

SOCIAL LOAFING

DALAM TEAM WORK

Buku ini merupakan salah satu dari banyaknya buku yang membahas tentang kejadian-kejadian sosial. Melalui buku ini akan dijelaskan tentang kejadian sosial yang berkaitan dengan *social loafing* atau dalam istilah bahasa Indonesianya dikenal dengan “Kemalasan Sosial”. Tentunya kata *social loafing* ini belum terlalu familiar dan masih asing terdengar di telinga pembaca. Dalam buku ini penulis akan mengupas secara detail mengenai *social loafing* dalam *team work*, faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan *social loafing* dan bagaimana dampak *social loafing* ini dalam beberapa aspek kehidupan.

Dengan ini penulis berharap agar pembaca dapat memberikan kritik, masukan dan saran yang mungkin saja dibutuhkan untuk memperbaiki dan menutupi kekurangan-kekurangan yang masih harus dilakukan demi mendapatkan hasil yang optimal. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi hazanah keilmuan dan bagi para pembaca.

Senobis

Pura Bunga Amara
Jl. Pahlawan 1 Blok 6/1 Mataram
T. 0878 5605946
ISBN 978-623-317-340-7
ipublishing@gmail.com
publishing@senobis.com



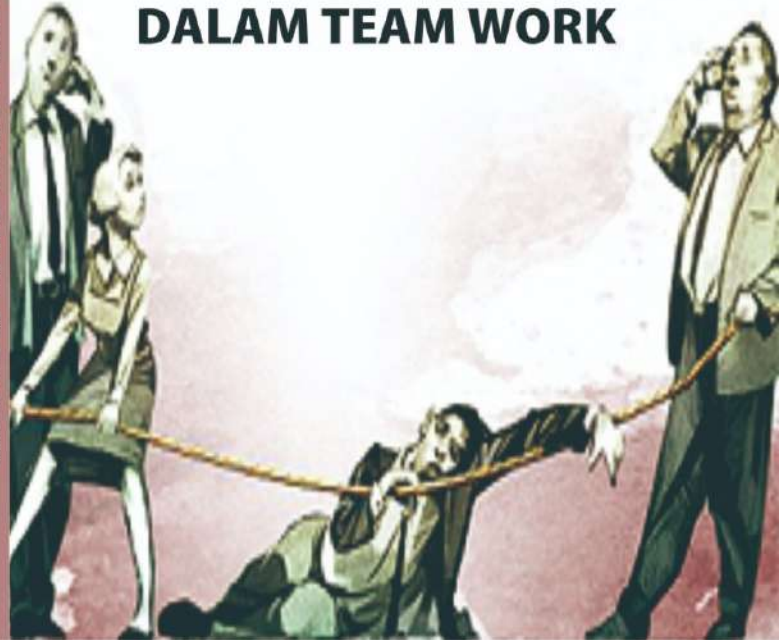
Herlina Fitriana
Novia Suhastini

SOCIAL LOAFING DALAM TEAM WORK

Herlina Fitriana
Novia Suhastini

SOCIAL LOAFING

DALAM TEAM WORK



SOCIAL LOAFING DALAM TEAM WORK

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, sebagaimana yang telah diatur dan diubah dari Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002, bahwa:

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf l untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (Satu) tahun dan/atau pidana paling banyak Rp 100.000.000,. (seratus juta rupiah)
- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana paling banyak Rp 500.000.000,. (lima ratus juta rupiah)
- (3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana ana penjara paling banyak Rp 1.000.000.000,. (satu miliar rupiah)
- (4) Setiap oarang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud padaayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan /atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,. (empat miliar)

Herlina Fitriana, M.Si

Novia Suhastini, M.Si

SOCIAL LOAFING DALAM TEAM WORK

Social loafing dalam Team Work

© Sanabil 2022

Penulis: Herlina Fitriana, M.Si & Novia Suhastini, M.Si

Editor : Maliki, M.Pd.I

Layout: Emailist Creative

Desain Cover : Ahmad Khatibul Umam

All rights reserved

Hak Cipta dilindungi Undang Undang

Dilarang memperbanyak dan menyebarkan sebagian atau keseluruhan isi buku dengan media cetak, digital atau elektronik untuk tujuan komersil tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

ISBN : 978-623-317-340-7

15x23 cm

Viii, 144 hlm

Cetakan 1 : Desember 2022

Penerbit:

Sanabil

Jl. Kerajinan 1 Blok C/13 Mataram

Telp. 0370- 7505946, Mobile: 081-805311362

Email: sanabilpublishing@gmail.com

www.sanabilpublishing.com

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT penulis haturkan keharibaan sang maha pencipta, yang memberikan nikmat yang luar biasa sehingga buku dari hasil penelitian ini terselesaikan. Shalawat teriring salam penulis haturkan keharibaan baginda Rasulullah SAW beserta keluarga dan para sahabat beliau, sebagai suri tauladan yang paling sempurna yang telah mengajarkan kesabaran dan ketekunan dalam sebuah usaha untuk mencapai hasil yang baik.

Buku ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan, dorongan, perhatian dan do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada rekan diskusi, keluarga, dan teman sejawat

Semoga Allah senantiasa membalas semua kebaikan kalian yang selama ini telah membantu segala proses pembuatan buku ini. Akhir kata, semoga dengan adanya buku ini bisa memberikan manfaat untuk khazanah pengetahuan khususnya di bidang pengetahuan Psikologi dan Ilmu Sosial.

Mataram, 10 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Kasus Social Loafing Dalam Team Work	1
B. Kerangka Berpikir.....	5
C. Definisi Social Loafing.....	11
D. Definisi Team work.....	14
BAB II PREDIKTOR SOCIAL LOAFING DALAM TEAM WORK.....	19
A. Big Five Personality.....	21
B. Motivasi Berprestasi	33
C. Kohesivitas Kelompok	41
BAB III PERAN GENDER DALAM TEAM WORK.....	45
BAB IV PENGARUH PREDIKTOR BERDASARKAN RISET DAN PENGUKURAN.....	49
A. Pengaruh Keseluruhan Devenden Variabel (DV) terhadap Independen Variabel (IV).....	55
B. Pengaruh Big Five Personality terhadap Social Loafing.....	61
C. Pengaruh Motivasi Berprestasi Terhadap Social Loafing.....	84
D. Pengaruh kohesi kelompok pada Social Loafing.....	101
E. Pengujian proporsi varians independent variable.....	115
BAB V PENUTUP	121
A. Diskusi	115
B. Kesimpulan	133
C. Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA	130
BIOGRAFI PENULIS	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	1
Gambar 1.2	12
Gambar 1.3	13
Gambar 1.4	19
Gambar 2.1	24
Gambar 2.2	33
Gambar 2.3	34
Gambar 2.4	37
Gambar 2.5	45
Gambar 2.6	47
Gambar 3.1	51
Gambar 4.1	56
Gambar 4.2	57
Gambar 4.3	72
Gambar 4.4	75
Gambar 4.5	78
Gambar 4.6	81
Gambar 4.7	84
Gambar 4.8	99
Gambar 4.9	102
Gambar 4.10	106
Gambar 4.11	115
Gambar 4.12	117
Gambar 4.13	119
Gambar 4.14	121

DAFTAR TABEL

Tabel.2.2	28
Tabel 4.1	63
Tabel 4.2	65
Tabel 4.3	67
Tabel 4.4	70
Tabel 4.5	74
Tabel 4.6	76
Tabel 4.7	80
Tabel 4.8	83
Tabel 4.9	86
Tabel 4.10	88
Tabel 4.11	91
Tabel 4.12	97
Tabel 4.13	101
Tabel 4.14	104
Tabel 4.15	107
Tabel 4.16	108
Tabel 4.17	110
Tabel 4.18	113
Tabel 4.19	116
Tabel 4.20	118
Tabel 4.21	120
Tabel 4.22	122
Tabel 4.23	123
Tabel 4.24	126
Tabel 4.25	129

BAB I PENDAHULUAN

A. Kasus *Social Loafing* Dalam *Team Work*

Sebagian orang mungkin masih sangat asing dengan istilah *social loafing*, namun hal tersebut belum akan kami bahas dalam sub bab ini. Untuk memudahkan pembaca dalam memahami apa itu *social loafing*, maka kami akan membahasnya dalam sebuah kasus yang dimana ini biasanya terjadi pada sebuah kelompok kerja baik pekerjaan tugas kuliah/sekolah maupun pekerjaan kantor, baik itu kelompok kecil (*small group*) ataupun kelompok besar (*big group*).



Gambar 1.1 Perkumpulan individu membentuk kelompok diskusi

Kasus ini kami ambil dari masalah sederhana yang dialami oleh mahasiswa. Mahasiswa merupakan peserta didik yang mengemban ilmu dalam suatu Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta. Perguruan Tinggi (PT) merupakan suatu tahap transisi menuju dunia kerja. Ketika memasuki dunia kerja, mahasiswa diharapkan dapat menyesuaikan dengan lingkungan pekerjaan serta lingkungan sosial sehingga dalam beberapa situasi mahasiswa harus dapat bekerjasama dengan oranglain. Penugasan kelompok dapat melatih seseorang untuk dapat bekerjasama dalam tim. Tidak dapat bekerja sama dengan baik atau terus-menerus mengandalkan orang lain dalam pekerjaan tugas kelompok tentunya akan membuat mahasiswa menjadi sangat tergantung dengan orang lain sehingga meningkatkan kecemasan ketika tidak dapat mengatasi penugasan dalam kelompok, tidak mampu berpikir secara kritis, tidak mampu memecahkan masalah (*problem solving*), merasa tidak percaya diri, tidak mampu bertanggungjawab atas pekerjaannya dan kemampuan bersosialisasi tidak berkembang dengan baik.

Adanya tugas kuliah secara kelompok tentunya memiliki beberapa keuntungan baik secara psikologis maupun secara akademis. Keuntungan berkerjasama dalam pembelajaran atau *collaborative learning* dalam hal psikologis dapat meningkatkan harga diri secara akademik, meningkatkan motivasi, meningkatkan kepuasan seseorang, mengurangi kecemasan dikalangan seseorang, mengembangkan kepercayaan diri dan sikap yang positif terhadap pendidikan, serta meningkatkan tanggung jawab sosial (Hytti, Stenholm, Heinonen, Leino, 2010).

Sedangkan keuntungan secara akademisnya adalah meningkatkan berpikir kritis dan pemecahan masalah, meningkatkan pembelajaran kognitif dan retensi, meningkatkan belajar mahasiswa, meningkatkan prestasi mahasiswa, meningkatkan kehadiran mahasiswa, meningkatkan keterlibatan mahasiswa dengan konten akademik, meningkatkan kemampuan

untuk mengenali kesalahan karena ketika seseorang hanya bekerja dengan dirinya sendiri, ia tidak akan menyadari letak kesalahannya (Steinbrink & Jones 1993).

Adanya tugas kuliah secara kelompok disini juga bertujuan untuk meringankan tugas yang mungkin cukup berat apabila dikerjakan secara individu, dan akan terasa lebih ringan jika dikerjakan bersama-sama. Beban-beban tugas dapat didistribusikan kepada tiap-tiap individu pada anggota kelompok, sehingga dapat meringankan dan mempercepat pekerjaan. Kenyataan yang terjadi, ada tugas kelompok yang tidak dapat berjalan dengan baik dan ada pula anggota dalam kelompok yang tidak dapat menjalankan perannya. Di sisi lain, mengerjakan tugas kuliah secara kelompok dapat menjadi sangat tidak efektif ketika tidak semua individu mau berkontribusi secara penuh dan bekerjasama dengan anggota kelompok lainnya. Usaha serta motivasi individu ketika berada dalam kelompok cenderung akan berkurang karena saling mengandalkan satu sama lain. Fenomena inilah yang disebut dengan istilah *social loafing*.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah kami lakukan pada 10 orang mahasiswa psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 7 di antaranya menyatakan pernah melakukan tindakan *social loafing* dan hampir semua mengatakan lebih nyaman mengerjakan tugas secara individu dibandingkan dengan tugas kelompok. Beberapa alasan yang dikemukakan antara lain karena adanya dominasi orang lain, selain itu dengan bekerja secara individu, seseorang tidak terbebani dengan tanggung jawab kelompok dimana baik atau buruknya kontribusi mereka dalam kelompok tidak akan mempengaruhi hasil akhir dalam penilaian kelompok, dengan kata lain mereka tidak mau mengambil resiko dalam pekerjaan kelompok.

Seseorang yang takut mengambil resiko dalam tugas kelompok berarti tidak mampu mengontrol fungsi diri mereka dalam lingkungannya. Seseorang yang lebih suka bekerja secara individu cenderung memiliki *self efficacy* yang rendah. Menurut

Bandura (dalam Feist & Feist, 2012) *self efficacy* merupakan keyakinan seseorang dalam kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk kontrol terhadap fungsi diri dan kejadian dalam lingkungan. Cheria & Jacob (2013) menyatakan bahwa *self-efficacy* menentukan kinerja individu terkait dengan performa dan motivasi. Namun pengaruh dari *self-efficacy* terhadap kinerja dilemahkan dengan adanya perbedaan individu atau kepribadian (Judge & Jackson, 2007).

Selain adanya perbedaan individu, situasi sosial dan jenis tugas juga mempengaruhi seseorang untuk menentukan sikap dalam kinerja kelompok. Dalam tugas-tugas sulit individu lebih memilih untuk bekerja secara kelompok dibandingkan individu. Williams & Jackson (1985) dalam penelitian eksperimennya menemukan bahwa pada tugas-tugas sulit, bekerja secara kelompok akan menghasilkan peningkatan kinerja. Peserta cenderung tampil lebih baik secara individual pada tugas-tugas sederhana, tapi lebih baik secara kolektif pada tugas-tugas yang sulit.

Terkadang tujuan dan hasil yang maksimum sangat memaksa tim untuk mengusahakan kinerjanya secara intensif (Myers, 2010). Seseorang yang berada dalam kelompok akan mengurangi perilaku *social loafing* ketika tugas yang diberikan menantang, menarik, serta membuatnya merasa terlibat. Pada tugas yang menantang, seseorang dapat merasakan bahwa usaha mereka dalam kelompok adalah hal yang penting dan dihargai (Shepperd & Taylor, 1999). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seseorang tentunya akan mengeluarkan upaya yang lebih banyak dalam kelompok ketika mereka merasa bahwa keterlibatan mereka adalah sesuatu yang penting, tugas yang menantang dan adanya penghargaan yang signifikan.

Pada tugas kolektif pencapaian kelompok tergantung pada jumlah usaha yang dikeluarkan oleh masing-masing individu yang berada dalam kelompok (Myers, 2010). Hal yang cukup menarik disini adalah mereka yang berada dalam sebuah kelompok tidak

memandang diri mereka sebagai orang yang malas atau orang yang hanya mengeluarkan sedikit usaha dalam kontribusi kelompok. Mereka memandang diri mereka mengeluarkan usaha dan kekuatan yang sama dalam dua situasi (yaitu situasi ketika mereka bekerja dengan dirinya sendiri dan situasi ketika mereka bekerja secara kelompok). Kejadian paralel ini terjadi ketika para seseorang bekerja pada proyek kelompok untuk mendapatkan nilai bersama. Semua orang setuju bahwa *social loafing* terjadi dalam kelompok, namun tidak seorang pun mengakui bahwa mereka melakukan perilaku ini (Myers, 2010).

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ferree & Piezon (2008) mengenai tindakan *social loafing* menyatakan bahwa dari 227 mahasiswa, 3,7% melaporkan diri bahwa mereka mengalami *social loafing* dalam kelompok. 2,1% dari NWC (Akademi Angkatan Laut) menyatakan bahwa mereka pernah melakukan *social loafing* dan 8,3% secara umum melaporkan diri melakukan *social loafing*. Laporan diri dari *social loafing* menunjukkan bahwa individu-individu mengaku secara pribadi terlibat dalam *social-loafing* (*social loafing*) selama kegiatan kelompok mereka. Dari 227 peserta, 35,7% mengindikasikan persepsi anggota kelompok lainnya terlibat dalam *social loafing*. 77,4% seseorang perguruan tinggi negeri melaporkan persepsi kemalasan anggota kelompok lainnya, sementara hanya 8% dari mahasiswa NWC melaporkan persepsi kemalasan orang lain.

B. Kerangka Berpikir

Adanya tugas kelompok bertujuan untuk meringankan tugas individu karena beban tugas bisa dibagi-bagi pada tiap anggota kelompok sehingga tidak memberatkan tiap individu. Pada kenyataannya tidak semua anggota kelompok berkontribusi secara totalitas dalam tugas kelompok.

Berdasarkan fenomena (hasil observasi dan wawancara) peristiwa *social loafing* kerap terjadi dikalangan mahasiswa. Hasil

preliminary study yang telah peneliti lakukan pada 10 orang mahasiswa (3 orang mahasiswa magister psikologi, dan 7 orang mahasiswa S1 psikologi) 8 di antaranya menyatakan pernah melakukan *social loafing*. Hal ini terungkap dari hasil wawancara yang menyatakan bahwa mereka pernah mengurangi kontribusi mereka ketika bekerja secara kelompok dan pernah mengandalkan orang lain yang dianggap lebih berkompoten untuk mengerjakan tugas kelompok.

Penyebab dari *social loafing* sendiri bermacam-macam. Adapun beberapa penyebab *social loafing* berdasarkan kajian literatur, *social loafing* cenderung terjadi apabila kinerja dalam kelompok tidak dievaluasi (Harkins & Szymanski, 1989), Adanya ketidak lekatan antar anggota kelompok atau *noncohesiveness* (Mudrack, 1989), Ketidajelasan dalam pembagian tugas (George, 1992), Perbedaan jenis kelamin (Kugihara, 1999) dan besarnya jumlah anggota dalam satu kelompok (Hargreaves, Linley, & North, 2000).

Selain hal-hal di atas, sebuah sumber menyatakan bahwa salah satu faktor prediktif utama dalam *social loafing* adalah mempertimbangkan karakteristik individu (Ziapour dkk, 2014) dalam hal ini berkaitan dengan kepribadian seseorang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *big five personality* sebagai independent variabel karena dianggap paling sesuai dalam mengukur kepribadian secara komperhensif. Beberapa penelitian yang terkait dengan *big five personality* telah peneliti rangkum sebagai bahan diskusi dalam kerangka berpikir ini.

Dalam penelitian yang berjudul “*Investigating the Role of the Big Five on the Social Loafing of Information Technology Workers*” oleh Ulke & Bilgic dilakukan pada tahun 2011 yang dilakukan di Turki, menggunakan kelima dimensi *big five* yaitu *Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, dan Neuroticism* namun hanya dua dimensi saja yang memiliki hubungan yang signifikan, yaitu dimensi *extraversion* dan *neuroticism*. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan pada tahun 2014 oleh Ziapour dkk yang dilakukan di

Iran dengan judul penelitian “*Association between Personality Traits and Social Laziness*” menyatakan hanya 4 dari 5 dimensi *big five* yang berkorelasi signifikan. Dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa hanya *Agreeableness* yang berkorelasi tidak signifikan.

Penelitian lain oleh Klehe & Anderson yang dilakukan di Amsterdam pada tahun 2007 serta penelitian yang dilakukan oleh Schippers pada tahun 2014 yang dilakukan di Rotterdam Belanda, tidak menggunakan semua dimensi dalam *big five* namun hanya mengambil dimensi-dimensi tertentu saja. Pada penelitian Klehe & Anderson (2007) dengan judul “*The Moderating Influence of Personality and Culture on Social Loafing in Typical versus Maximum Performance Situations*” mengambil 3 dari 5 dimensi yaitu *Openness*, *Conscientiousness*, *Agreeableness*. Tidak satupun dari 3 dimensi tersebut yang menunjukkan hasil yang signifikan dengan situasi *social loafing* baik pada budaya individualisme maupun kolektivisme. Sedangkan penelitian oleh Schippers (2014) hanya menggunakan 2 dari 5 dimensi yaitu *agreeableness* dan *conscientiousness*. Kedua dimensi ini juga dipakai dalam penelitian Klehe & Anderson, dan hasil dalam penelitian ini berbanding terbalik. Kedua dimensi ini justru memiliki hubungan yang signifikan. Dengan adanya perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian serupa dengan menggunakan kelima dimensi dari kepribadian *big five* yang dikaitkan dengan perilaku *social loafing* yang akan dilakukan pada mahasiswa psikologi di Indonesia. Tentunya budaya masyarakat Turki, Iran, dan Rotterdam Belanda sangat berbeda dengan budaya Indonesia yang merupakan negara yang kolektif.

Motivasi berprestasi juga cukup penting untuk diteliti. Ketika seseorang tidak memiliki motivasi untuk berprestasi maka mereka akan cenderung untuk melakukan *social loafing*. Seseorang yang tidak memiliki motivasi tentunya enggan untuk melakukan sesuatu seperti mengerjakan tugas kelompok. Stipek dalam Wigfield & Eccles (2001) menyatakan bahwa motivasi berprestasi merujuk

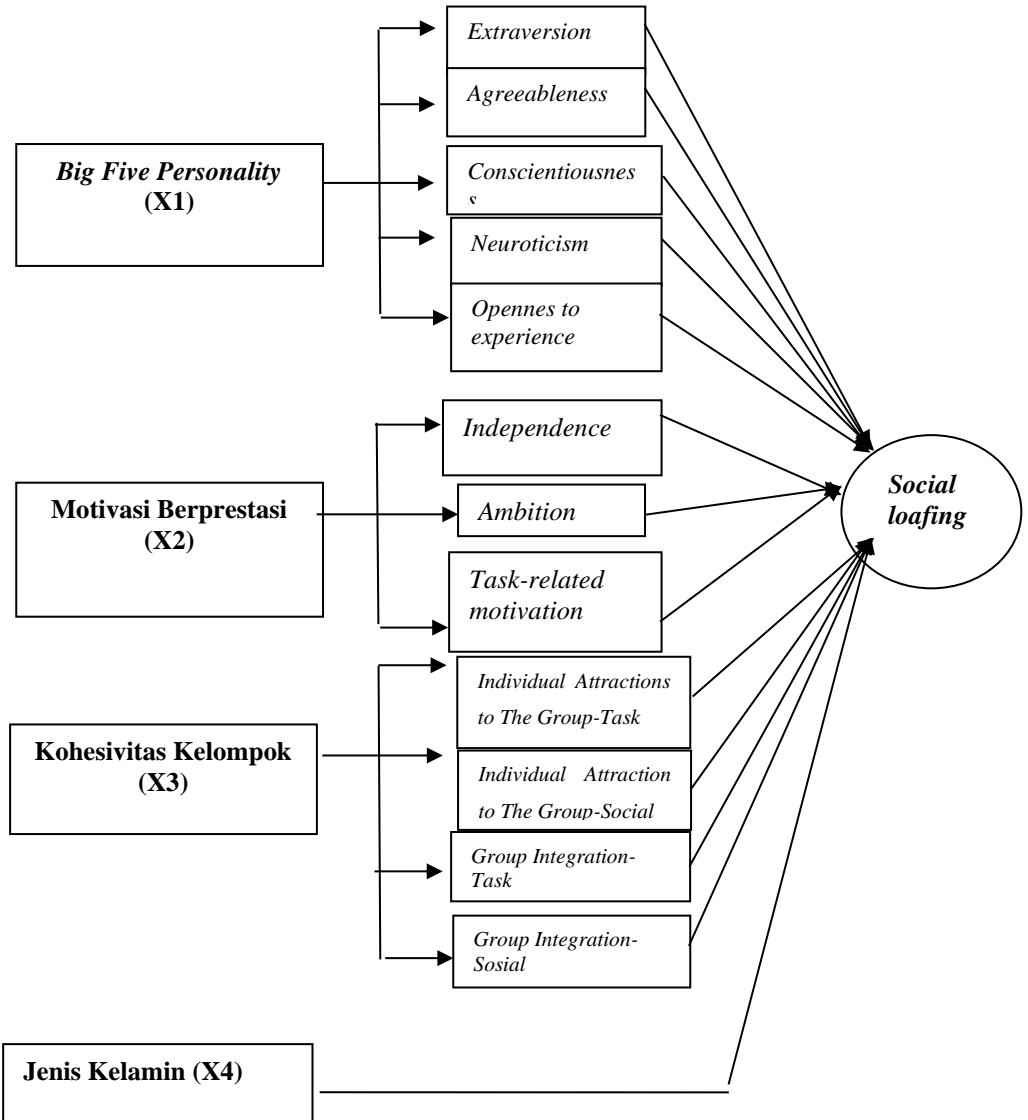
pada kepercayaan siswa dalam kemampuan mereka mengatasi masalah sulit dan mengambil kendali atas pembelajaran mereka sendiri, kesediaan untuk mengambil resiko dan pendekatan tugas menantang, kenikmatan dalam melakukan aktivitas pembelajaran. Hasil penelitian yang telah dilakukan di Indonesia terkait pengaruh motivasi berprestasi terhadap *social loafing* juga mendukung hipotesis dalam penelitian ini, dimana motivasi berprestasi ditemukan berhubungan signifikan negatif dengan *social loafing*. Artinya semakin tinggi tingkat motivasi berprestasi seseorang maka perilaku *social loafing*-nya semakin rendah.

