

## **BAB IV**

### **PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Orientasi Kancah Dan Persiapan**

##### **1. Orientasi Kancah**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji adanya korelasi antara *self-esteem* dengan *social loafing* di kalangan mahasiswa yang aktif berorganisasi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Peneliti mengambil lokasi pengambilan data di perguruan tinggi yang ada di DIY, tepatnya di Kota Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Kabupaten Gunung Kidul, Kabupaten Bantul, dan Kabupaten Kulon Progo. DIY dikenal luas sebagai kota pelajar, yaitu daerah yang menjadi pusat pendidikan dan tujuan bagi calon mahasiswa dari berbagai penjuru Indonesia. Keadaan tersebut didukung oleh dengan keberadaan lebih dari 100 perguruan tinggi di wilayah ini, baik negeri maupun swasta, seperti UNY (Universitas Negeri Yogyakarta), UGM (Universitas Gadjah Mada), UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), Universitas Jenderal Achmad Yani, UII (Universitas Islam Indonesia), dan lainnya.

Secara geografis DIY terletak di bagian tengah-selatan pulau Jawa yang memiliki akses yang mudah dan menjadi memiliki lingkungan pendidikan yang kondusif. Sehingga memberikan peluang yang kuat bagi mahasiswa untuk mengembangkan diri, tidak hanya secara akademik namun juga dalam hal *softskill* dan *hardskill*. Salah

satu wadah pengembangan diri tersebut adalah melalui organisasi kemahasiswaan, seperti Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM), Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ), Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM), serta berbagai organisasi lainnya. Mahasiswa yang aktif dalam organisasi ini umumnya terlibat dalam berbagai program kerja, proyek sosial, maupun kepanitiaan yang menuntut kolaborasi dan tanggung jawab tinggi.

Selain menjadi pusat pendidikan, DIY juga merupakan kota budaya dengan karakteristik masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai tradhisional, sopan santun dan nilai sosial (*Yogyakarta Tetap Istimewa / Balairungpress, n.d.*). Karakteristik ini dapat mempengaruhi mahasiswa dalam berperilaku kesehariannya. Dimana, karakteristik yang menekankan kesederhanan dan kerendahan hati akan berdampak pada tingkat kepercayaan diri seseorang, yang dalam beberapa kasus dapat menurunkan kontribusi atau rasa tanggung jawab dalam kerja kelompok. Hal tersebut bisa menjadi salah satu faktor penyebab munculnya perilaku *social loafing* di kalangan mahasiswa. Dengan kata lain, lingkungan sosial dan budaya di Yogyakarta menjadi latar yang tepat untuk mengeksplorasi hubungan antara *self-esteem* dan perilaku *social loafing* pada mahasiswa yang aktif berorganisasi.

Pengambilan data untuk penelitian dilakukan secara *online* menggunakan skala dengan media berbasis *google form*. *Google form* tersebut telah disertakan pernyataan kesediaan responden untuk

berpartisipasi pada penelitian ini, serta skala *social loafing* dan skala *self-esteem*. Kemudian *google form* tersebut disebarakan melalui media sosial WhatsApp, Twitter dan Telegram. *Goolge form* tersebut mencakup pernyataan kesediaan responden, skala *social loafing*, dan skala *self-esteem*.

## 2. Persiapan Penelitian

### a) Persiapan Administrasi

Peneliti memulai dengan mengidentifikasi subjek yang sesuai dengan tujuan penelitian, dan subjek yang dipilih adalah mahasiswa yang aktif dalam kegiatan organisasi di Yogyakarta. Karena proses pengumpulan data dilakukan secara online melalui skala berbasis *Google Form*, maka pelaksanaan penelitian ini tidak memerlukan persetujuan resmi dari instansi. Selain itu, peneliti dalam skala tersebut telah memberikan kalimat pernyataan persetujuan dan kesediaan subjek, Sebagai pernyataan persetujuan dari responden untuk berpartisipasi dalam pelaksanaan penelitian.

### b) Persiapan Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan instrumen pengukuran berupa skala untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan dua jenis skala pengukuran, yaitu skala *social loafing* dan skala *self-esteem*. Sebelum dilakukannya uji coba, peneliti melakukan uji validitas dengan analisis Aiken's V terhadap penilaian dari para ahli (*rater*). Indeks minimum validitas

untuk uji validitas yaitu 0,75 yang didapatkan dari jumlah kategori penilaian dan jumlah *rater* yang dilibatkan. Dimana pada penelitian ini menggunakan 5 kategori penilaian dan melibatkan 7 orang *rater*.

#### 1) Skala *Social Loafing*

Skala *social loafing* pada penelitian ini, peneliti memodifikasi dari peneliti Agung, Yunis dan Zahara (2019). Dimana, sebelumnya Agung, Yunis dan Zahara (2019) melakukan adaptasi dari skala *social loafing* milik George (1992). Skala *social loafing* ini terdiri dari 21 aitem pernyataan *favourable*. Kriteria penilaian jawaban dalam penelitian adalah Sangat Tidak Sesuai (STS) memiliki skor 1, Tidak Sesuai (TS) memiliki skor 2, Netral (N) memiliki skor 3, Sesuai (S) memiliki skor 4, dan Sangat Sesuai (SS) memiliki skor 5.

Setelah melakukan modifikasi pada aitem, peneliti juga melaksanakan uji validitas isi dengan melibatkan tujuh orang ahli, kemudian data hasil penilaian dianalisis menggunakan teknik Aiken's V. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa rentang nilai uji validitas berkisar dari 0,786 – 1. Kemudian seluruh aitem tidak ada yang dieliminasi, karena nilai menunjukkan lebih dari 0,75. Dan sebanyak 21 aitem dinyatakan valid.

**Tabel 4.1** Blueprint Skala *Social Loafing* Setelah Uji Validitas Aiken's V

Aspek	Butir Favorable Nomor Aitem	Jumlah	Butir Unfavorable Nomor Aitem	Jumlah
4. Pengurangan Usaha Ketika Bekerja Dalam Kelompok	1, 2, 3, 4, 5	5	-	0
5. Mengurangi Usaha	6, 7, 8, 9, 10	5	-	0
6. Mengandalkan Orang Lain	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21	11	-	0
<b>Total</b>		<b>21</b>		<b>0</b>

## 2) Skala *Self-Esteem*

Peneliti memodifikasi skala *self-esteem* milik Rokhmatika dan Muslikah (2024) berdasarkan aspek-aspek *self-esteem* milik Coopersmith (1967). Terdapat 44 aitem dalam skala *self-esteem* ini, dengan rincian 22 aitem merupakan pernyataan yang bersifat *favourable* dan 22 aitem lainnya merupakan pernyataan yang bersifat *unfavourable*. Kriteria penilaian jawaban dalam penelitian, untuk pernyataan *favourable* Sangat Tidak Sesuai (STS) memiliki skor 1, Tidak Sesuai (TS) memiliki skor 2, Netral (N) memiliki skor 3, Sesuai (S) memiliki skor 4, dan Sangat Sesuai (SS) memiliki skor 5. Kemudian, untuk pernyataan *unfavourable* skor dimulai dari satu poin untuk jawaban "SS," dua poin untuk jawaban "S," tiga poin untuk jawaban "N" empat poin untuk jawaban "TS," dan lima poin untuk jawaban "STS."

Peneliti melakukan modifikasi pada aitem guna menyesuaikan dengan karakteristik subjek yang menjadi fokus

dalam penelitian ini. Kemudian, peneliti melakukan uji validitas isi dengan melibatkan 7 orang ahli, kemudian dianalisis menggunakan teknik Aiken's V. Hasil analisis validitas tersebut berkisar dari 0,824 sampai 1. Dan menunjukkan bahwa terdapat satu aitem yang dinyatakan gugur atau tidak valid, yaitu pada aitem nomor 10. Hal tersebut karena nilai koefisien kurang dari 0,75. Sehingga hanya 43 aitem yang dinyatakan valid.

