasarkan jenis kelamin. Begitu juga pada variabel komitmen kerja, diketahui sig. 2-tailed sebesar 0,076 dan 0,072 (sig. 2-tailed > 0,05) artinya tidak ada perbedaan signifikan berdasarkan jenis kelamin. Kemudian pada variabel *cyberloafing*, di dapatkan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,278 dan 0,253, yang artinya tidak ada perbedaan signifikan berdasarkan jenis kelamin.

b. Analisis Varian

Analisis varian dilakukan guna untuk mengetahui tingkat rata-rata pada setiap variabel. Pada penelitian ini, analisis varian digunakan untuk mengetahui rata-rata setiap variabel berdasarkan jenis kelamin, lebih tinggi mana antara laki-laki atau perempuan. Berikut dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.20:

Hasil Analisis Varian Variabel Harga Diri berdasarkan Jenis Kelamin

Harga Diri				
	N	Mean	Minimum	Maximum
Laki-laki	36	39,44	22	46
Perempuan	29	38,03	22	45
TOTAL	65	38,82	22	46

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata nilai harga diri pada laki-laki sebesar 39,44 dengan nilai minimum 22 dan maksimum 46. Sedangkan rata-rata pada perempuan adalah 38,03 dengan nilai minimum 22 dan

maksimum 45. Artinya tingkat harga diri laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan. Kemudian di bawah ini merupakan hasil analisis varian untuk variabel komitmen kerja:

Tabel 4.21:

Hasil Analisis Varian Variabel Komitmen Kerja berdasarkan Jenis Kelamin

Komitmen Kerja				
	N	Mean	Minimum	Maximum
Laki-laki	36	46,78	33	63
Perempuan	29	49,34	41	65
TOTAL	65	47,92	33	65

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata nilai komitmen kerja pada laki-laki sebesar 46,78 dengan nilai minimum 33 dan maksimum 63. Sedangkan rata-rata pada perempuan adalah 49,34 dengan nilai minimum 41 dan maksimum 65. Artinya tingkat komitmen kerja perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Selanjutnya, di bawah ini dipaparkan hasil analisis varian variabel *cyberloafing*:

Tabel 4.22:

Hasil Analisis Varian Variabel Perilaku *Cyberloafing* berdasarkan Jenis Kelamin

<i>Cyberloafing</i>				
	N	Mean	Minimum	Maximum
Laki-laki	36	49,58	26	86
Perempuan	29	46,62	32	59
TOTAL	65	48,26	26	86

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai rata-rata nilai *cyberloafing* pada laki-laki sebesar 49,58 dengan nilai minimum 26 dan maksimum 86. Sedangkan rata-rata pada perempuan adalah 46,62 dengan nilai minimum 32 dan maksimum 59. Artinya tingkat perilaku *cyberloafing* laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan.

F. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara harga diri dan komitmen kerja dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan. Sebelum dilakukan analisis statistik dengan korelasi product moment terlebih dahulu peneliti melakukan uji prasyarat yaitu uji normalitas untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal dan uji linieritas untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Berdasarkan hasil pengujian data penelitian, di bawah ini merupakan penjelasan hasil penelitian, antara lain:

1. Tingkat Harga Diri Karyawan GraPARI Telkomsel Malang

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil tingkat harga diri pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang terdiri dari lima kategori. Kategori 1 adalah karyawan dengan tingkat harga diri yang secara signifikan di atas rata-rata sejumlah 0, dengan presentase 0%. Pada kategori 2, yaitu karyawan yang harga dirinya di atas rata-rata diperoleh jumlah 12 orang dengan presentase 18,5%. Selanjutnya untuk kategori 3,

yakni rata-rata, ditunjukkan hasil jumlah 24 karyawan dengan presentase 37%. Kemudian pada kategori 4; di bawah rata-rata, jumlah karyawan yang diperoleh adalah 15 orang dengan presentase 23%. Dan yang terakhir pada kategori 5; secara signifikan di bawah rata-rata, di dapatkan karyawan sejumlah 14 orang dengan presentase 21,5%. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara umum tingkat harga diri karyawan GraPARI Telkomsel Malang adalah rata-rata atau sedang.

Mayoritas tingkat harga diri karyawan GraPARI Telkomsel Malang yang sedang sesuai dengan hasil jawaban pada angket yang menunjukkan bahwa rata-rata karyawan memandang dirinya positif, seperti cukup yakin dengan diri sendiri merasa dirinya dapat di andalkan. Namun demikian, individu dengan harga diri sedang juga dapat merasa ingin menjadi orang lain. Ini sesuai dengan subjek sejumlah 11 orang yang menjawab ya pada kuesioner harga diri nomor 3, dengan pernyataan: “saya sering berharap jika saya adalah orang lain.”.

Harga diri merupakan bagaimana individu menilai dirinya sendiri (Stuart & Sundeen, dalam Fitra, 2015:10). Harga diri adalah evaluasi diri yang dibuat oleh setiap individu, hal ini sebagian didasarkan pada perbandingan sosial (Baron & Byrne, 2004).

Pelham & Swan (dalam Aditomo & Retnowati, 2004:4) menyatakan bahwa dalam konteks kesehatan mental, harga diri memiliki peran yang penting. Individu yang memiliki harga diri tinggi berarti memandang dirinya secara positif. Individu dengan harga diri yang tinggi sadar akan

kelebihan-kelebihan yang dimilikinya dan memandang kelebihan-kelebihan tersebut lebih penting dari pada kelemahannya. Sebaliknya, individu dengan harga diri rendah cenderung memandang dirinya secara negatif dan terfokus pada kelemahan dirinya. Dalam hal ini seseorang yang memiliki harga diri tinggi akan lebih tepat dalam melakukan pemaknaan apabila dihadapkan pada pengalaman pahit, seperti kegagalan.

Selanjutnya, harga diri rendah pada individu ditandai dengan takut akan kegagalan dalam berhubungan sosial, merasa tidak yakin bahwa orang-orang akan menyukai dirinya dan mudah putus asa (Prabaningrum, 2008:16). Pernyataan tersebut juga didukung oleh pendapat dari Surya (dalam Basyaeb, 2009:11) bahwa harga diri rendah seringkali menjadi penghambat individu untuk bergaul dengan orang-orang di lingkungan sekitarnya. Hal ini sesuai dengan hasil jawaban pada angket responden dengan kategori harga diri rendah, yang menunjukkan bahwa mereka cenderung memiliki pandang negatif terhadap dirinya sendiri, seperti merasa wajahnya tidak se-elok kebanyakan orang, sering merasa gagal dan pekerjaannya tidak sebaik yang diinginkan.

Adanya karyawan yang mayoritas memiliki harga diri sedang, memungkinkan perusahaan untuk lebih sering memberikan penghargaan atau apresiasi bagi karyawan agar harga dirinya menjadi meningkat.

Melihat tabel 4.20, diperoleh rata-rata nilai harga diri pada laki-laki sebesar 39,44 dengan nilai minimum 22 dan maksimum 46. Sedangkan rata-rata pada perempuan adalah 38,03 dengan nilai minimum 22 dan maksimum 45. Artinya tingkat harga diri laki-laki lebih tinggi

dibandingkan perempuan. Hasil analisis varians berdasarkan jenis kelamin tersebut mendukung teori yang dikemukakan oleh Coopersmith (dalam Ghufron, & Risnawati, 2010:126), bahwa harga diri dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti jenis kelamin, inteligensi, kondisi fisik, lingkungan keluargadan lingkungan sosial.

2. Tingkat Komitemen Kerja Karyawan GraPARI Telkomsel Malang

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil tingkat komitmen kerja pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang terdiri dari tiga kategori. Kategori 1 adalah karyawan dengan tingkat komitmen kerja yang tinggi, sejumlah 54 orang dengan presentase 83%. Sedangkan pada kategori 2 yaitu karyawan dengan tingkat komitmen kerja sedang di dapatkan hasil 3 orang dengan presentase 4,7%. Selanjutnya pada kategori 3 (rendah), terdapat 8 orang dengan presentase 12,3%. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara umum tingkat komitmen kerja karyawan GraPARI Telkomsel Malang adalah tinggi.

Tingkat komitmen kerja yang mayoritas tinggi pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang dibuktikan dengan hasil dari pengisian angket yang dilakukan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa karyawan dengan komitmen kerja yang tinggi memiliki kepercayaan dan penerimaan yang kuat terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi. Kemudian mereka juga berkeinginan kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi. Selain itu

komitmen kerja yang tinggi juga membuat karyawan mau bekerja sebaik mungkin demi instansi atau organisasi tempatnya bekerja.

Selain hal-hal yang disebutkan diatas, tingginya komitmen kerja karyawan GraPARI Telkomsel Malang juga disebabkan oleh 32 dari 65 pegawai yang sudah bekerja di GraPARI Telkomsel Malang selama lebih dari lima tahun (wawancara Kamis, 10 Oktober 2019). Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Mowday (dalam Putra dan Nurtjahjanti, 2019:150) bahwa komitmen akan berkembang seiring waktu.

Tingginya komitmen kerja tentu dapat memberikan hasil yang baik pula pada perusahaan atau instansi. Komitmen berguna untuk meningkatkan capaian hasil kerja dan juga kualitas kerja dari individu pada organisasinya (Trianingsih, dalam Putri, 2014:187). Selain itu komitmen organisasi juga merupakan prediktor yang terbaik dalam memprediksi performa dan berkontribusi sangat besar pada *human capital* (Zayas-ortiz et al, dalam Putra & Nurtjahjanti, 2019:148). Komitmen juga dapat mempengaruhi munculnya perilaku *organizational citizenship behaviour*, karena karyawan yang berkomitmen kepada organisasinya, menunjukkan keinginan yang besar untuk patuh pada peraturan organisasi, dan memiliki tingkat *resign* yang rendah terhadap pekerjaannya (Zayas-ortiz et al, 2015).

Komitmen kerja adalah sikap karyawan yang memihak organisasi tempatnya bekerja, dan bertujuan untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi tersebut (Robbins dan Judge, 2008). Aspek-aspek dari

komitmen kerja yang dikemukakan oleh Robbins dan Judge (2008) juga Allen dan Meyer (1990), diantaranya yaitu; komitmen afektif, normatif dan berkelanjutan.

Para pegawai yang serius menunjukkan komitmen tinggi kepada organisasi memiliki kemungkinan yang jauh lebih besar untuk menunjukkan tingkat keikutsertaan yang tinggi dalam organisasi. Perilaku keikutsertaan ditunjukkan oleh karyawan GraPARI Telkomsel Malang pada sejumlah kegiatan yang dilakukan bersama-sama di kantor. Kegiatan tersebut merupakan penerapan dari budaya organisasi GraPARI Telkomsel Malang, yaitu *BALANCE OF LIFE*. *Balance of Life* adalah program kegiatan yang dilakukan oleh seluruh pegawai GraPARI Telkomsel Malang selama sepekan. Pada hari Selasa, terdapat slogan “Selasa Baah”, dimana di hari tersebut setelah jam kerja selesai karyawan dianjurkan untuk berolahraga bersama sampai berkeringat. Kegiatan ini biasanya dilaksanakan dengan cara lari sore di Lapangan Rampal ataupun bersepeda bersama menuju Alun-Alun Kota. Selain itu, pada hari Jumat juga terdapat agenda “Jumat Berkah”. Kegiatan yang dilakukan adalah aktivitas sosial dan keagamaan, seperti berbagi makanan pada masyarakat kurang mampu, donor darah dan pengajian sebelum bekerjamulai pukul 08.00 WIB sampai dengan 09.00 WIB, bertempat di Musholla GraPARI Telkomsel Malang atau Panti Asuhan (wawancara 10 September 2019, dokumentasi terlampir).