Adapun variabel lain dalam penelitian ini diambil dari faktor-faktor penyebab terjadinya *social loafing* yaitu tidak adanya kelekatan anggota kelompok atau *noncohesiveness*. Dalam beberapa jurnal dikatakan bahwa variabel ini cukup kuat dalam mempengaruhi perilaku *social loafing*. Adapun penelitian-penelitian yang terkait dengan kohesivitas kelompok adalah pertama penelitian yang dilakukan oleh Karau dan Hart (1989) yang berjudul “*Group Cohesiveness and Social Loafing: Effects of a Social Interaction Manipulation on Individual Motivation Within Groups*”. Kemudian Karau & Williams melanjutkan pada tahun 1997 dengan judul penelitian “*The Effects of Group Cohesiveness on Social Loafing and Social Compensation*”, penelitian selanjutnya oleh Hoigaard, Safvenbom, & Tonnessen (2014) yang berjudul *The Relationship Between Group Cohesion, Group Norms, and Perceived Social Loafing in Soccer Teams*. Dan yang terakhir penelitian yang dilakukan oleh Lam (2015) dengan judul penelitian “*The Role of Communication and Cohesion in Reducing Social Loafing in Group Projects. Business and Professional Communication Quarterly*” dari semua penelitian dinyatakan bahwa *group cohesiveness* memiliki hubungan yang signifikan dengan *social loafing*.

Selain hal di atas dalam beberapa studi literatur, jenis kelamin memiliki peran yang cukup penting dalam kaitannya dengan *social loafing*. Pada tahun 1983, Keer menemukan bahwa peserta penelitian laki-laki lebih cenderung melakukan *social loafing* dari

pada perempuan. Khasima (1995) menyatakan bahwa jenis kelamin dan budaya tidak banyak tumpang tindih dalam mempengaruhi *social loafing*. Kugihara (1999) dalam penelitiannya menyatakan bahwa laki-laki memiliki potensi yang lebih besar untuk melakukan *social loafing* dibandingkan perempuan. Secara singkatnya kerangka berpikir dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 1.2 Kerangka pemikiran penelitian



C. Definisi *Social Loafing*

Social loafing ini pertama kali ditemukan oleh Maximilian Ringelmann pada tahun 1927. Pada awalnya Maximilian Ringelmann melakukan penelitian kepada sekelompok orang yang menarik sebuah tali tambang.



Gambar 1.3. Kerjasama tim saat lomba tarik tambang.

Ketika jumlah orang yang menarik tali semakin banyak maka kekuatan yang dihasilkan juga semakin besar. Namun usaha yang dikeluarkan oleh masing-masing orang dalam kelompok tersebut akan berkurang. Penelitian Ringelmann tersebut memberikan gambaran kepada kita bahwa ukuran dari sebuah kelompok mungkin akan berpengaruh pada performa kinerja individu. Berangkat dari penelitian yang dilakukan oleh Maximilian Ringelmann, Latane dkk (1979) untuk pertamakalinya memperkenalkan istilah *social loafing*. Latane dkk mendefinisikan *social loafing* sebagai turunya usaha individu ketika bekerja secara kelompok dibandingkan dengan ketika mereka bekerja secara individu atau seorang diri (Latane, Williams, & Harkins, 1979 ; Petty, Harkins, Williams, & Latane, 1977 ; Atoum & Farah 1993 ;

Gagne & Miron, 1999 ; Adrian North, Linley, & Hargreaves, 2000 ; Klehe & Anderson, 2007).

Tidak jauh berbeda dengan definisi di atas, menurut Chidambaram & Tung (2005) *social loafing* mengacu pada perilaku individu yang cenderung mengerahkan usaha lebih sedikit ketika bekerja dengan orang lain daripada ketika bekerja sendiri. Taylor, Peplau, Sears (2006) dalam bukunya yang berjudul *Social Psychology* juga menjelaskan *social loafing* sebagai keadaan dimana individu bekerja kurang keras sebagai anggota kelompok ketimbang bekerja sendiri karena individu mungkin akan merasa kurang diakui ketika berada dalam kelompok yang menyebabkan disfungsi tanggungjawab dan melemahkan upaya individu. Adapun istilah lain yang digunakan untuk *social loafing* adalah *Social laziness* (social-loafing), *sloth* (kemalasan), *losebry* (kehilangan semangat / motivasi), *inaction* (ketidaksiatan/kelambanan), *negligence* (kelalaian, kesembronoan) (Ziapour, Zokaei, Javid, Javid, Pour, 2014).

Berdasarkan beberapa kajian literatur yang telah dilakukan, hampir semua penelitian mengacu pada penelitian pertama yang dilakukan oleh Latane, Williams, & Harkins (1979) dalam mendefinisikan *social loafing*. Kesimpulannya *Social loafing* merupakan keadaan dimana individu cenderung untuk mengurangi usahanya ketika bekerja dengan orang lain daripada ketika bekerja sendiri dalam bahasa Indonesia disebut dengan istilah social-loafing. Singkatnya *social-loafing* ini seseorang seolah ingin terlepas dari tanggung jawabnya ketika berada dalam sebuah kelompok yang mengahruskannya untuk melakukan kerja sama dalam tim.

Dimensi *Social Loafing*

Menurut Latane (dalam Chidambaram & Tung, 2005) melalui artikulasi tentang teori dampak sosial (*social impact*) memberikan penjelasan teoritis pada fenomena berkurangnya usaha individu dalam pengaturan kelompok tertentu. Teorinya melihat individu sebagai sumber dan target dari dampak sosial.

Teori dampak sosial dari Latane ini mengusulkan bahwa semakin besar jumlah sumber dan target maka masukan individu untuk tugas-tugas kelompok semakin rendah. Selanjutnya teori diuraikan bahwa lebih cepat dan lebih akurat sumber akan semakin besar dampak pada target dan karenanya semakin besar partisipasi mereka dalam tugas-tugas kelompok. Begitu juga sebaliknya, semakin lemah sumber akan semakin kurang dampak pada sasaran dan karenanya lebih rendah partisipasi mereka dalam tugas-tugas kelompok.

Pembahasan secara sederhananya, teori dampak sosial memberikan kita gambaran mengenai bagaimana seorang individu akan mengurangi usahanya dalam sebuah kerja tim. Ketika jumlah anggota dalam tim semakin besar maka usaha yang diberikan masing-masing individu yang berada dalam tim tersebut akan semakin sedikit. Namun kekuatan dalam tim akan terlihat ketika masing-masing orang yang berada dalam tim mengeluarkan potensi maksimal yang mereka miliki hal ini nantinya akan berbanding lurus dengan tingkat keberhasilan dalam tim. Teori dampak sosial memberikan/menyediakan 2 dimensi atau penjelasan teoritis yang penting untuk pemahaman kita tentang *social loafing* yaitu:

a. *Dilution Effect*

Sesuai dengan penjelasan Kidwell's dan Bennet's (dalam Chidambaram & Tung , 2005) mengatakan bahwa kekuatan motivasi mendukung *social loafing*. Berdasarkan teori dampak social, individu yang bekerja dalam kelompok dapat berkurang motivasinya dan usahanya ketika bekerja dalam kelompok. Dengan kata lain individu kurang termotivasi karena merasa bahwa kontribusi mereka tidak berarti atau menyadari bahwa penghargaan yang diberikan kepada mereka tidak ada. Argumen ini menunjukkan bahwa dampak sosial seorang individu dapat terjadi dalam kelompok besar hal ini karena

adanya “*dilution effect*” yang dirasakan individu. Efek ini memanifestasikan dirinya dalam berbagai cara disfungsi termasuk membebaskan diri, tersesat di tengah orang banyak, dan melalaikan kerja kelompok yang semuanya meningkat dengan ukuran kelompok dan fungsi sebagai gejala *social loafing*.

b. *Immediacy gap*

Individu merasa asing ketika berada didalam kelompok. Konsisten dengan Kidwell’s dan Bennet’s (dalam Chidambaram & Tung, 2005) artikulasi faktor situasional mendasari terjadinya *social loafing* yang berkaitan dengan kedekatan sumber dan target dari dampak sosial serta didasarkan pada kondisi lingkungan dalam interaksi anggota kelompok. Sebagai anggota kelompok (baik sebagai sumber maupun target dari dampak sosial) menjadi lebih terisolasi (karena kurang dekat) kontribusi dan partisipasi mereka dalam kegiatan kelompok menjadi menurun. Hal ini menandakan semakin jauh anggota kelompok dari anggotanya, maka ia akan semakin jauh dengan pekerjaan yang dibebankan kepadanya.

D. Definisi *Team work*

Kelompok merupakan sekumpulan individu-individu yang saling mengadakan interaksi dan saling mempengaruhi satu sama lain (Chaplin, 2009). Dalam pengertian ini Chaplin tidak membatasi jumlah dalam suatu kelompok, artinya kelompok bisa dikatakan lebih dari satu orang, bisa dua orang, tiga orang atau lebih. Tentunya dalam kelompok haruslah ada sebuah interaksi dan memiliki tujuan yang sama. Ketika ada sekumpulan orang sedang berkumpul bersama namun mereka tidak ada interaksi dan hanya duduk tanpa saling mengenal satu sama lain tentunya tidak dapat disebut sebuah kelompok meskipun mereka lebih dari satu orang dan terlihat berkumpul bersama.

Berdasarkan jumlahnya kelompok dibagi menjadi dua, ada kelompok kecil dan kelompok besar. Beberapa penelitian sebelumnya memiliki beberapa pendapat yang berbeda dalam menentukan jumlah kelompok besar dan kelompok kecil. Menurut Shaw (1979) menyatakan bahwa kelompok kecil setidaknya memiliki jumlah anggota sebanyak 20 orang atau kurang, sedangkan kelompok besar adalah kelompok yang beranggotakan 30 atau lebih. Namun jumlah inipun masih menjadi sebuah perdebatan karna tidak ada yang tau pasti berapa jumlah kelompok yang dikatakan kecil atau besar. Sebagian justru berpendapat kelompok kecil berjumlah 5 orang atau kurang dari itu, dan kelompok besar lebih dari 10 orang.

Kelompok sendiri memiliki struktur artinya dalam kelompok tersebut terdapat peran, norma dan hubungan antar kelompok. Peran disini tentunya berhubungan dengan fungsi individu di dalam sebuah kelompok, sedangkan norma merupakan aturan-aturan yang berlaku dalam kelompok tersebut (Walgito, 2003). Tujuan seseorang dalam membentuk sebuah kelompok tentunya berbeda-beda. Masing-masing kelompok memiliki tujuannya sendiri dan target mereka adalah untuk mencapai tujuan tersebut.

Untuk mencapai tujuan kelompok erat kaitannya dengan kerja kelompok atau *team work*. *Team work* merupakan kemampuan individu dalam melakukan kerja sama dalam mencapai tujuan kelompok. Kemampuan disini tentunya melalui tugas-tugas yang diberikan dalam kelompok. Penugasan kelompok yakni suatu cara untuk menciptakan kerjasama dalam tim.



Gambar 1.4 *Team work* adalah kerja sama yang dilakukan oleh tim dalam kelompok untuk mencapai tujuan bersama

Tugas kelompok atau kerja tim memang bagi sebagian orang merupakan hal yang tidak harus di seriusi karena masing-masing orang tentunya memiliki cara kerja yang mereka anggap lebih nyaman. Mereka yang memiliki kepribadian introvert memang cenderung untuk memilih menyelesaikan pekerjaan atau tugas secara individu karena hal itulah yang membuat mereka merasa lebih nyaman. Pun sebaliknya mereka yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert lebih senang ketika melakukan tugas secara berkelompok, meskipun hal ini tentunya tidak mutlak karena bekerja baik secara individu maupun kelompok tergantung dari kenyamanan setiap individu.

Jika masing-masing orang memiliki cara kerjanya sendiri lalu bagaimana dengan orang yang tidak mampu bekerja sama dalam tim?, hal ini tentunya akan sangat mengganggu, baik dari sisi individu maupun sisi kelompok. Ketika seorang individu tidak mampu bekerja dalam tim, sebenarnya ia sudah menarik diri dari keterlibatannya secara social, karena manusia sejatinya adalah makhluk social dan tidak terlepas dari aktivitas-aktivitas social termasuk kerja tim.

Kondisi saat seseorang tidak dapat bekerja sama dengan orang lain dan terus-menerus meminta bantuan untuk menyelesaikan tugas kelompoknya membuat seseorang sangat bergantung terhadap individu lain, hal ini dapat meningkatkan rasa cemas, tidak mampu berpikir secara kritis, tidak mampu memecahkan masalah (*problem solving*), tidak mampu bertanggungjawab atas pekerjaannya dan kemampuan bersosialisasi tidak berkembang dengan baik.

Kesimpulannya seseorang yang tidak dapat bekerja dengan baik dalam sebuah kelompok dan seringkali meninggalkan tugas-tugas kelompoknya tentu akan mendapatkan kesulitan dalam banyak hal dalam situasi sosialnya. Karena kerja kelompok disini juga erat kaitannya dengan bagaimana serorang individu dapat bersosialisasi dengan baik di lingkungannya.

BAB II

PREDIKTOR *SOCIAL LOAFING* DALAM *TEAM WORK*.

Social Loafing muncul pada diri seseorang disebabkan oleh beberapa faktor atau prediktor. Beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya *social-loafing* antara lain disebabkan oleh faktor kepribadian (Ziapour dkk, 2014). Menurut Harkins & Szymanski (1989), Saat kinerja evaluasi dalam kelompok tidak dilaksanakan, baik evaluasi dari pemberi tugas (guru/dosen/atasan tempat bekerja), maupun evaluasi dalam kelompok maka hal ini dapat menimbulkan terjadinya *social-loafing*. Selain itu penyebab terjadinya *social-loafing* menurut Mudrack (1989) disebabkan karena renggangnya anggota kelompok atau *noncohesiveness*, pembagina tugas yang tidak jelas (George, 1992), gender; dimana laki-laki lebih memiliki kecenderungan mengalami *social-loafing* (Kugihara, 1999), jumlah anggota pada suatu kelompok juga dapat menyebabkan terjadinya *social-loafing* (North, Hargreaves, Linley, &, 2000).

Berdasarkan beberapa kajian literatur dari riset terdahulu, *social loafing* tidak dikaitkan dengan adanya gangguan kognitif dan emosional umum (artinya *social loafing* tidak ada hubungannya dengan tingkat IQ seseorang). Keinginan untuk tidak merespon sebuah tugas merupakan salah satu penyebab *social-loafing*, namun

hal tersebut tidak dianggap sebagai keterbelakangan (Peterson, Zaccaro, & Daly, 1986). Sehingga kita dapat simpulkan ketika seseorang tidak dapat menyelesaikan tugas tidak berarti orang tersebut memiliki inteligensi yang rendah atau bodoh, namun tidak dapat pula kita menyimpulkan bahwa mereka memiliki inteligensi yang tinggi karena ketidak inginan untuk merespon tugas itu semata-mata karena motivasi yang ada dalam diri individu dalam mengerjakan tugas.

Seorang individu yang tidak merespon sebuah tugas dapat disebabkan oleh karakter dari inividu tersebut. Sebagaimana yang telah disampaikan pada paragraf sebelumnya bahwa faktor penyebab terjadinya *social loafing* adalah faktor kepribadian seseorang. Menurut Ziapour dkk, (2014) kepribadian adalah ciri khas dari seseorang yang cenderung konsisten dan berperilaku secara berkelanjutan (Ziapour dkk, 2014).

Beberapa penelitian terkait hubungan antara motivasi berprestasi dengan *social loafing* telah dilakukan di Indonesia. Penelitian pertama dilakukan oleh Mukti (2013), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan negatif antara motivasi berprestasi dengan *social loafing*. Sampel penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta dari angkatan 2010 sampai 2013 yang diambil secara acak. Setiap angkatan diambil sampel sebanyak 30 mahasiswa. Penelitian lain yang dilakukan oleh Metiasie (2016) menyatakan hal yang sama, yaitu ada hubungan yang signifikan negatif antara motivasi berprestasi dengan *social loafing*. Sampel dalam penelitian merupakan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana. Penelitian dilakukan pada 96 mahasiswa pada universitas tersebut.

Selain adanya faktor internal (kepribadian dan motivasi berprestasi) dalam mempengaruhi *social loafing*, faktor eksternal juga menjadi pengaruh yang penting. Kohesivitas kelompok atau

kedekatan dengan tim dalam kelompok merupakan variabel penting dalam *social-loafing* menurut Mudrack (1989). Pada banyak temuan ilmiah kohesivitas kelompok selalu dikaitkan dengan kinerja tim. Sebagian besar penelitian tentang kohesivitas kelompok yang dihubungkan dengan kinerja kelompok hasilnya cenderung positif dengan kinerja kelompok dan berkorelasi negatif signifikan dengan *social-loafing*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sabin & Marcel (2014) menemukan bahwa tingginya kohesivitas dalam kelompok sangat membantu dalam meningkatkan kinerja kelompok. Penelitian lain oleh Hoigaarda, Toftelanda, & Ommundsenb (2006) menunjukkan hasil penelitian bahwa peserta dalam kelompok kohesif cenderung untuk melakukan kinerja yang lebih baik pada kondisi diidentifikasi dan non-diidentifikasi.

Berdasarkan kajian literatur dari penelitian-penelitian terdahulu, maka penulis merangkum secara garis besar 3 hal yang menjadi faktor penyebab *social-loafing* dalam *team work* yaitu :

A. *Big Five Personality*

1. Definisi *Big Five Personality*

Dalam pendapat umum, istilah *personality* (kepribadian) biasanya mengacu pada citra publik seseorang. Penggunaan umum ini mencerminkan asal kata kepribadian dimana *personae* (latine) memiliki makna penggunaan topeng oleh aktor drama Yunani kuno (Engler, 2009). Pervin, Cervone & John (2015) menyatakan kepribadian merupakan karakteristik yang menimbulkan perasaan, pemikiran, dan perilaku secara konsisten. Menurut Bandura dalam Feist & Feist (2012) kepribadian dibentuk oleh interaksi perilaku, faktor personal dan lingkungan seseorang.



Gambar 2.1 Berbagai macam gambaran kepribadian seseorang

Menurut Rotter (1982) mengasumsikan kepribadian atas 5 dasar. Assumsi yang pertama menyatakan Rotter percaya bahwa perilaku manusia berasal dari interaksi faktor lingkungan dan pribadi. Asumsi kedua teori Rotter adalah bahwa kepribadian manusia dipelajari. Dengan demikian, ini berarti bahwa kepribadian tidak diatur atau ditentukan pada setiap usia perkembangan tertentu; sebaliknya, hal itu dapat diubah atau dimodifikasi selama orang mampu belajar. Asumsi ketiga adalah bahwa kepribadian memiliki kesatuan dasar, yang berarti bahwa kepribadian orang memiliki stabilitas relatif. Orang belajar untuk mengevaluasi pengalaman baru atas dasar penguatan sebelumnya. Evaluasi relatif konsisten ini menyebabkan stabilitas yang lebih besar dan kesatuan kepribadian. Asumsi keempat adalah perilaku manusia terbentuk karena adanya tujuan. Dan asumsi yang kelima menurut Rotter seseorang mampu mengantisipasi peristiwa. Dengan kelima asumsi ini Rotter membangun sebuah teori kepribadian yang mencoba untuk memprediksi perilaku manusia (Feist & Feist, 2012)

Ada begitu banyak definisi dari kepribadian dan setiap definisi tidak bisa dikatakan paling benar dari definisi yang lain. Sebagaimana studi dalam bidang ilmiah manapun, kepribadian membutuhkan model subjek yang dipakai secara umum.

Kemudian para peneliti dapat mempelajari domain sifat tertentu, bukan menguji secara terpisah ribuan sifat tertentu yang membuat manusia sebagai individu dan unik. Para peneliti kepribadian menghadapi berbagai ragam pengukuran sifat yang membingungkan untuk dipilih. Dalam bahasa Inggris saja ada 5000 kata yang mendeskripsikan sifat kepribadian. Selama bertahun-tahun para peneliti sifat termasuk Eysenck, Cattell, dan yang lain, berdebat tentang jumlah dan karakteristik alamiah dimensi dasar sifat kepribadian. Hingga akhirnya muncullah model *big five personality* yang dibangun berdasarkan pendekatan yang lebih sederhana (Pervin, Cervone & John, 2015).

Big five adalah teori kontemporer yang menginspirasi sejumlah besar penelitian. Meskipun dimensi *big five* merupakan kesepakatan tingkat tinggi, namun ada beberapa pendapat atau sengketa mengenai sifat dari masing-masing 5 faktor kepribadian didalamnya. Adapun Cattell pengembang 16 analisis faktor kepribadian menilai angka 5 masih terlalu kecil untuk mengukur kepribadian. Sedangkan Lewis Thurstone, pengembang awal analisis faktor merupakan orang pertama yang mendukung sedikitnya lima mungkin cukup untuk menjelaskan semua kata sifat yang digunakan orang untuk menggambarkan satu sama lain. Dia menyimpulkan bahwa "deskripsi ilmiah kepribadian mungkin lebih sederhana dari yang diperkirakan sebelumnya" (Engler, 2009).

Dukungan untuk *five factors basic* muncul dari analisis faktor kuesioner dan peringkat kepribadian. Kegiatan ini menghasilkan Model Five-Factor (FFM). Kuesioner yang dikembangkan oleh Cattell dan Eysenck digunakan, tetapi sebagian besar penelitian di wilayah ini dilakukan oleh Paul Costa dan Robert McCrae, yang telah bekerja keras dalam mempublikasikan penerimaan model *five factors* untuk memahami struktur kepribadian. Adapun kelima faktor

tersebut adalah *Openness*, *Conscientiousness*, *Extraversion*, *Agreeableness*, dan *Neuroticism* (Engler, 2009).

2. Dimensi *Big Five Personality*

Seperti yang telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya, bahwa *big five personality* terdiri dari lima tipe atau faktor. Meskipun ada beberapa label yang berbeda telah digunakan untuk melabeli *big five* kita akan menggunakan istilah-istilah berikut ini (Pervin, Cervone & John, 2015) :

- 1) *Openness* (O), keterbukaan terhadap pengalaman mendeskripsikan keluasaan, kedalaman, dan kompleksitas mental individual dan kehidupan eksperiensial.
- 2) *Conscientiousness* (C), pada dasarnya mendeskripsikan perilaku berorientasi tugas serta tujuan, impuls yang dipersyaratkan secara sosial.
- 3) *Extraversion* (E), merangkum sifat yang interpersonal, maksudnya sifat-sifat tersebut menggambarkan apa yang dilakukan orang kepada orang lain dan dengan orang lain.
- 4) *Agreeableness* (A), Sama halnya dengan *extraversion* yaitu merangkum sifat yang interpersonal, mencoba memosisikan diri dengan keadaan orang lain sehingga tipe kepribadian ini dapat dikatakan lebih pengertian.
- 5) *Neuroticism* (N), Bertolak belakang dengan stabilitas emosional dalam hal yang lebih luas cakupan perasaan negatif, termasuk kecemasan, rasa sedih, rasa rapuh, dan ketegangan saraf.

Untuk mengilustrasikan faktor tersebut,

Tabel 2.1 Mendata sejumlah kata sifat yang mendeskripsikan nilai tinggi atau rendah seseorang untuk tiap factor.

Tabel 2.1 Mendata sejumlah kata sifat yang mendeskripsikan nilai tinggi atau rendah seseorang untuk tiap factor.

Karakteristik Nilai yang Lebih Tinggi	Skala Sifat	Karakteristik Nilai yang Lebih Rendah
Cemas, gugup, emosi-onal, tidak aman, tidak cakap, <i>hypochondriacal</i>	<i>Neuroticism</i> (N) Penilaian penyesuaian vs. Ketidakstabilan emosional. Mengidentifikasi individu yang rentan terhadap tekanan psikologis, ide yang tidak realistis, kecanduan atau dorongan yang berlebihan, dan respons <i>coping</i> yang maladaptif.	Tenang, rileks, tidak emosional, kukuh, aman, puas diri
Dapat bersosialisasi, aktif, senang bercakap-cakap, berorientasi pada orang lain, optimis, menyukai	<i>Extraversion</i> (E) Mengukur jumlah dan ketajaman hubungan antar-perseorangan; Tingkat kegiatan; keperluan akan stimulasi; dan kapasitas untuk menikmati.	Menahan diri, bijaksana, tidak gembira, menyendiri, berorientasi pada tugas, menarik diri, diam

keceriaan, lembut.		
Ingin tahu, minat yang luas, kreatif, orisinal, imajinatif, tidak tradisional.	<i>Openness (O)</i> Menilai pencarian proaktif dan penghargaan terhadap pengalaman untuk dirinya sendiri, toleransi dan eksplorasi terhadap yang tidak biasa	Konvensional, membumi, sedikit minat, tidak artistik, tidak analitis.
Lembut, ramah, dipercaya, membantu, memaafkan, mudah dibujuk, terang-trangan.	<i>Agreeableness (A)</i> Menilai kualitas orientasi interpersonal seseorang sepanjang kontinum dari perasaan terhadap antagonisme dalam pemikiran, perasaan, dan tindakan.	Klinis, kasar, curiga, tidak kooperatif, pendendam, bengis, pemarah, manipulative
Terorganisir, dapat diandalkan, pekerja keras, disiplin diri, tepat waktu, cermat, rapi,	<i>Conscientiousness (C)</i> Menilai tingkat organisasi, ketekunan, motivasi, memiliki perilaku yang berarah tujuan.	Tidak berjuang, tidak dapat diandalkan, malas, acuh, semberono,

ambisius, keras hati	Berlawanan dengan orang yang bergantung kepada orang lain dan cerewet dengan mereka yang malas dan pembangkang	lemah niat, hedonistis
Sumber : Costa & McCrae (dalam Pervin, Cervone & John, 2015).		