**Tabel 4.2** *Blueprint Skala Self-Esteem Setelah Uji Validitas Aiken's V*

Aspek	Butir <i>Favorable</i> Nomor Aitem	Jumlah	Butir <i>Unfavorable</i> Nomor Aitem	Jumlah
1. <i>Significance</i> (keberartian)	1,3,5, 7,9,11	6	2,4,6, 8,12	5
2. <i>Virtue</i> (kebajikan)	13,15,17,19,21	5	14,16,18,20,22	5
3. <i>Power</i> (Kekuatan)	23,25,27,29,30,32	6	24,26,28,31,33,34	6
4. <i>Competences</i> (Kompetensi)	35,37,39,41,43	5	36,38,40,42,44	5
		22		21

c) Uji Coba Alat Ukur

Sebelum di sebar untuk melakukan pengambilan data di lapangan, skala yang telah dimodifikasi akan dilakukan uji coba atau *try out* terlebih dahulu. *Try out* dilakukan secara *online* dengan menggunakan skala berbasis *google form*. *Try out* ini dilakukan dari tanggal 16 Mei 2025 – 22 Mei 2025, dengan subjek mahasiswa yang aktif mengikuti organisasi dan telah mengikuti organisasi setidaknya selama 6 bulan. Hal tersebut dikarenakan pengalaman awal selama 6 bulan akan berpengaruh pada pembentukan komitmen mahasiswa untuk dapat terlibat aktif dalam organisasi yang diikuti (Allen & Meyer, 1990). Pada *try out* ini didapatkan

sampel sebanyak 51 responden. Data dari hasil *try out* kemudian dianalisis untuk uji validitas dan reliabilitas melalui aplikasi SPSS 26.0 for Windows.

d) Hasil Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Skala

Hasil uji validitas dan reliabilitas dari kedua instrumen penelitian sebagai berikut:

1) Skala *Social Loafing*

Berdasarkan analisis data dari *try out* skala *social loafing* yang telah dilakukan, didapatkan bahwa 21 aitem pernyataan dinyatakan valid. Hal tersebut, didasarkan pada nilai aitem yang tidak ada dibawah standar nilai koefisien 0.300 (Azwar, 2021). Kemudian hasil uji reliabilitas diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.959, nilai tersebut menunjukkan lebih dari 0.800. Sehingga dapat disimpulkan bahwa aitem skala *social loaing* yang telah dimodifikasi reliabel. Berikut Blueprint skala *social loafing* setelah dilakukan *try out*.

**Tabel 4.3** Blueprint Skala *Social Loafing* Setelah Try Out

Indikator	Butir Favorable Nomor Aitem	Jumlah	Butir Unfavorable Nomor Aitem	Jumlah
1. Pengurangan Usaha Ketika Bekerja Dalam Kelompok	1, 2, 3, 4, 5	5	-	0
2. Mengurangi Usaha	6, 7, 8, 9, 10	5	-	0
3. Mengandalkan Orang Lain	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21	11	-	0
<b>Total</b>		<b>21</b>		<b>0</b>

## 2) Skala *Self-Esteem*

Hasil analisis dari *try out* skala *self-esteem* menunjukkan bahwa terdapat 10 aitem pernyataan yang dinyatakan tidak valid. Hal ini mengacu pada aitem yang menunjukkan nilai koefisien di bawah 0,300 sebagaimana standar yang ditetapkan oleh Azwar (2021). Aitem yang dinyatakan gugur adalah pernyataan nomor 1, 2, 6, 7, 17, 30, 31, 33, 36 dan 39. Sementara itu, terdapat 33 aitem pernyataan yang dinyatakan valid dengan memiliki nilai koefisien diatas 0.300 yaitu pada nomor 3, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 32, 34, 35, 37, 38, 40, 41, 42, 43, dan 44.

Nilai reliabilitas yang diperoleh melalui uji Alpha Cronbach's menunjukkan angka sebesar 0,923, nilai tersebut menunjukkan lebih dari 0.800. Sehingga dapat disimpulkan bahwa aitem skala *self-esteem* yang telah dimodifikasi reliabel. Berikut Blueprint skala *self-esteem* setelah dilakukan *try out*.

**Tabel 4.4** Blueprint Skala *Self-Esteem* Setelah *Try Out*

Aspek	Butir <i>Favorable</i>	Jumlah	Butir <i>Unfavorable</i>	Jumlah
	Nomor Aitem		Nomor Aitem	
1. <i>Significance</i> (keberartian)	3,5,9,11	4	4,8,12	3
2. <i>Virtue</i> (kebajikan)	13,15,19,21	4	14,16,18,20,22	5
3. <i>Power</i> (Kekuatan)	23,25,27,29,32	5	24,26,28,34	4
4. <i>Competences</i> (Kompetensi)	35,37,41,43	4	38,40,42,44	4
<b>Total</b>		<b>17</b>		<b>16</b>

## B. Laporan Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris mengenai hubungan *self-esteem* dengan *social loafing* pada mahasiswa yang aktif mengikuti organisasi di Yogyakarta. Peneliti mengambil kriteria subjek yang aktif mengikuti organisasi di Yogyakarta. Serta, telah mengikuti organisasi setidaknya 6 bulan. Hal tersebut dikarenakan pengalaman awal selama 6 bulan akan berpengaruh pada pembentukan komitmen mahasiswa untuk dapat terlibat aktif dalam organisasi yang diikuti (Allen & Meyer, 1990).

Pengambilan data dilakukan dengan peneliti memodifikasi skala *social loafing* dan skala *self-esteem* dari penelitian terdahulu. Kemudian, sebelum dilakukannya pengambilan data penelitian, peneliti melakukan uji validitas dan realibilitas terlebih dahulu pada skala *social loafing* dan skala *self-esteem* untuk menguji keakuratan skala tersebut sebelum disebarkan kepada subjek atau responden penelitian. Pada uji validitas melibatkan 7 *rater* untuk menilai skala *social loafing* dan skala *self-esteem* yang telah dimodifikasi. Dan didapatkan 21 aitem skala *social loafing* dan 43 aitem skala *self-esteem* dinyatakan valid. Selanjutnya, peneliti melakukan uji coba skala dari tanggal 16 Mei 2025 hingga selesai. Setelah didapatkan sekitar 51 responden peneliti mengolah data dengan bantuan SPSS 26.0 *for windows*. Dan didapatkan 21 aitem pada skala *social loafing* dan 33 aitem pada skala *self-esteem* valid dan reliabel untuk digunakan.

Proses pengumpulan data dilakukan dari tanggal 2 Juni hingga 22 Juni

2025. Pengambilan data dimulai dengan menyebarkan *google form* yang didalamnya telah memuat identitas subjek, *informed consent*, petunjuk pengisian dan skala penelitian yaitu skala *social loafing* dan skala *self-esteem* yang telah melewati uji validitas dan reliabilitas. *Link google form* dibagikan dan disebar kepada subjek yang sesuai dengan kriteria penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan tautan *Google Form* lewat media sosial seperti Twitter, *Whatsapp* dan Telegram. Selama periode pengisian skala, peneliti terus memantau perkembangan jumlah responden secara berkala. Pada akhir proses, peneliti berhasil mengumpulkan data dari 177 responden.

## C. Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Responden Penelitian

Berdasarkan pengambilan data yang dilakukan dengan skala penelitian melalui *google form*. Diawal peneliti mendapatkan 189 responden yang berpartisipasi pada penelitian. Kemudian peneliti melakukan penyaringan kembali dan didapatkan 177 responden yang benar-benar sesuai dengan kriteria untuk penelitian ini. Selanjutnya, setelah dilakukan analisis didapatkan hanya 159 responden yang memenuhi kriteria dengan jawaban yang memenuhi syarat. Setelah itu, peneliti mendeskripsikan responden dalam penelitian ini dan disajikan melalui beberapa tabel berikut.

**Tabel 4.5** Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>N</b>	<b>Persentase (%)</b>
Perempuan	127	79,9
Laki-Laki	32	20,1
<b>Total</b>	<b>159</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa dari 159 responden, terdapat 127 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 79,9%. Sementara itu responden laki-laki berjumlah 32 dengan persentase 20,1%.