Selain menunjukkan keikutsertaan, karyawan dengan komitmen kerja yang tinggi juga mempunyai keinginan yang lebih kuat untuk tetap bekerja

di organisasi yang sekarang dan bisa terus memberikan sumbangan untuk mencapai tujuan. Selain itu mereka juga secara penuh terlibat dengan pekerjaan, karena pekerjaan tersebut merupakan mekanisme kunci dan saluran individu untuk memberikan sumbangan dalam pencapaian tujuan organisasi (Juniarari 2011). Sesuai dengan data yang diperoleh, bahwa 51% pegawai GraPARI Telkomsel Malang merupakan pegawai yang telah bekerja selama lebih dari lima tahun.

Jika melihat tabel 4.21, dapat diketahui bahwa rata-rata nilai komitmen kerja pada pegawai laki-laki sebesar 46,78 dengan nilai minimum 33 dan maksimum 63. Sedangkan rata-rata pada pegawai perempuan adalah 49,34 dengan nilai minimum 41 dan maksimum 65. Artinya tingkat komitmen kerja pegawai perempuan lebih tinggi dibandingkan pegawai laki-laki. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Rizki dan Lubis (2013), tentang perbedaan komitmen organisasi atau komitmen kerja ditinjau dari gender. Penelitian tersebut menggunakan 72 pegawai PT. Indomarco Prismata Medan sebagai subjek penelitiannya. Hasilnya, diperoleh perbedaan komitmen kerja antara laki-laki dan perempuan, $F(1,38) = 13,70$, $p = 0,001$.

Pada penelitian ini kami memperoleh hasil penelitian bahwa komitmen kerja antara karyawan laki-laki dan perempuan GraPARI Telkomsel Malang. menunjukkan adanya perbedaan tingkat komitmen kerja antara laki-laki dan perempuan. Meskipun secara umum para karyawan memiliki komitmen organisasi yang tinggi, tidak dapat dipungkiri bahwa karyawan

perempuan memiliki komitmen organisasi lebih tinggi dibanding karyawan laki-laki.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat sebelumnya yang dikemukakan oleh Liyod Lueptow (dalam Santrock, 2012) bahwa perempuan memiliki tingkat yang tinggi dalam orientasi berprestasi daripada laki-laki. Yang mana, perempuan adalah peraih sukses yang ulet, sedangkan laki-laki adalah pesaing yang ulet. Lebih lanjut Cherington (dalam Rizki & Lubis, 2013) menyatakan bahwa karyawan perempuan cenderung lebih berkomitmen terhadap organisasi dibandingkan dengan karyawan laki-laki.

3. Tingkat Perilaku *Cyberloafing* Karyawan GraPARI Telkomsel Malang

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil tingkat perilaku *cyberloafing* pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang terdiri dari tiga kategori. Kategori 1 (tinggi) berjumlah 14 orang, dengan presentase 21%. Kategori 2 (sedang) diperoleh presentase sebesar 12,3% dengan jumlah responden sebanyak 8 orang. Kemudian pada kategori 3 (rendah), terdapat 43 orang orang dengan presentase 66,1%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara umum tingkat perilaku *cyberloafing* pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang di dominasi oleh kategori rendah.

Karyawan GraPARI Telkomsel Malang menduduki tingkat rendah pada variabel perilaku *cyberloafing*. Hal tersebut dapat terjadi karena mereka memiliki komitmen kerja yang tinggi. Sesuai dengan data dari penyebaran angket yang telah dilakukan, bahwa subjek yang komitmen kerjanya tinggi, cenderung menunjukkan perilaku *cyberloafing* yang rendah. Seperti subjek berinisial A, yang skor komitmen kerjanya 63 (tinggi), berbanding terbalik skor perilaku *cyberloafing*, yaitu 26 (rendah). Fakta tersebut mendukung pernyataan Durkin (1999), bahwa terdapat faktor lain yang mempengaruhi *cyberloafing*, yaitu faktor organisasi. Faktor organisasi memiliki beberapa faktor dimana salah satunya adalah komitmen organisasi. Komitmen organisasi merupakan suatu perasaan dari individu terhadap tujuan dan nilai suatu organisasi, dalam hubungannya dengan peran individu tersebut terhadap upaya pencapaian tujuan serta nilai-nilai organisasi. Hal tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan yang aktif antara karyawan dengan organisasi, sehingga penting bagi karyawan untuk memiliki komitmen terhadap organisasinya.

Cyberloafing adalah perilaku penggunaan internet oleh pekerja selama jam kerja untuk keperluan yang tidak berhubungan dengan pekerjaan (Blanchard & Henle, dalam Herdianti, 2015:180). Perilaku *cyberloafing* disebabkan oleh beberapa faktor, seperti faktor internal yang meliputi persepsi dan sikap, demografis, kepribadian (*traits*), organisasi dan adiksi, serta faktor organisasional seperti komitmen kerja, juga (Ozler dan Polat, 2012).

Blanchard & Henle (dalam Nisaurrahmadani, 2012:9) menjelaskan oleh perilaku *cyberloafing* juga menyebabkan beberapa dampak, seperti berkurangnya produktivitas kerja dan penurunan kinerja. Hal ini dapat terjadi karena dengan adanya sistem komputer dan jaringan internet pada semua sektor perusahaan, dapat memicu sumberdaya komputasi yang berlebihan. Sehingga hal tersebut dapat menurunkan kecepatan akses internet di perusahaan. Perilaku *cyberloafing* berpotensi menimbulkan masalah kriminal, seperti judi *online*, ujaran kebencian melalui media sosial, penyebaran berita *hoax*, ataupun *cyberbullying*. Pada penelitian ini ditemukan hasil kuesioner pada beberapa responden yang menyatakan mereka pernah dan/atau sering melihat situs dewasa atau pornografi pada saat bekerja. Hal tersebut tentu dapat dikategorikan pada aktivitas *cyberloafing* yang serius.

Berdasarkan tabel 4.22, diperoleh nilai rata-rata nilai *cyberloafing* pada laki-laki sebesar 49,58 dengan nilai minimum 26 dan maksimum 86. Sedangkan rata-rata pada perempuan adalah 46,62 dengan nilai minimum 32 dan maksimum 59. Artinya tingkat perilaku *cyberloafing* laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan. Hasil analisis varians tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hurriyati dan Oktaviana (2017) tentang analisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku *cyberloafing*, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara jenis kelamin, usia, masa kerja, individual, organisasi, dan situasi terhadap perilaku *cyberloafing*, yaitu sebesar 96.4%.

4. Harga Diri Tidak Berpengaruh Terhadap Perilaku *Cyberloafing* Karyawan GraPARI Telkomsel Malang

Berdasarkan tabel 4.16 , diperoleh hasil dari uji koefisien harga diri terdapat nilai Sig. 0,062 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis tidak dapat diterima atau tidak terdapat pengaruh antara harga diri terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan. Hal tersebut disebabkan oleh kategori rata-rata dengan presentase 37 % yang mendominasi. Sedangkan hasil tingkat perilaku *cyberloafing* pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang juga di dominasi oleh kategori rendah dengan presentase 66%. Oleh karena itu, hasil tersebut bertolak belakang dengan hipotesis 1 yang memprediksikan bahwa terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku *cyberloafing* pada karyawan.

Harga diri merupakan salah satu faktor internal individu yang diduga menyebabkan timbulnya perilaku *cyberloafing* (Ozler & Polat, 2012). Harga diri yang tinggi diduga sangat dibutuhkan untuk mencegah perilaku menyimpang terjadi di tempat kerja. Muraven dan Baumeister (2000) mengungkapkan bahwa kemampuan mengendalikan diri pada diri individu akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Individu tertentu memiliki harga diri yang tinggi sedangkan ada juga yang memiliki harga diri yang sedang dan harga diri yang rendah. Harga diri yang rendah dapat memiliki pengaruh pada individu untuk berperilaku *cyberloafing* Suatu penelitian menunjukkan bahwa pegawai yang memiliki harga diri dan integritas yang tinggi lebih jarang terlibat dalam perilaku menyimpang di kantor (Swanepoel, 2012).

Harga diri merupakan salah satu dari jenis *personal traits*. *Personal traits* merupakan kecenderungan individu untuk memberikan respon yang sama terhadap stimulus yang berbeda dengan konsisten (Ozler & Polat, 2012). *Traits* merupakan proses mental atau neuropsikis yang mampu mengatur stimulus yang akan menghasilkan perilaku adaptif atau ekspresif. *Traits* merupakan konstruk atau dimensi dasar dari kepribadian (Alfred, dalam Suryabrata, 2012:208). Ini mencakup banyak hal, yaitu persepsi dan sikap pegawai terhadap internet, kebiasaan, *shyness* (perasaan malu), *loneliness* (kesepian), *isolation* (isolasi), *self control* (kontrol diri), harga diri (*self-esteem*), efikasi diri dan *locus of control* dapat mempengaruhi bentuk dari penggunaan internet pegawai (Ozler & Polat, 2012).

Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Chen dan Restubog, et al (dalam Yan, 2012) mengenai harga diri dan kontrol diri sebagai anteseden (penyebab) *cyberloafing*. Harga diri mengacu pada nilai-nilai individu karena nilai dan kompetensi pribadi mereka. Hasil pada penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya. Harga diri tidak berpengaruh terhadap perilaku *cyberloafing*.

Data penelitian menunjukkan perilaku *cyberloafing* karyawan GraPARI Telkomsel Malang tergolong pada kategori rendah, yakni sebesar 66%. Artinya pegawai memiliki niat yang rendah untuk menggunakan akses internet selama jam kerja dengan tujuan yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan. Pada penelitian ini didapatkan besaran sumbangan efektif harga diri terhadap intensi *cyberloafing* sebesar 14,2% sedangkan

85,8% sisanyaditentukan oleh faktor lain yang tidak diungkapkan di dalam penelitian ini. Ergun dkk (dalam Ozler & Polat, 2012) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa faktor lain yang dapat menyebabkan rendahnya perilaku *cyberloafing* antara lain faktor organisasi seperti pembatasan penggunaan internet, konsekuensi negatif yang didapatkan apabila menggunakan internet, dukungan manajerial, persepsi rekan kerja mengenai norma, sikap kerja karyawan (ketidakadilan dalam pekerjaan, komitmen kerja, dan kepuasan kerja), dan karakteristik pekerjaan. Namun, beberapa hal tersebut, seperti pembatasan penggunaan internet dan konsekuensi negatif terhadap penggunaan internet diluar kepentingan kerja tidak diterapkan di GraPARI Telkomsel Malang. Sehingga, dalam penelitian ini fokus pada *personal traits* dan komitmen kerja karyawan.

5. Komitmen Kerja Berpengaruh Terhadap Perilaku *Cyberloafing* Karyawan GraPARI Telkomsel Malang

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada setiap variabel, yaitu variabel komitmen kerja dan perilaku *cyberloafing*, diperoleh nilai Sig. 0,014 < 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan. Oleh karena itu hipotesis dapat diterima.

Pada penelitian ini komitmen kerja memberikan pengaruh pada perilaku *cyberloafing* sebesar 14,2%. Pengaruh yang dihasilkan adalah pengaruh negatif. Hal ini terbukti dengan diperolehnya nilai β (Beta)

sebesar -0,299. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin rendah komitmen kerja, maka akan semakin tinggi perilaku *cyberloafing* pada karyawan. Begitu juga sebaliknya, semakin tinggi komitmen kerja, maka semakin rendah pula perilaku *cyberloafing* yang dilakukan oleh karyawan. Hal inilah yang terjadi pada subjek penelitian ini, dimana karyawan GraPARI Telkomsel Malang berada pada kategori tinggi pada komitmen kerja dan kategori rendah pada perilaku *cyberloafing*.

