

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *The Big Five Personality*

Kepribadian didefinisikan sebagai seperangkat pikiran, perilaku, perasaan yang unik dan menetap sebagai ciri khas individu tersebut (Rosenberg, 2009). (Robert, 2008) menjelaskan kepribadian menggambarkan perilaku seseorang yang relatif bertahan lama yang membedakan satu dengan yang lain. Setiap individu cenderung mempunyai ciri khas masing-masing dalam melakukan perilaku yang secara konsisten atau terus menerus untuk menghadapi suatu situasi. Kepribadian merupakan suatu cara yang unik dimana setiap individu mempunyai perilaku yang berbeda dalam menghadapi situasi. Menurut (Tommasel, 2015) kepribadian dijelaskan sebagai salah satu faktor utama yang mempengaruhi perilaku manusia dan dapat dilihat dari interaksinya dengan orang lain. Berbeda pendapatnya dengan (Montolalu, 2016), kepribadian diartikan sebagai gambaran dari seorang individu yang dapat dilihat dari cara individu tersebut dalam berfikir, berperilaku, berprasangka dan berinteraksi dengan orang lain.

Setiap individu, terdapat banyak sekali sifat yang dapat membedakan satu individu dengan individu lainnya. Secara umum setiap individu memiliki sifat yang sama tetapi mempunyai karakteristik yang berbeda dalam situasi yang sama. kepribadian pertama kali diperkenalkan oleh Goldberg pada tahun 1981. Goldberg (1990) mengelompokan ribuan kepribadian menjadi lima besar sifat kepribadian yang lebih dikenal dengan sebutan *the big five*

personality yang merupakan salah satu pendekatan kepribadian yang sangat sering dibahas dalam penelitian kepribadian (Stachl et al., 2020). *The big five personality* meliputi *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *emotional stability*, dan *openness to experience*.

Dari penjelasan diatas, maka disimpulkan bahwa *the big five personality* adalah suatu pendekatan dari segi psikologi yang terdiri dari lima besar sifat kepribadian manusia dan dapat digunakan untuk menganalisis kepribadian individu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori-teori yang dikemukakan oleh Goldberg (1990).

2.1.1.1 Indikator *The Big Five Personality*

The big five personality adalah suatu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengetahui kepribadian individu melalui *trait*. *Trait* dalam lima dimensi dari *big five personality* meliputi *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *emotional stability*, dan *openness to experience* (Jia & Jia, 2015). Penjelasannya sebagai berikut:

1. *Extraversion* (keterbukaan)

Pribadi *extraversion* menggambarkan individu dalam menyampaikan pendekatan energik, termasuk sifat-sifat seperti keramahan, ketegasan, dan antusiasme. Individu dengan pribadi seperti ini cenderung aktif, antusias, energik, ekspresif, suka berteman, mudah bergaul, spontan dan cerewet.

2. *Agreeableness* (keramahan)

Pribadi *agreeableness* termasuk perilaku yang selalu berorientasi pada penuh kepercayaan, suka berterus terang, mementingkan

kepentingan orang lain, memiliki sifat yang rendah hati, senang membantu orang lain, menghindari konflik. Individu dengan pribadi *agreeableness* cenderung ramah, kooperatif, empatik, senang membantu, simpatik.

3. *Conscientiousness* (kehati-hatian)

Pribadi *conscientiousness* menunjukkan sejauh mana individu memiliki sikap yang hati-hati dalam mencapai tujuan dalam sikap dan perilaku mereka. Individu yang memiliki pribadi *conscientiousness* cenderung berhati-hati, dapat diandalkan, pekerja keras, memiliki tujuan, bertanggung jawab, disiplin diri, teliti, dapat dipercaya.

4. *Emotional Stability* (kestabilan emosional)

Pribadi *emotional stability* menunjukkan sejauh mana individu kontras dengan emosi negatif, meliputi perasaan seperti kesedihan, kecemasan, ketidakamanan, kemarahan dan kegugupan. Individu dengan pribadi seperti ini cenderung mandiri, tenang dan aman.