Hadijaya (2015) menjelaskan organisasi intrakampus merupakan organisasi di dalam perguruan tinggi yang melaksanakan dan mengoordinasikan program kemahasiswaan di bidang ekstrakurikuler, termasuk keilmuan, minat dan bakat, serta kegiatan sosial. Organisasi intrakampus dapat terdiri dari senat mahasiswa, himpunan mahasiswa Jurusan, BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa), badan legislatif mahasiswa, UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) dan organisasi lainnya (Nugraha dkk, 2024).

**Tabel 4.6** Deskripsi Responden Berdasarkan Organisasi Yang Diikuti

<b>Organisasi Yang Diikuti</b>	<b>N</b>	<b>Persentase (%)</b>
Himpunan Mahasiswa	71	44,7
BEM	45	28,3
UKM	42	26,4
DPM	1	0,6
<b>Total</b>	<b>159</b>	<b>100</b>

Mengacu pada tabel 4.6, diketahui bahwa organisasi yang diikuti oleh responden yaitu Himpunan Mahasiswa, UKM, BEM dan DPM. Dimana, terdapat 71 responden yang mengikuti Himpunan Mahasiswa

dengan persentase 44,7%. Responden yang mengikuti BEM sebanyak 45 orang dengan persentase 28,3%, kemudian responden yang mengikuti UKM sebanyak 42 orang dengan persentase 26,4%. Sedangkan, pada DPM (Dewan Perwakilan Mahasiswa) hanya terdapat 1 responden yang mengikuti, dengan persentase 0,6%.

**Tabel 4.7** Deskripsi Responden Berdasarkan Durasi Mengikuti Organisasi

<b>Durasi Mengikuti Organisasi</b>	<b>N</b>	<b>Persentase (%)</b>
6 Bulan	48	30,19
1 Tahun	83	52,20
2 Tahun	26	16,35
3 Tahun	2	1,26
<b>Total</b>	<b>159</b>	<b>100</b>

Mengacu pada tabel 4.7, terlihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini mengikuti organisasi selama 1 tahun. Dimana, responden yang mengikuti organisasi selama 1 tahun sebanyak 83 orang dengan persentase 52,20%. Responden dengan durasi mengikuti organisasi selama 6 bulan sekitar 48 orang dengan persentase 30,19%. Kemudian, responden yang mengikuti organisasi selama 2 tahun sebanyak 26 orang dengan persentase 16,35%. Sedangkan, responden yang telah mengikuti organisasi sekitar 3 tahun hanya 2 orang dan dengan persentase 1,26%.

Berdasarkan data durasi mengikuti organisasi diatas, responden dalam pelaksanaan penelitian ini, telah dipenuhi kriteria yang telah ditentukan, yaitu mahasiswa telah mengikuti organisasi setidaknya selama 6 bulan. Hal tersebut, sesuai dengan pendapat dari Allen dan Meyer (1990). Dimana, pengalaman pertama selama sekitar enam bulan

akan berpengaruh pada pembentukan komitmen afektif anggota. Pada tahap ini, proses sosialisasi organisasi membentuk persepsi individu terhadap organisasi dan mendorong keaktifan mereka di dalam organisasi.

**Tabel 4.8** Deskripsi Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

<b>Perguruan Tinggi</b>	<b>N</b>	<b>Persentase (%)</b>
Universitas Negeri Yogyakarta	59	37,1
Universitas Gadjah Mada	35	22
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	14	8,8
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta	10	6,3
Universitas Islam Indonesia	7	4,4
Universitas Mercu Buana Yogyakarta	8	5
Universitas Ahmad Dahlan	6	3,8
Universitas Atma Jaya Yogyakarta	6	3,8
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	5	3,1
Universitas Sanata Dharma	2	1,3
Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta	2	1,3
Universitas Teknologi Yogyakarta	2	1,3
UPN Veteran Yogyakarta	1	0,6
ISI Yogyakarta	1	0,6
Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta	1	0,6
<b>Total</b>	<b>159</b>	<b>100</b>

Mengacu pada tabel 4.8, informasi mengenai sebaran data responden penelitian berdasarkan Perguruan Tinggi di Yogyakarta dapat ditampilkan pada data berikut. Diketahui responden yang berkuliah di Universitas Negeri Yogyakarta sebanyak 59 mahasiswa dengan presentase 37,1%. Selanjutnya, responden yang berkuliah di Universitas Gadjah Mada sekitar 35 mahasiswa dengan persentase 22%. Sebanyak 14 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menjadi responden dalam penelitian ini, dengan persentase 8,8%. Responden yang berkuliah di Universitas Jenderal Achmad Yani

Yogyakarta sekitar 10 mahasiswa dengan persentase 6,3%.

Jumlah responden yang berkuliah di Universitas Mercu Buana Yogyakarta sekitar 8 mahasiswa dengan persentase 5%. Kemudian terpaut satu responden, yang berkuliah di Universitas Islam Indonesia sekitar 7 mahasiswa dengan persentase 3,95%. Responden yang berkuliah di Universitas Atma Jaya Yogyakarta memiliki kesamaan dengan jumlah responden yang berkuliah di Universitas Ahmad Dahlan di penelitian ini, yaitu sekitar 6 mahasiswa dengan persentase 3,8%. Kemudian sebanyak 5 mahasiswa dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini, dengan persentase sebesar 3,1%.

Responden yang berkuliah di Universitas Sanata Dharma, Universitas Teknologi Yogyakarta dan Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta dalam penelitian ini masing-masing sekitar 3 mahasiswa dengan persentase 1,3%. Kemudian, sebanyak 1 mahasiswa dalam penelitian ini yang berkuliah di UPN Veteran Yogyakarta, ISI Yogyakarta, dan Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta dengan persentase masing-masing sebesar 0,6%.

**Tabel 4.9** Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili Perguruan Tinggi

<b>Domisili Perguruan Tinggi</b>	<b>N</b>	<b>Persentase (%)</b>
Kota Yogyakarta	63	39,6
Kabupaten Sleman	63	39,6
Kabupaten Bantul	15	9,4
Kabupaten Gunung Kidul	9	5,7
Kabupaten Kulon Progo	9	5,7
<b>Total</b>	<b>159</b>	<b>100</b>

Mengacu pada tabel 4.9, informasi mengenai sebaran data berdasarkan domisili perguruan tinggi di Yogyakarta dapat diketahui. Dimana responden berasal dari perguruan tinggi yang berlokasi di Kota Yogyakarta dan kabupaten Sleman memiliki kesamaan jumlah responden, yaitu masing-masing sekitar 63 responden dengan persentase sebesar 39,6%. Kemudian, responden yang berasal dari perguruan tinggi di kabupaten Bantul sekitar 15 responden dengan persentase 9,4%. Terakhir, responden yang berasal dari perguruan tinggi di kabupaten Gunung Kidul dan kabupaten Kulon Progo juga memiliki kesamaan jumlah responden, yaitu masing-masing sekitar 9 mahasiswa dengan persentase 5,7%.

## 2. Deskripsi Data Penelitian

Peneliti selanjutnya melakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh untuk mendapatkan nilai empirik dan nilai hipotetik. Kedua skor tersebut terdiri dari skor maksimum, skor minimum, skor rata-rata dan standar deviasi dari masing-masing skala penelitian. Berikut, tabel skor empirik dan hipotetik dari skala *social loafing* dan skala *self-esteem*.