Terdapat 14,2% perilaku *cyberloafing* oleh karyawan dipengaruhi oleh komitmen kerja, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti dukungan manajerial, persepsi rekan kerja mengenai norma, sikap kerja karyawan (ketidakadilan dalam pekerjaan, komitmen kerja, dan kepuasan kerja), dan karakteristik pekerjaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya, yakni yang telah dilakukan oleh Garrett dan Danziger (2008:291) yang menemukan bahwa karyawan yang terikat secara emosional dengan organisasi tempatnya bekerja akan merasa penggunaan internet sebagai hal yang kurang sesuai dengan pekerjaan, oleh karena itu individu yang berkomitmen terhadap pekerjaan akan memiliki kemungkinan yang kecil untuk terlibat dalam aktivitas *cyberloafing*. Tingginya komitmen kerja pada karyawan GraPARI Telkomsel Malang membuat perilaku *cyberloafing* yang terjadi menjadi rendah.

Komitmen yang tinggi akan membuat karyawan melakukan usaha lebih baik pada saat menjalankan pekerjaannya. Apabila karyawan

memiliki komitmen yang tinggi maka ia akan bersikap positif dan berkeinginan untuk terlibat secara aktif dalam organisasi (Lin & Wang, 2018). Karyawan GraPARI Telkomsel Malang yang berkomitmen tinggi tampak pada pernyataan Supervisor YNM saat wawancara pada Kamis, 10 Oktober 2019, yang menyatakan bahwa lebih dari setengah karyawan telah bekerja pada perusahaan ini selama lebih dari lima tahun. Artinya karyawan GraPARI Telkomsel Malang memiliki keinginan untuk mempertahankan pekerjaannya di perusahaan tempatnya bekerja. Selain itu, keinginan karyawan untuk mempertahankan pekerjaannya juga tampak pada jawaban di kuesioner yang sudah disebar. Terdapat 18 karyawan yang menyatakan “Sangat Setuju” dan 33 menyatakan “Setuju” pada pernyataan nomor 1 di kuesioner komitmen kerja yang berbunyi “Saya akan sangat senang jika mengabdikan sisa karir saya di instansi ini”. Artinya, terdapat 51 orang karyawan yang ingin mempertahankan karirnya di GraPARI Telkomsel Malang.

Selain itu, Porter & Mowdey (dalam Sopiah, 2008) menyatakan bahwa adanya keyakinan terhadap persamaan nilai dan tujuan organisasi akan membawa individu pada suatu kesadaran dimana fasilitas internet ditempat kerja tersebut untuk kemajuan dan pencapaian organisasi bukan untuk tujuan pribadi. Oleh karena itu, karyawan yang memegang tinggi komitmennya, akan memberikan usaha yang lebih baik untuk organisasi seperti dengan menjauhi segala sesuatu yang dapat menghambat pekerjaannya, salah satunya adalah dengan menghindari *cyberloafing*.

Penelitian lainnya yang sejalan dengan hasil ini adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Putra dan Nurtjahjanti (2019:147), bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara komitmen organisasi dan *cyberloafing* pada pegawai Fakultas Teknik Universitas Diponegoro ($r_{xy} = -0,237$ dengan nilai $p = 0,011$). Penelitian ini meneliti tentang hubungan komitmen organisasi secara keseluruhan terhadap perilaku *cyberloafing*.

Sejalan dengan penelitian tersebut, Malhotra (2013:4) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *cyberloafing* antara lain; faktor organisasi seperti pembatasan penggunaan internet, pandangan rekan kerja tentang norma *cyberloafing*, komitmen kerja, karakteristik pekerjaan, dan kepuasan kerja; faktor individu seperti lima besar kepribadian, *locus of control*, efikasi diri, dan berorientasi pada pencapaian. Dengan demikian, dalam penelitian ini variabel komitmen kerja tidak sepenuhnya merupakan faktor yang berperan langsung terhadap perilaku *cyberloafing* pada pegawai atau karyawan.

Banyaknya variabel lain yang mempengaruhi perilaku *cyberloafing* membuat penelitian ini pada akhirnya memiliki keterbatasan. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini hanya meneliti dua variabel yang mempengaruhi perilaku *cyberloafing*, sehingga peneliti kurang mengontrol variabel-variabel lain yang juga dapat mempengaruhi perilaku *cyberloafing*.

6. Harga Diri dan Komitmen Kerja Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Perilaku *Cyberloafing*

Berdasarkan pada tabel 4.17 tentang uji regresi secara simultan (Uji F), dapat dilihat terdapat nilai Sig. $0,009 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara harga diri dan komitmen kerja terhadap perilaku *cyberloafing* pada karyawan secara simultan atau bersama-sama.

Karyawan GraPARI Telkomsel Malang merupakan individu yang tergolong memandang dirinya dengan cukup positif, sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai presentase 37% dengan jumlah 24 orang yang menduduki kategori rata-rata atau sedang. Seperti data yang ditunjukkan oleh hasil dari kuesioner harga diri, yakni 61 subjek menyatakan “Ya” pada pernyataan nomor 2 yang berbunyi: “Saya cukup yakin dengan diri saya sendiri”, dan 63 subjek menyatakan “Tidak” pada pernyataan nomor 51 yang berbunyi: “Saya gagal”.

Kemudian mereka juga memiliki komitmen kerja yang tinggi, dengan presentase 83%, sejumlah 54 orang. Tingginya komitmen kerja tersebut berbanding terbalik dengan perilaku *cyberloafing* yang dilakukan. Pegawai GraPARI Telkomsel Malang merupakan pegawai yang rendah dalam aktivitas *cyberloafing*, dengan presentase sebesar 66,1%, sejumlah 43 orang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hurriyati (2017), dimana didapatkan kesimpulan bahwa terdapat artinya ada pengaruh yang signifikan antara jenis kelamin, usia, masa kerja,

individu, organisasi dan situasi terhadap perilaku *cyberloafing*. Dengan sumbangan yang diberikan variabel jenis kelamin, usia, masa kerja, individu, organisasi dan situasi terhadap perilaku *cyberloafing* sebesar 96.2 %.

Ozler dan Polat (2012) mengemukakan bahwa faktor-faktor organisasi terdiri dari peraturan mengenai batasan penggunaan internet dalam organisasi, hasil yang diharapkan, *managerial support*, pandangan rekan kerja tentang norma *cyberloafing*, sikap kerja karyawan dan karakteristik pekerjaan dapat memberikan pengaruh dalam perilaku *cyberloafing* dalam dunia kerja.

Terdapat beberapa hal lain pula yang dapat meningkatkan perilaku *cyberloafing* antara lain faktor sikap dan persepsi yang positif terhadap internet (Lieberman, dalam Ozlar & Polat 2012), faktor kebiasaan (Straubhaar, dkk., 2000), sifat seperti rasa malu, kesepian, isolasi diri, dan harga diri (Ozlar & Polat, 2012), status pekerjaan, tingkat pendidikan, pendidikan, dan jenis kelamin (Garret & Danziger, 2008:292).

Berdasarkan hasil uji beda berdasarkan jenis kelamin, peneliti tidak melihat perbedaan pada setiap variabel terhadap perilaku *cyberloafing*. Sesuai dengan pendapat Weatherbee (2010:35-36), pada faktor jenis kelamin antara pria dan wanita mampu berperilaku *cyberloafing* dalam bekerja, hal ini disebabkan karena mereka memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses internet untuk kepentingan pribadi. Selain itu,

penelitian lain mengungkapkan bahwa pria dan wanita sama dalam hal *cyberloaf* (Stanton, 2002).

Berdasarkan wawancara yang telah kami lakukan pada 10 Oktober 2019, Supervisor YNM menyebutkan bahwa sejumlah 51 orang karyawan GraPARI Telkomsel Malang telah bekerja selama lebih dari lima tahun. Masa kerja karyawan mempunyai pengaruh dan memberikan sumbangan yang negatif untuk perilaku *cyberloafing*. Hal ini senada dengan teori dari Garret dan Danziger (2008:293) bahwa individu yang memiliki masa kerja yang lama akan berkurang perilaku *cyberloafing* disebabkan karena mereka memiliki posisi yang memiliki tanggung jawab yang tinggi sehingga untuk melakukan perilaku *cyberloafing* untuk keperluan pribadi tidak akan terjadi.

Pada variabel harga diri, memang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *cyberloafing*. Namun dari teori yang dikemukakan oleh Liberman, dkk (2011) bahwa individu yang memiliki sikap positif terhadap komputer lebih mungkin menggunakan komputer kantor untuk alasan pribadi. Perilaku individu pengguna internet akan menunjukkan berbagai motif psikologis yang dimiliki individu tersebut. *Trait* pribadi seperti *shyness* (rasa malu), *loneliness* (kesepian), *isolation* (isolasi), kontrol diri, harga diri dan *locus of control* mungkin dapat mempengaruhi bentuk penggunaan internet individu.

Pada penelitian ini harga diri yang termasuk ke dalam personal traits dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku *cyberloafing* apabila

bersamaan dengan faktor lain yaitu komitmen kerja. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Hurriyati (2017), yang menghasilkan temuan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada faktor individu (*personal traits*) dan organisasi (komitmen kerja) terhadap perilaku *cyberloafing* secara bersamaan.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis perhitungan pada penelitian yang berjudul Pengaruh Harga Diri dan Komitmen Kerja Terhadap Perilaku *Cyberloafing* Pada Karyawan GraPARI Telkomsel Malang, maka dapat disimpulkan:

1. Secara umum tingkat harga diri karyawan GraPARI Telkomsel Malang adalah rata-rata atau sedang.
2. Tingkat komitmen kerja karyawan GraPARI Telkomsel Malang pada penelitian ini berada pada kategori tinggi.
3. Tingkat perilaku *cyberloafing*, karyawan GraPARI Telkomsel Malang berada pada tingkatan rendah.
4. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa komitmen kerja karyawan GraPARI Telkomsel Malang berpengaruh negatif terhadap perilaku *cyberloafing*.
5. Sedangkan harga diri tidak berpengaruh terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan.
6. Harga diri dan komitmen kerja karyawan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku *cyberloafing* karyawan GraPARI Telkomsel Malang.
7. Untuk uji tambahan terdapat beberapa fakta yang ditemukan, yakni: tidak terdapat perbedaan yang signifikan berdasarkan jenis kelamin pada tiap variabel.

B. Saran

Penelitian ini masih perlu tindak lanjut untuk mengetahui apakah benar harga diri dan komitmen kerja berpengaruh terhadap perilaku *cyberloafing* sehingga dapat diketahui hasil yang lebih jelas. Dari hasil penelitian ini perlu adanya perhatian dari berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Subjek Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diketahui pada variabel harga diri subjek memiliki kategorisasi pada tingkat rata-rata, lalu pada variabel komitmen kerja, subjek berada pada kategori tinggi, sedangkan pada variabel perilaku *cyberloafing*, subjek berada pada kategori rendah. Dari hal tersebut diharapkan subjek lebih memahami kondisi diri. Dengan adanya komitmen terhadap organisasi, maka tidak akan menimbulkan permasalahan di lingkungannya.

2. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini pihak perusahaan sudah seharusnya dapat lebih mengarahkan karyawannya untuk mampu memahami kondisi dirinya dan memandang dirinya positif. Perusahaan dapat membuat program-program pelatihan secara berkelanjutan bagi karyawan agar lebih memandang dan menilai dirinya secara positif. Selain itu, untuk memupuk komitmen kerja, perusahaan dapat memberi *reward* atau penghargaan bagi karyawan yang berprestasi, kemudian juga melibatkan karyawan dalam agenda-agenda perusahaan, seperti rapat pembuatan norma-norma dan peraturan baru.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini masih banyak terdapat keterbatasan. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih jelas dan lebih luas mengkaji variabel-variabel lain yang berhubungan perilaku *cyberloafing*, seperti faktor demografis. Kemudian peneliti selanjutnya juga dapat lebih berfokus pada jenis *cyberloafing* yang dilakukan. Sehingga terdapat penemuan baru yang dapat melengkapi penelitian ini dan penelitian sebelumnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditomo, A. dan Retnowati S. 2004. Perfeksionisme, Harga Diri dan Kecenderungan Depresi pada Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi*. No.1, 1-15.
- Ancok, D., Faturrochman, Sutjipto, H.P. 1988. Persepsi terhadap Kemampuan. Kerja Wanita. *Jurnal Psikologi*. Tahun XVI. No. 1.
- Anggraeni, A. Sugiarti, A. M., Christia, M. 2010. Gambaran Self-Esteem Pada Pelaku Residivisme: Studi Pada Residivis di Lembaga Pemasyarakatan Kelas 1 Cipinang. *Indigenous*. Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi. Vol. 12, No. 2 hal 115-125.
- Anindyajati, M., & Karima, C. M. 2004. Peran Harga Diri terhadap Asertivitas Remaja Penyalahguna Narkoba (Penelitian pada Remaja Penyalahguna Narkoba di Tempat-Tempat Rehabilitasi Penyalahguna Narkoba). *Jurnal Psikologi*, II(1), 49-73.
- Ardilasari, Noratika. 2016. "Hubungan Self Control Dengan Perilaku Cyberloafing Pada Pegawai Negeri Sipil". *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arikunto. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Allen, Natalie J., Meyer, John P. 1990. The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to The Organization. "Journal of Occupational Psychology". The British Psychological Society.
- Alwisol. 2014. *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.

- Anderson, C. B. 1998. The experience of growing up in a minister's home and the religious commitment of the adult child of a minister. *Pastoral Psychology*, 46, 393–411.
- Armstrong, M. and Baron, A. 1998. *Performance Management – The New Realities*. London: Institute of Personnel and Development.
- Astri, Y. (2014). “Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Perilaku *Cyberloafing* Pada Karyawan PT Telekomunikasi Indonesia TBK Medan”. *Skripsi*. Universitas Sumatra Utara.
- Astuti. 2019. Hubungan Antara Self-Regulation Dengan Perilaku *Cyberloafing* Pada Karyawan Administrasi Universitas Islam Riau. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Askew, et, al. 2014. Explaining *Cyberloafing*: The Role of The Theory of Planned Behavior. *Computer In Human Behavior*, 510-519.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2012. Profil Pengguna Internet Indonesia 2012. Diunduh dari <https://www.slideshare.net/so3p/apjii-statistik-pengguna-internet-indonesia-2012>. Diakses pada jumat, 11 Oktober 2019. Pukul 23.02 WIB.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2014. Profil Pengguna Internet Indonesia 2014. Diunduh dari <https://apjii.or.id/downfile/file/PROFILPENGGUNAINTERNETINDONESIA2014.pdf>. Diakses pada Jumat, 11 Oktober 2019. Pukul 23.06 WIB.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2016. Profil Pengguna Internet Indonesia 2016. Diunduh dari <http://www.apjii.or.id/survei2016>. Diakses pada Jumat, 11 Oktober 2019. Pukul 23.27 WIB.
- Azwar, Syaifuddin. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, Robert A., dan Byrne, D. 2012. *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

- Basyaeb, Tufaha. 2009. Hubungan Obesitas, Harga Diri dan Penyesuaian Diri Pada Remaja Putri di PONPES Pesis Bangil. *Skripsi*. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Blanchard, Anita L. & Christine A. Henle. 2008. Correlates of Different Forms of Cyberloafing: The Role of Norms And External Locus of Control. *Computers in Human Behavior*, 24, 1067-1084. DOI: 10.1016/j.chb.2007.03.008
- Bougie, & Sekaran. 2013. *Edisi 5, Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley@Sons.
- Budiana, Firda Ayu. 2018. “Hubungan Antara *Loneliness* dengan Perilaku *Cyberloafing* Pada Karyawan”. *Skripsi*. Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Calhoun, F James dan Joan Ross Acocella. 1995. *Psikologi Tentang Penyesuaian Hubungan Kemanusiaan*. Terjemahan oleh Satmoko dari *Psychology of Adjustment and Human Relationship*. Edisi ketiga.
- Cooper-Hakim, Amy, Viswesvaran, Chockalingam. 2005. The Construct of Work Commitment: Testing an Integrative Framework. *Psychological Bulletin* Vol. 131, No. 2, 241–259. American Psychological Association 0033-2909/05/\$12.00 DOI: 10.1037/0033-2909.131.2.241.
- Dewi, Erna. 2009. “Hubungan Antara Harga Diri dengan Kecenderungan Metroseksual Pada Pria Dewasa Awal”. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Donovan, J. J., & Radosevich, D. J. 1998. The moderating role of goal commitment on the goal difficulty–performance relationship: A metaanalytic review and critical analysis. *Journal of Applied Psychology*, 83, 308–315.

Durkin, Mark, 1999, Employee Commitment in Retail Banking: Identifying and Exploring Hidden Dangers. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17. 3: 124-134.

Felker. 1974. *The Development of Self Esteem*. New York: William Morrow & Company.

Fitra, Rahma. 2015. "Hubungan Harga Diri Mahasiswa dengan Kemampuan Aktualisasi Diri dalam Proses Belajar Metode Seven Jump Program Studi Ilmu Keperawatan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta". *Skripsi*. Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Garrett, R. K., & Danziger, J. N. 2008. Disaffection or expected outcomes: Understanding personal internet use during work. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(4), 291–312.

Ghufron & Risnawati. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.

Greenfield, D. N.. and Davis, R. A. 2002. Lost in Cyberspace: The Web @ Work. *CyberPsychology and Behavior*, Vol. 5: 347-353. DOI: 10.1089/109493102760275590.

Greer, C. R., & Stephens, G. K. 2001. Escalation of commitment: A comparison of differences between Mexican and US decision makers. *Journal of Management*, 27, 51–78.

Halim, Nurdin Abdul. 2015. Penggunaan Media Internet di Kalangan Remaja Untuk Mengembangkan Pemahaman Keislaman. *Jurnal. RISALAH*, Vol. 26, No. 3 Hal. 132-150

Hamidah, Tjitjik. 2019. "Stop Cyberloafing". *Artikel* Vol. 5, No. 6. ISSN: 2477-1686.

Handoyo, Seger. 2016. *Cyberloafing di Tempat Kerja: Merugikan atau Menguntungkan?* dalam Psikologi dan Teknologi Informasi. Jakarta: Himpunan Psikologi Indonesia.

Hartanto. 2005. *Psikologi Ekonomi dan Konsumen*. Depok: Penerbit Bagian Psikologi Industri dan Organisasi Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia.

Hasibuan, H. Malayu S. P. 2007. *Organisasi dan Motivasi: Dasar Peningkatan Produktivitas, Cetakan ke-5*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Henle, C. A & Blanchard, A. L. 2008. The Interaction of Work Stressor and Organizational Sanctions on Cyberloafing. *Journal of Managerial Issues* 20; 383-400.

Herdianti *at al.* 2015. Pengaruh Stresor Kerja dan Persepsi Sanksi Organisasi terhadap Perilaku *Cyberloafing* di Universitas Jember. *E-Jurnal Pustaka Kesehatan*, Vol. 3 No 1.

Hidayat, Rahmat dan Naufal, Deden Zaenudin A. 2011. *Teori dan Aplikasi Psikologi Kepribadian dalam Konseling*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Hurriyati, Dwi. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku *Cyberloafing* Pada Pegawai Negeri Dinas Pekerjaan Umum Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Psyche*, Vol. 11 No. 2 (75-86).

Kamus Besar Bahasa Indonesia. [Online]. Tersedia di: <http://bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/index.php>. Diakses 22 Desember 2019 pukul 17.12 WIB.

Koeswara, E. 1995. *Motivasi: Teori dan Penelitiannya*. Bandung: Angkasa.

Kurniawan, Muhammad. 2013. Pengaruh Komitmen Organisasi, Budaya Organisasi, dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Organisasi Publik. *Artikel Ilmiah*. Universitas Negeri Padang.

- Landers, R. N., & Lounsbury, J. W. (2006). An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22(2), 283-293. Diakses dari <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2004.06.001>. Pada 17 Oktober 2019 pukul 02.47 WIB.
- Lestari, Rini & Koentjoro. 2002. Pelatihan Berpikir Optimis untuk Meningkatkan Harga Diri Pelacur yang Tinggal di Pantu dan Luar Pantu Sosial. *Indigenous*, 6(2),134-146. DOI: <https://doi.org/10.23917/indigenous.v0i0.4629>.
- Liberman, B., Seidman, G., McKenna, K. Y. A., & Buffardi, L. E. 2011. Employee job attitudes and organizational characteristics as predictors of cyberloafing. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2192-2199. Diakses dari <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2011.06.015> pada 17 Oktober 2019 pukul 02.34 WIB.
- Lim. 2002. The IT Way Of Loafing On The Job: Cyberloafing, Neutralizing and Organizational Justice. *Journal of Behavior* 23, 675-694.
- Lim, V. K. G., & Teo, T. S. H. 2005. Prevalence, perceived seriousness, justification and regulation of cyberloafing in Singapore: An exploratory study. *Information and Management*, 42(8), 1081–1093.
- Lin, Li, & Wang, Shiqian. 2018. The Mediating Effect of Organizational Commitment on Leadership Type and Job Performance. *Journal of World Economic Research Volume 7, Issue 1, Pages: 14-20*. DOI: 10.11648/j.jwer.20180701.12
- Lukmada, Ikmal Burdah. 2012. “Hubungan Efikasi dengan Komitmen Organisasi Karyawan PT. Jadi Abadi Corak Biskuit Surabaya”. *Skripsi*. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam http://lib.uin-malang.ac.id/thesis/chapter_ii/08410038-imal-burdah-l.ps, diakses pada 13 Oktober 2019 pukul 02.46 WIB.

- Mayer, R. E. 1992. Cognition and instruction: Their historic meeting within educational psychology. *Journal of Educational Psychology*. 84(4), 405-412.
- Malhotra, S. 2013. Cyberloafing-a holistic perspective. An Online Interdisciplinary. *Multidisciplinary dan Multi-cultural Journal*. Vol. 2.
- Morrow, P. C. 1993. *The theory and measurement of work commitment*. Greenwich, CT: JAI Press.
- Muafi. 2011. Causes and Consequence Deviant Workplace Behavior. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 2, No. 2 (123-126).
- Muraven, M., & Baumeister, R. F. 2000. Self-regulation and depletion of limited resources: Does self-control resemble a muscle? *Psychological Bulletin*, 126, 247-259. doi:10.1037/0033-2909.126.2.247.
- Nathania, Serlen. 2015. Pengaruh Komitmen Organisasional pada *Turnover Intentions* Karyawan pada Hotel Bintang Satu dan Dua di Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Ngafifi, Muhammad. 2014. Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi Volume 2, Nomor 1*.
- Ni'matulloh, Muhammad Syukri. 2017. "Pengaruh Stres Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Perilaku *Cyberloafing* Karyawan Pada Era Perkembangan ICT (*Information And Communication Technologies*) (Studi Kasus Pada PT Vira Interco Jakarta)". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nisaurrahmadani, Sri Happy. 2012. "Hubungan Stres Kerja Dengan Perilaku *Cyberloafing* Pada Karyawan Administrasi". *Tesis*. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.