5. *Openness to Experience* (terbuka terhadap hal-hal baru)

Openness to experience mengarahkan bagaimana seseorang melakukan penyesuaian pada ide atau situasi yang baru. Individu dengan *openness to experience* cenderung kreatif, memiliki rasa ingin tahu, fleksibel, imajinatif, berpikiran terbuka, dan intelektual.

2.1.2 Cyberloafing

Menurut (Lim, 2002) *cyberloafing* mengacu pada penggunaan internet yang tidak ada kaitannya dengan pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan saat jam bekerja berlangsung. Hal tersebut berupa email yang

berisi hiburan dan membuka situs web yang tidak ada kaitannya dengan pekerjaan. Lim, 2002 (Jia dan Jia., 2022) awalnya mengoperasionalkan konsep *cyberloafing* untuk merujuk pada email pribadi dan aktivitas *browsing* yang dilakukan karyawan secara sukarela selama jam kerja. Namun seiring dengan perubahan zaman dengan teknologi yang semakin canggih, definisi *cyberloafing* telah berkembang untuk mencakup penggunaan perangkat elektronik. Blanchard dan Henle (2008) mendefinisikan *cyberloafing* sebagai pemakaian email dan internet perusahaan yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan. Blanchard dan Henle (2008) juga membagi *cyberloafing* menjadi dua level yaitu *minor cyberloafing* dan *serious cyberloafing*. *Minor cyberloafing* terdiri dari kegiatan mengirim atau menerima *email* pribadi saat jam kerja dan membaca berita-berita yang sedang *trending topic* atau terkini, membuka situs web dan pembelian *online*. Sedangkan tingkat *seriuos* yang dimaksud yaitu mengunjungi situs dengan konten dewasa, membuka situs internet milik pribadi dan melakukan komunikasi dengan orang lain melalui media sosial, *blog*, bermain game *online* dan perjudian *online*.

Sementara itu menurut (Garrett, 2008) *cyberloafing* tertuju pada perilaku yang mencerminkan kesalahan yang dilakukan dengan sengaja. Akses internet yang seharusnya digunakan untuk meningkatkan produktivitas dan efektivitas perusahaan tetapi disalahgunakan untuk aktivitas yang tidak ada kaitannya dengan pekerjaan. Fenomena ini tentu dilihat sebagai aktivitas yang merugikan bagi organisasi atau perusahaan

yang menyediakan fasilitas internet sebagai dampak penurunan produktivitas karyawan dalam melaksanakan tugas pekerjaan utamanya. Kemudian (Askew, 2014) mendefinisikan *cyberloafing* sebagai perilaku ketika seorang karyawan mengakses internet dalam jenis apapun (*laptop, smartphone, tablet*) ditempat kerja untuk aktivitas yang dinilai tidak ada kaitannya dengan pekerjaan yang dilakukannya. Semakin pesatnya teknologi saat ini, penelitian yang dilakukan oleh (Koay et al., 2022) menjelaskan *cyberloafing* merupakan penyimpangan yang secara sengaja dilakukan oleh karyawan untuk melakukan aktivitas pribadinya yang tidak ada kaitannya dengan pekerjaan yang ditugaskan saat menggunakan akses internet milik perusahaan. Contoh aktivitas yang dianggap tidak terkait dengan pekerjaan yaitu mengirim email pribadi, menjelajahi situs web, menjelajahi *platform* media sosial, menonton video, mendengarkan musik, bermain game *online* dan berbelanja *online*.