**Tabel 4.9** Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Max	Min	Mean	SD	Max	Min	Mean	SD
<i>Social Loafing</i>	105	21	63	14	74	23	45,23	12,160
<i>Self-Esteem</i>	165	33	99	22	162	94	129,11	13,484

Ket:

Skor Hipotetik didapatkan dari konstruk skala

Skor Empirik didapatkan melalui data aktual penelitian

Mengacu pada tabel 4.9 diatas, diketahui bahwa nilai rata-rata (mean) empirik pada skala *social loafing* adalah sebesar 45,23 sedangkan pada skala *self-esteem* sebesar 129,11. Sementara itu, nilai standar deviasi pada skala *social loafing* tercatat sebesar 12,160 dan pada skala *self-esteem* sebesar 13,484. Data deskriptif ini selanjutnya akan digunakan oleh peneliti untuk melakukan kategorisasi skor masing-masing responden pada tiap skala yang digunakan dalam penelitian. Proses pengkategorian ini memiliki tujuan untuk mengelompokkan individu ke dalam beberapa tingkatan berdasarkan level atribut yang diukur secara bertahap (Azwar, 2021). Berikut rumus norma yang diterapkan:

**Tabel 4.10** Dasar Perhitungan Kategorisasi

Kategori	Rumus Kategori
Sangat Tinggi	$\mu + 1,8\sigma < X$
Tinggi	$\mu + 0,6\sigma < X \leq \mu + 1,8\sigma$
Sedang	$\mu - 0,6\sigma < X \leq \mu + 0,6\sigma$
Rendah	$\mu - 1,8\sigma < X \leq \mu - 0,6\sigma$
Sangat Rendah	$X \leq \mu - 1,8\sigma$

Ket:

X: Skor Total

$\mu$ : Mean

$\sigma$ : Standard Deviation

Mengacu pada dasar perhitungan kategorisasi, selanjutnya peneliti melakukan klasifikasi responden menjadi lima kelompok kategori sesuai dengan data pada masing-masing skala penelitian:

**Tabel 4.11** Persentil Untuk Kategorisasi Tiap Variabel

Kategori	<i>Social Loafing</i>	<i>Self-Esteem</i>
Sangat Tinggi	$67,91 < X$	$153,38 < X$
Tinggi	$52,79 < X \leq 67,91$	$137,20 < X \leq 153,38$
Sedang	$37,67 < X \leq 52,79$	$121,02 < X \leq 137,20$
Rendah	$22,55 < X \leq 37,67$	$104,84 < X \leq 121,02$
Sangat Rendah	$X \leq 22,55$	$X \leq 104,84$

**Tabel 4.12** Kategorisasi Data Penelitian Tiap Variabel

Kategorisasi	<i>Social Loafing</i>		<i>Self-Esteem</i>	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	11	6,9	2	1,2
Tinggi	27	17	43	27
Sedang	74	46,5	71	44,7
Rendah	47	29,6	30	18,9
Sangat Rendah	0	0	13	8,2
<b>Total</b>	<b>159</b>	<b>100</b>	<b>159</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, pada variabel *social loafing*, diperoleh hasil bahwa sebanyak 11 responden (6,9%) termasuk dalam kategori Sangat Tinggi. Sebanyak 27 responden (17%) berada pada kategori Tinggi. Untuk kategori Sedang, terdapat 74 responden dengan persentase sebesar 46,5%. Kemudian terdapat 47 responden (29,6%) dalam kategori Rendah. Sementara itu, tidak terdapat responden dalam kategori Sangat Rendah.

Kategorisasi data pada variabel *self-esteem* menunjukkan bahwa sebanyak 2 responden termasuk dalam kategori Sangat Tinggi, dengan persentase sebesar 1,2%. Pada kategori Tinggi terdapat 43 responden dengan persentase 27%. 71 responden dengan persentase 44,7% berada pada kategori Sedang. Sementara, 30 responden berada di kategori Rendah dengan persentase 18,9%. Terakhir kategori Sangat Rendah terdapat sekitar 13 responden dengan persentase sekitar 8,2%.

### 3. Uji Asumsi

Sebagai langkah awal sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi. Uji asumsi yang digunakan

dalam penelitian ini mencakup uji normalitas dan linearitas, dengan bantuan program SPSS versi 26.0 *for Windows*.

a) Uji Normalitas

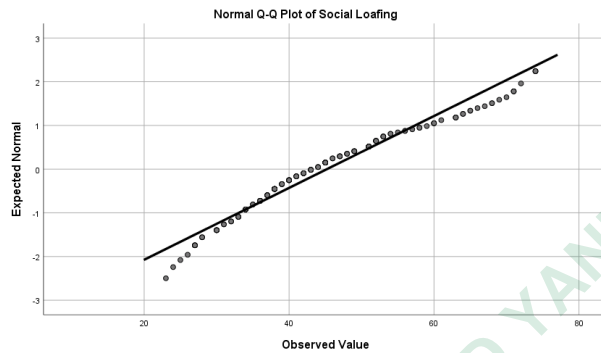
Pengujian normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa data hasil pengumpulan memiliki pola distribusi normal. Penelitian ini menggunakan metode uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan *software SPSS 26.0 for Windows*. Jika signifikansi yang diperoleh lebih dari 0,05 maka data terdistribusi normal dan sebaliknya, jika signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Signifikansi (Sig.)	Interpretasi
<i>Social Loafing</i>	0,001	Tidak Normal
<i>Self-Esteem</i>	0,002	Tidak Normal

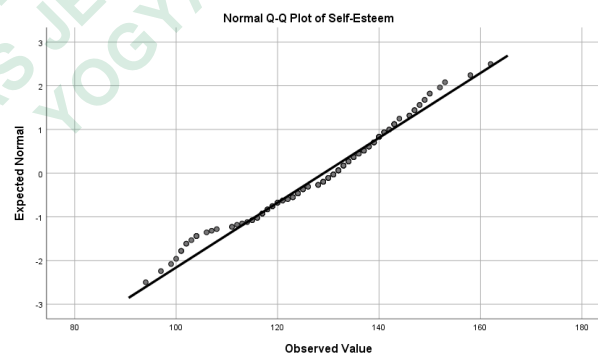
Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov, didapatkan bahwa pada variabel *social loafing* dan *self-esteem* sama-sama mendapatkan nilai signifikansi (Sig.) 0.000 dan kurang dari 0.05. sehingga menunjukkan kedua variabel tidak berdistribusi normal. Maka, selanjutnya peneliti melanjutkan dengan menggunakan uji nonparametrik 1 samples K-S, dan didapatkan pada variabel *social loafing* (Sig.) 0.001. Kemudian pada variabel *self-esteem* mendapatkan nilai signifikansi (Sig.) 0,002. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *social loafing* dan variabel *self-esteem* tetap tidak berdistribusi dengan normal, karena  $\text{Sig} < 0,05$ .

Data dapat teruji normal apabila dalam grafik normal data berada disekitar garis normal (Iskandar dkk, 2022).



**Gambar 1.** Normal Q-Q Plot of *Social Loafing*

Dilihat dari grafik diatas, dapat dilihat bahwa data yang tersebar sebagian besar menjauhi garis normal yang melintang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data *social loafing* tidak berdistribusi normal.



**Gambar 2.** Normal Q-Q Plot of *Self-Esteem*

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa terdapat data menunjukkan penyebaran yang tidak mengikuti garis normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data *self-esteem* bersifat tidak normal.

#### b) Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel *social loafing* dan *self-esteem* memiliki pola yang linier. Dalam penelitian ini, pengujian linearitas dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26.0 *for Windows*. Hubungan antara kedua variabel dinyatakan linier apabila nilai signifikansi *deviation from linearity* ( $p$ ) lebih besar dari 0,05 (Iskandar dkk, 2022).

**Tabel 4.14** Hasil Uji Linearitas

Variabel	F	P	Interpretasi
<i>Social Loafing</i> <i>Self-Esteem</i>	1.345	0,101	Linear

Mengacu pada tabel 4.14, hasil uji linearitas menunjukkan hubungan antara variabel *social loafing* dan *self-esteem* memiliki pola linier. Ini diperkuat dengan hasil nilai *sig. deviation from linearity* ( $p$ ) sebesar 0,101 yang berada di atas 0,05.

#### 4. Uji Hipotesis

Setelah dilakukannya uji asumsi dan di dapatkan hasil dari uji normalitas dan uji linearitas, hal selanjutnya yang dilakkan adalah uji hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *self-esteem* (X) dan *social loafing* (Y). Karena data tidak terdistribusi normal berdasarkan hasil uji normalitas, maka digunakan analisis korelasi *Spearman Rank*. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai signifikansi ( $p$ ) kurang dari 0,05 (Iskandar dkk, 2022).