Costa & McCrae sependapat dengan Eysenck bahwa sifat dari kepribadian adalah bipolar dan mengikuti distribusi lonceng. Yaitu, kebanyakan orang akan memiliki skor yang berada dekat dengan titik ekstrem. *Neuroticism* (N) dan *Extraversion* (E) adalah dua sifat kepribadian yang paling kuat dan terjadi dimana-mana. Orang-orang yang memiliki skor *neuroticism* tinggi cenderung memiliki sikap cemas, pemarah, mengasihani diri, sangat sadar dengan dirinya, emosional dan gangguan lain yang berkaitan dengan gejala stress. Sebaliknya, seseorang dengan *neuroticism* rendah memiliki sikap tenang, tidak mudah marah, puas pada dirinya, dan tidak emosional (Feist & Feist, 2012).

Orang yang memiliki *extraversion* tinggi cenderung memiliki sikap penyayang, bahagia, vokal, mudah bergaul dan *friendly*. Sedangkan, seseorang dengan *extraversion* rendah akan susah bergaul, tidak banyak bicara, tidak mudah bergaul, tidak aktif, dan tidak dapat mengekspresikan emosi (Feist & Feist, 2012).

Openness to experience (O) membuat perbedaan tentang beberapa orang yang memutuskan berbeda dengan orang lain yang memiliki kebutuhan dan berahir dengan baik serta tidak terganggu dengan perkumpulannya dan orang yang dikenal. Orang-orang yang secara konsisten mencari pengalaman yang berbeda dan bervariasi akan memiliki skor yang tinggi pada keterbukaan terhadap pengalaman. Mayoritas dari mereka yang memiliki tingkat *Openness* (O) tinggi adalah inventif, kreatif, ingin tahu, terbuka, dan mencari keragaman. Sedangkan seseorang dengan *Openness to experience* rendah biasanya konvensional, rendah hati, konservatif, dan tidak terlalu penasaran terhadap sesuatu (Feist & Feist, 2012).

Skala *Agreeableness* (A) memberi perbedaan terkait seseorang yang memiliki hati yang lembut dan seseorang dengan hati yang kejam. Ketika seseorang memiliki sikap ramah, mereka akan dapat dipercaya, baik hati, tunduk, responsif, dan

berperilaku baik. Sementara itu, orang dengan skor sebaliknya memiliki pola pikir yang terus-menerus curiga, keras hati, kasar, dan terus-menerus mengkritik orang lain (Feist & Feist, 2012). (Feist & Feist, 2012).

Faktor kelima adalah *Conscientiousness* (C) yang menjelaskan seseorang yang sistematis, terkontrol, terorganisasi, memiliki keinginan yang besar, fokus pada tujuan, dan disiplin. Secara umum, seseorang dengan *conscientiousness* tinggi memiliki sikap suka bekerja, teliti, disiplin, dan dapat bersaing. Sebaliknya, seseorang dengan skor yang rendah memiliki sikap amburadul, tidak teliti, tidak rajin, tidak mempunyai tujuan dan bahkan akan cepat menyerah saat mendapatkan kesulitan dalam pekerjaannya. Semua dimensi tersebut membentuk sifat dari kepribadian pada model lima faktor yang lebih sering disebut dengan istilah “*big five*” (Feist & Feist, 2012).

3. Hubungan antara *Big Five Personality* dan *Social loafing* berdasarkan riset terdahulu.

1) *Neuroticism* (N)

Seseorang yang memiliki tipe kepribadian *neuroticism* yang tinggi cenderung lebih emosional dan tidak mungkin bisa bekerja dalam tim, hal ini terbukti dari hasil penelitian dimana *neuroticism* berkorelasi negatif signifikan dengan kinerja tim (Amir dkk, 2014). Dan berkorelasi positif signifikan dengan *social loafing* (Ulke dan Bilgic, 2011).



Gambar 2.2 Kondisi seorang individu yang sedang emosional

Artinya tipe kepribadian ini cenderung tidak mudah dalam melakukan kerja kelompok dimana emosi yang labil akan membuatnya kesulitan dalam melakukan interaksi kelompok dan mudah mendapatkan masalah dengan anggota kelompok lainnya.

2) *Extraversion* (E)

Orang yang memiliki sifat *extraversion* merupakan orang yang energik, hangat tegas dan sosial, mereka dapat dengan mudah menyampaikan ide-ide mereka kepada anggota tim.



Gambar 2.3 *extraversion* merupakan orang yang energik, hangat, tegas dan sosialis

Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Amir dkk (2014) *extraversion* justru tidak berkorelasi secara positif signifikan dengan kinerja tim, hal ini berarti orang dengan kepribadian *extraversion* lebih cenderung untuk melakukan tindakan *social loafing*. Tentunya hal ini terbukti pada penelitian yang dilakukan oleh Ulke dan Bilgic (2011), hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa tipe kepribadian *extraversion* memiliki hubungan yang positif signifikan dengan *social loafing*. Fokus pada interaksi sosial yang menyenangkan membuat orang dengan kepribadian ini mengalihkan perhatian mereka dari penyelesaian tugas (Miranda, Peeters, Hariie, Tuijl, Christel, Rutte, Isabelle, 2006 ; Mohammed & Angell, 2003) selanjutnya karena banyak berbicara dan ketegasan mereka, *extraversion* cenderung dominan, sebuah penelitian mengungkapkan bahwa tim yang terdiri dari banyaknya individu yang dominan akan lebih banyak terlibat dalam konflik masalah tim (Miranda dkk, 2006).

3) *Openness* (O)

Tim yang memiliki anggota dengan tipe kepribadian ini memiliki harapan untuk melakukan hal-hal dengan ide-ide baru untuk menemukan cara dalam pemecahan masalah dan dapat mudah beradaptasi dengan perubahan sehingga orang-orang yang memiliki sifat ini akan meminimalisir konflik dengan anggota tim (Amir dkk, 2014). Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Ziapour dkk (2014) menyatakan adanya hubungan yang negatif signifikan antara tipe kepribadian *openness to experience* dengan tindakan *social loafing* dan berkorelasi positif signifikan dengan kinerja tim (Rothmann & Coetzer, 2003). Artinya orang-orang yang memiliki kepribadian *openness* dapat melakukan kerja kelompok dengan baik disebabkan cara berpikirnya yang terbuka dan dapat menampung pendapat-pendapat dari anggota tim lainnya.

4) *Agreeableness* (A)

Tipe kepribadian *agreeableness* memiliki hubungan yang positif signifikan dengan kinerja tim. Orang yang memiliki sifat ini sangat membantu, murah hati, ramah, perhatian, empati, dan orang-orang yang memiliki tipe kepribadian ini lebih mudah dalam mengontrol emosi (Amir dkk, 2014). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Schippers (2014) tipe kepribadian *agreeableness* berkorelasi negatif signifikan dengan perilaku *social loafing*. Artinya semakin tinggi tingkat *social loafing* maka orang tersebut memiliki tingkat kepribadian *agreeableness* yang rendah. Dan sebaliknya semakin rendah tingkat *social loafing* maka orang tersebut memiliki tingkat kepribadian *agreeableness* yang tinggi.

5) *Conscientiousness* (C)

Conscientiousness mendeskripsikan orang-orang yang teratur, terkontrol, terorganisasi, ambisius, terfokus pada pencapaian, dan memiliki disiplin diri. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa semakin tinggi *conscientiousness* maka kinerja dalam tim juga semakin tinggi (Miranda dkk, 2006). Apabila melihat penelitian Ziapour dkk (2014) serta penelitian Schippers (2014) menyatakan bahwa *social-loafing* dengan *conscientiousness* memiliki hubungan negative, hal ini berarti semakin tinggi seseorang pada tipe kepribadian *conscientiousness* maka kemungkinan seseorang untuk mengarah pada tindakan *social-loafing* sangat kecil.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu *terkait* kepribadian memang memiliki hasil yang berbeda-beda. Adanya perbedaan-perbedaan ini tentunya disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah faktor budaya dan sosial setempat. Karena budaya sendiri dapat mempengaruhi kepribadian seseorang dan bagaimana seseorang tersebut bertindak dalam sebuah tim atau kelompok kerja.

B. Motivasi Berprestasi

1. Definisi Motivasi Berprestasi

Istilah "*Need For Achievement*" digunakan untuk pertama kalinya dan diperkenalkan ke dalam psikologi oleh H. Murray di *Explorations Personality* pada tahun 1938. Setelah itu, penelitian tentang motivasi berprestasi dilanjutkan oleh D. McClelland. Menurut McClelland (1987) motivasi berprestasi adalah dorongan konstan untuk meningkatkan tingkat kinerja seseorang untuk mencapai keberhasilan dalam perdebatan. Adapun Atkinson (dalam Kolodziej, 2010) mendefinisikan motivasi berprestasi sebagai perjuangan untuk meningkatkan atau menjaga setinggi mungkin kemampuan seseorang dalam semua kegiatan sesuai dengan standar keunggulan yang berlaku.



Gambar 2.4 Motivasi berprestasi merupakan perjuangan untuk meningkatkan atau menjaga kemampuan seseorang

Menurut *American Psychological Association Dictionary* (2007), Motivasi berprestasi berarti ; 1) Keinginan untuk tampil baik dan menjadi sukses. Dalam pengertian ini sinonim yang sering digunakan adalah kebutuhan untuk berprestasi. 2) keinginan untuk mengatasi hambatan dan menguasai tantangan yang sulit. skor tinggi dalam motivasi berprestasi cenderung menetapkan standar yang lebih tinggi dan bekerja dengan ketekunan yang lebih besar dari skor yang lebih rendah. Byrne, Rose, Hanson, Cardador , George dkk (2004) mendefinisikan motivasi

berprestasi sebagai perbedaan individu yang sering digambarkan sebagai kecenderungan individu untuk berkeinginan dan bekerja untuk mencapai suatu tujuan pribadi dan profesional yang menantang.

Stipek dalam Wigfield & Eccles (2001) motivasi berprestasi merujuk pada kepercayaan siswa dalam kemampuan mereka mengatasi masalah sulit dan mengambil kendali atas pembelajaran mereka sendiri, kesediaan untuk mengambil resiko dan pendekatan tugas menantang, kenikmatan dalam melakukan aktivitas pembelajaran. Teori motivasi berprestasi mencoba untuk menjelaskan pilihan tugas prestasi, ketekunan pada tugas-tugas, semangat dalam membawa mereka keluar, dan kualitas keterlibatan tugas (Eccles, Wigfield, & Schiefele, dalam Wigfield & Eccles, 2001).

2. Dimensi Motivasi Berprestasi

Dimensi motivasi berprestasi dari pengembangan item yang dilakukan oleh Byrne, dkk (2004) *The Achievement Motivation Inventory* (AMI) dikembangkan sebagai ukuran komprehensif motivasi berprestasi untuk menilai aspek konstruk global. Menggunakan banyak teori motivasi untuk menghasilkan item. AMI awalnya dibangun dari sebuah penelitian eksperimen, dimana item awal berjumlah 728 item yang dikelompokkan kedalam 38 aspek motivasi berprestasi. Melalui serangkaian uji coba, analisis dimensi bersama beberapa administrasi item ke berbagai sampel dan ruang lingkup dipersempit akhirnya item menjadi 170 dan dikelompokkan kedalam 17 dimensi. Dalam bentuk akhirnya, AMI mengukur 17 dimensi motivasi berprestasi (masing-masing terdiri dari 10 item) yang mewakili masing-masing aspek. 17 dimensi yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- 1) *Compensatory Effort* (upaya kompensasi)

Kesediaan untuk mengeluarkan usaha ekstra dalam rangka menghindari kegagalan dalam tugas, bahkan jika ini hasil dari usaha dalam over-persiapan. Individu yang mendapat skor tinggi pada skala ini akan mengimbangi takut gagal pada tugas yang sulit dengan lebih baik mempersiapkan tugas. Di tempat kerja, orang-orang ini dapat diharapkan untuk lebih siap daripada yang lain (atau bahkan lebih-siap).

2) *Competitiveness* (Daya saing)

Motivasi berasal dari bersaing dengan orang lain. Keinginan untuk menang dan menjadi lebih baik dan lebih cepat daripada yang lain. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini senang untuk bersaing dengan orang lain dan membandingkan prestasi mereka kepada orang lain. Kemenangan memotivasi individu-individu untuk mengeluarkan usaha lebih.

3) *Confidence in success* (Keyakinan dalam keberhasilan)

Keyakinan dalam mencapai kesuksesan bahkan ketika ada hambatan untuk diatasi. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini mengantisipasi bahwa usaha mereka akan membawa kesuksesan. Orang-orang ini percaya diri dalam mencapai tujuan mereka bahkan ketika menghadapi tugas-tugas baru dan sulit. Kepercayaan diri mereka berasal dari iman dalam pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang bertentangan dengan keyakinan keberuntungan atau nasib.

4) *Dominance* (mendominasi)

Kecenderungan untuk menjalankan kekuasaan dan pengaruh atas orang lain. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini cenderung untuk mengambil inisiatif dan mencari kontrol atas kegiatan. Mereka kemungkinan akan memainkan peran yang dominan dalam mempengaruhi hasil tim dan dalam mengambil peran kepemimpinan.

5) *Eagerness to learn* (Keinginan untuk belajar)

Keinginan dan kemauan untuk menghabiskan banyak waktu memperluas pengetahuan seseorang demi pengetahuan itu. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini, haus akan pengetahuan dan akan berusaha untuk mempelajari hal-hal baru, meskipun tidak adanya imbalan eksternal.

6) *Engagement* (hubungan yang kuat)

Keinginan untuk secara teratur terlibat dalam suatu kegiatan, biasanya berhubungan dengan pekerjaan. Orang-orang yang sangat terlibat dengan prioritas tinggi pada pekerjaan dan tidak nyaman ketika mereka tidak ada hubungannya. Mereka mampu mempertahankan tingkat aktivitas yang tinggi untuk jangka waktu yang panjang, dengan sedikit istirahat. Dalam hal yang ekstrim, orang yang tinggi pada dimensi ini mungkin “gila kerja,” mengabaikan aspek kehidupan pribadi mereka.

7) *Fearlessness* (keberanian)

Perasaan yang kurang takut dengan kegagalan pada tugas-tugas yang sulit. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini tidak gugup tampil di depan umum atau di bawah tekanan waktu. Mereka tidak takut dihakimi oleh orang lain dan tidak menjadi terlalu cemas ketika menghadapi tugas-tugas penting.

8) *Flexibility* (keluwesan)

Kesediaan untuk menerima perubahan dan kenikmatan menantang tugas-tugas baru. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini cenderung berpikiran terbuka dan tertarik pada banyak hal. Mereka dapat dengan mudah

beradaptasi dengan situasi kerja yang baru dan menunjukkan kesiapan untuk berubah. situasi baru dan hal-hal yang menarik, terutama jika pengalaman ini cenderung untuk meningkatkan pengetahuan mereka.

9) *Flow* (mengalir/hanyut dalam aktivitas)

Kemampuan untuk berkonsentrasi pada sesuatu untuk waktu yang lama tanpa terganggu oleh pengaruh situasional. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini cenderung menjadi hilang ke dunia luar ketika mereka asyik dengan tugas. Mereka sangat tekun dan secara ekstrim dapat terlalu sibuk.

10) *Goal setting* (Penetapan tujuan)

Kecenderungan untuk menetapkan tujuan dan membuat rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan tersebut. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini berorientasi pada masa depan dan memiliki standar tinggi untuk apa yang ingin mereka capai.

11) *Independence* (bebas)

Kecenderungan untuk mengambil tanggung jawab atas tindakan sendiri. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini lebih suka membuat keputusan mereka sendiri dan bekerja dengan langkah mereka sendiri daripada mengambil arah dari orang lain.

12) *Internality* (internalisasi)

Keyakinan bahwa keberhasilan seseorang adalah karena penyebab internal daripada variabel situasional. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini. Mereka percaya bahwa hasil adalah akibat langsung dari tindakan sendiri dan usaha.

13) *Persistence* (kegigihan)

Kemauan untuk mengerahkan sejumlah besar usaha selama jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan. Individu

yang mendapat skor tinggi pada dimensi ini mampu berkonsentrasi penuh pada tugas di tangan tanpa terganggu. Orang-orang ini bisa digambarkan sebagai orang yang ulet atau energik dalam berjuang untuk menyelesaikan tugas.

14) *Preference for difficult tasks* (Preferensi/lebih memilih untuk tugas-tugas sulit)

Kecenderungan untuk mencari tugas-tugas yang menantang daripada mudah, dan keinginan untuk mencari tantangan yang lebih besar setelah menyelesaikan tugas yang sulit. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini lebih memilih untuk mengambil tugas-tugas sulit dengan resiko kegagalan yang tinggi dibandingkan tugas-tugas mudah dengan resiko kegagalan yang rendah.

15) *Pride in productivity* (bangga dengan produktivitasnya)

Rasa kenikmatan dan prestasi berasal dari melakukan pekerjaan terbaik yang telah dilakukan seseorang. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini yang paling puas ketika mereka merasa mereka telah meningkatkan kinerja mereka. Harga diri mereka tergantung pada pencapaian dan mereka mendapatkan emosi positif yang timbul dari kinerja yang baik.

16) *Self-control* (kontrol diri)

Kemampuan untuk menunda kepuasan dan untuk mengatur diri sendiri dan pekerjaan seseorang. Sebuah bentuk disiplin diri. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini mampu membuat rencana jangka panjang. Mereka tidak menunda-nunda dan berkonsentrasi pada pekerjaan mereka dengan banyak disiplin diri.

17) *Status orientation* (orientasi status)

Keinginan untuk mencapai status yang tinggi dalam kehidupan pribadi seseorang dan untuk kemajuan profesional. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini berjuang mencapai posisi penting dalam kehidupan dan menginginkan prestasi mereka dikagumi. Mereka termotivasi untuk mengejar karir penting dan untuk kemajuan dalam pekerjaan mereka.

17 aspek *yang* diukur oleh AMI dapat dikelompokkan menjadi 3 faktor yang diturunkan secara empiris, yang menunjukkan kesetaraan pengukuran di beberapa budaya (Byrne dkk, 2004). Tiga faktor tersebut terdiri dari “*independence*” (22,5%), “*ambition*” (24,3%), dan “*task-related motivation*” (16,2%). Berdasarkan studi lintas negara, sampai pada kesimpulan bahwa struktur 3 faktor ini juga dapat diamati saat diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dan dalam budaya yang berbeda (Jerman, Israel, AS) (Byrne dkk, 2004).

Gambar 2.5

Z.S. Byrne et al. / Personality and Individual Differences 37 (2004) 203–217

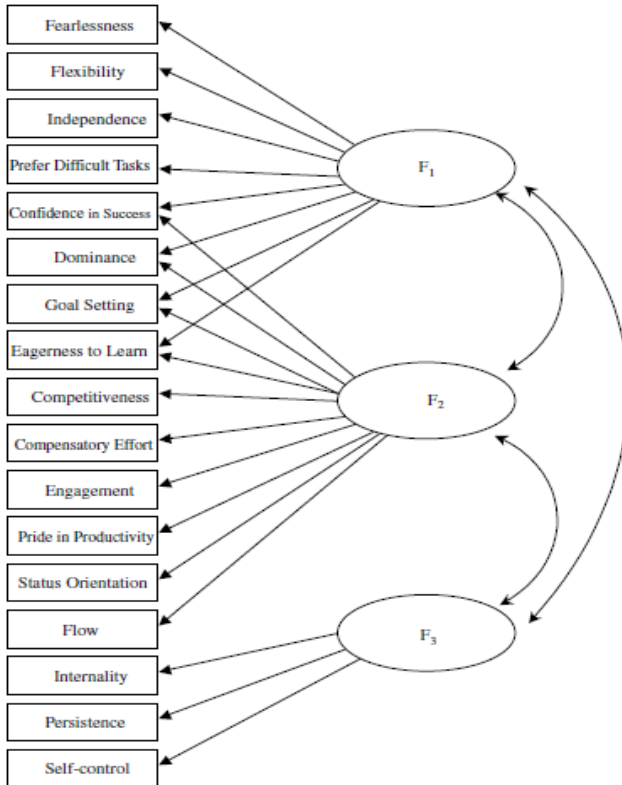


Fig. 1. Hypothesized model (Model 2).

Faktor pertama yang diberi label *independence* didalamnya termasuk aspek-aspek seperti *self-reliance, flexibility and fearlessness*. Faktor kedua yang diberi label *ambition* didalamnya termasuk aspek seperti *productivity, status orientation and competitiveness* dan faktor ketiga *task-related motivation* termasuk didalamnya aspek-aspek seperti *self-control, persistence and internality* (Byrne dkk, 2004). 17 dimensi AMI dalam beberapa pendapat dikatakan terlalu banyak dan lebih memperhitungkan 3 faktor di atas. Menurut Smith (2015) banyaknya dimensi pada AMI dapat menjadi masalah terutama ketika dikelola di dunia pendidikan. Dengan demikian, faktor-faktor ini dapat digunakan baik untuk evaluasi yang lebih luas dan dipertimbangkan untuk diterapkan dalam praktik.

C. Kohesivitas Kelompok

1. Definisi Kohesivitas Kelompok

Menurut *American Psychological Association Dictionary* (2007) kohesivitas kelompok merupakan kesatuan atau solidaritas kelompok. Kohesi kelompok ditunjukkan dengan kekuatan ikatan yang mengikat anggota kelompok secara kolektif, serta rasa memiliki dan ketertarikan individu terhadap anggota kelompok tertentu dan kelompok secara keseluruhan, merupakan tanda-tanda kohesi kelompok.



Gambar 2.6 Kohesivitas kelompok merupakan kesatuan atau solidaritas kelompok

Dalam banyak keadaan, anggota kelompok lebih *termotivasi* untuk menegakkan norma ketika ada kohesi yang lebih besar dan keanggotaan kelompoknya lebih stabil. Kohesi kelompok sering dianggap penting untuk terapi kelompok yang efektif.

Kohesivitas kelompok merupakan keinginan setiap anggota untuk mempertahankan keanggotaan mereka dalam kelompok, yang didukung oleh sejumlah kekuatan independen, tetapi banyak yang lebih berfokus pada ketertarikan antar anggota (Festinger, Schacter, & Back, 1950). Baron & Byrne (2005) menunjukkan bahwa kekuatan (faktor) yang menjaga anggota kelompok dalam kelompok adalah bagian dari apa yang dimaksud dengan kohesi kelompok. Taylor dkk (2006) mendefinisikan kohesi kelompok sebagai kualitas kelompok secara keseluruhan yang dihasilkan dari tingkat komitmen yang ditunjukkan oleh anggota kelompok. Pengaruh positif dan negatif menjaga anggota kelompok tetap bersama dalam dinamika kelompok. Carron & Hausenblas (dalam Bruhn, 2009) mendefinisikan sebagai proses dinamis yang menampilkan kecenderungan organisasi untuk tetap bersatu dan mempertahankan kesatuan mereka dalam memenuhi kebutuhan anggota. Mereka percaya definisi ini berlaku untuk sebagian besar kelompok-kelompok seperti tim olahraga, unit militer, persaudaraan, dan kelompok persahabatan, kelompok tugas. Penelitian ini pun menggunakan definisi tersebut dalam mendefinisikan kohesivitas kelompok.

2. Dimensi Kohesivitas Kelompok

Ada empat dimensi kekompakan kelompok, menurut Carron, Brawley, dan Widmeyer (dalam Eys, Lougheed, Bray, dan Carron, 2009). Dimensi ini adalah:

- 1) *Individual Attractions to The Group-Task* (ketertarikan individu terhadap kelompok tugas): Ketertarikan

individu setiap anggota dan keterlibatan dalam berbagai bagian tugas kelompok. Setiap anggota kelompok mengalami pengalaman menjadi bagian dari keluarga, tim, dan komunitas dan berbagi pendekatan yang sama untuk melakukan sesuatu sebagai sebuah kelompok.