Cyberloafing tidak hanya dikaitkan dengan produktivitas yang hilang tetapi juga konsekuensi negatif yang tidak diinginkan lainnya (Koay et al., 2022). Misalnya perusahaan dapat menanggung hukum ketika karyawan terlibat dalam aktivitas online ilegal (perjudian online, pengunduhan ilegal, dan peretasan) dengan menggunakan sumber daya internet perusahaan (Lim, 2002) Selain itu, karyawan mungkin secara tidak sengaja mengunduh beberapa file tidak aman (virus, spyware, atau malware) sehingga meningkatkan risiko pelanggaran keamanan. (Koay et al., 2022) menjelaskan *cyberloafing* juga memiliki keuntungan dan bermanfaat bagi karyawan seperti mengurangi stres kerja, merangsang

pikiran kreatif, dan meningkatkan kepuasan kerja. Lebih jauh lagi beberapa penelitian menunjukkan bahwa *cyberloafing* adalah cara yang baik untuk mengisi kembali sumber daya pribadi. Misalnya energi mental, *self-control* dan untuk sementara melepaskan diri dari tugas pekerjaan yang berpotensi mengarah pada mental yang lebih baik.

Berdasarkan definisi perilaku *cyberloafing* yang telah dijelaskan di atas, perilaku *cyberloafing* dalam penelitian ini adalah perilaku yang dilakukan oleh karyawan dengan menggunakan akses internet kantor untuk kepentingan pribadi diluar pekerjaan seperti mengecek dan membalas *email* secara pribadi, menjelajahi sosial media seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *blog*, bermain *game online*, pembelian *online*, mencari berita atau *entertainment* dan mengunduh data yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan.

2.1.2.1 Jenis-Jenis *Cyberloafing*

Akbulut (2016) membagi *cyberloafing* menjadi lima jenis antara lain, *sharing* yaitu segala aktivitas yang dilakukan dimedia sosial, *shopping* yaitu aktivitas berbelanja secara virtual, *real time updating* yaitu aktivitas yang mengacu pada penggunaan aplikasi di media sosial, *accessing online content* yaitu mengacu pada aktivitas yang mengakses berbagai aktivitas konten secara *online*, dan *gaming/gambling* yaitu aktivitas yang mencakup bermain *game online* atau berjudi.

Lim dan Teo (2005) membagi perilaku *cyberloafing* menjadi dua jenis yakni aktivitas *browsing* dan *emailing*. Aktivitas *browsing* merupakan aktivitas penggunaan internet perusahaan untuk melihat hal-

hal yang tidak ada kaitannya dengan pekerjaan pada waktu jam kerja berlangsung. Sedangkan aktivitas *emailing* yaitu aktivitas yang dilakukan dengan mengirim, menerima, dan memeriksa *e-mail* yang tidak ada kaitannya dengan pekerjaan pada saat jam kerja.

Dalam penelitian ini peneliti mengadaptasi jenis *cyberloafing* yang di kemukakan oleh Lim dan Teo (2005) serta penelitian dari (Jia & Jia, 2015).

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Cyberloafing*

Berikut adalah elemen-elemen yang dapat diidentifikasi sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya *cyberloafing*, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Individual

Berbagai atribut dalam diri individu antara lain:

a) Persepsi dan Sikap

Individu dengan sikap positif tinggi terhadap komputer lebih mungkin untuk menggunakan komputer kantor dengan alasan kepentingan pribadi (Lieberman et al., 2011). Individu yang merasa bahwa dengan menggunakan internet dapat menguntungkan bagi kinerjanya akan lebih mungkin terlibat dalam perilaku *cyberloafing* dibandingkan dengan karyawan lain.

b) Personality Trait

Perilaku individu yang menggunakan internet akan menunjukkan berbagai motif psikologis yang dimiliki oleh

individu tersebut (Ozler dan Polat, 2012). Karakteristik yang dimaksud seperti malu, kesepian, *self-esteem*, dan *locus of control* juga bisa dipengaruhi oleh penggunaan internet. Individu yang memiliki kontrol diri yang rendah maka akan lebih tinggi untuk melakukan perilaku menyimpang di tempat kerja.

c) Kebiasaan dan Adiksi Internet

Kebiasaan adalah perilaku yang terjadi secara otomatis tanpa instruksi diri, kognisi, dan pertimbangan dalam merespon lingkungan (Won & Pee, 2008). Dapat diperkirakan sedikit banyaknya perilaku dimedia merupakan sebuah kebiasaan. Tingginya ketergantungan terhadap internet bisa menyebabkan penyalahgunaan internet ditempat kerja.

d) Faktor Demografis

Tingkat gaji, status pekerjaan, pendidikan, dan jenis kelamin adalah faktor demografis yang penting dari *cyberloafing* (Garret dan Danziger, 2008).