**Tabel 4.15** Hasil Uji Hipotesis

Variabel Bebas	Variabel Tergantung	Koefisien Korelasi Spearman rank	Nilai R.Square	Sig. (p)
<i>Self-Esteem</i>	<i>Social Loafing</i>	-0,596	0,373	0,000

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi Spearman Rank, diperoleh hasil bahwa nilai sig. (p) 0,000. Hasil signifikansi (p) tersebut menunjukkan nilai signifikansi (p) berada di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan atau berkorelasi. Kemudian, pada koefisien korelasi mendapatkan nilai -0,596. Sehingga, membuktikan adanya korelasi negatif antara variabel *self-esteem* dengan variabel *social loafing*. Dimana, *self-esteem* yang dimiliki oleh seseorang semakin tinggi, maka akan semakin kecil kemungkinan ia melakukan *social loafing*. Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* yang rendah cenderung lebih besar menunjukkan perilaku *social loafing*.

Mengacu pada nilai R Square yang tercantum dalam tabel 4.15, diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,373 atau setara dengan 37,3% jika dinyatakan dalam bentuk persentase. Hal tersebut menunjukkan bahwa *self-esteem* memberikan sumbangan sejumlah 37,3% terhadap *social loafing*. Adapun penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini **diterima**.

## 5. Analisis Tambahan

Peneliti juga melakukan analisa tambahan yang bertujuan untuk menguji perbedaan *self-esteem* dan *social loafing*. berikut adalah hasil

uji beda *self-esteem* dan *social loafing*:

a) Uji Beda *Social Loafing*

Penelitian ini dalam melakukan uji beda berdasarkan jenis kelamin menggunakan uji analisa *Mann-whitney (U-Test)*. Hal tersebut dikarenakan data sebelumnya tidak berdistribusi dengan normal dan pada uji ini dilakukan pada dua kelompok (Laki-laki dan Perempuan). Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) < 0,05 maka terdapat perbedaan dan sebaliknya nilai Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05 maka tidak terdapat perbedaan (Sufren dan Natanael, 2014).

**Tabel 4.16** Analisis Perbandingan *Social Loafing* Dilihat Dari Jenis Kelamin

<b>Kelompok</b>	<b>Mean</b>	<b>Sig. 2 tailed</b>
Laki-laki	104,72	0,001
Perempuan	73,77	

Berdasarkan uji beda *social loafing* berdasarkan jenis kelamin, didapatkan bahwa Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,001 dan menunjukkan Asymp. Sig (2-tailed) kurang dari 0,05. Sehingga perbedaan berdasarkan jenis kelamin responden, yaitu laki-laki dan perempuan. Pada tabel diatas, mean laki-laki terlihat lebih besar dibanding mean perempuan, hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku *social loafing* lebih besar dialami oleh laki-laki dibandingkan perempuan.

Kemudian peneliti juga melakukan uji beda berdasarkan durasi responden mengikuti organisasi, organisasi yang diikuti responden, perguruan tinggi dan domisili perguruan tinggi untuk variabel *social loafing*. Analisis dilakukan dengan menggunakan

uji analisa *Kruskal-wallis*. Hal tersebut dikarenakan data sebelumnya tidak berdistribusi dengan normal dan bermaksud untuk menguji lebih dari 2 kelompok. Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) < 0,05 maka terdapat perbedaan dan sebaliknya nilai Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05 maka tidak terdapat perbedaan (Santoso, 2016).

**Tabel 4.17** Hasil Analisis Perbandingan *Social Loafing* Dilihat Dari Durasi Mengikuti Organisasi

<b>Kelompok</b>	<b>Mean</b>	<b>Sig. 2 tailed</b>
6 Bulan	87,03	0,313
1 Tahun	80,27	
2 Tahun	68,38	
3 Tahun	51,25	

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan tingkat *social loafing* jika dilihat dari durasi responden mengikuti organisasi. hal tersebut dibuktikan dengan nilai Asymp. Sig (2-tailed) 0,313 dan menunjukkan lebih besar dari 0,05. Kemudian bila dilihat dari skor rata-rata yang didapatkan, menunjukkan bahwa responden yang baru mengikuti organisasi selama 6 bulan memiliki skor rata-rata tertinggi dengan nilai 87,03. Sedangkan responden yang telah mengikuti organisasi selama 3 tahun memiliki skor rata-rata terendah yaitu 52,25.

**Tabel 4.18** Hasil Analisis Perbandingan *Social Loafing* Dilihat Dari Organisasi Yang Diikuti

<b>Kelompok</b>	<b>Mean</b>	<b>Sig. 2 tailed</b>
Himpunan Mahasiswa	79,45	0,182
BEM	88,52	
UKM	70,45	
DPM	136,50	

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan tingkat *social loafing* jika dilihat berdasarkan organisasi yang diikuti. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai Asymp. Sig (2-tailed) 0,182 dan menunjukkan lebih dari 0,05. Bila dilihat dari rata-rata yang didapatkan maka urutan tertinggi yaitu, pada organisasi DPM (Dewan Perwakilan Mahasiswa), BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa), Himpunan Mahasiswa dan yang paling rendah organisasi UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa). Akan tetapi, hasil dari kelompok DPM tidak dapat dijadikan patokan karena hanya terdapat satu responden yang mengikuti organisasi tersebut.

**Tabel 4.19** Hasil Analisis Perbandingan *Social Loafing* Dilihat Dari Perguruan Tinggi

<b>Kelompok</b>	<b>Mean</b>	<b>Sig. 2 tailed</b>
Universitas Negeri Yogyakarta	77,80	0,412
Universitas Gadjah Mada	76,16	
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	62,68	
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta	95,25	
Universitas Islam Indonesia	119,71	
Universitas Mercu Buana Yogyakarta	66,88	
Universitas Ahmad Dahlan	77,33	
Universitas Atma Jaya Yogyakarta	84,92	
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	76,80	
Universitas Sanata Dharma	92,75	
Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta	137,75	
Universitas Teknologi Yogyakarta	96,75	
UPN Veteran Yogyakarta	69,50	
ISI Yogyakarta	52,00	
Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta	128,00	

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam skor *social loafing* jika dilihat dari perguruan tinggi. Hal tersebut, dibuktikan dengan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,412 dan menunjukkan lebih dari 0,05. Bila dilihat berdasarkan rata-rata, maka rata-rata tertinggi pada responden yang berkuliah di Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta dengan rata-rata 137,75. Kemudian rata-rata terendah pada ISI Yogyakarta dengan rata-rata skor 52,00.

**Tabel 4.20** Hasil Analisis Perbandingan *Social Loafing* Dilihat Dari Domisili Perguruan Tinggi

<b>Kelompok</b>	<b>Mean</b>	<b>Sig. 2 tailed</b>
Kota Yogyakarta	84,60	0,158
Kabupaten Sleman	81,51	
Kabupaten Bantul	69,33	
Kabupaten Gunung Kidul	46,44	
Kabupaten Kulon Progo	88,61	

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) yang didapatkan sebesar 0,158 dan menunjukkan lebih dari 0,05. Sehingga berdasarkan uji beda yang dilakukan tidak ada perbedaan dari skor *social loafing* berdasarkan domisili perguruan tinggi. Bila dilihat dari rata-rata skor, pada Kabupaten Kulon progo berada yang paling besar dengan rata-rata skor 88,61. Kemudian rata-rata skor terendapa pada Kabupaten Gunung Kidul dengan rata-rata 46,44.

b) Uji Beda *Self-Esteem*

Penelitian ini dalam melakukan uji beda berdasarkan jenis kelamin menggunakan uji analisa *Mann-whitney (U-Test)*. Hal

tersebut dikarenakan data sebelumnya tidak berdistribusi dengan normal dan pada uji ini dilakukan pada dua kelompok (Laki-laki dan Perempuan). Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) < 0,05 maka terdapat perbedaan dan sebaliknya nilai Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05 maka tidak terdapat perbedaan (Sufren dan Natanael, 2014).

**Tabel 4.21** Hasil Analisis Perbandingan *Self-Esteem* Dilihat Dari Jenis Kelamin

<b>Kelompok</b>	<b>Mean</b>	<b>Sig. 2 tailed</b>
Laki-laki	60,16	0,006
Perempuan	85,00	

Mengacu pada hasil uji beda *self-esteem* berdasarkan jenis kelamin, didapatkan bahwa Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,006 dan menunjukkan Asymp. Sig (2-tailed) kurang dari 0,05. Sehingga terdapat perbedaan *self-esteem* berdasarkan jenis kelamin. Pada tabel diatas, mean perempuan terlihat lebih besar dibanding mean laki-laki, hal tersebut memperlihatkan bahwa tingkat *self-esteem* perempuan lebih tinggi dibandingkan pada laki-laki.