- 2) *Individual Attraction to The Group-Social* (Kepentingan Individu dalam Kelompok Sosial) Kepentingan individu yang dimiliki setiap anggota kelompok dalam kelompok dan keterlibatan mereka sendiri dalam berbagai segi hubungan sosial. motivasi untuk tetap berhubungan di antara anggota kelompok.
- 3) *Group Integration-Task* (Integrasi kelompok kerja (task-group integration) penggabungan anggota kelompok yang melakukan kesatuan individu, termasuk bagian dari pekerjaan, di tingkat kelompok. Orang-orang bekerja sama untuk menyelesaikan tugas dalam kelompok dalam upaya mencapai tujuan.
- 4) *Group Integration-Sosial* (Integrasi Sosial-Kelompok (Group-Social Integration) Faktor sosial merupakan bagian dari integrasi anggota kelompok yang menjunjung tinggi kesatuan individu di tingkat kelompok. Orang lebih bersemangat untuk bekerja sama dalam kelompok sosial untuk mencapai tujuan bersama

3. Hubungan Antara Kohesivitas Kelompok dengan *Social Loafing* berdasarkan riset terdahulu.

Pada banyak penelitian, kohesivitas kelompok selalu dikaitkan dengan kinerja tim. Sebagian besar penelitian melakukannya pada ranah olahraga karena di beberapa pertandingan olahraga kekompakan tim sangat diperlukan. Misalnya, penelitian oleh Sabin & Marcel (2014) menunjukkan bahwa kekompakan kelompok yang kuat sangat bermanfaat dan menghasilkan kinerja yang lebih baik. Hampir semua studi tentang kekompakan kelompok yang berkorelasi dengan kinerja

kelompok sangat terkait. Penelitian lain oleh Hoigaarda, Toftelanda, & Ommundsenb (2006) hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta dalam kelompok kohesif cenderung untuk melakukan kondisi diidentifikasi dan non-diidentifikasi dengan baik, sedangkan peserta dalam tim non-kohesif tidak terjadi demikian.

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti hubungan antara *social-loafing* dan kekompakan kelompok. Kedua variabel ini seringkali disandingkan bersama. Jika pada paragraf sebelumnya dikatakan bahwa kohesivitas kelompok sangat erat kaitannya dengan kinerja kelompok, namun hal ini berbanding terbalik dengan tindakan *social loafing*. Kohesivitas kelompok berkaitan negatif signifikan dengan *social loafing*. Ketika suatu kelompok semakin kohesif maka lebih kecil kemungkinan untuk melakukan tindakan *social loafing*. Menurut Karau dan Hart (1989), orang lebih cenderung terlibat dalam *social-loafing* jika mereka tidak merasakan rasa memiliki yang kuat terhadap kelompok dan tidak menyukai anggota lain. Hanya kelompok dengan kohesi yang buruk atau tidak ada yang diamati menunjukkan *social-loafing*. Studi lain Lam (2015) mengungkapkan bahwa koherensi tugas dan kualitas komunikasi sangat menurunkan *social-loafing*.

BAB III

PERAN GENDER DALAM TEAM WORK

Jenis kelamin dalam teori-teori barat dibagi menjadi dua istilah tergantung pada penggunaannya. Istilah pertama adalah *sex* yang merupakan keadaan biologis laki-laki dan perempuan yang secara substansial tidak berubah dari waktu ke waktu atau dari satu tempat ke tempat yang lain. Sehingga karakteristik fisik masing-masing jenis kelamin tidak ditentukan oleh konteks sosial atau budaya (John, 2011). Istilah kedua adalah *gender*. Istilah gender mengacu pada perbedaan sosial antara laki-laki dan perempuan (Egelan, 2006).



Gambar 3.1 Gender mengacu pada perbedaan sosial antara laki-laki dan perempuan

Gender juga mengacu pada peran, tanggung jawab, hak istimewa, hubungan dan harapan yang berbeda secara sosial dan budaya. Definisi gender ini menentukan apa yang diperbolehkan dan dihargai pada laki-laki dan perempuan. Kebutuhan dan situasi satu jenis kelamin akan berbeda dari satu tempat ke tempat lain, dari satu waktu ke waktu tergantung bagaimana masyarakat yang berbeda menentukannya (John, 2011). Gender disini juga lebih banyak berbicara tentang kesetaraan antara laki-laki dan perempuan (Egelan, 2006).

Laki-laki dan perempuan berbeda secara psikologis sesuai dengan cara mereka bertindak, dari gaya komunikasi mereka dalam mempengaruhi orang lain. Perbedaan terbesar antara laki-laki dan perempuan dengan gaya komunikasi mereka bermuara pada fakta bahwa laki-laki dan perempuan melihat tujuan percakapan secara berbeda. Laki-laki menggunakan komunikasi untuk menetapkan dominasi, sementara perempuan menggunakan komunikasi untuk membangun hubungan. Dalam beberapa perbedaan mendasar perempuan lebih teliti dan menyenangkan serta menggunakan komunikasi sosial lebih sering daripada laki-laki. Perempuan lebih cenderung untuk menggunakan gaya manajemen konflik yang kompromi sedangkan laki-laki lebih cenderung menggunakan gaya yang mendominasi (Wood, 1996).

Selain gaya komunikasi, gaya menjalin hubungan merupakan hal yang cukup penting untuk dibahas. Hubungan antara laki-laki dan perempuan diperoleh melalui proses sosialisasi dalam hal pembagian kekuasaan, pengambilan keputusan dan pembagian kerja di dalam rumah tangga dan masyarakat luas (Mlama, Dioum, Makoye, Murage, Wagah, & Washika, 2005). Perempuan berevolusi untuk bekerjasama dengan pasangan dalam membesarkan keturunan. Sehingga perempuan lebih memiliki keterkaitan dan lebih kolektif, merasakan tanggung jawab yang lebih besar untuk membantu orang-orang yang terhubung dengannya. Sedangkan laki-laki berhubungan dengan kelompok secara keseluruhan dan

bertujuan untuk melayani diri mereka sendiri di depan kelompok (Tsaw, Murphy & Detgen, 2011).

Perempuan di negara-negara feminin memiliki nilai pengasuhan yang sama seperti laki-laki. Di negara-negara maskulin perempuan lebih asertif dan kompetitif. Secara keseluruhan negara-negara ini menunjukkan kesenjangan antara nilai laki-laki dan perempuan. Singkatnya terlepas dari perubahan sosial efek revolusioner terus berkontribusi pada penjelasan tentang perilaku berbasis gender dalam kelompok (Tsaw, Murphy & Detgen, 2011).

Pada tahun 1983, Keer menemukan bahwa peserta penelitian Pria lebih mungkin daripada wanita untuk terlibat dalam *social-loafing*. Menurut Khasima (1995), gender dan budaya memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap *social-loafing*. Menurut temuan Kugihara, pria lebih mungkin daripada wanita untuk terlibat dalam *social-loafing*. Hal ini agar kelompok tetap terkoordinasi, yang umumnya menjadi fokus perempuan. Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan perbedaan penting antara pria dan wanita. Hal ini juga memberikan dukungan awal mengenai perbedaan jenis kelamin dalam perilaku kelompok. Temuannya menyatakan bahwa hanya 20% laki-laki yang tidak melakukan tindakan *social loafing* yang artinya 80% lainnya melakukan tindakan *social loafing*. Sedangkan 60% perempuan tidak melakukan *social loafing* yang artinya hanya 40% perempuan yang melakukan tindakan *social loafing*.

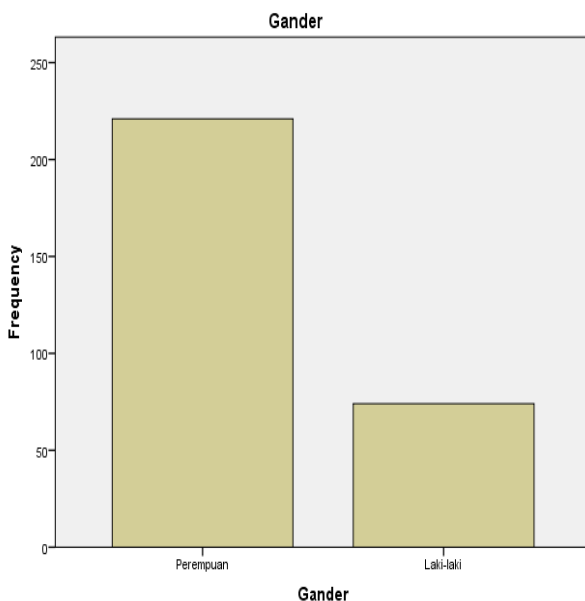
BAB IV

PENGARUH PREDIKTOR BERDASARKAN RISET DAN PENGUKURAN

Sebagaimana telah dijelaskan pada Bab sebelumnya bahwa *big five personality* memiliki lima dimensi, Motivasi berprestasi memiliki 17 dimensi dan kohesivitas kelompok memiliki empat dimensi. Penulis pun melakukan pengujian terhadap masing-masing dimensi pada ketiga hal tersebut untuk melihat pengaruhnya terhadap *social loafing*. Pengujian ini dilakukan pada mahasiswa Sarjana Psikologi (S1) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

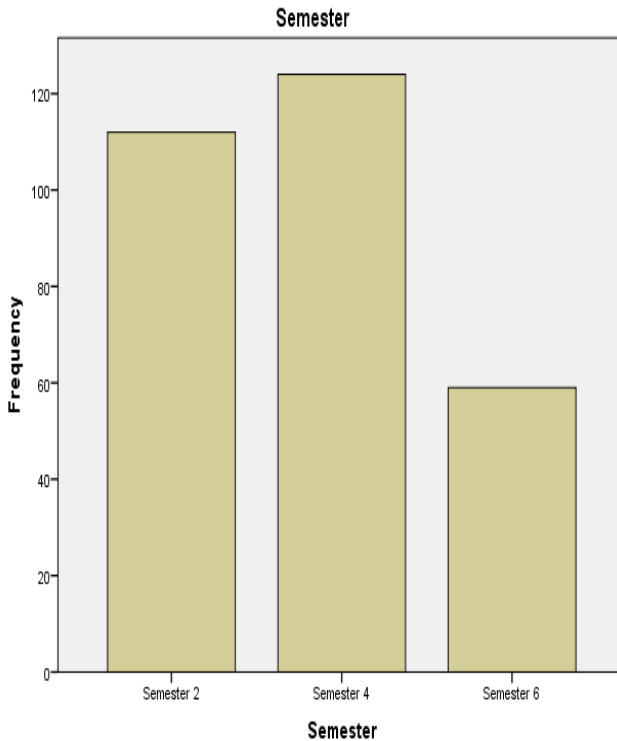
Mahasiswa yang dibahas di sini adalah mahasiswa yang saat ini sedang duduk di bangku kuliah dan berkecimpung di dunia akademik (semester 2-6). Karena mahasiswa di Semester 8 dan seterusnya hanya terlibat dalam tugas akhir mereka dan tidak lagi aktif terdaftar di perguruan tinggi, mereka tidak termasuk dalam populasi. Sampel yang diambil untuk penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling (convenience sample)*. Sampel berjumlah 320 orang mahasiswa. Namun dari 320 kuesioner yang disebar hanya 295 kuesioner yang dapat digunakan. 8 kuesioner dinyatakan gugur karena tidak semua butir item dalam skala di jawab dengan lengkap dan 17 skala tidak kembali.

Gambaran 4.1 Gambaran Umum Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin



Dari 295 koisioner yang kembali didapatkan informasi jumlah data berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah perempuan lebih banyak daripada jumlah laki-laki. Jumlah perempuan sebanyak 221 orang (74.9%) sementara jumlah laki-laki sebanyak 74 orang (25.1%).

Gambar 4.2



Dari 295 koesioner yang kembali diperoleh informasi jumlah data berdasarkan semester. Berdasarkan semester diketahui bahwa mahasiswa semester 2 berjumlah 112 orang (38%), mahasiswa semester 4 berjumlah 124 orang (42%) dan mahasiswa semester 6 berjumlah 59 orang (20%).

Untuk mengevaluasi alat tersebut menggunakan berbagai item dari empat skala: skala *social-loafing*, *big five personality*, skala motivasi

berprestasi, dan skala kohesi kelompok. Memanfaatkan analisis faktor konfirmatori, menentukan keandalan perangkat pengukuran (CFA). Uji validitas konstruk dilakukan dengan menguji hipotesis bahwa $S = \Sigma$ atau dapat dituliskan $H_0 : S - \Sigma = 0$. Uji hipotesis ini misalnya dilakukan dengan menggunakan uji chi square, dimana dapat ditentukan bahwa hipotesis nol (H_0) tidak ditolak jika chi square tidak signifikan ($p > 0,05$).

Dengan kata lain, asumsi bahwa semua item mengukur satu konstruk didukung oleh data. Jika telah ditunjukkan bahwa satu faktor, model unidimensional paling cocok dengan data, dapat dipilih untuk item berdasarkan tiga kriteria berikut: 1) Item yang tidak memberikan informasi yang signifikan secara statistik dihilangkan karena koefisien pemuatan faktornya tidak signifikan. 2) Item yang mengukur kebalikan dari ide yang diberikan dan memiliki koefisien beban faktor negatif juga dihilangkan. Tetapi pertamanya, pastikan item yang pertanyaannya kurang baik atau negatif telah diubah skornya (dibalik) menjadi positif. Hal ini terutama berlaku untuk pertanyaan (seperti penilaian kepribadian, motivasi, dan persepsi) yang tidak memiliki jawaban benar atau salah. 3) Item juga dapat dihilangkan jika residu (kesalahan pengukuran) bertepatan dengan sejumlah besar residu item lainnya, karena ini menunjukkan bahwa item tersebut mengukur banyak konstruk selain yang diuji (Umar, 2012).

Pada pengujian hipotesis ini akan menggunakan *multiple regression analysis* (regresi berganda) dimana jumlah *independent variable* yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu *dependent variabel* (Siregar, 2013). Dalam penelitian ini terdapat 18 *independent variabel* dan satu *dependent variabel* dengan menggunakan rumus persamaan garis regresi, yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_{18}X_{18} + e$$

Keterangan :

$Y =$ *Dependent Variabel (social loafing)*

$a =$ Konstan

$b =$ Koefisien regresi untuk masing-masing X

$X_1 =$ *Independent Variabel pertama*

$X_2 =$ *Independent Variabel kedua*

$X_3 =$ *Independent Variabel ketiga dan seterusnya*

$e =$ Residual

Nilai R , atau koefisien korelasi ganda antara dua variabel, akan diturunkan dengan regresi berganda. *social loafing* (DV) dengan dimensi *big five personality*, motivasi berprestasi, dan kohesivitas kelompok (IV). Tingginya *social loafing* disebabkan oleh Koefisien determinasi berganda, atau R^2 , menunjukkan komponen yang terdaftar sebelumnya.

R^2 menunjukkan perubahan atau variasi variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X), atau digunakan untuk memperkirakan seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Rumus berikut digunakan untuk menghitung R^2 :

Rumus :

$$R^2 = \frac{SS_{\text{reg}}}{SS_y}$$

Keterangan:

R^2 : Proporsi varians

SS_{reg} : *Sum of Square Regression* (jumlah kuadrat regresi)

SS_y : *Sum of Square Y* (jumlah kuadrat Y)

Selain itu, signifikansi R² dapat diperiksa dengan cara yang sama seperti uji signifikansi F. Uji signifikansi juga dapat dilakukan untuk menentukan pentingnya hubungan antara IV dan DV. Jumlah IV yang dipelajari berfungsi sebagai pembagi dalam persamaan ini, yang disebut "k", sedangkan penyebut (1-R²) dibagi dengan df (N-k-1) di mana N adalah sampel total. Jika penyebutnya adalah penyebutnya dan pembaginya adalah pembilangnya. Jika dirumuskan menjadi:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(k-1)}$$

Keter:

R² = Proporsi varians

K = Banyaknya *independent variabel*

N = Ukuran sampel

Lanjutkan dengan uji t untuk mengetahui apakah pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) signifikan secara individual atau sebagian. Karena tujuan pengujian ini adalah untuk menentukan apakah suatu variabel bebas (X) benar-benar mempengaruhi variabel terikat (Y), nilai estimasi kesalahan standar b (koefisien regresi) pertama-tama harus ditentukan dengan membagi akar rata-rata kuadrat dengan SSx. Uji-t, yang melibatkan pembagian hasil bagi koefisien regresi dengan nilai Sb, dapat dilakukan setelah menerima nilai Sb. Berdasarkan hipotesis nol yang akan diteliti, uji-t akan digunakan sebanyak 18 kali. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk melakukan uji-t:

$$t = \frac{b}{S_b}$$

Keterangan :

b = Koefisien regresi

S_b = *Standart error* dari b

A. Pengaruh Keseluruhan Devenden Variabel (DV) terhadap Independen Variabel (IV)

Untuk melihat pengaruh dari beberapa DV terhadap *social loafing*, terlebih dahulu kita harus mengetahui alat ukur yang digunakan dalam mengukur tingkat *social loafing* seseorang.

Alat ukur yang digunakan dalam mengukur *social loafing* pada penelitian ini adalah alat ukur yang diadaptasi dari George (1992) yang terdiri dari 10 item. Sepuluh item yang diadaptasi dari George (1992) digunakan untuk menilai kemalasan anggota kelompok dimana mahasiswa diminta untuk menunjukkan persepsi mereka, apakah mereka memiliki karakteristik yang tercantum dalam sepuluh item tersebut.

Pada sepuluh pernyataan yang diberikan, mahasiswa diminta untuk memberikan tanggapan mereka dengan menggunakan skala Likert empat poin. Item skala 1 = sangat sesuai sampai 4 = sangat tidak sesuai, dan dijumlahkan untuk membentuk komposit ($\alpha = 0,96$). Adapun maksud dari adaptasi disini adalah menggunakan skala yang sudah ada namun item disesuaikan kemabali dengan konteks penelitian dan budaya setempat. Proses adaptasi skala yang peneliti lakukan dalam penelitian ini mengacu pada jurnal *Guidelines for the Process of Cross-Cultural Adaptation of Self-Report Measures* (Beaton, 2000).

Tabel 4.1
Blue Print Skala Social Loafing

No	Aspek	Indikator	Fav	Unfav	Jml
1	<i>Dilution Effect</i>	Merasa tidak dihargai dalam kelompok tugas, membebaskan diri dari tugas, melalaikan tugas	1, 2, 7	3, 6	5
2	<i>Immediacy Gap</i>	Merasa asing ketika berada dalam kelompok, interaksi kelompok kurang, merasa terisolasi dalam kelompok, kontribusi terhadap tugas kelompok menurun	4,8,9, 10	5	5
		Jumlah	7	3	10

Kemudian untuk skala yang digunakan pada masing-masing DV akan dibahas pada sub bab selanjutnya. Untuk pengujian hipotesis, analisis memanfaatkan metode analisis regresi berganda. Faktor skor, yang sering disebut dengan skor aktual, adalah data yang telah diperiksa. Pada titik ini, penulis menggunakan analisis regresi berganda perangkat lunak IBM SPSS 20 untuk mengevaluasi hipotesis mereka. Tiga faktor yang harus dipertimbangkan ketika melakukan analisis regresi: pertama, jumlah R square untuk menentukan proporsi varians DV yang dijelaskan oleh IV; kedua, apakah IV secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap DV; dan ketiga, apakah koefisien regresi masing-masing IV signifikan atau tidak.

Proses pengujian hipotesis melibatkan beberapa langkah. Hal pertama yang peneliti lakukan adalah memeriksa besaran R^2 untuk melihat berapa proporsi varians DV yang dijelaskan oleh IV. Anda dapat melihat tabel 4.2 di bawah ini untuk tabel yang berisi R^2 :

Tabel 4.2
Model Summary Analisis Regresi
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.712 ^a	.508	.483	6.48144	.508	20.613	14 ^a	280	.000

a. Predictors: (Constant), Semester, Gender, *Extraversion, Agreeableness, Conscientiousness, Neuroticism, Openness to experience, Independence, Ambition, Task-related motivation, TGT, TGS, GIT, GIS*

b. Dependent Variable: F_SL

Berdasarkan tabel 4.2, perolehan R² adalah 0,508, atau 50,8%. Dengan demikian, 50,8% varians yang dihasilkan dari social-loafing dapat dijelaskan oleh semua faktor independen dalam penelitian ini, sedangkan 49,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Pada tahap berikutnya, peneliti meneliti bagaimana masing-masing variabel independen mempengaruhi social-loafing. Tabel 4.3 di bawah ini menunjukkan hasil uji F.

Tabel 4.3
Anova Pengaruh Keseluruhan IV terhadap DV
 ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	12122.902	14	865.922	20.613	.000 ^b
Residual	11762.554	280	42.009		
Total	23885.456	294			

a. Dependent Variable: F_SL

b. Predictors: (Constant), Semester, Gender, *Extraversion, Agreeableness, Conscientiousness, Neuroticism, Openness to experience, Independence, Ambition, Task-related motivation, TGT, TGS, GIT, GIS*

Berdasarkan tabel 4.3 Nilai kolom paling kanan dari Sig. diketahui 0,000 pada contoh di atas. Nilai Sig. 0,05 menunjukkan bahwa faktor *Extraversion, Agreeableness, Conscientiousness, Neuroticism, Openness to Experience, Independence, Ambition, Task-Related* Motivasi, Ketertarikan Individu terhadap Kelompok-Tugas, Ketertarikan Individu terhadap Kelompok-Sosial, Integrasi Kelompok-Tugas, Integrasi Kelompok- Sosial, dan Gender memiliki dampak keseluruhan yang signifikan terhadap social-loafing.

Selain melakukan pengujian keseluruhan IV terhadap DV, penulis juga melakukan pengujian terhadap masing-masing IV terhadap DV. Agar lebih jelasnya penulis akan merincikan pengaruh dari masing-masing variabel secara lebih mendalam dan penulis akan menyajikan *blue print* serta alat ukur yang digunakan pada masing-masing variabel serta melihat pengaruh per-dimensinya, karena pengaruh secara keseluruhan dan per-dimensi memiliki hasil yang berbeda.

B. Pengaruh *Big Five Personality* terhadap *Social Loafing*

Big five merupakan lima kata sifat yang digunakan untuk menggambarkan satu sama lain. *Five factors basic* muncul dari analisis faktor kuesioner dan peringkat kepribadian. Kegiatan ini menghasilkan Model Five-Factor (FFM). Dalam pengujian hipotesis ini, penulis menggunakan alat ukur *big five personality inventory* (BFI). Skala Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, dan Neuroticism didasarkan pada penanda yang ditemukan dalam elemen tipe kepribadian. FBI terdiri dari 44 buah secara total. Skala Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, dan Neuroticism didasarkan pada penanda yang ditemukan dalam elemen tipe kepribadian. FBI terdiri dari 44 buah secara total. Menggunakan skala Likert 1 sampai 4, dengan 1 mewakili "sangat sesuai" dan 4 mewakili "sangat tidak setuju,

Tabel 4.4
Blue Print Skala Big Five

No	Aspek	Indikator	Fav	Unfav	Jml
1	<i>Extraversion</i>	Banyak bicara, penuh semangat, memiliki antusiasme yang tinggi, memiliki kepribadian asertif (tegas) dan mudah bergaul.	1, 11, 16, 26, 36	6, 21, 31	8
2	<i>Agreeableness</i>	Memiliki sifat pemaaf, mudah mempercayai orang lain, perhatian, baik kepada semua orang, dan suka bekerja	7, 17, 22, 32, 42	2, 12, 27, 37	9

		ma dengan orang lain.			
3	<i>Conscientiousness</i>	Mengerjakan pekerjaan dengan teliti, tekun mengerjakan tugas hingga selesai, melakukan sesuatu dengan efisien, dan suka membuat perencanaan dan mewujudkannya	3, 13, 28, 33, 38	8, 18, 23, 43	9
4	<i>Neuroticism</i>	Terkadang bersikap tegang, mudah cemas, mudah murung dan mudah	4, 14, 19, 29, 39	9, 24, 34	8

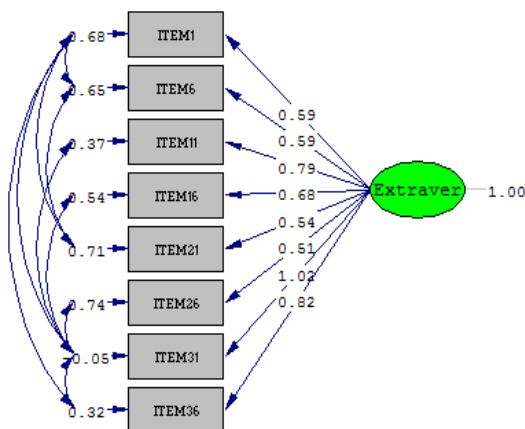
		merasa gugup.			
5	<i>Openness</i>	Kreatif, suka menemukan ide-ide baru, ingin tahu tentang banyak hal, memiliki imajinasi yang aktif dan menjangkau tinggi nilai artistik dan pengalaman estetik.	5, 10, 15, 20, 25, 30, 40, 44	35, 41	10
		Jumlah	28	6	4

1. *Extraversion*

Berdasarkan *blue print* di atas dimensi *extraversion* memiliki 8 jumlah item. Delapan item diuji oleh penulis untuk melihat apakah mereka unidimensional, yaitu jika mereka secara eksklusif mengukur *extraversion*. Model satu faktor tidak sesuai, menurut temuan analisis CFA, yaitu sebagai berikut: Chi-square = 381,88, df = 20, P-value = 0,00000, dan nilai RMSEA = 0,248. Akibatnya, penulis mengubah model sehingga kesalahan pengukuran pada item yang berbeda dapat dengan bebas diasosiasikan satu sama lain. Hal ini menghasilkan model fit dengan nilai sebagai berikut: Chi-square = 16,62, df = 11, P-value = 0,11961, dan nilai RMSEA = 0,042.