2. Faktor Organisasi

Beberapa faktor organisasi juga dapat menentukan karyawan dalam melakukan *cyberloafing*. Beberapa faktor organisasi tersebut antara lain:

a) Pembatasan Penggunaan Internet

Perusahaan atau organisasi dapat memberikan batasan pada karyawan dalam menggunakan komputer saat dalam

bekerja melalui kebijakan perusahaan atau pencegahan penggunaan teknologi di kantor (Garret dan Danziger, 2008). Dengan cara ini dapat mengurangi kesempatan karyawan dalam menggunakan internet untuk kepentingan pribadi, sehingga perusahaan dapat meningkatkan regulasi diri karyawan.

b) Dukungan Manajerial

Dukungan manajerial terhadap pemakaian internet saat jam kerja berlangsung tanpa menjelaskan bagaimana menggunakan fasilitas tersebut dapat meningkatkan pemakaian internet oleh karyawan untuk kepentingan pribadinya. Dukungan ini dapat disalahartikan oleh seorang karyawan yang bekerja karena menganggap bahwa dukungan tersebut diperbolehkan dalam penggunaan semua jenis internet, sehingga memunculkan perilaku menyimpang seperti *cyberloafing* (Garret dan Danziger, 2008).

c) Pandangan Rekan Kerja tentang Norma *Cyberloafing*

Menurut (Blau, 2006) ketika seorang karyawan melihat karyawan lain yang berpotensi menjadi *role model* (panutan) mereka dalam organisasi melakukan *cyberloafing* maka karyawan tersebut akan mempelajari dan mengikuti apa yang dilihatnya. Individu yang mengetahui bahwa rekan kerjanya juga melakukan *cyberloafing*, akan lebih mungkin melakukan perilaku menyimpang tersebut.

d) Karakteristik Pekerjaan

Liberman et al (2011) mengemukakan individu yang memiliki tuntutan kerja yang rendah akan memungkinkan dalam melakukan perilaku *cyberloafing*. Ini dikarenakan waktu luang yang dimiliki oleh karyawan tersebut.

3. Faktor Situasional

Perilaku *cyberloafing* dapat terjadi ketika karyawan mengakses internet tanpa batas ditempat kerja, sehingga hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor situasional yang mendukung terjadinya perilaku ini (Weatherbee, 2010). Kondisi fasilitas merupakan hal yang sangat penting, sehingga individu yang memiliki kecenderungan melakukan sebuah tindakan tidak mampu melakukannya lagi karena tempat kerjanya tidak memungkinkan untuk dilakukannya tindakan tersebut.

2.2 Tinjauan Empiris

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil-hasil penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan dalam topik penelitian ini. Penelitian terdahulu telah dipilih sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, sehingga diharapkan mampu menjelaskan maupun memberikan referensi bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut beberapa uraian dari penelitian terdahulu:

Tabel 2.1 Tinjauan Empiris

No	Nama dan Tahun	Judul	Variabel	Hasil
1.	Christiana dan Kristanto (2020)	Pengaruh <i>The Big Five Personality</i> Terhadap Perilaku <i>Cyberloafing</i> (Kasus Di CV. Andi Offset Yogyakarta)	<i>The Big Five Personality, Cyberloafing</i>	Hasil menunjukkan kepribadian <i>extraversion</i> berpengaruh negatif terhadap perilaku <i>cyberloafing</i> , kepribadian <i>agreeableness, conscientiousness, openness</i> to <i>experience</i> berpengaruh positif terhadap perilaku <i>cyberloafing</i> , kepribadian <i>emotional stability</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku <i>cyberloafing</i> ,
2.	Liani Lukas (2020)	Pengaruh <i>Big Five Personality, Self Control</i> dan Faktor Demografi	<i>Big Five Personality, Self Control, Faktor</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang

		Terhadap <i>Cyberloafing</i>	Demografi, <i>Cyberloafing</i>	signifikan terhadap variabel <i>Big Five Personality, Self Control</i> , dan Faktor Demografi terhadap <i>Cyberloafing</i>
3.	Koay et al (2022)	<i>Abusive Supervision</i> dan <i>Cyberloafing</i> : model moderasi yang dimoderasi dari pelepasan moral dan keyakinan timbal balik negatif	<i>Abusive Supervision, Cyberloafing, Moral Disengagement, Negative Reciprocity Beliefs</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>abusive supervision</i> berhubungan positif dengan <i>cyberloafing</i> . Hubungan ini juga dimoderasi oleh <i>negatif reciprocity beliefs</i> . Selain itu, dukungan ditemukan untuk efek interaksi tiga arah dari <i>abusive supervision, moral disengagement, negative reciprocity beliefs</i> pada <i>cyberloafing</i> , sehingga hubungan positif antara <i>abusive</i>

				<i>supervision</i> dan <i>cyberloafing</i> paling kuat pada tingkat tinggi <i>moral disengagement</i> dan <i>negative reciprocity beliefs</i> .
4.	Bestari Ratih (2020)	Kepribadian Conscientiousness Dan <i>Agreeableness</i> Terhadap Perilaku <i>Cyberloafing</i> Karyawan	<i>Conscientiousness, Agreeableness, Cyberloafing</i>	Hasil penelitian menunjukkan kepribadian <i>conscientiousness</i> memiliki pengaruh terhadap perilaku <i>cyberloafing</i> , sedangkan kepribadian <i>agreeableness</i> tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku <i>cyberloafing</i> .
5.	Rozgonjuk et al (2021)	Perbedaan individu dalam <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO): Usia, Jenis Kelamin, Domain, Aspek, dan <i>Big Five Personality</i>	<i>Fear of Missing Out</i> (FoMO), Usia, Jenis Kelamin, <i>Big Five Personality</i>	Hasilnya menunjukkan tidak ada perbedaan gender dalam mengalami FoMO. Orang yang lebih muda memiliki skor

				<p>FoMO yang lebih tinggi. Domain <i>emotional stability</i>, aspeknya, dan itemnya berkorelasi positif kuat dengan FoMO, sementara <i>extraversion</i>, <i>Openness to Experience</i>, <i>Agreeableness</i> dan <i>Conscientiousness</i> memiliki hubungan negatif yang konsisten dengan FoMO pada data tingkat domain dan item.</p>
6.	Thaybatan Mirza dan Santoso Harri (2019)	Internet dan Perilaku <i>Cyberloafing</i> pada Karyawan	Internet, <i>Cyberloafing</i>	Hasil menunjukkan dari 100 karyawan ditemukan 63 karyawan melakukan perilaku <i>cyberloafing</i> pada saat jam kerja berlangsung.
7.	Oktapiyansah Heru (2018)	Hubungan Antara Stres Kerja	Stres Kerja, <i>Cyberloafing</i>	Hasil penelitian menunjukkan

		dengan Perilaku <i>Cyberloafing</i> pada Karyawan Bank		terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara stres kerja dan perilaku <i>cyberloafing</i> pada karyawan bank.
8.	Şahin et al (2019)	Pengaruh <i>Big Five Personality</i> dan <i>enterpreneurial self-efficacy</i> terhadap Minat Kewirausahaan	<i>Big Five Personality, enterpreneurial self-efficacy,</i> Minat Kewirausahaan	Hasil menunjukkan bahwa niat kewirausahaan yang tinggi dapat diwujudkan melalui beberapa konfigurasi dari <i>big five personality</i> dan <i>enterpreneurial self-efficacy</i>
9.	Laria Sari dan Zenita Ratnaningsih (2018)	Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Intensi <i>Cyberloafing</i> Pada Pegawai Dinas X Provinsi Jawa Tengah	Kontrol Diri, <i>Cyberloafing</i>	Hasil ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan intensi <i>cyberloafing</i>
10.	Abdul Rasyid et al (2021)	Hubungan Antara Lima Faktor Kepribadian (<i>Big Five Personality</i>) Dengan KPU	<i>Big Five Personality, KPU Trust</i>	Hasil menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara kepribadian <i>conscientiousness</i> dengan KPU

		<i>Trust</i> Pemilih Pemilu 2024		<i>Trust</i> . Sedangkan kepribadian <i>extraversion</i> , <i>emotional stability</i> , <i>agreeableness</i> dan <i>Openness to experience</i> tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan KPU <i>trust</i> .
11.	Safitri (2020)	Hubungan Kepuasan Kerja Dengan Perilaku <i>Cyberloafing</i> Pada Karyawan PT. Perkebunan Nusantara V (Lima) Kantor Pusat	Kepuasan Kerja, <i>Cyberloafing</i>	Ada hubungan positif dan signifikan antara kepuasan kerja dengan perilaku <i>cyberloafing</i>

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 *Extraversion* dalam Variabel *The Big Five Personality* dan Perilaku *Cyberloafing*

Extraversion pada variabel *the big five personality* memegang banyak kendali dan keintiman dalam melakukan interaksi sosial. Karyawan dengan kepribadian *extraversion* memiliki karakteristik aktif, energik, ekspresif, mudah bergaul dan cenderung mempunyai

sifat yang suka berteman dan berorientasi sosial. Oleh karena itu individu dengan pribadi *extraversion* dapat mengarahkan dirinya untuk mencari interaksi sosial atau memperkuat ikatan interaksinya melalui media sosial dengan menggunakan koneksi internet maupun pribadi saat jam kerja sedang berlangsung. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Krishnan et. all (2012) yang menyatakan bahwa *extraversion* berhubungan positif dengan *cyberloafing*. Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Jia dan Jia (2015). Peneliti berargumen semakin tinggi kecenderungan karyawan pada tipe *extraversion* maka semakin tinggi juga perilaku *cyberloafing*

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Ha: Extraversion Dalam Variabel The Big Five Personality Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Perilaku Cyberloafing

2.3.2 Agreeableness dalam Variabel The Big Five Personality dan Perilaku Cyberloafing

Agreeableness pada variabel *the big five personality* merupakan karyawan dengan *trait* cenderung selalu bersikap baik, ramah, kooperatif, serta merupakan pribadi yang penuh dengan kehangatan. Karyawan yang memiliki sifat kooperatif cenderung tidak ingin mengecewakan organisasinya dan berusaha untuk tidak melanggar peraturan perusahaan tempat karyawan tersebut bekerja, salah satunya dengan menghindari perilaku *cyberloafing*. Peneliti beragumen bahwa

semakin tinggi kecenderungan karyawan pada tipe *agreeableness*, maka semakin rendah tingkat perilaku *cyberloafing*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nasyroh dan Wikansari (2017) yang menyatakan bahwa seseorang dengan *agreeableness* yang tinggi akan memiliki kinerja yang baik. Sehingga kepribadian *agreeableness* memiliki hubungan negatif dalam menggunakan waktunya untuk mengakses internet, yang artinya individu dengan kepribadian *agreeableness* tidak melakukan *cyberloafing* (Lander & Lounsbury, 2006). Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Jia & Jia, 2010) juga mengatakan demikian.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Hb: Agreeableness Dalam Variabel The Big Five Personality Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap Perilaku Cyberloafing

2.3.3 Conscientiousness dalam Variabel *The Big Five Personality* Terhadap Perilaku *Cyberloafing*

Conscientiousness pada variabel *the big five personality* merupakan kepribadian yang memiliki karakteristik teliti, hati-hati, pekerja keras, bertanggung jawab dan disiplin diri. Tipe kepribadian ini merefleksikan sosok yang taat aturan dan tidak mudah dipengaruhi oleh situasi yang mengarahkan pada kegiatan kontraproduktif. Karyawan yang teliti cenderung menunjukkan produktivitas kerja yang lebih baik karena lebih banyak menghabiskan waktunya untuk mengerjakan tugas dan menghindari perilaku *cyberloafing*. Peneliti

berargumen semakin tinggi kepribadian *conscientiousness* maka semakin rendah tingkat perilaku *cyberloafing*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Marisa et. all (2019) yang menyatakan bahwa individu dengan kepribadian *conscientiousness* tinggi maka semakin semakin rendah perilaku *cyberloafing* yang dilakukan. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Ratnaningsih (2018) yang menyatakan semakin tinggi disiplin diri maka semakin rendah intensi pada *cyberloafing*.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Hc: Conscientiousness Dalam Variabel The Big Five Personality Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap Perilaku Cyberloafing

2.3.4 *Emotional Stability* dalam Variabel *The Big Five Personality* dan *Cyberloafing*

Emotional stability dalam variabel *the big five personality* merupakan kepribadian yang menggambarkan individu yang kontras dengan emosi negatif. Tipe kepribadian ini cenderung mandiri, tenang dan aman. Karyawan yang memiliki kepribadian seperti ini akan lebih menunjukkan kinerja pekerjaan yang lebih tinggi. Peneliti berargumen semakin tinggi tipe kepribadian *emotional stability* maka semakin rendah tingkat perilaku *cyberloafing*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kristina dan Kristanto (2020) yang menyatakan *emotional stability* berpengaruh negatif

terhadap *cyberloafing*. Selain itu Jia dan Karau (2013) juga berpendapat demikian.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Hd: Emotional Stability Dalam Variabel The Big Five Personality Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap Perilaku Cyberloafing.

2.3.5 *Opennes to Experience* dalam Variabel *The Big Five Personality* dan *Cyberloafing*

Opennes to experience dalam variabel *the big five personality* merupakan kepribadian yang memiliki karakteristik pribadi yang kreatif, fleksibel, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, dan imajinatif. Individu yang memiliki dimensi ini digambarkan sebagai orang yang ingin terus mencoba hal-hal baru. Karyawan dengan pribadi ini terlibat dalam pembelajaran yang tinggi dan akan lebih ingin tahu secara intelektual serta lebih mudah terganggu oleh penggunaan internet. Dengan ini peneliti berargumen semakin tinggi kepribadian *Opennes to experience* maka semakin tinggi tingkat perilaku *cyberloafing*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Jia dan Jia (2015) yang menyatakan bahwa *Opennes to experience* berpengaruh positif terhadap *cyberloafing*.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

He: Opennes to Experience Dalam Variabel The Big Five Personality Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Perilaku Cyberloafing.

2.3.6 The Big Five Personality dan Cyberloafing

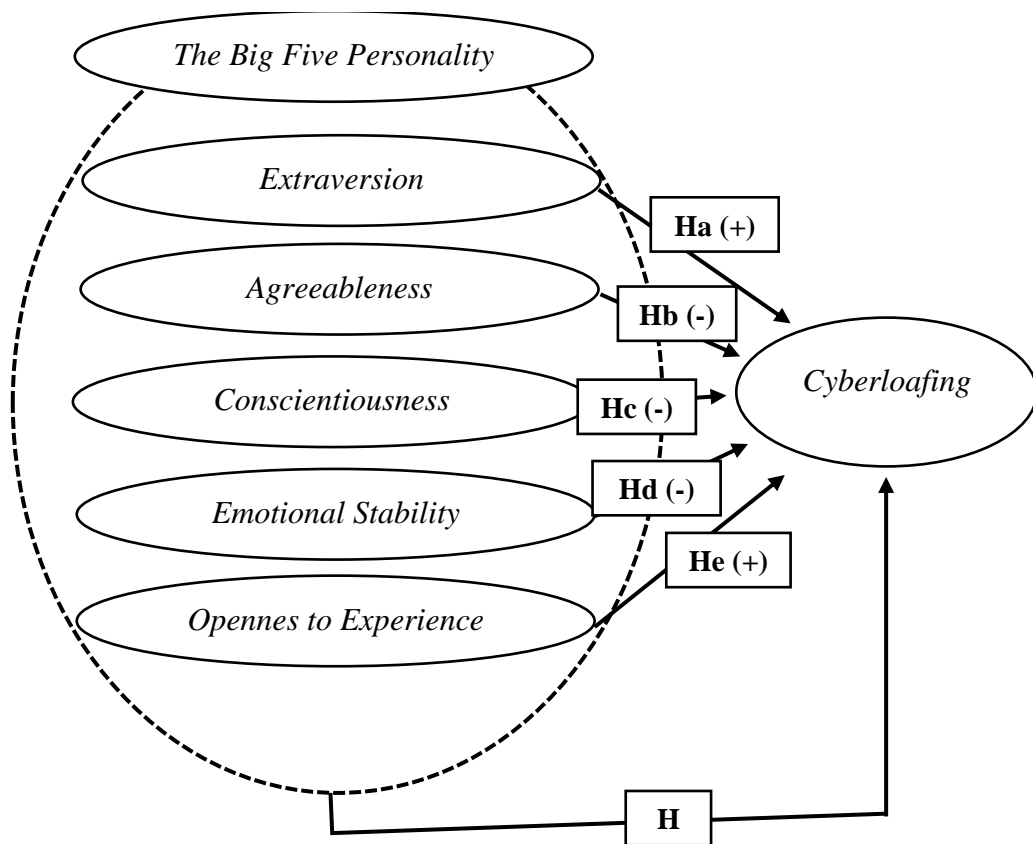
The big five personality merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mengetahui kepribadian individu melalui *trait*. Setiap individu mempunyai ciri khas masing-masing dalam melakukan perilaku yang secara konsisten atau terus menerus untuk menghadapi suatu situasi. *The big five personality* meliputi *extraversion* (keterbukaan), *agreeableness* (keramahan), *conscientiousness* (kehati-hatian), *emotional stability* (kestabilan emotionsl), dan *opennes to experience* (terbuka terhadap hal-hal baru). Kepribadian dilihat sebagai cara yang unik dimana setiap individu memiliki perilaku yang berbeda dalam menghadapi suatu situasi. Dalam diri individu, terdapat banyak sekali sifat yang membedakan satu individu dengan individu yang lain. Secara umum setiap individu memiliki sifat yang sama tetapi mempunyai karakteristik yang berbeda dalam situasi yang sama. Peneliti berargumen bahwa *the big five personality* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *cyberloafing*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Jia & Jia, 2015). Jandaghi et. all (2008) menjelaskan bahwa *the big five personality* menjadi salah satu penyebab *cyberloafing*. Hal ini juga serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Van Doorn (2011).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H: The Big Five Personality Berpengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Cyberloafing.

2.4 Kerangka Berfikir

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



Berdasarkan penjelasan pengembangan hipotesis yang telah diuraikan sebelumnya, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H : Terdapat pengaruh *The big five personality* terhadap perilaku *cyberloafing*.

Ha : Terdapat pengaruh *extraversion* terhadap perilaku *cyberloafing*.

Hb : Terdapat pengaruh *agreeableness* terhadap perilaku *cyberloafing*.

Hc : Terdapat pengaruh *conscientiousness* terhadap perilaku *cyberloafing*

Hd : Terdapat pengaruh *emotional stability* terhadap perilaku *cyberloafing*

He : Terdapat pengaruh *Openness to experience* terhadap perilaku *cyberloafing*