Selain itu, peneliti juga melakukan uji beda berdasarkan organisasi yang diikuti responden, perguruan tinggi dan domisili perguruan tinggi untuk variabel *self-esteem*. Analisis dilakukan dengan menggunakan uji analisa *Kruskal-wallis*. Hal tersebut dikarenakan data sebelumnya tidak berdistribusi dengan normal dan bermaksud untuk menguji lebih dari 2 kelompok. Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) < 0,05 maka terdapat perbedaan dan sebaliknya nilai Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05 maka tidak terdapat

perbedaan (Santoso, 2016).

**Tabel 4.22** Hasil Analisis Perbandingan *Self-Esteem* Dilihat Dari Durasi Mengikuti Organisasi

<b>Kelompok</b>	<b>Mean</b>	<b>Sig. 2 tailed</b>
6 Bulan	66,56	0,009
1 Tahun	81,58	
2 Tahun	94,29	
3 Tahun	151,25	

Bila dilihat dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan *self-esteem* jika dilihat berdasarkan durasi responden mengikuti organisasi. Dimana dalam uji tersebut didapatkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) dan menunjukkan kurang dari 0,05. Kemudian dilihat dari skor rata-rata yang telah didapatkan, menunjukkan bahwa semakin lama durasi responden mengikuti organisasi maka semakin tinggi skor rata-rata *self-esteem*. Yaitu, dari skor rata-rata durasi mengikuti organisasi selama 6 bulan 66,56 mengarah ke durasi 3 tahun dengan skor yang meningkat dengan skor 151,25.

**Tabel 4.23** Hasil Analisis Perbandingan *Self-Esteem* Dilihat Dari Organisasi Yang Diikuti

<b>Kelompok</b>	<b>Mean</b>	<b>Sig. 2 tailed</b>
Himpunan Mahasiswa	85,46	0,458
BEM	73,96	
UKM	78,19	
DPM	40,00	

Jika dilihat pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan *self-esteem* berdasarkan organisasi yang diikuti oleh responden dalam penelitian ini. Hal tersebut dibuktikan dengan Asymp. Sig (2-tailed) 0,458 dan menunjukkan lebih dari 0,05. Kemudian bila berdasarkan rata-rata, maka skor *self-esteem*

tertinggi berada pada mahasiswa yang tergabung dalam Himpunan Mahasiswa, diikuti oleh UKM dan BEM. Adapun kelompok DPM (Dewan Perwakilan Mahasiswa) menunjukkan rata-rata ranking yang paling rendah. Namun demikian, hasil pada kelompok DPM tidak dapat dijadikan acuan karena hanya terdiri dari satu responden.

**Tabel 4.24** Hasil Analisis Perbandingan *Self-Esteem* Dilihat Dari Perguruan Tinggi

Kelompok	Mean	Sig. 2 tailed
Universitas Negeri Yogyakarta	82,71	0,272
Universitas Gadjah Mada	77,59	
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	96,25	
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta	52,65	
Universitas Islam Indonesia	69,50	
Universitas Mercu Buana Yogyakarta	62,00	
Universitas Ahmad Dahlan	94,42	
Universitas Atma Jaya Yogyakarta	67,67	
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	120,80	
Universitas Sanata Dharma	35,50	
Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta	54,25	
Universitas Teknologi Yogyakarta	103,75	
UPN Veteran Yogyakarta	73,00	
ISI Yogyakarta	97,00	
Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta	134,50	

Berdasarkan tabel 4.22 diatas, dapat dilihat jika tidak terdapat perbedaan yang signifikan jika dilihat dari skor *self-esteem* berdasarkan perguruan tinggi responden. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,272 dan menunjukkan lebih dari 0,05. Selain itu bila dilihat berdasarkan rata-rata skor yang didapatkan, maka Universitas Nahdlatul Ulama

Yogyakarta berada di urutan pertama yang terbesar dengan rata-rata 134,50. Kemudian rata-rata terendah dari 15 perguruan tinggi ada di Universitas Sanata Dharma dengan rata-rata 35,50.

**Tabel 4.25** Hasil Analisis Perbandingan *Self-Esteem* Dilihat Dari Domisili Perguruan Tinggi

<b>Kelompok</b>	<b>Mean</b>	<b>Sig. 2 tailed</b>
Kota Yogyakarta	75,40	
Kabupaten Sleman	85,13	
Kabupaten Bantul	79,30	0,569
Kabupaten Gunung Kidul	92,00	
Kabupaten Kulon Progo	65,39	

Berdasarkan tabel 4.23 diatas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) yang didapatkan pada uji beda berdasarkan domisili perguruan tinggi sebesar 0,595 dan menunjukkan lebih dari 0,05. Hal tersebut menandakan bahwa tidak terdapat perbedaan jika dilihat dari domisili perguruan responden. Kemudian pada rata-rata skor yang didapatkan, terlihat bahwa pada Kabupaten Gunung Kidul memiliki rata-rata yang lebih besar dengan 92,00. Kemudian rata-rata terendah ada pada Kabupaten Kulon Progo dengan 65,39.

Berdasarkan uji beda yang telah dilakukan pada kedua variabel di dapatkan bahwa kedua variabel, *social loafing* dan *self-esteem* sama-sama memiliki perbedaan skor berdasarkan jenis kelamin. Sedangkan pada organisasi yang diikuti, perguruan tinggi dan domisili perguruan tinggi menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan berdasarkan uji yang telah dilakukan. Akan tetapi, pada uji beda berdasarkan durasi mengikuti organisasi pada variabel *self-esteem*

terdapat perbedaan, sedangkan pada variabel *social loafing* tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

#### **D. Pembahasan**

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji secara empiris keterkaitan antara *self-esteem* dan perilaku *social loafing* pada mahasiswa yang aktif berorganisasi di wilayah Yogyakarta. Dalam pelaksanaannya peneliti menggunakan responden yang telah memenuhi syarat kriteria yaitu mahasiswa yang aktif mengikuti organisasi di perguruan tinggi Yogyakarta dan telah mengikuti organisasi setidaknya selama 6 bulan. Allen dan Meyer (1990) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa dari pengalaman awal selama 6 bulan akan berpengaruh pada pembentukan komitmen mahasiswa untuk dapat terlibat aktif dalam organisasi yang diikuti. Responden dalam penelitian ini sebanyak 159 mahasiswa, dengan mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 127 orang, sementara responden laki-laki berjumlah 37 orang. Organisasi yang diikuti oleh responden pada penelitian ini adalah Himpunan Mahasiswa, BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa), UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa), dan DPM (Dewan Perwakilan Mahasiswa).

Berdasarkan hasil dari kategorisasi pada variabel *self-esteem* terdapat 43 responden mahasiswa yang aktif berorganisasi di Yogyakarta yang mendapatkan kategori tinggi. *Self-esteem* yang tinggi akan mendorong mahasiswa untuk dapat lebih yakin pada diri sendiri, menghargai potensi

yang dimiliki dan termotivasi untuk memberikan yang terbaik. Sukmawati, Susanto dan Rochmawati (2025) dalam penelitiannya juga mengungkapkan bahwa tingginya tingkat *self-esteem* menandakan mahasiswa memiliki kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan dari luar, memiliki motivasi yang kuat dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan perubahan dalam hidupnya.

Kemudian peneliti melakukan uji tambahan melalui bantuan *Mann-whitney (U-Test)*, hasil tersebut menunjukkan adanya perbedaan tingkat *self-esteem* berdasarkan jenis kelamin. Hal tersebut tercermin dari nilai Asymp. Sig (2-tailed) yang diperoleh sebesar 0,006 dan menunjukkan berada di bawah batas signifikansi 0,05. Menurut Ghufron dan Risnawati (2010) *self-esteem* seseorang bisa dipengaruhi oleh banyak hal, termasuk jenis kelamin. Hal ini juga diperkuat oleh Coopersmith (1967), yang menemukan bahwa perempuan cenderung memiliki tingkat *self-esteem* yang lebih rendah daripada laki-laki. Keadaan tersebut dipengaruhi oleh perbedaan peran yang diberikan oleh orang tua serta ekspektasi sosial yang berbeda terhadap masing-masing jenis kelamin. Pandangan masyarakat di masa lalu cenderung memposisikan laki-laki sebagai kelompok yang lebih tinggi dibandingkan perempuan.