Gambar 4.3

Path Diagram Extraversion



Chi-Square=16.62, df=11, P-value=0.11961, RMSEA=0.042

Model dengan satu elemen dianggap dapat diterima jika nilai P lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa satu-satunya faktor yang diukur oleh semua item adalah ekstraversi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai t untuk masing-masing koefisien loading faktor, seperti terlihat pada tabel 4.5 di bawah ini. Peneliti kemudian menilai apakah item tersebut mengukur faktor yang akan

diukur secara signifikan dan sekaligus menentukan apakah item tersebut perlu dijatuhkan atau tidak, seperti table berikut:

Tabel 4.5
Muatan Faktor Extraversion

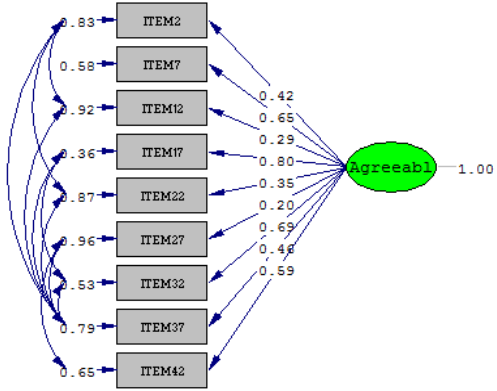
No. Item	Lambda	Standard Error	t-value	Signifikan
1	0.59	0.06	9.69	√
6	0.59	0.06	10.38	√
11	0.79	0.05	15.12	√
16	0.68	0.05	12.41	√
21	0.54	0.06	9.50	√
26	0.51	0.06	8.80	√
31	1.02	0.09	11.68	√
36	0.82	0.05	15.76	√

Berdasarkan tabel 3.7, $t > 1,96$ atau $t < -1,96$ menunjukkan bahwa koefisien pembebanan faktor nilai t semua item adalah signifikan. Peneliti kemudian memeriksa beban faktor produk untuk melihat apakah ada yang bermuatan negatif atau tidak. Namun, tidak ada item dengan beban faktor negatif, sehingga item yang sudah ada akurat dan berguna.

2. *Agreeableness*

Pada dimensi *agreeableness* terdapat 9 item yang mengukur dimensi tersebut. Penulis menyelidiki apakah sembilan ukuran mengukur apa pun selain kesesuaian, atau apakah itu unidimensional. Dengan Chi-square = 173,95, df = 27, P-value = 0,00000, dan nilai RMSEA = 0,136, model satu faktor tidak sesuai, menurut temuan analisis CFA yang dilakukan padanya. Para peneliti memperbarui model untuk memungkinkan kesalahan pengukuran pada item yang berbeda untuk berkorelasi satu sama lain, dan sebagai hasilnya, model fit dicapai dengan nilai-nilai berikut: Chi-square = 17,74, df = 17, P-value = 0,40512, dan Nilai RMSEA = 0,012.

Gambar 4.4
Path Diagram Agreeableness



Chi-Square=17.74, df=17, P-value=0.40512, RMSEA=0.012

Model dengan satu elemen dianggap dapat diterima jika nilai P lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua item hanya menilai kesesuaian satu aspek. Kemudian, dengan melihat nilai t untuk masing-masing koefisien loading faktor, peneliti menilai apakah item tersebut secara signifikan mengukur faktor yang akan diuji sekaligus memutuskan apakah item tersebut perlu dihilangkan atau tidak, seperti tabel 4.6 di bawah ini :

Tabel 4.6
Muatan Faktor Agreeableness

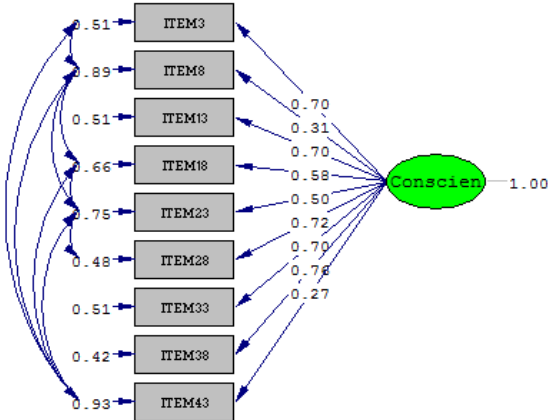
No. Item	Lambda	Standard Error	t-value	Signifikan
2	0.42	0.06	6.86	√
7	0.65	0.06	11.34	√
12	0.29	0.06	4.72	√
17	0.80	0.06	13.44	√
22	0.35	0.06	5.79	√
27	0.20	0.06	3.14	√
32	0.69	0.06	10.83	√
37	0.46	0.07	6.48	√
42	0.59	0.06	10.17	√

Berdasarkan tabel 4.6, $t > 1,96$ atau $t < -1,96$ menunjukkan bahwa koefisien pembebanan faktor nilai t semua item adalah signifikan. Peneliti kemudian memeriksa beban faktor produk untuk melihat apakah ada yang bermuatan negatif atau tidak. Namun, tidak ada item dengan muatan faktor negatif, sehingga item yang sudah ada adalah sah dan dapat digunakan.

3. *Conscientiousness*

Ada sembilan item yang mengukur karakteristik tersebut pada dimensi conscientiousness. Kesembilan item diuji untuk melihat apakah mereka unidimensional, atau jika mereka hanya mengukur kesadaran. Model satu faktor tidak sesuai, menurut temuan analisis CFA, yaitu sebagai berikut: Chi-square = 293,85, df = 27, P-value = 0,00000, dan nilai RMSEA = 0,183. Akibatnya, para peneliti mengubah model untuk menghilangkan ketidakakuratan. Setelah memungkinkan pengukuran pada berbagai faktor untuk berkorelasi satu sama lain, model yang cocok dengan parameter berikut ditemukan: Chi-kuadrat = 23,96, df = 18, nilai-P = 0,15622, dan nilai RMSEA = 0,034.

Gambar 4.5
Path Diagram Conscientiousness



Chi-Square=23.96, df=18, P-value=0.15622, RMSEA=0.034

Model dengan satu elemen dianggap dapat diterima jika nilai P lebih besar dari 0,05. Dengan kata lain, setiap item hanya mengevaluasi satu sifat, yaitu conscientiousness. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai t untuk masing-masing koefisien loading faktor, seperti yang diberikan pada tabel 4.7 di bawah ini. Penulis kemudian menilai apakah item tersebut mengukur faktor yang akan diukur secara signifikan dan sekaligus menentukan

apakah item tersebut perlu dijatuhkan atau tidak, seperti tabel 4.7 di bawah ini :

Tabel 4.7
Muatan Faktor Conscientiousness

No. Item	Lambda	Standard Error	t-value	Signifikan
3	0.70	0.05	12.76	√
8	0.31	0.06	5.00	√
13	0.70	0.05	12.84	√
18	0.58	0.06	10.23	√
23	0.50	0.06	8.35	√
28	0.72	0.05	13.43	√
33	0.70	0.05	12.86	√
38	0.76	0.05	14.44	√
43	0.27	0.06	4.25	√

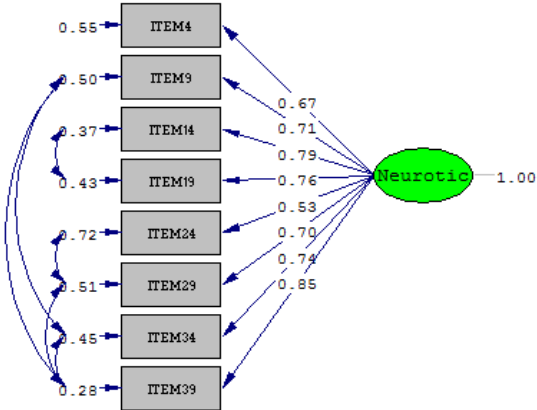
Berdasarkan tabel 4.7, $t > 1,96$ atau $t < -1,96$ menunjukkan bahwa koefisien pembebanan faktor nilai t semua item adalah signifikan. Penulis kemudian meneliti muatan faktor item tersebut untuk mengetahui apakah item tersebut bermuatan negatif atau tidak. Namun, tidak ada item dengan beban faktor negatif, sehingga item yang sudah ada akurat dan berguna.

4. *Neuroticism*

Pada dimensi *neuroticism* terdapat 8 item yang mengukur dimensi tersebut 8 item diperiksa oleh penulis untuk menentukan apakah mereka unidimensional, atau apakah mereka hanya mengukur neurotisisme. Model satu faktor tidak sesuai dengan temuan analisis CFA, yaitu sebagai berikut: Chi-square = 148,06, df = 20, P-value = 0,00000, dan nilai RMSEA = 0,148. Akibatnya, penulis mengubah model sehingga kesalahan pengukuran pada item yang berbeda dapat berkorelasi satu sama lain. Hal ini menghasilkan model fit dengan nilai sebagai berikut: Chi-square = 19,31, df = 14, P-value = 0,15352, dan nilai RMSEA = 0,036.

Gambar 4.6

Path Diagram Neuroticism



Chi-Square=19.31, df=14, P-value=0.15352, RMSEA=0.036

Model dengan satu elemen dianggap dapat diterima jika nilai P lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa faktor tunggal yang diukur oleh semua item adalah neurotisisme. Penulis kemudian memeriksa nilai t untuk setiap koefisien pemuatan faktor untuk melihat apakah item tersebut secara signifikan mengukur faktor yang akan diuji sambil juga memutuskan apakah item tersebut harus dihilangkan atau tidak., seperti tabel 4.8 di bawah ini :

Tabel 4.8
Muatan Faktor Neuroticism

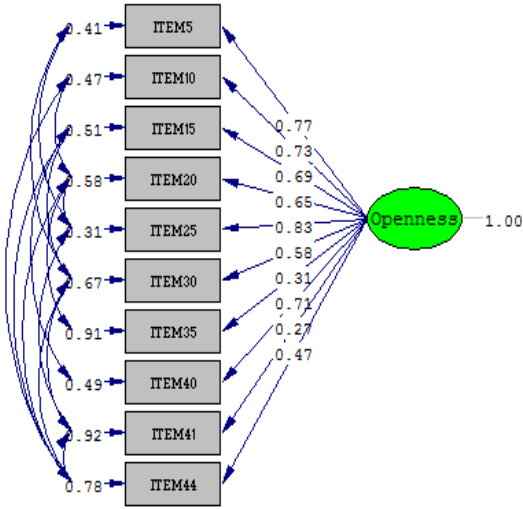
No. Item	Lambda	Standard Error
4	0.67	0.05
9	0.71	0.06
14	0.79	0.05
19	0.76	0.05
24	0.53	0.06
29	0.70	0.05
34	0.74	0.05
39	0.85	0.05

Sesuai tabel 4.8, koefisien pemuatan faktor dari nilai t semua item penting karena $t > 1,96$ atau $t < -1,96$. Peneliti kemudian memeriksa beban faktor produk untuk melihat apakah ada yang bermuatan negatif atau tidak. Namun, tidak ada item dengan muatan faktor negatif, sehingga item yang sudah ada adalah sah dan dapat digunakan.

5. *Openness*

Pada dimensi *openness* terdapat 10 item yang mengukur dimensi tersebut. 10 item diperiksa oleh penulis untuk menentukan apakah mereka unidimensional, atau apakah mereka hanya mengukur keterbukaan. Model satu faktor tidak sesuai dengan temuan analisis CFA, yaitu sebagai berikut: Chi-square = 446,11, df = 35, P-value = 0,00000, dan nilai RMSEA = 0,200. Akibatnya, para peneliti memperbarui model untuk memperhitungkan korelasi antara kesalahan dalam beberapa item yang dibebaskan. Pengukuran model fit kemudian dicapai dengan menggunakan metrik berikut: Chi-square = 28,78, df = 21, P-value = 0,11947, dan nilai RMSEA = 0,035.

Gambar 4.7
Path Diagram Openness



Chi-Square=28.78, df=21, P-value=0.11947, RMSEA=0.035

Model dengan satu elemen dianggap dapat diterima jika nilai P lebih besar dari 0,05. Akibatnya, hanya satu karakteristik, yang disebut keterbukaan, yang diukur di semua item. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai t untuk masing-masing koefisien

loading faktor, setelah itu peneliti menilai apakah item tersebut mengukur faktor yang akan diukur secara signifikan dan apakah item tersebut perlu dibuang atau tidak. seperti tabel 4.9 di bawah ini :

Tabel 4.9
Muatan Faktor Openness

No. Item	Lambda	Standard Error	t-value	Signifikan
5	0.77	0.05	14.51	√
10	0.73	0.05	13.61	√
15	0.69	0.06	12.43	√
20	0.65	0.06	11.56	√
25	0.83	0.05	16.30	√
30	0.58	0.06	10.00	√
35	0.31	0.06	5.10	√
40	0.71	0.05	13.27	√
41	0.27	0.06	4.40	√
44	0.47	0.06	7.65	√

Berdasarkan tabel 4.9, $t > 1,96$ atau $t < -1,96$ menunjukkan bahwa koefisien pembebanan faktor nilai t semua item signifikan. Peneliti kemudian memeriksa beban faktor produk untuk melihat apakah ada yang bermuatan negatif atau tidak. Namun, tidak ada item dengan beban faktor negatif, sehingga item yang sudah ada akurat dan berguna.

Penulis kemudian mengkategorikan skor variabel dari setiap dimensi berdasarkan semua item valid dari dimensi kepribadian Lima Besar: *Extraversion*, *Agreeableness*, *Conscientiousness*, *Neuroticism*, dan *Openness to Experience*. Berikut tabelnya :

Tabel 4.10
Kategorisasi Skor Variabel

Kategorisasi Skor Variabel				
Variabel	Frekuensi		%	
	Rendah	Tinggi	Rendah	Tinggi
<i>Social Loafing</i>	161	134	54.6%	45.4%
<i>Extraversion</i>	140	155	47.5 %	52.5%
<i>Agreeableness</i>	141	154	47.8 %	52.2%
<i>Conscientiousness</i>	128	166	43.4%	56.5%
<i>Neuroticism</i>	152	143	51.5%	48.5%
<i>Openness to experience</i>	131	164	44.4%	55.6%

Dari tabel 4.10 diperoleh informasi bahwa mahasiswa dengan tingkat *social loafing* rendah sebanyak 161 orang (54.6%) dan tingkat *social loafing* tinggi sebanyak 134 orang (45.4%). Hal ini berarti bahwa hampir setengah mahasiswa dari subjek penelitian melakukan tindakan *social loafing* meskipun lebih banyak mahasiswa yang tidak melakukan tindakan *social loafing*. Selanjutnya mahasiswa dengan *extraversion* tinggi sebanyak 155 mahasiswa (52.5%) dan mahasiswa dengan *extraversion* rendah

sebanyak 140 mahasiswa (47.5%) dengan kata lain mahasiswa dengan *extraversion* tinggi lebih banyak dari pada yang rendah. Kemudian mahasiswa dengan *agreeableness* tinggi sebanyak 154 mahasiswa (52.5%) dan mahasiswa dengan *agreeableness* rendah sebanyak 141 mahasiswa (47.8%) dengan kata lain mahasiswa dengan *agreeableness* tinggi lebih banyak dari pada yang rendah.

Selanjutnya mahasiswa dengan *conscientiousness* tinggi sebanyak 166 mahasiswa (65.5%) dan mahasiswa dengan *conscientiousness* rendah sebanyak 128 mahasiswa (43.4%) dengan kata lain mahasiswa dengan *conscientiousness* tinggi lebih banyak dari pada yang rendah. Selanjutnya mahasiswa dengan *neuroticism* tinggi sebanyak 143 mahasiswa (48.5%) dan mahasiswa dengan *neuroticism* rendah sebanyak 152 mahasiswa (51.5%) dengan kata lain mahasiswa dengan *neuroticism* rendah lebih banyak dari pada yang tinggi. Kemudian mahasiswa dengan *openness to experience* tinggi sebanyak 164 mahasiswa (55.6%) dan mahasiswa dengan *openness to experience* rendah sebanyak 131 mahasiswa (44.4%) dengan kata lain mahasiswa dengan *openness to experience* tinggi lebih banyak dari pada yang rendah.

Setelah dilakukan kategorisasi, penulis mengkaji pengaruh dari masing-masing dimensi terhadap *social loafing*.

Tabel 4.11
Koefisien Regresi
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	94.016	6.042		15.560	.000
Extra	-.018	.047	-.019	-.380	.704
Agree	-.041	.057	-.039	-.709	.479
Consci	-.109	.076	-.110	1.429	.154
Neuro	-.006	.054	-.006	-.104	.917
Open	.002	.058	.002	.029	.977

a. Dependent Variable: F_SL

pembenaran untuk nilai koefisien regresi yang ditemukan untuk masing-masing dari *big five personality* adalah sebagai berikut:

1. *Extraversion* : nilai koefisien regresi sebesar -0,018 dan tingkat signifikansi sebesar 0,704 (Sig. > 0,05)., dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh yang positif signifikan dari *extraversion* terhadap *social loafing* ditolak. Artinya *extraversion* tidak memiliki pengaruh yang signifikan (baik secara positif maupun negatif) terhadap *social loafing*.
2. *Agreeableness*: Nilai koefisien regresi adalah -0,041 dengan tingkat signifikansi 0,479 (Sig. > 0,05), menolak hipotesis bahwa *agreeableness* memiliki dampak negatif yang cukup besar terhadap *social loafing*. Akibatnya, keramahan tidak secara signifikan mempengaruhi *social-loafing* baik secara positif maupun negatif.
3. Karena *conscientiousness* memiliki nilai koefisien regresi -0,109 dan tingkat signifikansi 0,154 (Sig. > 0,05), maka hipotesis bahwa *conscientiousness* berpengaruh negatif signifikan terhadap *social loafing* tidak terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa *social loafing* tidak secara signifikan dipengaruhi oleh kesadaran baik secara positif maupun negatif..
4. *Neuroticisme*: Nilai koefisien regresi untuk *neuroticisme* adalah -0,006 dengan Sig. sebesar 0,917 (Sig. > 0,05), menolak hipotesis bahwa *neuroticisme* secara signifikan mengurangi *social-loafing*. Hal ini menunjukkan bahwa *neuroticisme* tidak secara signifikan mempengaruhi *social loafing* baik secara positif maupun negatif.

5. *Openness to experience* : Nilai koefisien regresi untuk variabel ini adalah 0,002 dengan Sig. sebesar 0,977 (Sig. > 0,05), menolak hipotesis bahwa keterbukaan terhadap pengalaman memiliki dampak negatif yang substansial terhadap social loafing. Oleh karena itu, social-loafing tidak secara signifikan dipengaruhi oleh keterbukaan terhadap pengalaman (baik secara positif maupun negatif).

Tidak satu pun dari lima dimensi yang diperiksa secara signifikan mempengaruhi *social-loafing*. Bab diskusi akan membahas lebih detail tentang ini.

C. Pengaruh Motivasi Berprestasi Terhadap *Social Loafing*

Motivasi berprestasi merujuk pada kepercayaan mahasiswa mengenai kemampuan mereka mengatasi masalah sulit dan mengambil kendali atas pembelajaran mereka sendiri, kesediaan untuk mengambil resiko dan pendekatan tugas menantang, kenikmatan dalam melakukan aktivitas pembelajaran. Banyak alat ukur yang telah dikembangkan dalam mengukur motivasi berprestasi antara lain TAT (*Thematic Apperception Test*), AMP (*Achievement Motivation Profile*), AMI (*Achievement Motivation Inventory*) dll. McClelland dan rekan-rekannya di Universitas Harvard telah mengembangkan peralatan pengukur TAT selama 20 tahun.. TAT merupakan sebuah test yang dilakukan untuk mengetahui kognitif atau gambaran kepribadian secara umum dari seorang dengan memberikan kartu dan menyuruh testi untuk menceritakan apa yang dilihat dalam kartu. Alat ukur ini tidak digunakan karena membutuhkan waktu yang lama dan membutuhkan ahli seperti psikolog untuk menginterpretasikan hasilnya.

AMP digunakan untuk mengukur motivasi berprestasi pada usia remaja 14 tahun ke atas setara dengan sekolah menengah. Adapun item-item yang terdapat dalam AMP berjumlah 140 item.

Item-item tersebut dibuat sesederhana mungkin dan disesuaikan dengan usia remaja (Harvey, Mandel, Marcus, Friedland, & Mandel, 1992). Butir-butir item dalam AMP sangat tidak mendukung penelitian karena tidak mengukur apa yang hendak diukur. Adapun contoh item sebagai berikut : 1) *I am shy* 2) *I am lazy* 3) *I work hard* 4) *I get angry* dll.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan AMI dalam mengukur motivasi berprestasi. Setelah membandingkan dengan alat ukur lainnya AMI merupakan alat ukur yang paling mendukung penelitian ini. AMI secara khusus dirancang untuk mengukur banyak aspek motivasi berprestasi dan untuk digunakan pada lintas nasional. AMI pernah diujicobakan pada 3 negara yaitu negara Jerman, Israel dan Amerika Serikat (Byrne, dkk, 2003). Selain diujicobakan pada 3 negara, pada tahun 2007 di ujicobakan kembali oleh Woo, Gibbons, dan Thornton pada berbagai kelompok usia yang berbeda. Hasil temuan menyatakan AMI memiliki sifat pengukuran yang baik diberbagai kelompok usia yang berbeda yang dapat mendoroang pemahaman motivasi berprestasi yang lebih baik dalam konteks pengembangan umur (Woo dkk, 2007).

Penelitian ini menggunakan skala AMI yang dikembangkan oleh Muthee and Thomas (2009). Skala ini memiliki 32 item total di mana 19 item yang positif dan 13 negatif. Tanggapan terhadap item ditandai pada format skala likert empat poin. Dalam alat ukur ini ditemukan Cronbach alpha pada perhitungan skala 0,749 yang menunjukkan bahwa skala memiliki reliabilitas konsistensi internal yang memuaskan (Muthee & Thomas, 2009).

AMI mengukur 17 dimensi motivasi berprestasi yang kemudian dibagi menjadi 3 faktor besar yaitu faktor pertama yang diberi label *independence* didalamnya termasuk aspek-aspek seperti *confindence, flexibility and fearlessness*. Faktor kedua yang diberi label *ambition* didalamnya termasuk aspek seperti *productivity, status orientation and competitiveness* dan faktor ketiga *task-related motivation* termasuk didalamnya aspek-aspek seperti *self-control, persistence and*

internality. Penelitian ini menggunakan skala AMI yang dikembangkan oleh Muthee and Thomas (2009). Skala ini memiliki 32 item total di mana 19 item yang *favorable* dan 13 *unfavorable*. Item dengan kata-kata positif dan negatif diatur secara acak dalam skala final. Nomor seri item dengan kata-kata positif adalah sebagai berikut. 3, 4, 5, 6, 11, 13, 14, 16, 17, 18, 20, 23, 24, 26, 28, 29, 30, 31, 32. Nomor seri item dengan susunan kata yang negatif adalah: 1, 2, 7, 8, 9, 10, 12, 15, , 19, 21, 22, 25 dan 27. Tanggapan terhadap item yang ditandai pada format likert empat poin.

Tabel 4.12
Blue Print Skala Motivasi Berprestasi

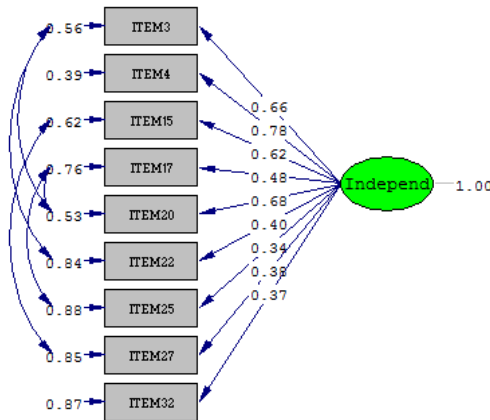
No	Aspek	Indikator	Fav	Unfav	Jml
1	<i>Independence</i>	Suka membuat keputusan sendiri, keyakinan dalam mencapai kesuksesan, berpikiran terbuka, tertarik pada hal-hal baru, tidak takut dihakimi, tidak cemas dengan tugas-tugas penting.	3,4,17,2, 32	15,22,25,27	9
2	Ambition	Berjuang mencapai posisi penting, suka dikagumi atas prestasi yang telah diraih, puas dengan peningkatan kinerja, harga diri tergantung pada pencapaian, senang bersaing, termotivasi karena kesuksesan yang diraih.	5,6,13,14,16,18,23,24,28,30,31	12, 21	13
3	<i>Task-related motivation</i>	Percaya bahwa hasil yang diraih merupakan usaha sendiri, mampu berkonsentrasi penuh pada tugas,	11,26,29	1,2,7,8,9,10,19	10

		ulet, energik dalam menyelesaikan tugas, mampu membuat rencana jangka panjang, tidak menunda-nunda, disiplin.			
		Jumlah		13	32

1. *Independence*

Berdasarkan *blue print* di atas dimensi *independence* terdapat 9 item yang mengukur dimensi tersebut. Penulis memeriksa 9 item untuk melihat apakah mereka unidimensional, atau jika mereka mengukur Independensi saja. Model satu faktor tidak sesuai dengan temuan analisis CFA, yaitu sebagai berikut: Chi-square = 122,97, df = 27, P-value = 0,00000, dan nilai RMSEA = 0,110. Jadi, para peneliti mengubah model untuk memungkinkan kesalahan pengukuran pada item yang berbeda untuk berkorelasi satu sama lain. Kemudian diperoleh model fit dengan nilai sebagai berikut: Chi-square = 32,81, df = 22, P-value = 0,06462, dan nilai RMSEA = 0,041.

Gambar 4.8
Path Diagram Independence



Chi-Square=32.81, df=22, P-value=0.06462, RMSEA=0.041

Model dengan satu elemen dianggap dapat diterima jika nilai P lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item hanya mengevaluasi satu variabel, yaitu independensi. Penulis kemudian memeriksa nilai t untuk setiap koefisien pemuatan faktor

untuk melihat apakah item tersebut secara signifikan mengukur faktor yang akan diuji sambil juga memutuskan apakah item tersebut harus dihilangkan atau tidak., seperti tabel 4.13 di bawah ini

Tabel 4.13
Muatan Faktor Independence

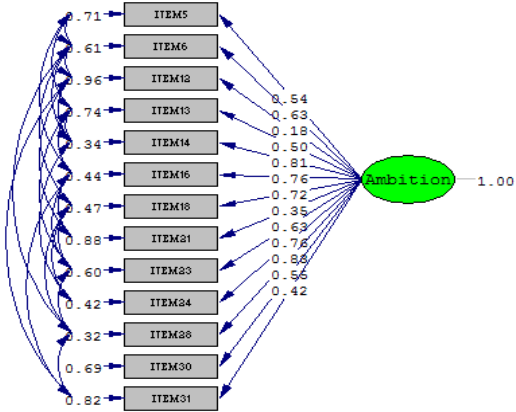
No. Item	Lambda	Standard Error	t-value	Signifikan
3	0.66	0.06	11.38	√
4	0.78	0.05	14.40	√
15	0.62	0.06	10.70	√
17	0.48	0.06	7.97	√
20	0.68	0.06	11.84	√
22	0.40	0.06	6.30	√
25	0.34	0.06	5.50	√
27	0.38	0.06	6.14	√
32	0.37	0.06	5.92	√

Sesuai tabel 4.13, koefisien pemuatan faktor dari nilai t semua item penting karena $t > 1,96$ atau $t < -1,96$. Peneliti kemudian memeriksa beban faktor produk untuk melihat apakah ada yang bermuatan negatif atau tidak. Namun, tidak ada item dengan beban faktor negatif, sehingga item yang sudah ada akurat dan berguna.

2. *Ambition*

Pada dimensi *Ambition* terdapat 13 item yang mengukur dimensi tersebut. Ke-13 item tersebut diuji oleh penulis untuk melihat apakah mereka unidimensional, yaitu jika mereka semata-mata mengukur ambisi. Dengan Chi-square = 361,41, df = 65, P-value = 0,00000, dan nilai RMSEA = 0,125, model satu faktor tidak sesuai, menurut temuan analisis CFA yang dilakukan padanya. Akibatnya, penulis mengubah model sehingga kesalahan pengukuran pada item yang berbeda dapat dengan bebas diasosiasikan satu sama lain. Hal ini menghasilkan model fit dengan nilai sebagai berikut: Chi-square = 58,05, df = 43, P-value = 0,06246, dan nilai RMSEA = 0,034.

Gambar 4.9
Path Diagram Ambition



Chi-Square=58.05, df=43, P-value=0.06246, RMSEA=0.034

Model dengan satu elemen dianggap dapat diterima jika nilai P lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item hanya mengevaluasi satu variabel, yaitu ambisi. Penulis kemudian memeriksa nilai t untuk setiap koefisien pemuatan faktor untuk melihat apakah item tersebut secara signifikan mengukur faktor

yang akan diuji sambil juga memutuskan apakah item tersebut harus dihilangkan atau tidak., seperti table 4.14 di bawah ini

Table 4.14

No. Item	Lambda	Standard Error	t-value	Signifikan
5	0.54	0.06	9.63	√
6	0.63	0.06	11.38	√
12	0.18	0.06	3.04	√
13	0.50	0.06	8.79	√
14	0.81	0.05	16.34	√
16	0.76	0.05	14.78	√
18	0.72	0.05	13.59	√
21	0.35	0.06	6.05	√
23	0.63	0.06	11.49	√
24	0.76	0.05	15.11	√
28	0.83	0.05	16.64	√
30	0.55	0.05	10.15	√
31	0.42	0.06	7.15	√

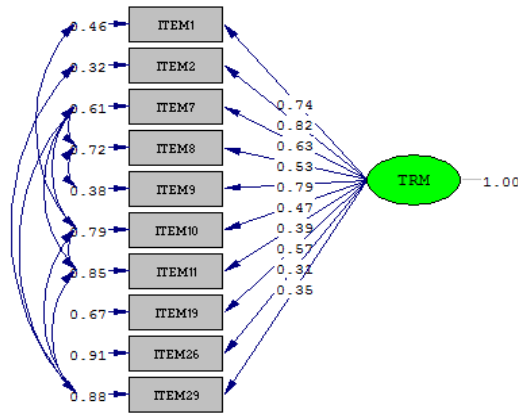
Berdasarkan tabel 4.14, nilai t bagi koefisien muatan faktor semua item signifikan karena $t > 1.96$ atau $t < -1.96$. Selanjutnya peneliti melihat muatan faktor dari item, apakah ada yang bermuatan negatif atau tidak. Tetapi tidak terdapat item yang muatan faktornya negatif dengan kata lain item-item yang ada valid dan bisa digunakan

3. *Task-related motivation*

Pada dimensi *task-related motivation* terdapat 10 item yang mengukur dimensi tersebut. Penulis mengidentifikasi apakah 10 item itu unidimensional, yaitu, apakah mereka menilai motivasi hanya untuk tugas-tugas yang berhubungan dengan tugas. Model satu faktor tidak sesuai dengan temuan analisis CFA, yaitu sebagai berikut: Chi-square = 188,53, $df = 35$, P-value = 0,00000, dan nilai RMSEA = 0,122. Oleh karena itu model diubah sehingga kesalahan pengukuran pada item yang berbeda mungkin berkorelasi satu sama lain. Model fit kemudian dicapai dengan Chi-square = 35,30, $df = 25$, P-value = 0,08290, dan nilai RMSEA = 0,037.

Gambar 4.10

Path Diagram Task-related motivation



Chi-Square=35.30, df=25, P-value=0.08290, RMSEA=0.037

Model dengan satu elemen dianggap dapat diterima jika nilai P lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan secara eksklusif mengevaluasi elemen motivasi terkait tugas. Penulis kemudian memeriksa nilai t untuk setiap koefisien pemuatan faktor untuk melihat apakah item tersebut secara signifikan mengukur faktor yang akan diuji sambil juga memutuskan apakah item tersebut harus dihilangkan atau tidak, seperti tabel 4.15 di bawah ini :

Tabel 4.15
Muatan Faktor Task-related motivation

No. Item	Lambda	Standard Error	t-value	Signifikan
1	0.74	0.05	13.79	√
2	0.82	0.05	16.11	√
7	0.63	0.06	11.13	√
8	0.53	0.06	8.91	√
9	0.79	0.05	15.13	√
10	0.47	0.06	7.83	√
11	0.39	0.06	6.50	√
19	0.57	0.06	10.02	√
26	0.31	0.06	4.99	√
29	0.35	0.06	5.60	√

Sesuai tabel 4.15, koefisien pemuatan faktor dari nilai t semua item penting karena $t > 1,96$ atau $t < -1,96$. Peneliti kemudian memeriksa beban faktor produk untuk melihat apakah ada yang bermuatan negatif atau tidak. Namun, tidak ada item dengan muatan faktor negatif, sehingga item yang sudah ada adalah sah dan dapat digunakan.

Berdasarkan keseluruhan item yang valid dari 3 dimensi dalam motivasi berprestasi (*Independence, Ambition, Task-related motivation*) penulis kemudian melakukan pengkategorian skor variabel dari masing-masing dimensi. Berikut tabelnya :

Tabel 4.16

Kategorisasi Skor Variabel				
Variabel	Frekuensi		%	
	Rendah	Tinggi	Rendah	Tinggi
<i>Social Loafing</i>	161	134	54.6%	45.4%
<i>Independence</i>	140	154	47.6%	52.4%
<i>Ambition</i>	140	155	47.5%	52.5%
<i>Task-related motivation</i>	149	145	50.7%	49.3%

Kategorisasi Skor Variabel.

Berdasarkan table di atas diketahui mahasiswa dengan *independence* tinggi sebanyak 154 mahasiswa (52.4%) dan mahasiswa dengan *independence* rendah sebanyak 140 mahasiswa (47.6%) dengan kata lain mahasiswa dengan *independence* tinggi lebih banyak dari pada yang rendah. Selanjutnya mahasiswa dengan *ambition* tinggi sebanyak 155 mahasiswa (52.5%) dan mahasiswa dengan *ambition* rendah sebanyak 140 mahasiswa (47.5%) dengan kata lain mahasiswa dengan *ambition* tinggi lebih banyak dari pada yang rendah. Kemudian mahasiswa dengan *task-related motivation* tinggi sebanyak 145 mahasiswa (49.3%) dan mahasiswa dengan *task-*

related motivation rendah sebanyak 149 mahasiswa (50.7%) dengan kata lain mahasiswa dengan *task-related motivation* rendah lebih banyak dari pada yang tinggi.

Setelah dilakukan kategorisasi, penulis mengkaji pengaruh dari masing-masing dimensi terhadap *social loafing*.

Tabel 4.17
Koefisien Regresi
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	94.016	6.042		15.560	.000
independ	-.139	.069	-.137	-2.025	.044
Ambition	-.262	.057	-.272	-4.565	.000
TRM	-.258	.062	-.263	-4.165	.000

a. Dependent Variable: F_SL

Berdasarkan persamaan regresi di atas, social-loafing dipengaruhi secara signifikan oleh ketiga variabel bebas yaitu kemandirian, ambisi, dan motivasi terkait tugas. Mengapa nilai koefisien regresi masing-masing IV ditentukan adalah sebagai berikut:

1. *Independence* : diperoleh nilai koefisien regresi sebesar -0.139 dengan Sig. sebesar 0.044 (Sig. < 0.05), dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh yang negatif signifikan dari *independence* terhadap *social loafing* diterima. Artinya *independence* memiliki pengaruh yang signifikan secara negatif terhadap *social loafing*.
2. *Ambition* : Nilai koefisien regresi adalah $-0,262$ dengan Sig. sebesar 0.000 (Sig. < 0.05), dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh yang negatif signifikan dari *ambition* terhadap *social loafing* diterima. Artinya *ambition* memiliki pengaruh yang signifikan secara negatif terhadap *social loafing*.
3. *Task-related motivation* : Karena nilai koefisien regresi adalah $-0,258$ dan tingkat signifikansi $0,000$ (Sig. $0,05$), maka hipotesis bahwa motivasi terkait tugas berpengaruh negatif signifikan terhadap social-loafing diterima. Ini menyiratkan bahwa dorongan terkait tugas secara signifikan merusak social-loafing.

D. Pengaruh kohesi kelompok pada Social Loafing

Kekompakan dalam suatu kelompok mengacu pada solidaritas atau kebersamaan kelompok. Kekuatan ikatan yang

mengikat anggota kelompok secara kolektif, serta rasa memiliki dan ketertarikan individu terhadap anggota kelompok tertentu dan kelompok secara keseluruhan, merupakan tanda-tanda kohesi kelompok. Skala Kuesioner Lingkungan Grup (GEQ), pertama kali dibuat oleh Carron et al. pada tahun 2002 tetapi direvisi pada tahun 2009 untuk kelompok olahraga, adalah skala kekompakan yang digunakan dalam penelitian ini.

Ada 18 item pada skala. Hal-hal tersebut telah dan akan terus dimodifikasi untuk lingkungan penelitian Indonesia. Siswa diminta untuk menjawab pertanyaan dengan menggunakan skala yang telah dimodifikasi, dan mereka diberikan empat kemungkinan jawaban, sebagai berikut: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS).

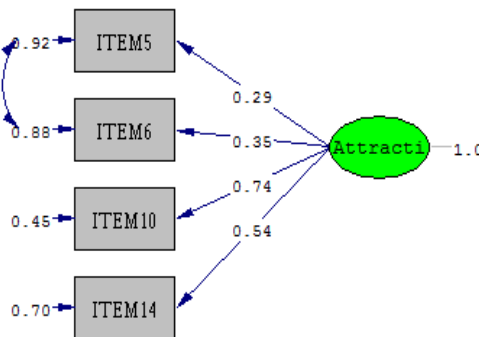
Tabel 4.18
Blue Print Skala Kohesivitas Kelompok

No	Aspek	Indikator	Fav	Unfav	Jml
1	<i>Individual Attractions to The Group-Task</i>	Mempunyai kepercayaan terhadap kinerja kelompok Merasa bahwa kelompoknya memberikan pengalaman yang baik secara individu	5, 10, 14,		4
2	<i>Individual Attraction to The Group-Social</i>	Tertarik terhadap kelompoknya secara utuh Memiliki keinginan untuk berkumpul bersama kelompok	2, 4, 9, 11, 13, 16		6
3	<i>Group Integration-Task</i>	Senang dengan kerjasama anggota kelompok Berusaha menyelesaikan masalah secara bersama-sama	1, 3, 8, 18	12	5
4	<i>Group Integration-Sosial</i>	Mempunyai rasa memiliki terhadap anggota kelompok Menjaga perpecahan antar anggota	7, 15, 17		3
		Jumlah	16	2	18

1. *Individual Attractions to The Group-Task*

Dimensi Daya Tarik Individu ke Tugas Kelompok memiliki 4 komponen sesuai dengan cetak biru di atas. Keempat item diperiksa untuk melihat apakah mereka unidimensional, atau jika mereka hanya mengukur ketertarikan individu terhadap tugas kelompok. Model satu faktor tidak sesuai dengan temuan analisis CFA, yaitu sebagai berikut: Chi-square = 34,37, df = 2, P-value = 0,00000, dan nilai RMSEA = 0,235. Akibatnya, penulis mengubah model sehingga kesalahan pengukuran pada item yang berbeda dapat berkorelasi satu sama lain. Ini menghasilkan model fit dengan nilai-nilai berikut: Chi-square = 1,27, df = 1, P-value = 0,26062, dan nilai RMSEA = 0,030.

Gambar 4.11 *Path Diagram Individual Attractions to The Group-Task*



Chi-Square=1.27, df=1, P-value=0.26062, RMSEA=0.030

Model dengan satu elemen dianggap dapat diterima jika nilai P lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item hanya mengevaluasi ketertarikan individu terhadap tugas kelompok. Penulis kemudian memeriksa nilai t untuk setiap koefisien pemuatan faktor untuk melihat apakah item tersebut secara signifikan mengukur faktor yang akan diuji sambil juga memutuskan apakah item tersebut harus dihilangkan atau tidak., seperti tabel 4.19 di bawah ini :

Tabel 4.19 Muatan Faktor *Individual Attractions to The Group-Task*

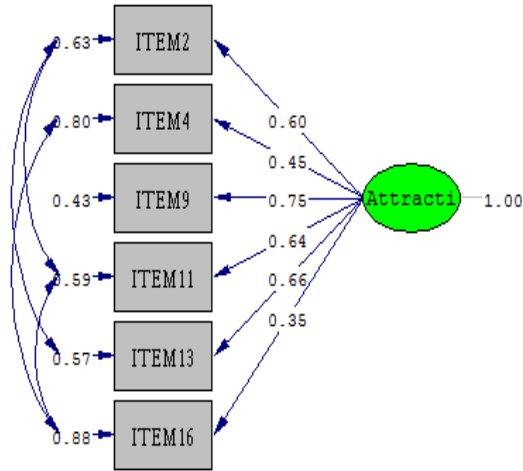
No. Item	Lambda	Standard Error	t-value	Signifikan
5	0.29	0.07	3.87	√
6	0.35	0.08	4.67	√
10	0.74	0.11	6.73	√
14	0.54	0.09	6.05	√

Karena $t > 1,96$ atau $t < -1,96$, nilai t tabel 4.19 untuk koefisien pemuatan faktor semua item adalah signifikan. Peneliti kemudian memeriksa beban faktor produk untuk melihat apakah ada yang bermuatan negatif atau tidak. Namun, tidak ada item dengan beban faktor negatif, sehingga item yang sudah ada akurat dan berguna.

2. *Individual Attraction to The Group-Social*

Selanjutnya pada dimensi *Individual Attraction to The Group-Social* memiliki 6 dimensi yang mengukur dimensi tersebut. Untuk menentukan apakah keenam kategori tersebut mengukur lebih dari sekadar ketertarikan individu terhadap kelompok-sosial, penulis menguji unidimensionalitasnya. Model satu faktor tidak sesuai dengan temuan analisis CFA, yaitu sebagai berikut: Chi-square = 69,51, $df = 9$, P-value = 0,00000, dan nilai RMSEA = 0,151. Akibatnya, para peneliti mengubah model sehingga kesalahan pengukuran pada item yang berbeda dapat berkorelasi satu sama lain; ini menyebabkan model fit yang diperoleh, yang memiliki nilai-nilai berikut: Chi-kuadrat = 6,63, $df = 5$, nilai-P = 0,24974, dan nilai RMSEA = 0,033.

Gambar 4.12 *Path Diagram Individual Attractions to The Group-Social*



Chi-Square=6.63, df=5, P-value=0.24974, RMSEA=0.033

Model dengan satu elemen dianggap dapat diterima jika nilai P lebih besar dari 0,05. Ketertarikan individu terhadap kelompok-sosial adalah faktor tunggal yang diukur oleh semua item, menurut ini. Penulis kemudian memeriksa nilai t untuk setiap koefisien pemuatan faktor untuk melihat apakah item tersebut secara signifikan mengukur faktor yang akan diuji sambil juga memutuskan apakah item tersebut harus dihilangkan atau tidak., seperti tabel 4.20 di bawah ini :

Tabel 4.20

Muatan Faktor Diagram Individual Attractions to The Group-Social

No. Item	Lambda	Standard Error	t-value	Signifikan
2	0.60	0.07	8.90	√
4	0.45	0.06	7.18	√
9	0.75	0.06	12.46	√
11	0.64	0.06	10.38	√
13	0.66	0.06	10.66	√
16	0.35	0.07	5.29	√

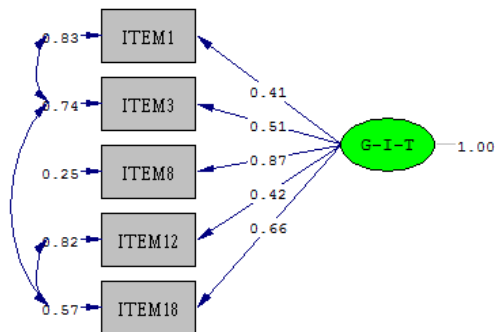
Nilai t untuk koefisien pemuatan faktor semua item signifikan menurut tabel 4.20 karena baik $t > 1,96$ atau $t < -1,96$. Peneliti kemudian memeriksa beban faktor produk untuk melihat apakah ada yang bermuatan negatif atau tidak. Namun, tidak ada item dengan muatan faktor negatif, sehingga item yang sudah ada adalah sah dan dapat digunakan.

3. *Group Integration-Task*

Selanjutnya pada dimensi *Group Integration-Task* memiliki 5 item yang mengukur dimensi tersebut. Lima item diperiksa untuk melihat apakah mereka unidimensional, atau apakah mereka hanya menilai Tugas Integrasi Grup. Model satu faktor tidak sesuai dengan temuan analisis CFA, yaitu sebagai berikut: Chi-square = 123,73, df = 5, P-value = 0,00000, dan nilai RMSEA = 0,284. Akibatnya, para peneliti mengubah model sehingga kesalahan pengukuran pada item yang berbeda dapat berkorelasi satu sama lain. Hal ini menghasilkan model yang fit dengan nilai sebagai berikut: Chi-square = 1,43, df = 2, P-value = 0,48852, dan nilai RMSEA = 0,000.

Gambar 4.13

Path Diagram Group Integration-Task



Chi-Square=1.43, df=2, P-value=0.48852, RMSEA=0.000

Model dengan satu elemen dianggap dapat diterima jika nilai P lebih besar dari 0,05. Ini menyiratkan bahwa setiap item hanya mengevaluasi komponen Tugas Integrasi Grup. Penulis kemudian memeriksa nilai t untuk setiap koefisien pemuatan faktor untuk melihat apakah item tersebut secara signifikan mengukur faktor yang akan diuji sambil juga memutuskan apakah item tersebut harus dihilangkan atau tidak., seperti tabel 4.21 di bawah ini :

Tabel 4.21
Muatan Faktor Group Integration-Task

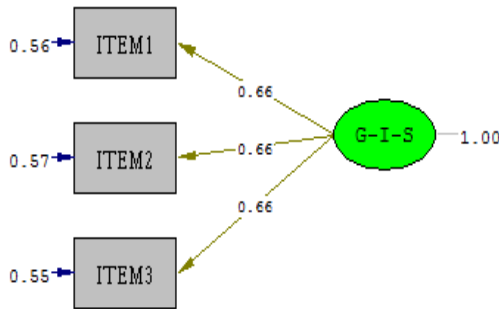
No. Item	Lambda	Standard Error	t-value	Signifikan
1	0.41	0.07	6.35	√
3	0.51	0.07	7.57	√
8	0.87	0.08	10.80	√
12	0.42	0.07	6.20	√
18	0.66	0.07	9.23	√

Nilai t untuk koefisien pemuatan faktor semua item signifikan menurut tabel 4.21 karena $t > 1,96$ atau $t < -1,96$. Peneliti kemudian memeriksa beban faktor produk untuk melihat apakah ada yang bermuatan negatif atau tidak. Namun, tidak ada item dengan muatan faktor negatif, sehingga yang sudah ada masih bagus dan dapat digunakan.

4. *Group Integration-Sosial*

Dan yang terakhir dimensi *Group Integration-Sosial*. memiliki 3 item yang mengukur dimensi tersebut. Untuk menentukan apakah ketiga pertanyaan tersebut benar-benar hanya mengevaluasi Integrasi Kelompok-Sosial, penulis menyelidiki apakah mereka unidimensional. Ternyata semua item dianggap fit sesuai dengan temuan analisis CFA yang dilakukan dengan menggunakan model satu faktor, dengan Chi-square = 0,08, df = 2, P-value = 0,96055, dan nilai RMSEA = 0,000. Kesalahan pengukuran beberapa komponen diperbolehkan untuk berkorelasi satu sama lain dalam model ini, sehingga peneliti tidak mengubahnya.

Gambar 4.14
Path Diagram Group Integration-Sosial



Chi-Square=0.08, df=2, P-value=0.96055, RMSEA=0.000

Dari hasil analisis CFA dapat disimpulkan bahwa model dengan faktor tunggal sesuai karena nilai P lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua item secara eksklusif mengevaluasi komponen Integrasi Kelompok-Sosial. Kemudian, dengan melihat

nilai t untuk masing-masing koefisien loading faktor, peneliti menilai apakah item tersebut secara signifikan mengukur faktor yang akan diuji sekaligus memutuskan apakah item tersebut perlu dihilangkan atau tidak, seperti tabel 4.22 di bawah ini :

Tabel 4.22
Muatan Faktor Integration-Sosial

No. Item	Lambda	Standard Error	t-value	Signifikan
7	0.66	0.04	16.70	√
15	0.66	0.04	16.70	√
17	0.66	0.04	16.70	√

Berdasarkan tabel 4.22, koefisien pemuatan faktor dari nilai t semua item penting karena $t > 1,96$ atau $t < -1,96$. Peneliti kemudian memeriksa beban faktor produk untuk melihat apakah ada yang bermuatan negatif atau tidak. Namun, tidak ada item dengan muatan faktor negatif, sehingga item yang sudah ada adalah sah dan dapat digunakan.

Berdasarkan keseluruhan item yang valid penulis kemudian melakukan pengkategorian skor variabel dari masing-masing dimensi. Berikut tabelnya :

Tabel 4.23, *Kategorisasi Skor Variabel.*

Kategorisasi Skor Variabel				
Variabel	Frekuensi		%	
	Rendah	Tinggi	Rendah	Tinggi
Social Loafing	161	134	54.6%	45.4%
Individual Attractions to The Group-Task	78	217	26.4%	73.6%
Individual Attraction to The Group-Social	108	187	36.6%	63.4%
Group Integration-Task	203	92	68.8%	31.2%
Group Integration-Sosial	122	173	41.4%	58.6%

Berdasarkan tabel di atas *Attractions of the Group Task for Individuals* tinggi sebanyak 217 mahasiswa (73.6%) dan mahasiswa dengan *Attractions of the Group Task for Individuals* rendah sebanyak 78 mahasiswa (26.4%) dengan kata lain mahasiswa dengan *Attractions of the Group Task for Individuals* tinggi lebih banyak dari pada yang rendah. Kemudian mahasiswa dengan *personal interest in the group-social* tinggi sebanyak 187 mahasiswa (63.4%) dan mahasiswa *personal interest in the group-social* rendah sebanyak 108 mahasiswa (36.6%) dengan kata lain mahasiswa dengan *personal interest in the group-social* tinggi lebih banyak dari pada yang rendah.

Selanjutnya mahasiswa dengan *group Integration-Task* tinggi sebanyak 92 mahasiswa (31.2%) dan mahasiswa dengan *group Integration-Task* rendah sebanyak 203 mahasiswa (68.8%) dengan kata lain mahasiswa dengan *group Integration-Task* rendah lebih banyak dari pada yang tinggi dan mahasiswa dengan *group Integration-Sosial* tinggi sebanyak 173 mahasiswa (58.6%) dan mahasiswa dengan dengan *group Integration-Sosial* rendah sebanyak 122 mahasiswa (41.4%) dengan kata lain mahasiswa dengan dengan *group Integration-Sosial* tinggi lebih banyak dari pada yang rendah.

Memeriksa koefisien regresi setiap dimensi adalah tahap terakhir. Signifikansi koefisien regresi yang diperoleh dapat dievaluasi dengan melihat kolom Sig. Social-loafing secara signifikan dipengaruhi oleh koefisien regresi ketika Sig. 0,05, dan sebaliknya. Ukuran koefisien regresi setiap dimensi pada metrik kohesivitas kelompok untuk *social loafing* dapat dilihat pada tabel 4.24 di bawah ini

:

Tabel 4.24. *Koefisien Regresi*
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	94.016	6.042		15.560	.000
TGT	-.053	.077	-.044	-.691	.490
TGS	.059	.081	.055	.731	.465
GIT	-.002	.073	-.002	-.027	.979
GIS	-.078	.074	-.068	-1.051	.294

b. Dependent Variable: F_SL

1. *Individual Attractions to The Group-Task* : diperoleh nilai koefisien regresi sebesar - 0.053 dengan Sig. sebesar 0.490 (Sig. > 0.05), dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh yang negatif signifikan dari *Individual Attractions to The Group-Task* terhadap *social loafing* di tolak. Artinya *Individual Attractions to The Group-Task* tidak memiliki pengaruh yang signifikan (baik secara positif maupun negatif) terhadap *social loafing*.
2. *Attraction to The Group-Social* : Hipotesis bahwa terdapat pengaruh negatif yang substansial dari ketertarikan pada kelompok-sosial terhadap social-loafing ditolak karena nilai koefisien regresinya adalah 0,059 dengan Sig. sebesar 0,465 (Sig. > 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa social loafing tidak dipengaruhi secara signifikan (baik positif maupun negatif) oleh *Attraction to The Group-Social*.
3. *Group Integration-Task* : Hipotesis bahwa tugas integrasi kelompok berpengaruh negatif signifikan terhadap social-loafing ditolak karena nilai koefisien regresinya adalah -0,002 dengan Sig. sebesar 0,979 (Sig. > 0,05). Akibatnya, Tugas Integrasi Kelompok tidak secara signifikan mempengaruhi social-loafing baik secara positif maupun negatif.
4. *Group Integration-Sosial* : Hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang substansial Kelompok Integrasi Sosial terhadap social-loafing ditolak karena nilai koefisien regresinya adalah -0,078 dengan Sig. sebesar 0,294 (Sig. > 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa social-loafing tidak dipengaruhi secara signifikan oleh Kelompok Integrasi Sosial, baik secara positif maupun negatif.

E. Pengujian proporsi varians *independent variable*

Kontribusi proporsi varians dari masing-masing variabel bebas terhadap *social-loafing* ditunjukkan pada tabel di bawah ini. Tabel tersebut memuat model, yaitu IV yang telah diperiksa satu per satu, pada kolom pertama, diikuti oleh R square, yang merupakan penambahan varians DV dari IV yang telah diperiksa satu per satu, pada kolom ketiga.

Selain itu, perubahan R kuadrat (di kolom keenam) adalah nilai murni varians DV dari setiap IV yang diperiksa satu per satu, dan perubahan F (di kolom ketujuh) adalah nilai F yang ditentukan untuk IV yang bersangkutan. Kolom df, yang terdiri dari pembilang dan penyebut, mewakili derajat kebebasan atau tingkat sebenarnya untuk IV yang bersangkutan. Kolom terakhir kemudian menjadi kolom penting (perubahan Sig. F). Ukuran varians dalam proporsi *social-loafing* dapat dilihat pada tabel 4.25 berikut ini

Tabel 4.25 *Model Summary* Proporsi Varians Tiap IV terhadap DV
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.172a	.030	.026	8.89451	.030	8.918	1a	293	.003
2	.179b	.032	.025	8.89903	.002	.703	1b	292	.403
3	.354c	.125	.116	8.47262	.094	31.131	1c	291	.000
4	.443d	.197	.186	8.13410	.071	25.726	1d	290	.000
5	.619e	.383	.372	7.14353	.186	87.003	1e	289	.000
6	.619f	.383	.370	7.15230	.001	.292	1f	288	.590
7	.621g	.386	.371	7.14773	.003	1.369	1g	287	.243
8	.651h	.423	.407	6.93915	.037	18.513	1h	286	.000

9	.689i	.475	.459	6.63119	.052	28.181	1i	285	.000
10	.710j	.504	.487	6.45688	.029	16.595	1j	284	.000
11	.711k	.506	.486	6.46019	.001	.709	1k	283	.400
12	.711l	.506	.484	6.47162	.000	.002	1l	282	.967
13	.711m	.506	.483	6.48264	.000	.041	1m	281	.839
14	.712n	.508	.483	6.48144	.002	1.104	1n	280	.294

a. Predictors: (Constant), Gander

b. Predictors: (Constant), Gander, Semester

c. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX

d. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX, F_AG

e. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX, F_AG, F_CON

f. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX, F_AG, F_CON, F_NEU

g. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX, F_AG, F_CON, F_NEU, F_OP

h. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX, F_AG, F_CON, F_NEU, F_OP, F_IND

- i. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX, F_AG, F_CON, F_NEU, F_OP, F_IND, F_AMB
- j. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX, F_AG, F_CON, F_NEU, F_OP, F_IND, F_AMB, F_TRM
- k. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX, F_AG, F_CON, F_NEU, F_OP, F_IND, F_AMB, F_TRM, F_TGT
- l. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX, F_AG, F_CON, F_NEU, F_OP, F_IND, F_AMB, F_TRM, F_TGT, F_TGS
- m. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX, F_AG, F_CON, F_NEU, F_OP, F_IND, F_AMB, F_TRM, F_TGT, F_TGS, F_GIT
- n. Predictors: (Constant), Gander, Semester, F_EX, F_AG, F_CON, F_NEU, F_OP, F_IND, F_AMB, F_TRM, F_TGT, F_TGS, F_GIT, F_GIS

1. Rincian berikut dapat dinyatakan dengan menggunakan data pada tabel 4.25: 1. Perbedaan gender dalam *social-loafing* adalah 3,0%. Dengan perubahan $F = 8,918$, $df1 = 1$, dan $df2 = 293$ dan Sig. Perubahan $F = 0,003$ (Sig. Perubahan $F < 0,05$), variansnya signifikan.
2. Varians dalam *social loafing* adalah 0,2% pada tingkat semester. Dengan perubahan $F = 0,703$, $df1 = 1$, dan $df2 = 292$ dan Sig. Perubahan $F = 0,403$ (Sig. Perubahan $F > 0,05$), varians tidak signifikan secara statistik
3. Varians *social loafing* adalah 9,4% dijelaskan oleh sifat ekstraversi. Dengan perubahan $F = 31131$, $df1 = 1$, dan $df2 = 291$ dan Sig. Perubahan $F = 0,000$ (Sig. Perubahan $F < 0,05$), variansnya signifikan.
4. Variabel *agreeableness* menyumbang 7,1% dari varians dalam *social-loafing*. Dengan perubahan $F = 25.726$, $df1 = 1$, dan $df2 = 290$ dan Sig. Perubahan $F = 0,000$ (Sig. Perubahan $F < 0,05$), variansnya signifikan
5. Variabel *conscientiousness* memberikan 18,6% varians dalam *social loafing*. Dengan perubahan $F = 87.003$, $df1 = 1$, dan $df2 = 289$ dan Sig. Perubahan $F = 0,000$ (Sig. Perubahan $F < 0,05$), variansnya signifikan
6. Variabel *neuroticism* berkontribusi 0,1% terhadap variasi *social loafing*. Dengan F ubah =, $df1 = 1$, dan $df2 = 288$ dan Sig. Perubahan $F = 0,590$ (Sig. Perubahan $F > 0,05$), varians tidak signifikan secara statistik.
7. Variabel *openness to experience* berkontribusi 0,3% terhadap variasi *social loafing*. Dengan perubahan $F = 1,369$, $df1 = 1$ dan $df2 = 287$ dan Sig. Perubahan $F = 0,243$ (Sig. Perubahan $F > 0,05$), varians tidak signifikan secara statistik.
8. Variabel *independence* berkontribusi 3,7% terhadap varians dalam *social-loafing*. Dengan perubahan $F = 18513$, $df1 = 1$, dan $df2 = 286$ dan Sig. Perubahan $F = 0,000$ (Sig. Perubahan $F < 0,05$), variansnya signifikan.

9. Variabel *ambition* berkontribusi 5,2% terhadap varians dalam *social-loafing*. Dengan perubahan $F = 28.181$, $df1 = 1$, dan $df2 = 285$ dan Sig. Perubahan $F = 0,000$ (Sig. Perubahan $F < 0,05$), variansnya signifikan.
10. Variabel *task-related motivation* berkontribusi 2,9% terhadap varians dalam *social-loafing*. Dengan perubahan $F = 16.595$, $df1 = 1$, dan $df2 = 284$ dan Sig. Perubahan $F = 0,000$ (Sig. Perubahan $F < 0,05$), variansnya signifikan.
11. Variabel *individual attractions to the group-task* berkontribusi 0,1% terhadap variasi *social loafing*. Dengan perubahan $F = 0,709$, $df1 = 1$ dan $df2 = 283$ dan Sig. Perubahan $F = 0,100$ (Sig. Perubahan $F > 0,05$), varians tidak signifikan secara statistik.
12. Variabel *attraction to the group-social* berkontribusi 0% terhadap varians *social-loafing*. Dengan perubahan $F = 0,002$, $df1 = 1$, dan $df2 = 282$ dan Sig. Perubahan $F = 0,967$ (Sig. Perubahan $F > 0,05$), varians tidak signifikan.
13. Variabel *group integration-task* berkontribusi 0% terhadap varians *social-loafing*. Dengan perubahan $F = 0,041$, $df1 = 1$ dan $df2 = 281$ dan Sig. Perubahan $F = 0,839$ (Sig. Perubahan $F > 0,05$), varians tidak signifikan secara statistik.
14. Variabel *group integration-sosial* berkontribusi 0,2% terhadap variasi *social loafing*. Dengan perubahan $F = 1.104$, $df1 = 1$ dan $df2 = 280$ dan Sig. Perubahan $F = 0,294$ (Sig. Perubahan $F > 0,05$), varians tidak signifikan.

Jika dinilai dari besar kecilnya R^2 yang dihasilkan, maka dapat disimpulkan dari penjelasan sebelumnya bahwa terdapat 7 variabel yang memberikan kontribusi signifikan terhadap variasi *social loafing*. Adapun 7 prediktor tersebut adalah jenis kelamin, *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *independence*, *ambition*, *task-related motivation*.

BAB V

PENUTUP

A. Diskusi

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel, *independence*, *ambition*, *task-related motivation* dan jenis kelamin memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *social loafing*. Variabel-variabel ini secara statistik mempengaruhi *social-loafing* karena koefisien regresinya memiliki Sig. 0,05. Sedangkan nilai untuk variabel lainnya adalah Sig. > 0,05, yang berarti tidak signifikan secara statistik. Ketiga variabel ini merupakan dimensi dari variabel motivasi berprestasi.

Byrne, Rose, Hanson, Cardador , George dkk (2004) mendefinisikan motivasi berprestasi sebagai perbedaan individu yang sering digambarkan sebagai kecenderungan individu untuk berkeinginan dan bekerja demi mencapai suatu tujuan pribadi dan profesional yang menantang. Dalam dimensi Independence terdiri dari self-reliance, flexibility dan fearlessness.

Self-reliance merupakan keyakinan individu terhadap diri, kemampuan yang dimiliki dan batasan diri. Flexibility (keluwesan) merupakan kesediaan untuk menerima perubahan dan kenikmatan menantang tugas-tugas baru. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini cenderung berpikiran terbuka dan tertarik pada banyak hal. Mereka dapat dengan mudah beradaptasi dengan situasi kerja yang baru dan menunjukkan kesiapan

untuk berubah. situasi baru dan hal-hal yang menarik, terutama jika pengalaman ini cenderung untuk meningkatkan

pengetahuan mereka dan Fearlessness (keberanian) merupakan perasaan yang kurang takut dengan kegagalan pada tugas-tugas yang sulit. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini tidak gugup tampil di depan umum atau di bawah tekanan waktu. Mereka tidak takut dihakimi oleh orang lain dan tidak menjadi terlalu cemas ketika menghadapi tugas-tugas penting (Byrne dkk, 2004).

Berdasarkan hasil data dilapangan secara keseluruhan mahasiswa psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta memiliki independence yang tinggi yaitu sebanyak 154 orang mahasiswa atau 52.4% dari jumlah sampel yang didapatkan. Dengan independence yang tinggi membuat social loafing menjadi rendah.

Dimensi kedua yang diberi label ambition didalamnya termasuk aspek seperti productivity, status orientation dan competitiveness. Pride in productivity merupakan rasa kenikmatan dan prestasi berasal dari melakukan pekerjaan terbaik yang telah dilakukan seseorang. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini yang paling puas ketika mereka merasa mereka telah meningkatkan kinerja mereka. Harga diri mereka tergantung pada pencapaian dan mereka mendapatkan emosi positif yang timbul dari kinerja yang baik. Selanjutnya status orientation (orientasi status) merupakan keinginan untuk mencapai status yang tinggi dalam kehidupan pribadi seseorang dan untuk kemajuan profesional. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini berjuang mencapai posisi penting dalam kehidupan dan menginginkan prestasi mereka dikagumi. Mereka termotivasi untuk mengejar karir penting dan untuk kemajuan dalam pekerjaan mereka. Dan yang terakhir adalah Competitiveness (Daya saing) yaitu motivasi yang berasal dari bersaing dengan orang lain. Keinginan untuk menang dan menjadi lebih baik dan lebih cepat daripada yang lain. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini senang untuk bersaing dengan orang lain dan membandingkan prestasi mereka kepada orang lain. Kemenangan memotivasi individu-individu untuk mengeluarkan usaha lebih (Byrne, dkk, 2004).

Berdasarkan hasil data dilapangan secara keseluruhan mahasiswa psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta memiliki ambition yang tinggi yaitu sebanyak 155 orang mahasiswa atau 52.5% dari jumlah sampel yang didapatkan. Dengan ambition yang tinggi membuat social loafing menjadi rendah dan hasilpun menjadi signifikan.

Dimensi ketiga dari motivasi berprestasi adalah task-related motivation termasuk didalamnya aspek-aspek seperti self-control, persistence and internality (Byrne dkk, 2004). Self-control (kontrol diri) merupakan kemampuan untuk menunda kepuasan dan untuk mengatur diri sendiri dan pekerjaan seseorang. Sebuah bentuk disiplin diri. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini mampu membuat rencana jangka panjang. Mereka tidak menunda-nunda dan berkonsentrasi pada pekerjaan mereka dengan banyak disiplin diri. Selanjutnya Persistence (kegigihan) merupakan kemauan untuk mengerahkan sejumlah besar usaha selama jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan. Individu yang mendapat skor tinggi pada dimensi ini mampu berkonsentrasi penuh pada tugas di tangan tanpa terganggu. Orang-orang ini bisa digambarkan sebagai orang yang ulet atau energik dalam berjuang untuk menyelesaikan tugas. Dan yang terakhir adalah Internality (internalisasi) yaitu Keyakinan bahwa keberhasilan seseorang adalah karena penyebab internal daripada variabel situasional. Orang-orang yang skor tinggi pada dimensi ini. Mereka percaya bahwa hasil adalah akibat langsung dari tindakan sendiri dan usaha.

Berdasarkan hasil data dilapangan secara keseluruhan mahasiswa psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta memiliki task related motivation yang tinggi yaitu sebanyak 145 orang mahasiswa atau 49.3% dari jumlah sampel yang didapatkan. meskipun task related motivation yang tinggi lebih sedikit daripada yang rendah, namun hasil uji regresi menyatakan bahwa task related motivation memiliki pengaruh yang signifikan terhadap social loafing.

Itulah 3 dimensi dalam motivasi berprestasi yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap social-loafing. Adapun dua variabel lainnya yaitu big five personality dan kohesivitas kelompok tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap social loafing. Faktor internal dan eksternal dalam penelitian ini sebenarnya sama-sama berperan menjadi prediktor terhadap social loafing hal ini terbukti dari hasil uji F dengan nilai Sig. Sebesar 0.000 yang berarti bahwa secara keseluruhan semua IV mempengaruhi DV secara bersama-sama. Namun, faktor internal khususnya, motivasi berprestasi mempengaruhi social-loafing lebih konsisten daripada faktor eksternal, seperti kohesivitas kelompok.

Menurut Kerr (1983) situasi kehilangan motivasi dalam kelompok menyebabkan bencana kolektif yaitu dengan menurunnya usaha individu dalam kelompok (social loafing dan free-rider). Seseorang yang tidak memiliki motivasi tentunya enggan untuk melakukan sesuatu seperti mengerjakan tugas kelompok hal ini terjadi karena tidak ada dorongan dalam dirinya untuk mencapai sebuah tujuan dalam berprestasi. Stipek dalam Wigfield & Eccles (2001) menyatakan bahwa motivasi berprestasi merujuk pada kepercayaan siswa dalam kemampuan mereka mengatasi masalah sulit, mengambil kendali atas pembelajaran mereka sendiri, kesediaan untuk mengambil resiko, senang dengan tugas menantang, dan kenikmatan dalam melakukan aktivitas pembelajaran. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki motivasi berprestasi yang rendah tentunya akan lebih cenderung untuk melakukan perilaku social loafing.

Pada 3 dimensi motivasi berprestasi (independence, ambition, task-related motivation), dimensi ambition memiliki pengaruh yang paling tinggi diantara yang lainnya. Seseorang yang memiliki ambisi untuk berprestasi tentunya akan lebih berusaha memaksimalkan tugas-tugas yang diberikan, terutama pada tugas kelompok. Salah satu penyusun dimensi ambition adalah aspek productivity. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini akan merasa puas

ketika mereka merasa telah meningkatkan kinerja mereka. Harga diri mereka tergantung pada pencapaian, mereka juga mendapatkan emosi positif yang timbul dari kinerja yang baik (Byrne, dkk, 2003).

Meskipun secara statistik tidak signifikan, dimensi-dimensi yang ada dalam big five memiliki kontribusi terhadap social loafing meskipun kontribusi tersebut tidak sebesar kontribusi dimensi yang ada dalam motivasi berprestasi namun kontribusi yang diberikan big five lebih baik dibandingkan kohesivitas kelompok. Dimensi extraversion memiliki sumbangan sebesar 9.4 % terhadap perilaku social loafing. Extraversion mencirikan orang yang memiliki sifat orang yang energik, hangat tegas dan sosial, mereka dapat dengan mudah menyampaikan ide-ide mereka kepada anggota tim. Meskipun demikian dalam penelitian sebelumnya, orang yang memiliki kepribadian ini ternyata tidak berkorelasi dengan social loafing. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Amir dkk (2014) extraversion tidak memiliki korelasi secara positif signifikan dengan kinerja tim, hal ini berarti orang dengan kepribadian extraversion lebih cenderung untuk melakukan tindakan social loafing. Tentunya hal ini terbukti pada penelitian yang dilakukan oleh Ulke dan Bilgic (2011), hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa tipe kepribadian extraversion memiliki hubungan yang positif signifikan dengan social loafing. Fokus pada interaksi sosial yang menyenangkan membuat orang dengan kepribadian ini mengalihkan perhatian mereka dari penyelesaian tugas (Miranda, Peeters, Hariie, Tuijl, Christel, Rutte, Isabelle, 2006 ; Mohammed & Angell, 2003) selanjutnya karena banyak berbicara dan ketegasan mereka, extraversion cenderung dominan, sebuah penelitian mengungkapkan bahwa tim yang terdiri dari banyaknya individu yang dominan akan lebih banyak terlibat dalam konflik masalah tim (Miranda dkk, 2006).

Kemudian *agreeableness* berkontribusi sebesar 7.1% terhadap pada social loafing, Tipe kepribadian agreeableness memiliki hubungan yang positif signifikan dengan kinerja tim. Orang yang memiliki sifat ini sangat membantu, murah hati, ramah, perhatian,

empati, dan orang-orang yang memiliki tipe kepribadian ini lebih mudah dalam mengontrol emosi (Amir dkk, 2014). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Schippers (2014) tipe kepribadian agreeableness berkorelasi negatif signifikan dengan perilaku social loafing. Artinya semakin tinggi tingkat social loafing maka orang tersebut memiliki tingkat kepribadian agreeableness yang rendah. Dan sebaliknya semakin rendah tingkat *social loafing* maka orang tersebut memiliki tingkat kepribadian agreeableness yang tinggi.

Conscientiousness memberikan kontribusi sebesar 18.6% terhadap perilaku social loafing. *Conscientiousness* mendeskripsikan orang-orang yang teratur, terkontrol, terorganisasi, ambisius, terfokus pada pencapaian, dan memiliki disiplin diri. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa semakin tinggi *conscientiousness* maka kinerja dalam tim juga semakin tinggi (Miranda dkk, 2006). Apabila melihat penelitian Ziapour dkk (2014) serta penelitian Schippers (2014) menyatakan bahwa social-loafing dengan *conscientiousness* memiliki hubungan negative, hal ini berarti semakin tinggi seseorang pada tipe kepribadian *conscientiousness* maka kemungkinan seseorang untuk mengarah pada tindakan social-loafing sangat kecil.

Dua variabel lainnya yaitu dimensi neuroticism & openness to experience hampir tidak memberikan sumbangan atau kontribusi terhadap perilaku social loafing. Seseorang yang memiliki tipe kepribadian neuroticism yang tinggi cenderung lebih emosional dan tidak mungkin bisa bekerja dalam tim, hal ini terbukti dari hasil penelitian dimana neuroticism berkorelasi negatif signifikan dengan kinerja tim (Amir dkk, 2014). Dan berkorelasi positif signifikan dengan social loafing (Ulke dan Bilgic, 2011). Artinya tipe kepribadian ini cenderung tidak mudah dalam melakukan kerja kelompok dimana emosi yang labil akan membuatnya kesulitan dalam melakukan interaksi kelompok dan mudah mendapatkan masalah dengan anggota kelompok lainnya.

Sedangkan openness adalah mereka yang memiliki harapan untuk melakukan hal-hal dengan ide-ide baru untuk menemukan cara dalam pemecahan masalah dan dapat mudah beradaptasi dengan perubahan sehingga orang-orang yang memiliki sifat ini akan meminimalisir konflik dengan anggota tim (Amir dkk, 2014). Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Ziapour dkk (2014) menyatakan adanya hubungan yang negatif signifikan antara tipe kepribadian openness to experience dengan tindakan social loafing dan berkorelasi positif signifikan dengan kinerja tim (Rothmann & Coetzer, 2003). Artinya orang-orang yang memiliki kepribadian openness dapat melakukan kerja kelompok dengan baik disebabkan cara berpikirnya yang terbuka dan dapat menampung pendapat-pendapat dari anggota tim lainnya. Namun memang dalam penelitian ini Openness justru tidak menyumbangkan atau berkontribusi sama sekali dengan social loafing.

Mempertimbangkan penelitian sebelumnya pada dimensi big five personality (extraversio, agreeableness, conscientiousness, neuroticism, openness to experience) menyatakan bahwa tidak semua dimensi dalam big five memiliki dampak yang signifikan terhadap social loafing. Berdasarkan beberapa penemuan pada negara yang berbeda pengaruh yang diberikan pada masing-masing variabel tersebut berbeda-beda. Contohnya penelitian oleh Ulke & Bilgic (2011), yang menggunakan kelima dimensi big five mengklaim bahwa hanya dimensi ekstraversi dan neurotisme memiliki hubungan yang signifikan. Kemudian penelitian lainnya oleh Klehe & Anderson (2007) hanya tiga dari lima dimensi yaitu Openness, Conscientiousness, Agreeableness yang diteliti, dan tidak satu pun dari ketiga tipe kepribadian ini yang memiliki hubungan yang signifikan dengan social loafing.

Beberapa hal yang membuat penelitian ini menjadi tidak signifikan adalah karena faktor batasan ukuran sampel, pertimbangan letak geografis, faktor usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan yang tidak dipertimbangkan, hal inilah yang membuat

hasil menjadi tidak signifikan. Hal ini juga yang menyebabkan kita tidak dapat mengeneralisir hasil temuan. (Ulke & Bilgic, 2011), faktor lainnya adalah perbedaan budaya, sampel, tempat pengambilan data serta kondisi lingkungan (Klehe & Anderson, 2007). Seperti yang kita ketahui bersama Indonesia memiliki ratusan macam budaya, tentunya beragam budaya ini juga terdapat pada mahasiswa psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Adapun faktor eksternal seperti kondisi mahasiswa ketika menjawab kuesioner juga menjadi pertimbangan. Banyak mahasiswa yang menjawab kuesioner dalam keadaan lelah dan lapar karena baru keluar dari kelas.