- Noer, Alwi M. 2017. *Butuh Pengakuan "Fenomena Status Media Sosial"*. Diunduh dari <https://www.kompasiana.com/nawawimnoer/5a410415f1334440012a7e62/butih-pengakuan-fenomena-status-media-sosial>. Diakses pada Selasa, 15 Oktober 2019, pukul 02.38 WIB.
- O'Sullivan, G. (2011). The Relationship Between Hope, Eustress, Self-Efficacy, and Life Satisfaction Among Undergraduates. *Social indicators research*, 101 (1), 155-172. DOI 10.1007/s11205-010-9662-z.
- Oktapiansyah, Heru. 2018. "Hubungan Antara Stres Kerja dengan Perilaku *Cyberloafing* Pada Karyawan Bank". *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Ozler, D. E., & Polat, G. 2012. Cyberloafing Phenomena in Organizations: Determinants and Impact. *International Journal of e-Business an Studies*, Vol. 4, 1-15.
- Phillips, J. G., & Reddie, L. 2007. Decisional style and self-reported Email use in the workplace. *Computers in Human Behavior*, 23(5) 2414 - 2428.
- Prabaningrum, I.A. 2008. *Harga Diri Suami yang Tinggal di Rumah Mertua*. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.
- Putra, Egy Yolando, Nurtjahjanti, Harlina. 2019. Hubungan Antara Komitmen Organisasi dengan *Cyberloafing* Pada Pegawai Fakultas Teknik Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, Vol. 8(2):147-152.
- Putri, A.A Mega Rosa Arini. 2014. Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, dan Kompensasi Finansial Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Dunia Garmen Internasional di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, [S.l.], v. 3, n. 1, jan. 2014. ISSN 2302-8912. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Putri, D. S., Kusumaputri, E. S. 2015. Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Pengurus Organisasi dan Komitmen Afektif pada Organisasi Mahasiswa Daerah di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Integratif*. Vol. 2(1).

- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rizki, A. P., & Lubis, R. (2013). Perbedaan komitmen organisasi ditinjau dari gender karyawan. PT. Indo Prismata Medan. *Psikologia*, 8(1), 19-24.
- Rutoto, Sabar. 2007. *Pengantar Metodologi Penelitian*. FKIP: Universitas. Muria Kudus.
- Santrock, J. W. 2012. *Psikologi Perkembangan Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, Elisa & Dwiarti, Rina. 2018. Pendekatan Hierarki Abraham Maslow Pada Prestasi Kerja Karyawan PT. Madubaru (PG Madukismo) Yogyakarta. *Jurnal Perilaku dan Strategi bisnis*, Vol.6 No.1. DOI: 10.26486/jpsb.v6i1:Februari.421
- Setiani, Ari. 2011. "Pengaruh Keterlibatan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Wartawan Umum Harian Suara Merdeka". *Skripsi*. Jurusan Manajemen Sumber Daya Manusia Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Sharma, Sushil K. & Gupta, Jatinder N. D. 2004. Improving Workers Productivity and Reducing Internet Abuse. *Journal of Computer Information Systems*, 44(2), 74-78.
- Soetjipto, dkk. 2000. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sprecher, S., Metts, S., Burleson, B., Hatfield, E., & Thompson, A. 1995. Domains of expressive interaction in intimate relationships: Associations with satisfaction and commitment. *Family Relations*, 44, 203–210.
- Srimulyani, Veronika Agustini. 2009. Tipologi dan Antecedent Komitmen Organisasi. *Jurnal Ilmiah Universitas Katolik Widya Mandala Madiun*. Vol. 33 No. 1.

Straubhaar, Joseph D & Robert LaRose. 2000. *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology (Fifth Edition)*. Belmont: Thomson Wadsworth.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Stanton, J. M. 2002. Company Profile of The Frequent Internet User. *Communications of the ACM*, 45(1), 55-59.

Suryabrata, Sumadi. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.

Suryabrata, Sumadi. 2012. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.

Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Organisasional: Teori, Kuesioner, dan Proses Analisis Data Cetakan Pertama*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Swanepoel, S., Botha P.A., Rose-Innes, R. 2015. Organizational Behaviour: Exploring The Relationship Between Ethical Climate, Self-Efficacy And Hope. *The Journal of Applied Business Research*, Volume 31, Number 4.

Verkuyten, M., & Yildiz, A. A. (2007). National (dis)identification and ethnic and religious identity: A study among Turkish–Dutch Muslims. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33, 1448–1462.

Vitak, Jessica, Crouse, Julia, & LaRose, Robert. 2011. Personal internet use at work: Understanding cyberslacking. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1751-1759.

Weatherbee, Terrance G. 2010. Counterproductive Use of Technology at Work: Information and Communications Technologies and Cyberdeviancy. *Human Resource Management Review* Vol. 20 35-44. DOI: 10.1016/j.hrmr.2009.03.012.

William, I. 2015. *Dampak Positif dan Negatif Internet*. diunduh dari https://www.kompasiana.com/dampak-positif-internet-dan-negatif-bagi-manusia_54f96399a3331135028b50bd. Diakses pada Rabu, 16 oktober 2019 pukul 16.32 WIB.

Yan, Zheng. 2012. *Encyclopedia of Cyber Behavior* (pp. 608-619). Hershey, PA: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-4666-0315-8.ch05.

Zayas-Ortiz, Maria, Rosario-Hernández, Ernesto, & Marquez, Eulalia. 2015. Relationship Between Organizational Commitments and Organizational Citizenship Behaviour in A Sample of Private Banking Employees. *International Journal of Sociology and Social Policy*. DOI: 10.1108/IJSSP-02-2014-0010.





LAMPIRAN

**LAMPIRAN 1:
LEMBAR KONSULTASI**

Nama : RIZKA AMALIA PURWANTO

NIM/Jurusan : 16410057 / PSIKOLOGI

Dosen Pembimbing : Dr. RETNO MANGESTUTI, M.Si.

Judul : PENGARUH HARGA DIRI DAN KOMITMEN KERJA
TERHADAP PERILAKU *CYBERLOAFING*: STUDI
PADA KARYAWAN GRAPARI TELKOMSEL
MALANG


No	Tanggal	Hal yang Dikonsultasikan	TTD
1	8 Oktober 2019	Konsultasi judul	
2	9 Oktober 2019	Revisi Latar Belakang	
3	15 Oktober 2019	Konsultasi BAB I, II, III	
4	25 Oktober 2019	Revisi BAB I, II, III	
5	6 November 2019	Revisi BAB I, II, III	
6	5 Januari 2020	Konsultasi <i>Blueprint</i>	
7	29 Januari 2020	Konsultasi <i>Blueprint</i>	
8	5 Februari 2020	Konsultasi <i>Blueprint</i>	
9	12 Maret 2020	Konsultasi hasil penelitian	
10	25 Maret 2020	Konsultasi hasil penelitian	
11	1 April 2020	Konsultasi hasil penelitian dan pembahasan	

Dosen Pembimbing

Dr. Retno Mangestuti, M.Si

NIP. 19750220 200312 004

LAMPIRAN 2: SURAT KESEDIAAN PENELITIAN





Nomor : 32/HR.01/SB.28/II/2020
Lampiran : -
Perihal : Kesiediaan Penelitian

Kepada Yth. : Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Sehubungan dengan surat permohonan izin penelitian No. 117Fpsi.1/PP.009/2/2020 bagi mahasiswa Program Studi S1 – Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, yang diajukan kepada PT. Telkomsel Branch Malang oleh mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Rizka Amalia Purwanto
NIM : 16410057
Program Studi : S1 – Psikologi

Dengan ini kami telah memberikan izin kepada mahasiswa tersebut diatas untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Harga Diri dan Komitmen Kerja Terhadap Perilaku Cyberloafing: Studi Pada Karyawan GraPARI Telkomsel Malang” pada tanggal 18 Februari 2020. Dengan keluarnya surat ini, mahasiswa yang bersangkutan diharapkan dapat memenuhi tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.

Demikian surat keterangan penerimaan penelitian skripsi ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 18 Februari 2020


Eryk Bagus Harianto
Supervisor Mass Market Segment Customer Operation Branch Malang

PT. TELEKOMUNIKASI SELULAR
Branch & GraPARI Malang
Jln. Letjen. S. Parman 47, Malang 65122
Jawa Timur - Indonesia
<http://www.telkomsel.com>

Telkomsel. Begitu Dekat Begitu N

LAMPIRAN 3: KUESIONER

KUESIONER 1

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Petunjuk Pengisian:

Bacalah dan pahami setiap pernyataan tersebut dengan seksama. Kemudian Anda diminta untuk memberikan pendapat yang dianggap sesuai dengan diri anda, dengan memberikan tanda centang atau *check list* (✓) di dalam kotak yang telah tersedia di sebelah kanan setiap pernyataan yang disajikan, yaitu:

Ya : Apabila pernyataan tersebut sesuai dengan diri anda.

Tidak : Apabila pernyataan tersebut tidak sesuai dengan diri anda.

Anda bebas menentukan pilihan yang sesuai dengan diri Anda sendiri, tidak ada jawaban yang benar ataupun salah karena jawaban yang Anda pilih mencerminkan diri Anda sendiri. Usahakan untuk mengisi setiap pernyataan secara berurutan agar tidak ada satupun pernyataan yang terlewat.

NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1	Saya menghabiskan banyak waktu untuk melamun.		
2	Saya cukup yakin dengan diri saya sendiri.		
3	Saya sering berharap jika saya adalah orang lain.		
4	Saya mudah disukai		
5	Keluargaku memiliki waktu untuk bersenang-senang bersama denganku.		
6	Saya tidak pernah mengkhawatirkan apapun.		
7	Saya merasa sangat sulit untuk berbicara di depan kelompok.		

8	Saya berharap saya lebih muda.		
9	Ada banyak hal dalam diri saya yang akan saya ubah jika saya bisa.		
10	Saya dapat mengambil keputusan tanpa terlalu banyak kesulitan.		
11	Saya adalah orang yang sangat menyenangkan.		
12	Saya mudah sedih ketika di rumah.		
13	Saya selalu melakukan hal yang benar.		
14	Saya bangga dengan pekerjaan saya sendiri.		
15	Seseorang harus selalu memberi tahu saya apa yang harus saya lakukan.		
16	Saya butuh waktu lama untuk membiasakan diri dengan sesuatu yang baru.		
17	Saya sering menyesali hal-hal yang saya lakukan.		
18	Saya dikenal oleh orang-orang seusia saya.		
19	Keluarga saya biasanya memahami perasaan saya.		
20	Saya tidak pernah bahagia		
21	Saya berusaha mengerjakan pekerjaan dengan sebaik mungkin.		
22	Saya mudah menyerah.		
23	Saya biasanya bisa mengurus diri.		
24	Saya cukup bahagia.		
25	Saya lebih suka bergaul dengan orang yang lebih muda dari saya.		
26	Keluarga saya terlalu banyak berharap pada saya.		
27	Saya menyukai orang-orang yang saya kenal.		
28	Saya suka diperhatikan ketika di dalam kelompok.		
29	Saya memahami diri saya sendiri.		
30	Cukup sulit menjadi diri saya sendiri.		
31	Segala sesuatu bercampur aduk dalam hidup saya.		

32	Orang-orang biasanya menyetujui ide saya.		
33	Tidak ada yang member perhatian pada saya ketika di rumah.		
34	Saya tidak pernah dimarahi.		
35	Saya tidak bekerja sebaik yang saya inginkan.		
36	Saya dapat mengambil keputusan dan berpegang teguh pada keputusan tersebut.		
37	Saya benar-benar tidak suka menjadi laki-laki atau perempuan.		
38	Saya memiliki pendapat yang rendah tentang diri saya sendiri.		
39	Saya tidak suka menjadi orang lain.		
40	Saya berkali-kali ingin meninggalkan rumah.		
41	Saya tidak pernah merasa malu.		
42	Saya sering merasa kesal.		
43	Saya sering malu pada diri sendiri.		
44	Wajah saya tidak se-elok kebanyakan orang.		
45	Jika saya merasa ada sesuatu untuk dikatakan, saya biasanya mengatakannya.		
46	Orang-orang sering mengerjai saya.		
47	Keluarga saya memahami saya.		
48	Saya selalu mengatakan yang benar.		
49	Pimpinan atau supervisor membuat saya merasa tidak cukup berkualitas.		
50	Saya tidak peduli dengan apa yang terjadi pada diri saya.		
51	Saya gagal.		
52	Saya mudah merasa kesal apabila di marahi.		
53	Kebanyakan orang lebih disukai dari pada saya.		
54	Saya biasanya merasa seolah keluarga saya menekan saya.		

55	Saya selalu tahu apa yang harus saya katakan pada orang lain.		
56	Saya sering berkecil hati.		
57	Tidak ada sesuatu hal yang mengganggu saya.		
58	Saya tidak bisa diandalkan		



KUESIONER 2

Petunjuk Pengisian:

Bacalah dan pahami setiap pernyataan tersebut dengan seksama. Kemudian Anda diminta untuk memberikan pendapat yang dianggap sesuai dengan diri anda, dengan memberikan tanda centang atau check list (✓) di dalam kotak yang telah tersedia di belakang setiap pernyataan yang disajikan, yaitu:

SS : Apabila Anda merasa “Sangat Sesuai” dengan pernyataan yang ditunjukkan.

S : Apabila Anda merasa “Sesuai” dengan pernyataan yang ditunjukkan.

TS : Apabila Anda merasa “Tidak Sesuai” dengan pernyataan yang ditunjukkan.

STS : Apabila Anda merasa “Sangat Tidak Sesuai” dengan pernyataan yang ditunjukkan.

Anda bebas menentukan pilihan yang sesuai dengan diri Anda sendiri, tidak ada jawaban yang benar ataupun salah karena jawaban yang Anda pilih mencerminkan diri Anda sendiri. Usahakan untuk mengisi setiap pernyataan secara berurutan agar tidak ada satupun pernyataan yang terlewat.

Komitmen Afektif					
No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya bangga menjadi bagian dari instansi tempat saya bekerja.				
2	Saya merasa terikat secara emosional dengan instansi tempat bekerja.				
3	Aktivitas saya dalam bekerja merupakan cerminan instansi tempat saya bekerja.				
4	Keterlibatan saya bekerja sesuai dengan tujuan organisasi.				

5	Saya meyakini bahwa nilai dan peraturan dalam instansi tempat saya bekerja dapat membawa perusahaan untuk mencapai tujuan bersama.				
Komitmen Berkelanjutan					
No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
6	Saya loyal terhadap pekerjaan saya.				
7	Saya taat terhadap peraturan-peraturan di instansi tempat saya bekerja.				
8	Pekerjaan saya mendukung kebutuhan hidup saya.				
9	Saya ingin mempertahankan pekerjaan saya saat ini.				
Komitmen Normatif					
No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
10	Saya mengerjakan pekerjaan saya sesuai dengan <i>job description</i> .				
11	Saya berusaha semaksimal mungkin dalam mengerjakan pekerjaan saya.				
12	Saya bekerja dengan maksimal agar tujuan perusahaan tercapai.				

KUESIONER 3

Petunjuk Pengisian:

Bacalah dan pahami setiap pernyataan tersebut dengan seksama. Kemudian Anda diminta untuk memberikan pendapat yang dianggap sesuai dengan diri anda, dengan memberikan tanda centang atau *check list* (✓) di dalam kotak yang telah tersedia di belakang setiap pernyataan yang disajikan, yaitu:

- SL : Selalu
 SR : Sering
 KD : Kadang
 TP : Tidak Pernah

Anda bebas menentukan pilihan yang sesuai dengan diri Anda sendiri, tidak ada jawaban yang benar ataupun salah karena jawaban yang Anda pilih mencerminkan diri Anda sendiri. Usahakan untuk mengisi setiap pernyataan secara berurutan agar tidak ada satupun pernyataan yang terlewat.

NO	PERNYATAAN	SL	SR	KD	TP
1	Saya memeriksa email yang tidak terkait dengan pekerjaan pada jam kerja.				
2	Saya mengirim email yang tidak berkaitan dengan pekerjaan pada jam kerja.				
3	Saya mengunjungi situs berita umum pada saat jam kerja.				
4	Saya mengunjungi situs web yang terkait investasi atau saham pada saat jam kerja.				
5	Saya memeriksa siapa saja yang <i>online</i> di media sosial saat jam kerja.				
6	Saya melihat situs olahraga pada saat jam kerja.				
7	Saya menerima email yang tidak terkait dengan pekerjaan saat jam				

	kerja.				
8	Saya mengunjungi situs web yang terkait dengan perbankan atau keuangan pada saat jam kerja.				
9	Saya berbelanja <i>online</i> untuk kepentingan pribadi pada saat jam kerja.				
10	Saya mengunjungi situs lelang online (misal: ebay) pada saat jam kerja.				
11	Saya mengirim dan menerima pesan singkat (misal: WhatsApp, LINE, Telegram) pada saat jam kerja.				
12	Saya berpartisipasi pada <i>game online</i> pada saat jam kerja.				
13	Saya berpartisipasi pada ruang obrolan (<i>chat group</i>) pada saat jam kerja.				
14	Saya mengunjungi <i>newsboard</i> (papan berita) atau <i>bulletin board</i> (papan buletin) pada jam kerja.				
15	Saya memesan tiket liburan atau tiket perjalanan pada saat jam kerja.				
16	Saya mengunjungi komunitas virtual pada saat jam kerja.				
17	Saya mengurus halaman web pribadi pada saat jam kerja berlangsung.				
18	Saya mengunduh musik dari internet pada jam kerja.				
19	Saya mengunjungi situs pencarian kerja atau situs terkait ketenagakerjaan pada saat jam kerja.				
20	Saya mengunjungi situs web perjudian pada saat jam kerja.				
21	Saya membaca blog ketika jam kerja berlangsung.				
22	Saya melihat situs web yang berorientasi dewasa pada saat jam				

	kerja.				
--	--------	--	--	--	--



LAMPIRAN 4:
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. KOMITMEN KERJA

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,665	24

Correlations

		aitem_1	aitem_2	aitem_3	aitem_4	aitem_5	aitem_6
aitem_1	Pearson Correlation	1	,231	,144	,326**	,301*	,145
	Sig. (2-tailed)		,064	,253	,008	,015	,250
	N	65	65	65	65	65	65
aitem_2	Pearson Correlation	,231	1	,550**	-,228	,080	,120
	Sig. (2-tailed)	,064		,000	,067	,524	,340
	N	65	65	65	65	65	65
aitem_3	Pearson Correlation	,144	,550**	1	-,150	-,074	,085
	Sig. (2-tailed)	,253	,000		,234	,557	,500
	N	65	65	65	65	65	65
aitem_4	Pearson Correlation	,326**	-,228	-,150	1	,403**	,036
	Sig. (2-tailed)	,008	,067	,234		,001	,778
	N	65	65	65	65	65	65
aitem_5	Pearson Correlation	,301*	,080	-,074	,403**	1	,265*
	Sig. (2-tailed)	,015	,524	,557	,001		,033
	N	65	65	65	65	65	65
aitem_6	Pearson Correlation	,145	,120	,085	,036	,265*	1

	Sig. (2-tailed)	,250	,340	,500	,778	,033	
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,362**	,356**	,392**	,042	,315*	-,017
aitem_7	Sig. (2-tailed)	,003	,004	,001	,741	,011	,894
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,115	,276*	,188	,008	,334**	,363**
aitem_8	Sig. (2-tailed)	,364	,026	,133	,950	,007	,003
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,120	-,185	-,337**	,373**	,391**	,092
aitem_9	Sig. (2-tailed)	,342	,140	,006	,002	,001	,468
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,430**	-,033	,066	,336**	,247*	,030
aitem_10	Sig. (2-tailed)	,000	,793	,602	,006	,048	,812
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,155	-,094	-,114	,079	-,166	-,175
aitem_11	Sig. (2-tailed)	,217	,455	,364	,533	,187	,163
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,068	-,104	-,114	,366**	,104	-,110
aitem_12	Sig. (2-tailed)	,589	,409	,364	,003	,410	,383
	N	65	65	65	65	65	65

Correlations

		aitem_7	aitem_8	aitem_9	aitem_10	aitem_11
	Pearson Correlation	,523	,525**	,548**	,404**	,176**
aitem_1	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,160
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,368**	,216	,252	,333**	,009*
aitem_2	Sig. (2-tailed)	,003	,084	,042	,007	,941
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,291**	,244	,326	,140*	,272*
aitem_3	Sig. (2-tailed)	,019	,050	,008	,266	,028
	N	65	65	65	65	65
aitem_4	Pearson Correlation	,324**	,239**	,151*	,368	-,036**

	Sig. (2-tailed)	,008	,055	,230	,003	,778
	N	65	65	65	65	65
aitem_5	Pearson Correlation	,252**	,480*	,422*	,184**	,291
	Sig. (2-tailed)	,043	,000	,000	,143	,019
	N	65	65	65	65	65
aitem_6	Pearson Correlation	,358**	,310**	,409**	,305**	,104
	Sig. (2-tailed)	,003	,012	,001	,014	,410
	N	65	65	65	65	65
aitem_7	Pearson Correlation	1**	,393**	,586*	,326**	,513*
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,008	,000
	N	65	65	65	65	65
aitem_8	Pearson Correlation	,393**	1	,444	,240	,208**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,054	,097
	N	65	65	65	65	65
aitem_9	Pearson Correlation	,586**	,444*	1**	,376	,489**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,000
	N	65	65	65	65	65
aitem_10	Pearson Correlation	,326**	,240**	,376	1**	-,160
	Sig. (2-tailed)	,008	,054	,002		,204
	N	65	65	65	65	65
aitem_11	Pearson Correlation	,513	,208	,489*	-,160	1*
	Sig. (2-tailed)	,000	,097	,000	,204	
	N	65	65	65	65	65
aitem_12	Pearson Correlation	,065	-,036	,293	,424*	-,142
	Sig. (2-tailed)	,605	,778	,018	,000	,260
	N	65	65	65	65	65

Correlations

	aitem_12	aitem_13	aitem_14	aitem_15	aitem_16	
aitem_1	Pearson Correlation	,195	,294**	,447**	,482**	,386**
	Sig. (2-tailed)	,119	,018	,000	,000	,002
	N	65	65	65	65	65

	Pearson Correlation	,109**	,104	,223	,436**	,271*
aitem_2	Sig. (2-tailed)	,387	,410	,074	,000	,029
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,223**	,322	,488	,320*	,350*
aitem_3	Sig. (2-tailed)	,075	,009	,000	,009	,004
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,253**	,203**	,430*	,514	,292**
aitem_4	Sig. (2-tailed)	,042	,105	,000	,000	,018
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,139**	,383*	,210*	,291**	,333
aitem_5	Sig. (2-tailed)	,271	,002	,094	,019	,007
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,443**	,360**	,475**	,418**	,385
aitem_6	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,001	,002
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,065**	,459**	,274*	,369**	,217*
aitem_7	Sig. (2-tailed)	,605	,000	,027	,002	,083
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	-,036**	,208	,228	,268	,077**
aitem_8	Sig. (2-tailed)	,778	,097	,068	,031	,544
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,293**	,490*	,372**	,522	,544**
aitem_9	Sig. (2-tailed)	,018	,000	,002	,000	,000
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,424**	,116**	,217	,347**	,212
aitem_10	Sig. (2-tailed)	,000	,358	,083	,005	,090
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	-,142	,470	,213*	,100	,284*
aitem_11	Sig. (2-tailed)	,260	,000	,088	,429	,022
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	1	,200	-,007	,227*	,402
aitem_12	Sig. (2-tailed)		,110	,954	,070	,001

N		65	65	65	65	65
Correlations						
		aitem_17	aitem_18	aitem_19	aitem_20	aitem_21
aitem_1	Pearson Correlation	,535	,167**	,563**	,422**	,299**
	Sig. (2-tailed)	,000	,184	,000	,000	,016
	N	65	65	65	65	65
aitem_2	Pearson Correlation	,467**	,111	,433	,192**	,243*
	Sig. (2-tailed)	,000	,378	,000	,126	,051
	N	65	65	65	65	65
aitem_3	Pearson Correlation	,422**	,346	,359	,235*	,351*
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,003	,059	,004
	N	65	65	65	65	65
aitem_4	Pearson Correlation	,420**	,323**	,406*	,447	,272**
	Sig. (2-tailed)	,000	,009	,001	,000	,028
	N	65	65	65	65	65
aitem_5	Pearson Correlation	,545**	,481*	,284*	,317**	,304
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,022	,010	,014
	N	65	65	65	65	65
aitem_6	Pearson Correlation	,497**	,252**	,517**	,288**	,366
	Sig. (2-tailed)	,000	,043	,000	,020	,003
	N	65	65	65	65	65
aitem_7	Pearson Correlation	,283**	,139**	,429*	,177**	,339*
	Sig. (2-tailed)	,022	,268	,000	,158	,006
	N	65	65	65	65	65
aitem_8	Pearson Correlation	,296**	,044	,344	,317	,095**
	Sig. (2-tailed)	,017	,726	,005	,010	,452
	N	65	65	65	65	65
aitem_9	Pearson Correlation	,608**	,462*	,529**	,270	,580**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,030	,000
	N	65	65	65	65	65
aitem_10	Pearson Correlation	,423**	,117**	,404	,481**	,337
	Sig. (2-tailed)	,000	,352	,001	,000	,006

	N	65	65	65	65	65
aitem_11	Pearson Correlation	,204	,361	-,008 [*]	,001	,303 [*]
	Sig. (2-tailed)	,104	,003	,952	,994	,014
	N	65	65	65	65	65
aitem_12	Pearson Correlation	,394	,338	,463	,279 [*]	,396
	Sig. (2-tailed)	,001	,006	,000	,024	,001
	N	65	65	65	65	65

Correlations

		aitem_22	Total
aitem_1	Pearson Correlation	,330	,700 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,007	,000
	N	65	65
aitem_2	Pearson Correlation	,109 ^{**}	,504
	Sig. (2-tailed)	,389	,000
	N	65	65
aitem_3	Pearson Correlation	,358 ^{**}	,567
	Sig. (2-tailed)	,003	,000
	N	65	65
aitem_4	Pearson Correlation	,466 ^{**}	,603 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	65	65
aitem_5	Pearson Correlation	,243 ^{**}	,585 [*]
	Sig. (2-tailed)	,051	,000
	N	65	65
aitem_6	Pearson Correlation	,432 ^{**}	,666 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	65	65
aitem_7	Pearson Correlation	,284 ^{**}	,600 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,022	,000
	N	65	65
aitem_8	Pearson Correlation	,335 ^{**}	,469
	Sig. (2-tailed)	,006	,000

	N	65	65
aitem_9	Pearson Correlation	,385**	,764*
	Sig. (2-tailed)	,002	,000
	N	65	65
aitem_10	Pearson Correlation	,320**	,522**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000
	N	65	65
aitem_11	Pearson Correlation	,146	,367
	Sig. (2-tailed)	,245	,003
	N	65	65
aitem_12	Pearson Correlation	,416	,475
	Sig. (2-tailed)	,001	,000
	N	65	65

2. PERILAKU CYBERLOAFING

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,913	22

Correlations

		aitem_1	aitem_2	aitem_3	aitem_4	aitem_5	aitem_6
aitem_1	Pearson Correlation	1	,540**	,400**	,453**	,416**	,400**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,001	,001
	N	65	65	65	65	65	65
aitem_2	Pearson Correlation	,540**	1	,183	,480**	,297*	,349**
	Sig. (2-tailed)	,000		,145	,000	,016	,004
	N	65	65	65	65	65	65
aitem_3	Pearson Correlation	,400**	,183	1	,276*	,258*	,550**

	Sig. (2-tailed)	,001	,145		,026	,038	,000
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,453**	,480**	,276*	1	,398**	,417**
aitem_4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,026		,001	,001
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,416**	,297*	,258*	,398**	1	,231
aitem_5	Sig. (2-tailed)	,001	,016	,038	,001		,064
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,400**	,349**	,550**	,417**	,231	1
aitem_6	Sig. (2-tailed)	,001	,004	,000	,001	,064	
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,523**	,368**	,291*	,324**	,252*	,358**
aitem_7	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,019	,008	,043	,003
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,525**	,216	,244	,239	,480**	,310*
aitem_8	Sig. (2-tailed)	,000	,084	,050	,055	,000	,012
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,548**	,252*	,326**	,151	,422**	,409**
aitem_9	Sig. (2-tailed)	,000	,042	,008	,230	,000	,001
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,404**	,333**	,140	,368**	,184	,305*
aitem_10	Sig. (2-tailed)	,001	,007	,266	,003	,143	,014
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,176	,009	,272*	-,036	,291*	,104
aitem_11	Sig. (2-tailed)	,160	,941	,028	,778	,019	,410
	N	65	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,195	,109	,223	,253*	,139	,443**
aitem_12	Sig. (2-tailed)	,119	,387	,075	,042	,271	,000
	N	65	65	65	65	65	65

Correlations

		aitem_7	aitem_8	aitem_9	aitem_10	aitem_11
aitem_1	Pearson Correlation	,523	,525**	,548**	,404**	,176**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,160
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,368**	,216	,252	,333**	,009*
aitem_2	Sig. (2-tailed)	,003	,084	,042	,007	,941
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,291**	,244	,326	,140*	,272*
aitem_3	Sig. (2-tailed)	,019	,050	,008	,266	,028
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,324**	,239**	,151*	,368	-,036**
aitem_4	Sig. (2-tailed)	,008	,055	,230	,003	,778
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,252**	,480*	,422*	,184**	,291
aitem_5	Sig. (2-tailed)	,043	,000	,000	,143	,019
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,358**	,310**	,409**	,305**	,104
aitem_6	Sig. (2-tailed)	,003	,012	,001	,014	,410
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	1**	,393**	,586*	,326**	,513*
aitem_7	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,008	,000
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,393**	1	,444	,240	,208**
aitem_8	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,054	,097
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,586**	,444*	1**	,376	,489**
aitem_9	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,000
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,326**	,240**	,376	1**	-,160
aitem_10	Sig. (2-tailed)	,008	,054	,002		,204
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	,513	,208	,489*	-,160	1*
aitem_11	Sig. (2-tailed)	,000	,097	,000	,204	

	N	65	65	65	65	65
aitem_12	Pearson Correlation	,065	-,036	,293	,424 [*]	-,142
	Sig. (2-tailed)	,605	,778	,018	,000	,260
	N	65	65	65	65	65

Correlations

		aitem_12	aitem_13	aitem_14	aitem_15	aitem_16
aitem_1	Pearson Correlation	,195	,294 ^{**}	,447 ^{**}	,482 ^{**}	,386 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,119	,018	,000	,000	,002
	N	65	65	65	65	65
aitem_2	Pearson Correlation	,109 ^{**}	,104	,223	,436 ^{**}	,271 [*]
	Sig. (2-tailed)	,387	,410	,074	,000	,029
	N	65	65	65	65	65
aitem_3	Pearson Correlation	,223 ^{**}	,322	,488	,320 [*]	,350 [*]
	Sig. (2-tailed)	,075	,009	,000	,009	,004
	N	65	65	65	65	65
aitem_4	Pearson Correlation	,253 ^{**}	,203 ^{**}	,430 [*]	,514	,292 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,042	,105	,000	,000	,018
	N	65	65	65	65	65
aitem_5	Pearson Correlation	,139 ^{**}	,383 [*]	,210 [*]	,291 ^{**}	,333
	Sig. (2-tailed)	,271	,002	,094	,019	,007
	N	65	65	65	65	65
aitem_6	Pearson Correlation	,443 ^{**}	,360 ^{**}	,475 ^{**}	,418 ^{**}	,385
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,001	,002
	N	65	65	65	65	65
aitem_7	Pearson Correlation	,065 ^{**}	,459 ^{**}	,274 [*]	,369 ^{**}	,217 [*]
	Sig. (2-tailed)	,605	,000	,027	,002	,083
	N	65	65	65	65	65
aitem_8	Pearson Correlation	-,036 ^{**}	,208	,228	,268	,077 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,778	,097	,068	,031	,544
	N	65	65	65	65	65
aitem_9	Pearson Correlation	,293 ^{**}	,490 [*]	,372 ^{**}	,522	,544 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,018	,000	,002	,000	,000

	N	65	65	65	65	65
aitem_10	Pearson Correlation	,424**	,116**	,217	,347**	,212
	Sig. (2-tailed)	,000	,358	,083	,005	,090
	N	65	65	65	65	65
aitem_11	Pearson Correlation	-,142	,470	,213*	,100	,284*
	Sig. (2-tailed)	,260	,000	,088	,429	,022
	N	65	65	65	65	65
aitem_12	Pearson Correlation	1	,200	-,007	,227*	,402
	Sig. (2-tailed)		,110	,954	,070	,001
	N	65	65	65	65	65

Correlations

		aitem_17	aitem_18	aitem_19	aitem_20	aitem_21
aitem_1	Pearson Correlation	,535	,167**	,563**	,422**	,299**
	Sig. (2-tailed)	,000	,184	,000	,000	,016
	N	65	65	65	65	65
aitem_2	Pearson Correlation	,467**	,111	,433	,192**	,243*
	Sig. (2-tailed)	,000	,378	,000	,126	,051
	N	65	65	65	65	65
aitem_3	Pearson Correlation	,422**	,346	,359	,235*	,351*
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,003	,059	,004
	N	65	65	65	65	65
aitem_4	Pearson Correlation	,420**	,323**	,406*	,447	,272**
	Sig. (2-tailed)	,000	,009	,001	,000	,028
	N	65	65	65	65	65
aitem_5	Pearson Correlation	,545**	,481*	,284*	,317**	,304
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,022	,010	,014
	N	65	65	65	65	65
aitem_6	Pearson Correlation	,497**	,252**	,517**	,288**	,366
	Sig. (2-tailed)	,000	,043	,000	,020	,003
	N	65	65	65	65	65
aitem_7	Pearson Correlation	,283**	,139**	,429*	,177**	,339*
	Sig. (2-tailed)	,022	,268	,000	,158	,006

	N	65	65	65	65	65
aitem_8	Pearson Correlation	,296**	,044	,344	,317	,095**
	Sig. (2-tailed)	,017	,726	,005	,010	,452
	N	65	65	65	65	65
aitem_9	Pearson Correlation	,608**	,462*	,529**	,270	,580**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,030	,000
	N	65	65	65	65	65
aitem_10	Pearson Correlation	,423**	,117**	,404	,481**	,337
	Sig. (2-tailed)	,000	,352	,001	,000	,006
	N	65	65	65	65	65
aitem_11	Pearson Correlation	,204	,361	-,008*	,001	,303*
	Sig. (2-tailed)	,104	,003	,952	,994	,014
	N	65	65	65	65	65
aitem_12	Pearson Correlation	,394	,338	,463	,279*	,396
	Sig. (2-tailed)	,001	,006	,000	,024	,001
	N	65	65	65	65	65

Correlations

		aitem_22	Total
aitem_1	Pearson Correlation	,330	,700**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000
	N	65	65
aitem_2	Pearson Correlation	,109**	,504
	Sig. (2-tailed)	,389	,000
	N	65	65
aitem_3	Pearson Correlation	,358**	,567
	Sig. (2-tailed)	,003	,000
	N	65	65
aitem_4	Pearson Correlation	,466**	,603**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	65	65
aitem_5	Pearson Correlation	,243**	,585*
	Sig. (2-tailed)	,051	,000

	N	65	65
	Pearson Correlation	,432**	,666**
aitem_6	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	65	65
	Pearson Correlation	,284**	,600**
aitem_7	Sig. (2-tailed)	,022	,000
	N	65	65
	Pearson Correlation	,335**	,469
aitem_8	Sig. (2-tailed)	,006	,000
	N	65	65
	Pearson Correlation	,385**	,764*
aitem_9	Sig. (2-tailed)	,002	,000
	N	65	65
	Pearson Correlation	,320**	,522**
aitem_10	Sig. (2-tailed)	,009	,000
	N	65	65
	Pearson Correlation	,146	,367
aitem_11	Sig. (2-tailed)	,245	,003
	N	65	65
	Pearson Correlation	,416	,475
aitem_12	Sig. (2-tailed)	,001	,000
	N	65	65

**LAMPIRAN 5:
DESKRIPSI SUBJEK**

NO	NAMA	USIA	GENDER
1	DIAN	23	P
2	ERRYK DHANA	24	L
3	HENNY IHZAR	29	P
4	EUNIKE SILALAH	32	P
5	SELF NANDA	25	P
6	DANDI	26	L
7	NIZAR	26	L
8	IKA A	40	P
9	LUCIA	39	P
10	BOY	40	L
11	FRITS M	50	L
12	FAHMI	25	L
13	RISA	24	P
14	TIKA	24	P
15	SUKMAWAN	26	L
16	FERRY AJI HARYANTO	35	L
17	HISYAM R	22	L
18	RACHMAN	32	L
19	OLIVIA	22	P
20	RINO FITRIANSYAH	29	L
21	ANI	35	P
22	IQBAL ADITAMA	21	L
23	FINDA	25	P
24	TRI HARTANTI	49	P
25	SINTIA	23	P
26	BUDI H	37	L
27	SLAMET	48	L
28	AYU DIVA	21	P
29	ERYK BAGUS	40	L
30	DEYA	21	P
31	SISIL	37	P
32	HAMSA	28	L
33	SARI	23	P
34	OCTAVIA	22	P
35	AKBAR	27	L
36	NELLA ABDA	24	P
37	BUBUY	37	L
38	FEBRI	44	L

39	UMAR	36	L
40	DWI	40	L
41	ANITA	24	P
42	DIKI	27	L
43	BILDA	26	P
44	ANDIKA	35	L
45	INTAN AYU	23	P
46	SHERLY	24	P
47	AMINANTO	32	L
48	ANDINI	25	P
49	BUDIANTO	22	L
50	RIZKY	27	L
51	SILVIA	22	P
52	AMALIA DEWI	24	P
53	AGUS	48	L
54	AMIRUL FAIZIN	23	L
55	CAHYANINGTYAS	42	P
56	SYAIFULLAH	36	L
57	M. BAGUS S.	28	L
58	ADINDA AULIA	25	P
59	YULIA RAHMAWATI	45	P
60	EGA RAMDHANA	28	L
61	SUNARKO	48	L
62	A. ILHAM	43	L
63	ZULFIKAR	47	L
64	ABDUL	47	L
65	HAMBALI	52	L





**LAMPIRAN 6:
TABULASI DATA**

A. KOMITMEN KERJA

NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	13	16	20	21	22	23	24	TOTAL
1	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	47
2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	47
3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	47
4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	46
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	49
6	3	3	4	2	2	2	3	2	1	3	2	2	3	2	3	2	3	42
7	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	43
8	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	44
9	1	3	3	1	3	3	3	3	1	1	3	2	3	2	3	3	3	41
10	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	52
11	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	2	54
12	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	47
13	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	44
14	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	2	2	4	48
15	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	46
16	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	52

17	3	3	3	2	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	47
18	4	4	3	2	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	4	51
19	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
20	4	3	3	2	1	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	51
21	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	47
22	2	3	3	3	3	3	3	4	3	1	4	3	2	2	2	2	3	46
23	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	46
24	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	43
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	47
26	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	46
27	1	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	39
28	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	57
29	4	4	4	3	4	4	4	4	1	2	2	1	4	3	4	2	4	54
30	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	55
31	4	4	4	1	1	2	4	2	1	2	3	4	3	4	3	1	4	47
32	4	4	4	2	4	1	2	1	1	2	3	3	2	3	4	4	4	48
33	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	1	3	2	2	3	4	50
34	3	3	3	2	4	4	3	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	47
35	2	3	3	2	1	1	3	1	1	2	3	3	3	1	2	1	1	33
36	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	54
37	3	3	4	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	49
38	1	3	4	1	1	4	3	4	1	1	3	1	3	2	2	3	3	40
39	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	45
40	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	53
41	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	45

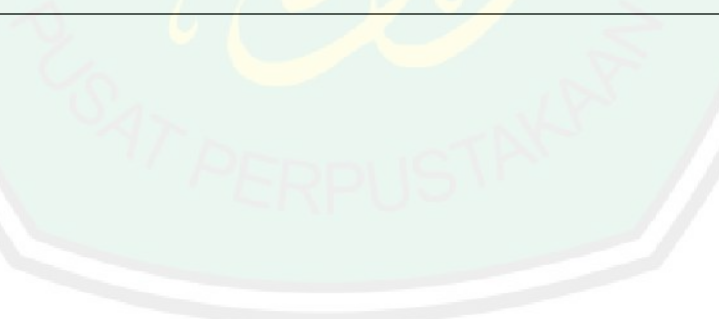
42	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	37
43	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	51
44	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	63
45	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	50
46	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	60
47	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	38
48	4	2	3	4	3	4	2	1	1	4	3	4	4	4	3	3	4	53
49	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	2	2	4	48
50	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	46
51	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	47
52	4	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	50
53	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	2	2	2	4	39
54	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	2	3	3	3	48
55	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	53
56	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	43
57	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
58	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	45
59	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	53
60	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	44
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	54
62	3	2	4	3	3	1	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	53
63	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
64	3	2	1	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	39
65	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
TOTAL																	3115	

B. PERILAKU CYBERLOAFING

NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	TOTAL
1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	4	2	2	1	1	3	1	3	2	1	2	1	38
2	3	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	1	3	1	1	1	49
3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	1	3	1	1	1	50
4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	1	4	1	54
5	3	3	2	2	3	3	2	3	3	1	4	3	4	3	3	2	1	3	1	2	3	1	55
6	3	3	2	2	3	1	3	1	4	3	4	4	4	3	2	3	2	3	2	1	3	1	57
7	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	61
8	2	2	2	2	1	1	2	1	1	3	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	32
9	4	2	3	2	3	2	3	3	2	1	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	1	2	56
10	4	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	1	50
11	2	4	2	3	2	3	2	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	42
12	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	4	3	3	3	2	3	2	3	2	1	3	1	55
13	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3	2	1	3	1	58
14	2	3	2	1	1	1	3	1	2	1	4	1	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	37
15	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	54
16	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
17	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	60
18	3	1	2	2	3	1	4	3	2	1	4	1	3	2	1	1	1	2	1	1	1	1	41
19	2	4	2	4	4	2	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3	2	3	2	1	2	1	57
20	2	3	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	34
21	2	3	3	1	1	1	3	1	2	1	4	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	37
22	3	2	3	2	3	3	4	3	3	2	4	2	4	2	3	2	3	2	2	1	3	2	58

23	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	4	1	3	3	3	1	2	2	2	1	3	1	52
24	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	59
25	2	3	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	37
26	3	1	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	1	3	1	50
27	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	57
28	2	1	3	2	4	2	2	4	3	2	4	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	50
29	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	4	1	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	39
30	2	2	2	2	3	1	2	2	2	1	3	2	2	1	1	2	2	4	2	1	2	1	42
31	3	2	2	3	3	1	3	2	1	2	4	2	3	3	3	3	1	2	2	1	3	1	50
32	3	3	4	4	3	4	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	2	75
33	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	1	3	3	2	2	1	2	1	3	1	2	1	43
34	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	2	2	3	1	3	1	54
35	4	2	3	2	3	4	2	3	2	3	2	4	2	2	3	2	2	2	3	3	1	3	57
36	4	3	2	2	1	3	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	1	2	1	3	1	50
37	4	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	4	4	2	2	3	2	2	1	2	1	55
38	4	2	3	2	2	2	3	2	2	2	4	2	4	3	2	2	3	3	2	2	3	1	56
39	2	3	2	1	2	2	2	1	2	4	1	4	4	1	2	2	2	2	4	1	3	1	48
40	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	35
41	3	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	3	2	1	2	2	1	3	1	42
42	3	3	4	4	3	4	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	4	2	75
43	1	1	2	1	3	1	1	2	2	1	3	3	3	2	2	2	3	2	1	1	1	1	39
44	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	26
45	2	2	2	1	3	2	2	2	3	1	4	2	3	2	2	3	2	2	3	1	2	1	47
46	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	4	1	3	2	2	2	2	3	1	1	2	1	40
47	4	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	55

48	3	2	2	1	3	1	2	1	2	1	3	1	2	2	2	2	2	4	1	1	3	1	42
49	4	2	3	2	2	2	2	1	2	2	4	3	3	2	1	2	1	3	1	1	2	1	46
50	4	3	2	3	2	3	2	3	2	2	4	4	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	59
51	3	1	3	1	2	1	2	2	2	1	4	3	3	2	1	1	1	2	1	1	3	1	41
52	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	2	2	1	2	1	55
53	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	1	3	3	2	1	1	3	1	1	3	1	47
54	2	2	3	1	3	3	2	2	2	3	4	2	2	2	1	2	3	2	1	1	2	1	46
55	4	3	2	3	2	1	2	2	3	1	3	2	3	2	3	3	2	2	1	1	2	1	48
56	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	34
57	2	2	3	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	2	1	2	2	2	1	1	1	1	42
58	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	1	1	3	1	46
59	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	3	2	1	2	2	1	1	1	1	41
60	2	2	2	1	2	3	3	3	3	2	4	3	4	2	2	3	2	2	1	1	2	1	50
61	3	2	3	1	2	1	2	2	2	1	4	2	3	2	1	1	1	2	1	1	2	1	40
62	2	2	2	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	36
63	3	3	2	4	3	2	2	2	1	4	2	3	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	45
64	1	1	3	1	2	2	1	1	1	1	3	1	3	2	1	1	1	2	1	1	1	1	32
65	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	33
TOTAL																						3137	



**LAMPIRAN 7:
UJI ASUMSI**

Normalitas Data Penelitian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	10,06712088
Most Extreme Differences	Absolute	,150
	Positive	,150
	Negative	-,057
Kolmogorov-Smirnov Z		1,208
Asymp. Sig. (2-tailed)		,108

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Linieritas Harga Diri dan *Cyberloafing*

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
cyberloafing (Y) * harga diri (X1)	(Combined)	2669,887	18	148,327	1,396	,179
	Between Groups					
	Linearity	394,291	1	394,291	3,712	,060
	Deviation from Linearity	2275,596	17	133,859	1,260	,260
	Within Groups	4886,667	46	106,232		
Total	7556,554	64				

Linieritas Komitmen Kerja dan Cyberloafing

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
cyberloafing (Y) * komitmen kerja (X2)	(Combined)	3598,671	23		1,621	,087
	Between Groups					
	Linearity	690,939	1		7,157	,011
	Deviation from Linearity	2907,731	22		1,369	,189
	Within Groups	3957,883	41			
Total	7556,554	64				

**LAMPIRAN 8:
UJI HIPOTESIS**

A. Tabel Uji Regresi Secara Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	91,988	13,748		6,691	,000
	harga diri	-,435	,229	-,224	-1,904	,062
	komitmen kerja	-,560	,220	-,299	-2,542	,014

a. Dependent Variable: cyberloafing

B. Tabel Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1070,351	2	535,175	5,116	,009 ^b
	Residual	6486,203	62	104,616		
	Total	7556,554	64			

a. Dependent Variable: cyberloafing

b. Predictors: (Constant), komitmen kerja, harga diri

C. Tabel Uji R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,376 ^a	,142	,114	10,228

a. Predictors: (Constant), komitmen kerja, harga diri

**LAMPIRAN 9:
DOKUMENTASI FOTO**



Kegiatan Jumat Berkah 27 September 2019

(Berbagi Makanan)



Kegiatan Jumat Berkah 20 September 2019

(Donor Darah)



Kegiatan Selasa Basah September 2019

(Olahraga Bersama)