Akan tetapi, bertolak belakang dengan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini. Dimana pada uji tersebut menunjukkan bahwa *self-esteem* perempuan cenderung berada pada tingkat yang lebih besar dibandingkan laki-laki. Adapun laki-laki mendapatkan rata-rata 60,16 dan perempuan

mendapatkan rata-rata 85,00. Keadaan tersebut dapat dipengaruhi oleh tekanan sosial psikologis yang berbeda antara laki-laki dan perempuan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Fachrezy, Cabacungan dan Kawuryan (2022) yang menyebutkan bahwa terdapat faktor yang *mempengaruhi self-esteem* laki-laki cenderung lebih rendah karena tingginya tingkat kesepian yang dibarengi dengan tekanan sosial.

Selain itu peneliti juga melakukan uji beda *self-esteem* berdasarkan durasi mengikuti organisasi dengan bantuan uji analisa *Kruskal-wallis*. Hasil uji tersebut didapatkan bahwa terdapat perbedaan tingkat *self-esteem* bila dilihat dari durasi mahasiswa mengikuti organisasi. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,009 dan menunjukkan kurang dari 0,05. Kemudian, dari hasil rata-rata uji tersebut dapat diketahui bahwa semakin lama mengikuti organisasi menunjukkan peningkatan pada *self-esteem*. Dimana rata-rata tersebut menunjukkan nilai 66,56 pada durasi 6 bulan dan meningkat ke nilai 151,25 ke durasi 3 tahun.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Son, Ko dan Kim (2021) yang menyebutkan adanya peningkatan *self-esteem* bila dilihat dari lamanya mengikuti organisasi. dimana semakin lama mengikuti organisasi maka semakin tinggi tingkat *self-esteem*. Cortellazzo, Bonesso, Gerli, dan Pizzi (2021) dalam penelitiannya menyebutkan peningkatan *self-esteem* tersebut dapat dilatarbelakangi oleh pengalaman yang diterima saat mengikuti organisasi. Yaitu dapat memberikan rasa kompeten dan kepercayaan individu terhadap kemampuan yang dimiliki, sehingga meningkatkan *self-*

*esteem* dalam diri.

*Self-esteem* dapat mempengaruhi individu dalam berperilaku di kehidupan sehari-hari. Rendahnya *self-esteem* juga dapat dialami oleh mahasiswa yang aktif berorganisasi. Berdasarkan kategorisasi pada variabel *self-esteem* pada penelitian ini, terdapat 30 responden mahasiswa yang aktif berorganisasi mendapatkan kategori *self-esteem* yang rendah. Rendahnya *self-esteem* pada mahasiswa cenderung membuat mereka tidak yakin dengan kemampuan diri sendiri, kurang memiliki motivasi dalam hidupnya, merasa rendah dan lebih menutup diri ketika berada di organisasi, yang kemudian menjadikan mahasiswa lebih rentan terhadap perilaku *social loafing* atau kecenderungan menghindari tanggung jawab kelompok.

Pernyataan tersebut selaras dengan pandangan Mruk (2006), dimana individu dengan tingkat *self-esteem* yang rendah cenderung tidak yakin terhadap dirinya sendiri, kurang memiliki motivasi untuk dapat terlibat aktif. Mruk (2006) menyatakan pula rendahnya tingkat *self-esteem* ditandai dengan individu yang terlihat lebih hati-hati, pemalu, kurang dalam memberikan inisiatif, cenderung menghindari konflik dan mudah cemas. Pendapat tersebut juga sejalan dengan penelitian dari Fitriana dan Saloom (2018), yang menyatakan bahwa kurangnya motivasi seseorang dapat menurunkan usaha mereka dalam suatu kelompok. Hal tersebut, terjadi karena kurangnya dorongan dalam diri untuk dapat terlibat secara aktif.

George (1992) menjelaskan *social loafing* merupakan perilaku ketika individu memberikan kontribusi yang lebih sedikit dalam

mengerjakan tugas kelompok, hal tersebut dikarenakan mereka beranggapan bahwa kontribusi mereka tidak terlalu diperhatikan. Pada penelitian ini, kategorisasi pada variabel *social loafing* didapatkan 27 responden dari 159 responden dikategorikan memiliki *social loafing* pada tingkat yang tinggi. Mahasiswa dengan *social loafing* yang tinggi akan cenderung lebih pasif dalam suatu organisasi dan akan lebih mengandalkan anggota yang lain. Sejalan dengan hal tersebut, Damanik, Zahara, dan Safuwani (2023), dalam penelitian tersebut menyebutkan perilaku *social loafing* yang ditemui pada mahasiswa di organisasi berupa kurang melaksanakan tugas organisasi, enggan menerima tanggung jawab baru, pasif dalam menyumbangkan ide, dan lebih memilih mengikuti pendapat anggota lain.

Fitriana dan Saloom (2018) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa perilaku *social loafing* dapat dipengaruhi oleh jenis kelamin. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa laki-laki memiliki potensi terlibat pada perilaku *social loafing* dibandingkan perempuan. Temuan ini sejalan dengan hasil uji beda perilaku *social loafing* berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini, di mana diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat *social loafing* pada responden laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan responden perempuan, ditunjukkan oleh rata-rata skor 104,72 untuk laki-laki dan 73,77 untuk perempuan.

Sebagaimana didukung oleh temuan dari Raffles dan Husna (2024), dalam penelitian tersebut memperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,014, yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku *social loafing* menunjukkan perbedaan yang signifikan jika ditinjau dari jenis kelamin. Raffles dan Husna (2024) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa dibandingkan perempuan, laki-laki cenderung lebih rentan menunjukkan perilaku *social loafing*. Kondisi tersebut disebabkan oleh perbedaan aspek kepribadian yang dimiliki oleh perempuan dan laki-laki. Dimana, Reig-Aleixandre, García-Ramos, dan Calle-Maldonado (2023) dalam penelitiannya menyebutkan perempuan memiliki kepribadian yang lebih bertanggung jawab, aktif memberikan inisiatif dan berkomitmen dalam organisasi, sehingga cenderung akan mengurangi perilaku *social loafing*.

Pada penelitian ini terdapat 47 responden mahasiswa yang aktif berorganisasi memiliki kategori rendah dalam variabel *social loafing*. Persentase ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa memiliki kecenderungan untuk tetap berkontribusi aktif dalam organisasi. Hal tersebut dapat didukung dengan *self-esteem* yang positif. Narotama dan Rustika (2019) dalam penelitiannya juga menyatakan mahasiswa dengan tingkat *social loafing* yang rendah akan memberikan kontribusi maksimal dalam organisasi. Pada penelitian Narotama dan Rustika (2019) juga mengungkapkan bahwa rendahnya *social loafing* pada mahasiswa dapat dipengaruhi oleh tingginya harga diri atau *self-esteem* mahasiswa.

Kondisi tersebut mendukung tujuan dari penelitian ini, yang mengarah pada pengujian empiris terkait korelasi antara *self-esteem* dengan perilaku *social loafing* di kalangan mahasiswa yang aktif mengikuti organisasi di Yogyakarta. Tetapi sebelum dilakukannya uji hipotesis, maka dilakukan uji asumsi terlebih dahulu, yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Dan didapatkan bahwa data tidak berdistribusi normal dengan variabel *social loafing* (Sig.) 0.001. Kemudian pada variabel *self-esteem* mendapatkan nilai signifikansi (Sig.) 0,002. Kedua variabel menunjukkan kurang dari 0,05. Hal tersebut menyatakan bahwa data tidak berdistribusi secara normal. Kemudian pada uji linearitas didapatkan nilai *sig. deviation from linearity (p)* sebesar 0,101 dan berada di atas 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel *social loafing* dan *self-esteem* memiliki pola linier.