Hampir sebagian besar jurnal yang meneliti tentang pengaruh variabel kohesivitas kelompok terhadap social loafing menyatakan kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang negatif signifikan. Artinya semakin rendah kohesivitas kelompok maka social loafing semakin tinggi dan sebaliknya. Namun temuan pada penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Hasil dalam penelitian ini justru tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap social loafing baik pengaruhnya secara positif maupun negatif. Adapun dimensi-dimensi dalam kohesivitas kelompok yang tidak signifikan adalah individual Attractions to The Group-Task, Attraction to The Group-Social, group Integration-Task dan group Integration-Sosial.

Individual Attractions to The Group-Task (ketertarikan individu terhadap kelompok tugas) merupakan ketertarikan individu setiap anggota dan keterlibatan dalam berbagai bagian tugas kelompok. Setiap anggota kelompok mengalami pengalaman menjadi bagian dari keluarga, tim, dan komunitas dan berbagi pendekatan yang sama untuk melakukan sesuatu sebagai sebuah kelompok (Carron, Brawley, dan Widmeyer dalam Eys, Loughheed, Bray, dan Carron, 2009). Berdasarkan hasil penelitian dimensi individual attractions to the group-task berkontribusi 0,1%

terhadap variasi social loafing dengan nilai Sig. Perubahan $F > 0,05$, yang artinya dimensi ini tidak signifikan secara statistik.

Dimensi kedua yaitu Individual Attraction to The Group-Social (Kepentingan Individu dalam Kelompok Sosial) Kepentingan individu yang dimiliki setiap anggota kelompok dalam kelompok dan keterlibatan mereka sendiri dalam berbagai segi hubungan sosial. Motivasi untuk tetap berhubungan di antara anggota kelompok. (Carron, Brawley, dan Widmeyer dalam Eys, Loughheed, Bray, dan Carron, 2009). Dalam penelitian ini Variabel attraction to the group-social berkontribusi 0% terhadap varians social-loafing. Dengan perubahan dengan nilai Sig. Perubahan $F > 0,05$, yang artinya dimensi ini tidak signifikan secara statistik.

Group Integration-Task (Integrasi kelompok kerja (task-group integration) penggabungan anggota kelompok yang melakukan kesatuan individu, termasuk bagian dari pekerjaan, di tingkat kelompok. Orang-orang bekerja sama untuk menyelesaikan tugas dalam kelompok dalam upaya mencapai tujuan (Carron, Brawley, dan Widmeyer dalam Eys, Loughheed, Bray, dan Carron, 2009). Dalam penelitian ini dimensi group integration-task berkontribusi 0% terhadap varians social-loafing. Dengan perubahan $F = 0,041$, $df1 = 1$ dan $df2 = 281$ dan Sig. Perubahan $F = 0,839$ (Sig. Perubahan $F > 0,05$), dengan kata lain varians ini tidak signifikan secara statistik.

Group Integration-Sosial (Integrasi Sosial-Kelompok (Group-Social Integration) merupakan bagian dari integrasi anggota kelompok yang menjunjung tinggi kesatuan individu di tingkat kelompok. Orang lebih bersemangat untuk bekerja sama dalam kelompok sosial untuk mencapai tujuan bersama (Carron, Brawley, dan Widmeyer dalam Eys, Loughheed, Bray, dan Carron, 2009). Dalam penelitian ini dimensi group integration-sosial berkontribusi 0,2% terhadap variasi social loafing. Dengan perubahan $F = 1.104$, $df1 = 1$ dan $df2 = 280$ dan Sig. Perubahan $F = 0,294$ (Sig. Perubahan $F > 0,05$), dengan kata lain varians ini tidak signifikan.

Semua dimensi pada variabel kohesivitas kelompok tidak satupun memiliki hubungan yang signifikan terhadap social loafing. Hal ini terjadi karena pada penelitian terdahulu yang menjadi subjek penelitian merupakan kelompok dari tim olahraga, sehingga ini membuat kerja tim menjadi sangat penting. Kinerja seorang anggota akan langsung terlihat jika mereka tidak berkontribusi dengan baik. Hal yang sama berlaku dalam penelitian eksperimen. Hal ini tentunya menjadi sesuatu yang berbeda atau tidak sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dalam penelitian ini kelompok yang digunakan adalah kelompok dalam tugas kuliah dan fenomena yang terjadi adalah mahasiswa menggabungkan hasil kerja individu dan kemudian dijadikan sebagai tugas kelompok, sehingga hal ini membuat tidak ada rasa keterikatan yang terlihat. Penugasan kelompok diselesaikan secara mandiri kemudian dikumpulkan di satu tempat untuk diintegrasikan berdasarkan temuan wawancara. Disini terlihat jelas bahwa ada kurangnya koneksi dan komunikasi yang mendalam di antara anggota kelompok, hal ini jugalah yang menyebabkan kurangnya pengaruh kohesivitas kelompok terhadap social-loafing dalam penelitian ini.

Adapun peran jenis kelamin dalam mempengaruhi social-loafing pada penelitian terdahulu menunjukkan koefisien regresinya adalah 3,004 dengan Sig. dari 0,001 (Sig. 0,05). Studi ini lebih lanjut memvalidasi temuan ini. Pria lebih memungkinkan untuk melakukan social loafing daripada wanita, menurut berbagai penelitian yang mengklaim bahwa gender memiliki pengaruh besar pada perilaku ini (Keer, 1983; Karau dan Williams, 1993; Khasima, 1995; Kugihara, 1999).

Jenis kelamin dalam teori-teori barat dibagi menjadi dua istilah tergantung pada penggunaannya. Istilah pertama adalah sex yang merupakan keadaan biologis laki-laki dan perempuan yang secara substansial tidak berubah dari waktu ke waktu atau dari satu tempat ke tempat yang lain. Sehingga karakteristik fisik masing-masing jenis kelamin tidak ditentukan oleh konteks sosial atau

budaya (John, 2011). Istilah kedua adalah gender. Istilah gender mengacu pada perbedaan sosial antara laki-laki dan perempuan (Egelan, 2006).

Gender juga mengacu pada peran, tanggung jawab, hak istimewa, hubungan dan harapan yang berbeda secara sosial dan budaya. Definisi gender ini menentukan apa yang diperbolehkan dan dihargai pada laki-laki dan perempuan. Kebutuhan dan situasi satu jenis kelamin akan berbeda dari satu tempat ke tempat lain, dari satu waktu ke waktu tergantung bagaimana masyarakat yang berbeda menentukannya (John, 2011). Gender disini juga lebih banyak berbicara tentang kesetaraan antara laki-laki dan perempuan (Egelan, 2006).

Laki-laki dan perempuan berbeda secara psikologis sesuai dengan cara mereka bertindak, dari gaya komunikasi mereka dalam mempengaruhi orang lain. Perbedaan terbesar antara laki-laki dan perempuan dengan gaya komunikasi mereka bermuara pada fakta bahwa laki-laki dan perempuan melihat tujuan percakapan secara berbeda. Laki-laki menggunakan komunikasi untuk menetapkan dominasi, sementara perempuan menggunakan komunikasi untuk membangun hubungan. Dalam beberapa perbedaan mendasar perempuan lebih teliti dan menyenangkan serta menggunakan komunikasi sosial lebih sering daripada laki-laki. Perempuan lebih cenderung untuk menggunakan gaya manajemen konflik yang kompromi sedangkan laki-laki lebih cenderung menggunakan gaya yang mendominasi (Wood, 1996).

Selain gaya komunikasi, gaya menjalin hubungan merupakan hal yang cukup penting untuk dibahas. Hubungan antara laki-laki dan perempuan diperoleh melalui proses sosialisasi dalam hal pembagian kekuasaan, pengambilan keputusan dan pembagian kerja di dalam rumah tangga dan masyarakat luas (Mlama, Dioum, Makoye, Murage, Wagah, & Washika, 2005). Perempuan berevolusi untuk bekerjasama dengan pasangan dalam membesarkan keturunan. Sehingga perempuan lebih memiliki keterkaitan dan

lebih kolektif, merasakan tanggung jawab yang lebih besar untuk membantu orang-orang yang terhubung dengannya. Sedangkan laki-laki berhubungan dengan kelompok secara keseluruhan dan bertujuan untuk melayani diri mereka sendiri di depan kelompok (Tsaw, Murphy & Detgen, 2011).

Perempuan di negara-negara feminin memiliki nilai pengasuhan yang sama seperti laki-laki. Di negara-negara maskulin perempuan lebih asertif dan kompetitif. Secara keseluruhan negara-negara ini menunjukkan kesenjangan antara nilai laki-laki dan perempuan. Singkatnya terlepas dari perubahan sosial efek revolusioner terus berkontribusi pada penjelasan tentang perilaku berbasis gender dalam kelompok (Tsaw, Murphy & Detgen, 2011).

Pada tahun 1983, Keer menemukan bahwa peserta penelitian Pria lebih mungkin dari pada wanita untuk terlibat dalam social-loafing. Menurut Khasima (1995), gender dan budaya memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap social-loafing. Menurut temuan Kugihara, pria lebih mungkin daripada wanita untuk terlibat dalam social-loafing. Hal ini agar kelompok tetap terkoordinasi, yang umumnya menjadi fokus perempuan. Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan perbedaan penting antara pria dan wanita. Hal ini juga memberikan dukungan awal mengenai perbedaan jenis kelamin dalam perilaku kelompok. Temuannya menyatakan bahwa hanya 20% laki-laki yang tidak melakukan tindakan social loafing yang artinya 80% lainnya melakukan tindakan social loafing. Sedangkan 60% perempuan tidak melakukan social loafing yang artinya hanya 40% perempuan yang melakukan tindakan social loafing.

Dalam teori komunikasi gender dijelaskan bahwa perbedaan terbesar antara laki-laki dan perempuan pada gaya komunikasi mereka bermuara pada fakta bahwa laki-laki dan perempuan melihat tujuan percakapan secara berbeda. Laki-laki menggunakan komunikasi untuk menetapkan dominasi, sementara perempuan menggunakan komunikasi untuk membangun hubungan (Wood,1996). Hal inilah yang menyebabkan perempuan lebih dapat

diandalkan dalam kinerja tim dan lebih sedikit melakukan tindakan social loafing. Dalam teori yang berbeda dikatakan dalam kelompok perempuan lebih memiliki keterkaitan dan lebih kolektif, merasakan tanggung jawab yang lebih besar untuk membantu orang-orang yang terhubung dengannya. Sedangkan laki-laki berhubungan dengan kelompok secara keseluruhan dan bertujuan untuk melayani diri mereka sendiri di depan kelompok (Tsaw, Murphy & Detgen, 2011).

B. Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dari hasil buku ini, ada beberapa hal yang dapat kami simpulkan untuk mempermudah pembaca dalam melihat dan mengambil intisari dari hasil temuan di lapangan. Adapun hal-hal yang dapat kami simpulkan adalah sebagai berikut :

Ketiga variabel besar yaitu big five personality, motivasi berprestasi dan kohesivitas kelompok serta Gender semuanya memiliki pengaruh yang signifikan ketika diujikan secara bersama-sama dimana dimensi-dimensi yang terdapat dalam ketiga variabel tersebut antara lain extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism, openness to experience, independence, ambition, task-related motivation, individual attractions to the group-task, attraction to the group-social dan group integration-task, group integration-sosial

Menurut proporsi varians keseluruhan, semua IV memiliki dampak 50,8% terhadap social-loafing. Dengan demikian, 50,8% varians yang dihasilkan dari social-loafing dapat dijelaskan oleh semua faktor independen dalam penelitian ini, sedangkan 49,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terdapat 4 faktor yang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap social-loafing keempat

faktor tersebut adalah jenis kelamin, independence, ambition, task-related motivation (semua variabel dalam motivasi berprestasi).

Dengan nilai beta sebesar -4.565, ambisi merupakan variabel independen terpenting yang mempengaruhi social loafing.

Berdasarkan proposi varians dari masing-masing variabel, terdapat 7 dimensi yang memiliki kontribusi terhadap social loafing yaitu variabel jenis kelamin, extraversion, agreeableness, conscientiousness, independence, ambition, task-related motivation. 5 dimensi lainnya yang tidak disebutkan hanya memiliki sangat sedikit kontribusi bahkan tidak memiliki kontribusi sama sekali.

C. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut:

Saran bagi praktisi pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian, motivasi berprestasi merupakan variabel yang mempengaruhi social loafing, sehingga disini penulis menyarankan untuk lebih memperhatikan faktor-faktor apa saja yang memotivasi atau mende-motivasi siswa atau mahasiswa dalam kinerja kelompok. Selain masalah motivasi karakteristik individu atau faktor kepribadian juga cukup penting dijadikan pertimbangan dalam pembentukan kelompok tugas. Meskipun faktor kepribadian dalam penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan secara statistik, namun faktor kepribadian tetap memiliki sumbangan terhadap social loafing.

Saran bagi peneliti selanjutnya

Disarankan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mempelajari social-loafing menggunakan IV yang berbeda karena masih banyak faktor lain seperti self-efficacy dan ukuran kelompok yang berpengaruh besar terhadap social loafing. Sebagai konsekuensi dari

pengamatan, telah ditentukan bahwa memiliki terlalu banyak kelompok menyebabkan social-loafing. Mengontrol jenis tugas kelompok dalam beberapa topik juga penting untuk dilakukan dan terkait dengan masalah IV.

Mengontrol jenis tugas kelompok sangat penting karena tidak setiap tugas kelompok memiliki peserta dan kompleksitas tugas yang sama, memungkinkan peserta penelitian lebih berkonsentrasi untuk memvisualisasikan diri mereka sebagai anggota kelompok tertentu saat mengisi kuesioner atau skala penelitian. Karena menurut Williams & Jackson (1985) seseorang cenderung tampil lebih baik secara individual pada tugas-tugas sederhana, tapi lebih baik secara kolektif pada tugas-tugas yang sulit.

DAFTAR PUSTAKA

- American Psychological Association Dictionary of Psychology *second edition*. (2007). Washington, D.C.
- Amir, F., Naz, F., Hafeez, S.Q., Ashfaq, A., & Dogar, Y. H. (2014). Measuring the Effect of Five Factor Model of Personality on Team Performance with Moderating Role of employee engagement. *Journal of Psychology and Behavioral Science*. 2 (2), 221-255.
- Baron, R.A., & Byrne, D.(2003). *Social Psychology*. 10th Ed. USA: Allyn & Bacon.
- Beaton, D.E & Guillemin, F. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. *Journal of SPINE*, 25 (24), 3186-3191.
- Bruhn, J. (2009). *The Group Effect: Social Cohesion and Health Outcomes*. New York: Springer.
- Byrne, Z. S., Rose, A., Hanson, M., Cardador, J. M., Thornton G. C., Schuler, Heinz., Frintrup, A., & Fox, S. (2004). Measuring achievement motivation: tests of equivalency for English, German, and Israeli versions of the achievement motivation inventory. *Personality and Individual Differences* , 37. 203–2
- Chidambaram, L., & Tung L.L. (2005). Is out of sight, out of mind? An empirical study of social loafing in technology-supported group. *Information system research*, 16, 149-168.
- Dick, R.V., Tissington, P.A., & Hertel, G. (2009). Do many hands make light work? How to overcome social loafing and gain motivation in work teams. *European Business Review*. 21 (3). 233-245
- Egeland, J. (2006). Women, Girls, Boy, and Men Different Need-Equal Opportunities. *Gender Hand book in Humanitarian Action : Inter A gency Standing Committee (IASC)*.

- Engler, B. (2009). *Personality Theories* 8th Edition. Boston New York : Houghton Mifflin.
- Eys, M.A., Loughhead, T., Bray, S.R., Carron, A.V. (2009). Development of a cohesion questionnaire for youth: The youth sport environment questionnaire. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 31, 390-408.
- Ferree.W & Piezon.S. (2008). Perceptions of social loafing in online learning groups. A study of Public University and U.S. Naval War College students, 9 (2), 1-17.
- Festinger, L. S. Schachter, K. Back. (1950). *Social pressures in Informal groups: A study of human factors in housing*. New York : Harper Row.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2012). *Theories of Personality* (8th ed.). New York: McGraw-Hill.
- George, J. M. (1992). Extrinsic and intrinsic origins of perceived social loafing in organizations. *Academy of Management Journal*, 35, 191–202.
- Harkins, S.G., & Szymanski, K. (1989). Social loafing and group evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 934-941.
- Harvey, Mandel, Marcus, S.I., Friedland J.G., Mandel. D.E. (1992). *Achievement motivation profile (AMP)*. Psychological Assessments Australia.
- Hoigaard, R., Toftelanda, I., & Ommundsenb, Y. (2006). The effect of team cohesion on social loafing in relay teams. *International Journal of Applied Sports Sciences*, 18 (1), 59-73.
- Hoigaard, R., Safvenbom, R., & Tonnessen, F.W. (2014). The relationship between group cohesion, group norms, and perceived social loafing in soccer teams. *Small group research*, 37 (3), 217-232.
- Hytti, U., Stenholm, P., Heinonen, J., & Leino, J. S. (2010). Perceived learning outcomes in entrepreneurship

- education: The impact of student motivation and team behaviour. *Education + Training*, 52(8/9), 587–606.
- John, J. (2011). *Gender Hand Book ; Analysis and Applications to Social Investing*. University of Michigan.
- Karau, S. J., & Hart, J. W. (1989). Group cohesiveness and social loafing: Effects of a social interaction manipulation on individual motivation within groups. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 2(3), 185-191.
- Karau, S. J., & Williams, K.D. (1997). The effects of group cohesiveness on social loafing and social compensation. *Educational Publishing Foundation*, I (2), 156-168.
- Karau, S. J., & Williams, K. D. (1993). Social loafing: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 681–706.
- Kerr, N. L. (1983). Motivation losses in small groups: A social dilemma analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(4), 819-828.
- Kashima, Y, Yamaguchi, S, Kim, U, Choi, S, Gelfand, MJ, & Yuki, M 1995, Culture, gender, and self: A perspective from individualism-collectivism research. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69. 925-937.
- Klehe, U. C. & Anderson, N. (2007) The moderating influence of personality and culture on social loafing in typical versus maximum performance situations. *International Journal of Selection and Assessment*, 15(2), 250-262.
- Kolodziej, Sabina. (2010). *The Role of Motivasi berprestasi in Educational Aspirations and Performance*. Kozminski University, Poland: General and Professional Education 1/2010.
- Kugihara, N. (1999). Gender and social loafing in Japan. *The Journal of Social Psychology*, 139, 516-526.
- Latane, B., Williams, K., & Harkins, S. (1979). Many hands make light the work: The causes and consequences of social

- loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(6), 822-832.
- McClelland, D.C. (1987). *Human Motivation*. New York: The Press Syndicate of The University of Chambridge
- McShane, Steven L., & Glinow, M.A.V. (2009). *Organizational Behavior fifth Edition*. New York : McGraw-Hill.
- Metiasie, C. (2016). Hubungan motivasi berprestasi dengan pemalasan sosial pada mahasiswa fakultas psikologi universitas kristen satya wacana. Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Miranda, A., Peeters, G., Harrie F. J. M., Tuijl, V., Christel, G., Rutte & Isabelle M. M. J.R. (2006). Personality and team performance: A meta-analysis. *European Journal of Personality*, 20, 377–396.
- Mlama, P., Dioum, M., Makoye, H., Murage, L., Wagah, M., Washika, R. (2005). *Gender Responsive Pedagogy; A Teacher Hand Book*. Kenya : Forum For African Women Educationalists (FAWE).
- Mudrack, P. E. (1989). Group Cohesiveness and productivity: A closer look. *Human Relations*, 42, 771–785.
- Mukti, P. (2013). Hubungan antara kepercayaan diri dan motivasi berprestasi dengan social loafing pada mahasiswa. Tesis: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Myers, D. G. (2010). *Social Psychology, Tenth Edition*. New York: McGraw-Hill.
- North, A. C., Linley, P.A., & Hargreaves, D.J. (2000). Social loafing in a cooperative classroom task. *Educational Psychology*, 20 (4), 389-392.
- Pervin, L. A., Cervone, D.C., & John, P. (2015), *Personality : Theory and Research*. 9th ed. McGraw : Hill Company.
- Peterson, C., Zaccaro, S. J., & Daly, D.C. (1986). Learned helplessness and the generality of social loafing . *Cognitive Therapy And Research*, 10 (5), 563-570.

- Rothmann, S. & Coetzer, E. P. (2003). The big five personality dimensions and job performance. *Journal of Industrial Psychology*, 29 (1), 68-74.
- Sabin, S. I. & Marcel, Pomohaci. (2014). Group cohesion important factor in sport performance. *European Scientific Journal*, 10 (26), 163-174.
- Schippers, M.C., (2014). Social loafing tendencies and team performance: The compensating effect of agreeableness and conscientiousness. *Academy of Management Learning & Education*, 13(1), 62–81.
- Shepperd, J. A., & Taylor, K. M. (1999). Ascribing advantages to social comparison targets. *Basic and Applied Social Psychology*, 21, 103-117.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta : Kencana
- Smith, R.L. (2015). A contextual measure of achievement motivation: significance for research in counseling. *Vistas Online*, 1-11
- Steinbrink, J.E. & Jones, R.M., (1993). Cooperative Test-review teams improve student achievement. *The Clearing House*, 66(5), 307–311.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears. D. O. (2006). *Social Psychology : 12th ed*. London : Upper Saddle River, N.J.
- Tsaw, D., Murphy, S., & Detgen, J. (2011). Social Loafing and Culture: Does Gender Matter?. *International Review of Business Research Papers*, 7(3), 1-8.
- Ulke. H. E., & Bilgic., R. (2011). Investigating the role of the big five on the social loafing of information technology workers. *International Journal of Selection and Assessment*, 19 (3), 301-312.

- Wigfield, A. & Eccles, J.S. eds. (2001). *The Development of Achievement Motivation*. San Diego, CA: Academic. In press.
- Wood, J. T (1996). *Gendered lives: Communication, gender and culture* (2nd ed). Belmont, CA;Wadsworth.
- Ziapour, A., Zokaei, A. H., Javid, N. M., Javid, P. M., Javid, N. M., & Pour, B. H. (2014). Association between personality traits and social laziness: (Case study: Staff of Kermanshah University of medical sciences in 2014). *TJEAS Journal*. 5 (1), 49-54.

PROFIL PENULIS I



Herlina Fitriana, Lahir 16 April 1992 di Mataram. Menempuh Pendidikan Strata 1 pada jurusan Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan tahun 2010 dan lulus pada tahun 2014. Pendidikan Strata 2 diselesaikan pada Jurusan Psikologi di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan tahun 2015 dan lulus tahun 2017.

Saat ini penulis merupakan Dosen di Universitas Islam Negeri Mataram di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada jurusan Bimbingan Konseling Islam. Beberapa karya ilmiah yang pernah ditulis dan dijurnalkan oleh penulis antara lain: 1). Prediktor Social Loafing dalam Konteks Pengerjaan Tugas Kelompok pada Mahasiswa, Peran Keterampilan Konselor (counselor skill) sebagai problem solving pada permasalahan remaja (Studi Literatur), 2). Ekspektasi Kinerja Guru Bimbingan dan Konseling dalam Menangani Perilaku Agresif pada Siswa yang mengalami Broken Home di SMPN 3 Narmada, 4). Dinamika Psikologi Istri Pertama yang dipoligami (Studi kasus pada Suku Sasak NTB).

PROFIL PENULIS II



Novia Suhastini, Lahir 18 November 1992 di Beririjarak Kabupaten Lombok Timur Provinsi Nusa Tenggara Barat. Menempuh Pendidikan sarjana strata 1 pada jurusan Ilmu Pemerintahan di Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan tahun 2011 dan lulus pada tahun 2015. Pendidikan strata 2 diselesaika pada jurusan Sosiologi di Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan tahun 2015 dan lulus pada tahun 2017. Pengalaman mengajar penulis pernah menjadi dosen Di Universitas Muhammadiyah Mataram Prodi Ilmu Pemerintahan, Dan Saat Ini Penulis Merupakan Dosen Di Universitas Islam Negeri Mataram Prodi Pengembangan Masyarakat Islam. Karya Ilmiah Yang Pernah Di Hasilkan Oleh Penulis Baik Yang Dimuat Pada Jurnal Nasional Terakreditasi Dan Jurnal Nasional, Diantaranya: 1) Pemahaman Warga Terhadap Kebijakan Pemerintah Tentang Pemanfaatan Lahan Hutan Indonesia (Studi Hutan Sekaroh Di Desa Sekaroh Kecamatan Jerowaru Kabupaten Lombok Timur) Tahun 2015, 2) Strategi Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan Wisata Pantai Di Kawasan Lombok Timur Tahun 2019, 3) Dinamika Psikologis Istri Pertama Yang Dipoligami Tahun 2021, 4) Relasi Agama Dan Budaya Dalam Tradisi Ngurisang Masyarakat Islam Sasak Tahun 2021 , 5) Dominasi Patriarki Dalam Budaya Merariq Kodeq Di Lombok Timur Tahun 2021. Stigma masyarakat terhadap anak yang berhadapan dengan hukum (2022)