Selanjutnya, dari hasil analisis terhadap uji hipotesis yang telah dilakukan, didapatkan nilai sig (p) penelitian ini sebesar 0,000. Nilai menunjukkan sig (p) kurang dari 0,05 yang artinya terdapat korelasi antara *self-esteem* dengan kecenderungan perilaku *social loafing* pada mahasiswa yang aktif berorganisasi di Yogyakarta. Kemudian pada koefisien korelasi mendapatkan nilai -0,596 yang menunjukkan korelasi negatif antara *self-esteem* dengan *social loafing*, dimana mahasiswa yang aktif dalam organisasi di Yogyakarta dengan *self-esteem* tinggi cenderung memiliki tingkat *social loafing* yang rendah. Sebaliknya, rendahnya *self-esteem* berkaitan dengan tingginya kecenderungan untuk melakukan *social loafing*.

Temuan ini didukung oleh penelitian dari Putri dan Dewi (2021) melakukan penelitian mengenai perilaku *social loafing* pada mahasiswa aktif berorganisasi berdasarkan tingkat *self-esteem* yang dimiliki. Penelitian tersebut juga memperlihatkan adanya keterkaitan negatif antara tingkat *self-esteem* dengan kecenderungan *social loafing* pada mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan organisasi. Akbar dan Ningsih (2024) dalam penelitiannya menjelaskan mahasiswa dengan *self-esteem* yang positif cenderung akan selalu mengusahakan dengan kemampuan yang dimiliki untuk dapat mengerjakan tugas bagiannya dalam suatu kelompok kerja.

Kemudian, Akbar dan Ningsih (2024) juga menyebutkan bahwa *self-esteem* yang tinggi pada mahasiswa akan membuat mereka memandang pribadi secara positif, dimana menjadi pribadi yang jujur, dapat diandalkan, ramah dan bertanggung jawab. Sehingga kemungkinan untuk berperilaku *social loafing* atau kurang berkontribusi dalam kelompok akan kecil. Dengan *self-esteem* yang tinggi dapat membantu mahasiswa untuk memiliki penilaian yang positif mengenai diri sendiri dan orang lain. Dimana, Putri, Iswinarti dan Istiqomah (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dengan *self-esteem* yang tinggi akan membantu seseorang untuk memiliki penilaian yang positif terhadap diri sendiri dan anggota organisasi yang lain. Yang kemudian mengarahkan individu untuk memiliki sikap yang positif terhadap anggota yang lain dan menjadikan individu lebih percaya diri untuk memberikan kontribusi semaksimal mungkin dalam organisasi. Sehingga akan meminimalisirkan individu untuk melakukan *social loafing*

atau mengurangi kontribusi mereka dalam organisasi.

Selanjutnya, pada hasil analisis memperlihatkan jika *self-esteem* memberikan kontribusi sejumlah 37,3% untuk perilaku *social loafing* pada mahasiswa, yang berarti bahwa kurang dari setengah variasi dalam perilaku *social loafing* dipengaruhi oleh tingkat *self-esteem*. Meskipun demikian, terdapat 62,7% faktor lain di luar *self-esteem* yang turut berkontribusi dalam memengaruhi munculnya perilaku *social loafing* pada mahasiswa. Seperti pada penelitian Fadillah dan Herdew (2024) yang mengungkapkan salah satu aspek yang dapat menimbulkan perilaku *social loafing* adalah *achievement goal orientation*. Kemudian, pada penelitian Lahopang, Mandang, dan Sengkey (2025) menyatakan bahwa kohesivitas kelompok juga turut berkontribusi terhadap munculnya perilaku *social loafing* di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini juga melakukan uji beda terhadap tingkat skor pada variabel *self-esteem* dan *social loafing* berdasarkan durasi mengikuti organisasi, organisasi yang diikuti, perguruan tinggi responden dan domisili perguruan tinggi. Berdasarkan uji beda yang telah dilakukan dengan bantuan uji *Kruskal Wallis*, didapatkan bahwa pada variabel *social loafing* tidak terdapat perbedaan berdasarkan durasi mengikuti organisasi, organisasi yang diikuti, perguruan tinggi responden dan domisili perguruan tinggi. Kemudian pada variabel *self-esteem* juga tidak menunjukkan perbedaan tidak terdapat perbedaan skor berdasarkan organisasi yang diikuti, perguruan tinggi responden dan domisili perguruan tinggi. Dimana

nilai sig. (2-tailed) uji tersebut menunjukkan lebih besar dari 0,05, sehingga diartikan tidak terdapat perbedaan (Santoso, 2016).

Berdasarkan nilai rata-rata yang didapatkan pada uji beda berdasarkan durasi mengikuti organisasi pada variabel *social loafing* menunjukkan bahwa skor rata-rata terendah ada pada durasi 3 tahun dengan nilai 51,25 sedangkan rata-rata tertinggi pada durasi 6 bulan dengan nilai 87,03. Kemudian pada organisasi yang dikuti, terlihat bahwa pada variabel *social loafing* responden yang mengikuti organisasi DPM (Dewan Perwakilan Mahasiswa) memiliki rata-rata paling tinggi dengan nilai 136,50. Kemudian responden yang mengikuti organisasi UKM memiliki rata-rata yang paling rendah yaitu dengan nilai 70,45. Sedangkan pada variabel *self-esteem*, responden yang mengikuti organisasi DPM memiliki rata-rata terendah dengan nilai 40,00 dan pada organisasi Himpunan Mahasiswa memiliki rata-rata nilai tertinggi dengan nilai 85,46.

Pada uji beda berdasarkan perguruan tinggi dari variabel *social loafing* didapatkan bahwa rata-rata tertinggi ada pada Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta dengan nilai 137,75 dan rata-rata terendah ada pada ISI Yogyakarta dengan nilai 52,00. Sedangkan pada variabel *self-esteem* pada Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta mendapatkan rata-rata tertinggi dengan nilai 134,50 dan pada Universitas Sanata Dharma memiliki rata-rata terendah dengan nilai 35,50. Kemudian bila dilihat dari domisili perguruan tinggi, pada variabel *social loafing* didapatkan bahwa Kabupaten Kulon Progo memiliki rata-rata terting dengan nilai 88,61 dan pada Kabupaten

Gunung Kidul mendapatkan rata-rata terendah dengan nilai 46,44. Sedangkan pada variabel *self-esteem* di Kabupaten Kulon Progo memiliki rata-rata terendah dengan nilai 65,39 dan pada Kabupaten Gunung Kidul mendapatkan rata-rata tertinggi dengan nilai 92,00.

Penjelasan yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antara *self-esteem* dengan perilaku *social loafing* pada mahasiswa yang aktif berorganisasi di Yogyakarta. Dengan hubungan bersifat negatif, yang berarti semakin tinggi tingkat *self-esteem* seseorang, maka kecenderungannya untuk melakukan *social loafing* akan semakin rendah. Sebaliknya, semakin rendah *self-esteem* mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menunjukkan perilaku *social loafing* dalam kegiatan organisasi. Dimana, bila mahasiswa memiliki penilaian yang positif mereka akan lebih yakin dan percaya terhadap kemampuan yang dimiliki. Serta, akan mengarahkan mahasiswa untuk memberikan kontribusi semaksimal mungkin dan bertanggung jawab dalam organisasi. Sehingga akan meminimalisir perilaku *social loafing* pada mahasiswa tersebut.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum terlepas dari sejumlah keterbatasan. Diantaranya yaitu, data pada penelitian tidak berdistribusi dengan normal. Sehingga data penelitian tidak dapat digeneralisasikan pada penelitian lain dengan populasi yang sama. Selain itu, dalam penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam mengontrol subjek, karena proses pengambilan data dilakukan secara online

melalui *Google Form*. Sehingga peneliti tidak memiliki kesempatan untuk memastikan secara langsung kejujuran dan konsistensi jawaban dari partisipan. Selanjutnya, partisipan dalam penelitian ini belum mencakup seluruh populasi mahasiswa aktif berorganisasi di Yogyakarta secara menyeluruh. Adanya keterbatasan ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi dan perbaikan pada penelitian berikutnya.

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA