

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Populasi dunia yang terus berkembang memunculkan beberapa generasi, mulai dari generasi *Baby Boomers* hingga generasi pertama yang sejak dini sudah terpapar teknologi yaitu generasi Z (Firamadhina & Krisnani, 2020). Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi serta internet yang serba cepat dan selalu terhubung (Silitonga & Tampomuri, 2024). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dimock (2018) dari *Pew Research Center*, generasi Z mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, periode ini ditandai dengan kemajuan dalam aspek sosio-ekonomi yang stabil dan perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat.

Berdasarkan survei Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, pada *website* resminya apjii.or.id, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi sebesar 278.692.200 jiwa pada tahun 2023. Survei tersebut juga menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4%. Dari segi usia, mayoritas pengguna internet berasal dari generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012) dengan proporsi 34,40%, diikuti oleh generasi milenial (kelahiran tahun 1981-1996) sebesar 30,62%.

Generasi Z dianggap sebagai generasi yang sangat kreatif karena memiliki inovasi teknologi yang lebih kuat dibandingkan generasi sebelumnya (Oustin &

Habiburahman, 2023). Selain itu, generasi Z juga memiliki kecerdasan yang lebih unggul, terbuka dan toleran terhadap perbedaan budaya, serta sifat yang lebih fleksibel (Rastati, 2018). Kepribadian yang terbuka dan lebih fleksibel dapat mendorong generasi z untuk lebih mudah beradaptasi dengan perubahan dan situasi yang baru, lebih bersemangat dan termotivasi dalam mencapai tujuan, mudah menyelesaikan konflik dan menerima perbedaan sehingga generasi Z dikenal memiliki paradigma kerja yang berbeda dengan generasi sebelumnya (Putri, 2024). Hal ini dikarenakan generasi Z lebih mengutamakan kepuasan kerja daripada gaji (Fadhli & Khusnia, 2021).

Menurut Singh dan Dangmei (2016), generasi Z saat ini merupakan generasi termuda di dunia kerja. Sebagian besar generasi Z telah mulai berkarier secara profesional karena telah mencapai usia lebih dari 18 tahun (Dolot, 2018). Berdasarkan survei Kompas tahun 2024 pada *website* resminya kompas.id, mengenai publikasi statistik ketenagakerjaan pada bulan Februari menunjukkan adanya keterkaitan antara kelompok usia tenaga kerja dari generasi Z yang sudah terlibat dalam dunia kerja. Terdapat dua kelompok usia yang dimaksud, yaitu rentang usia 15-19 tahun dan 20-24 tahun. Keberadaan Generasi Z di Indonesia diperkirakan akan memberikan pengaruh besar, terutama sebagai karyawan muda yang mulai memasuki dunia kerja, dan diproyeksikan akan mendominasi 77% tenaga kerja Indonesia pada tahun 2025 (Utami & Siswanto, 2021).

Generasi Z yang mulai masuk ke dunia kerja memiliki karakteristik unik sebagai "*digital generation*" yang tumbuh dalam era teknologi dan internet sehingga membuatnya sangat terampil dalam menggunakan alat digital dan media

sosial (Pichler, Kohli & Granitz, 2021). Generasi Z rata-rata menghabiskan waktu sekitar 10 jam per hari di jaringan media sosial, sementara generasi milenial hanya menghabiskan waktu sekitar 7,5 jam per hari (Wijoyo dkk., 2020). Akan tetapi, perkembangan teknologi juga membawa dampak besar pada gaya hidup generasi Z seperti cara mengonsumsi hiburan dalam bermain media sosial, menonton film, mendengarkan musik, membuka platform belanja *online* ataupun mengikuti *tren* terkini sehingga hal tersebut memungkinkan mereka untuk mengakses kapan saja dan dimana saja sesuai dengan preferensi mereka termasuk saat jam kerja (Ramadhani & Khoirunisa, 2025).

Penggunaan internet dapat meningkatkan kinerja, kreativitas, dan interaksi karyawan, tetapi juga berisiko memicu prokrastinasi serta perilaku menyimpang di tempat kerja yang dapat menurunkan produktivitas (Rustandi, 2016). Sejalan dengan pernyataan Wong dkk. (2023) bahwa penggunaan teknologi internet di tempat kerja dapat meningkatkan efisiensi karyawan dalam menyelesaikan tugas, namun juga berpotensi merugikan jika dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi selama jam kerja dan dikenal dengan istilah *cyberloafing*. Seorang karyawan dikatakan terlibat dalam *cyberloafing* ketika ia menghabiskan waktu antara 51 menit hingga 1 jam setiap hari untuk mengakses internet yang tidak berhubungan dengan pekerjaan (Lim & Chen, 2012).

Cyberloafing adalah perilaku karyawan yang menggunakan internet perusahaan selama jam kerja untuk kepentingan pribadi dan aktivitas yang tidak berhubungan dengan pekerjaan (Lim, 2002). Lim, Thompson, dan Loo (dalam Ramadhan, 2017) menjelaskan bahwa *cyberloafing* adalah tindakan yang dilakukan

dengan kesadaran oleh karyawan ketika menggunakan berbagai perangkat, baik yang disediakan oleh perusahaan maupun milik pribadi, untuk tujuan yang tidak terkait dengan pekerjaan selama waktu dan lokasi kerja. Lim (2002) mengemukakan bahwa aspek-aspek dari *cyberloafing* terbagi menjadi dua, yaitu *Browsing Activities* dan *Emailing Activities*. *Browsing activities* mengacu pada aktivitas penggunaan internet selama jam kerja untuk mengakses situs yang tidak terkait dengan pekerjaan, seperti situs investasi, saham, portal hiburan, koran *online*, dan mengunduh informasi yang tidak relevan dengan tugas pekerjaan. Aktivitas ini juga mencakup kegiatan belanja *online* serta mengunjungi situs dengan konten dewasa. Sedangkan, *emailing activities* mencakup penggunaan *email* untuk keperluan pribadi di tempat kerja, seperti menerima, memeriksa, dan mengirimkan *email* yang tidak ada kaitannya dengan tugas perusahaan.

Di Indonesia, durasi perilaku *cyberloafing* pada karyawan termasuk dalam kategori tinggi, yaitu 4 sampai 5 jam per hari (Hartijasti, 2016). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurnia dan Mardiawan (2023) terhadap 113 responden karyawan generasi Z, didapatkan hasil data yaitu 58,4% atau 73 karyawan memiliki perilaku *cyberloafing* yang tinggi dan 41,6% atau 52 karyawan memiliki perilaku *cyberloafing* yang rendah. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Malau dan Muhammad (2022) terhadap 349 karyawan generasi Z, didapatkan hasil data yaitu 7% atau 25 karyawan memiliki perilaku *cyberloafing* yang tinggi, 60% atau 210 karyawan memiliki perilaku *cyberloafing* yang sedang, dan 33% atau 114 karyawan memiliki perilaku *cyberloafing* yang rendah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada Oktober 2024 dengan 10 orang karyawan generasi Z di beberapa perusahaan yang ada di Yogyakarta, dimana 8 karyawan merupakan karyawan kontrak dan 2 karyawan merupakan karyawan tetap. Enam karyawan kontrak dan dua karyawan tetap di antaranya mengaku bahwa pernah mengakses internet untuk kepentingan pribadi yang tidak berhubungan dengan pekerjaan selama jam kerja. Aktivitas yang dilakukan di luar pekerjaan yaitu mengakses media sosial, mengecek *email*, membaca *wattpad*, menonton video melalui *Youtube*, *Instagram*, dan *TikTok*, dan belanja *online*. Sebagian besar menyebutkan bahwa aktivitas ini sering dilakukan secara tidak sengaja, dengan alasan untuk sekedar menghilangkan rasa jenuh dan mencari hiburan di tengah pekerjaan yang monoton. Kemudian, dua karyawan kontrak di antaranya mengatakan bahwa hanya mengakses internet untuk kepentingan pribadi pada saat jam istirahat. Batasan ini dianggap sebagai upaya untuk menjaga profesionalitas serta produktivitas selama bekerja, dan menghindari pengalihan fokus dari tugas utama. Menurut subjek, mengakses internet di luar jam kerja atau pada jam istirahat cukup untuk memenuhi kebutuhan hiburan pribadi tanpa mengganggu produktivitas kerja.

Menurut Santoso dan Wibowo (2022), karyawan yang menghargai waktu akan mampu melakukan pekerjaannya secara efisien. Berdasarkan penelitian Sao (dalam Sulistyowati & Nuraini, 2025) mengungkapkan bahwa perilaku *cyberloafing* dapat bersifat positif jika disandingkan dengan sistem kerja pada karyawan. Sejalan dengan pendapat Beri dan Anand (2020), yang menyatakan bahwa perilaku *cyberloafing* yang terkontrol dan tergolong rendah dapat

menimbulkan beberapa dampak positif bagi karyawan, yaitu menghilangkan kebosanan dan kelelahan, mendorong pembelajaran pada kemampuan baru dan kreativitas, sebagai hiburan serta menyeimbangkan waktu kerja dengan aktivitas di luar pekerjaan.

Menurut Koay dan Soh (2018), perilaku *cyberloafing* yang tinggi dapat meningkatkan resiko terkena *spyware* jika membuka situs *web* atau tautan tidak dikenal sehingga data perusahaan dapat diretas oleh pihak ketia, kurangnya interaksi antar karyawan, dapat menyebabkan kemacetan jaringan internet pada perusahaan, dan dapat mengganggu produktivitas karyawan. Sejalan dengan pendapat Putra dan Nurtjahjanti (2019) yang mengatakan bahwa perilaku *cyberloafing* yang tinggi dapat mengakibatkan banyaknya target pekerjaan yang terbengkalai karena lupa dengan tugas utamanya.

Terdapat beberapa faktor yang dapat memicu *cyberloafing* di kalangan karyawan, di antaranya adalah faktor organisasi, situasional, dan individual. Salah satu faktor yang berperan adalah faktor individual, yang meliputi berbagai elemen seperti persepsi dan sikap karyawan terhadap internet, *habbits* (kebiasaan), faktor demografis, serta karakteristik pribadi karyawan (Ozler & Polat, 2012). Dari sudut pandang sifat individu, karakteristik seperti *shyness* (perasaan malu), *loneliness* (kesepian), *isolation* (isolasi), *self control* (kontrol diri), harga diri, dan *locus of control* dapat mempengaruhi cara karyawan dalam menggunakan internet (Ozler & Polat, 2012).

Salah satu faktor individual yang dapat berpengaruh terhadap perilaku *cyberloafing* adalah *self control* (Ozler & Polat, 2012). Kekuatan karakter karyawan

seperti *self control* dan integritas berhubungan negatif dengan perilaku menyimpang di tempat kerja termasuk perilaku *cyberloafing* (Pangalila dkk., 2024). Pada setiap individu, terdapat sifat yang berfungsi sebagai pengarah dalam bertindak, yang disebut dengan *self control* (Ardilasari & Firmanto, 2017). Nagin dan Paternoster (dalam Ardilasari & Firmanto, 2017) mendefinisikan *self control* sebagai karakteristik yang sering kali mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas terlarang di tempat kerja.

Self Control atau kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengubah perilaku, mengelola informasi yang relevan maupun yang tidak relevan, serta memilih tindakan berdasarkan keyakinan yang dimiliki (Averill, 1973). Averill (1973) mengemukakan bahwa *self control* terbagi menjadi beberapa aspek, yaitu Kontrol Perilaku (*Behavioral Control*), Kontrol Kognitif (*Cognitive Control*), dan Kontrol Keputusan (*Decisional Control*).

Karyawan yang memiliki *self control* tinggi cenderung mempertimbangkan konsekuensi dari perbuatan yang akan dilakukan dan lebih berhati-hati dalam bekerja sehingga lebih peka terhadap pekerjaan. Sebaliknya, karyawan yang memiliki *self control* rendah cenderung lebih mungkin melakukan perilaku *cyberloafing* di tempat kerja karena tidak dapat mengendalikan dirinya sehingga lebih banyak waktu terbuang untuk mengakses internet di jam kerja (Pangalila dkk., 2024). Karyawan yang melakukan *cyberloafing* saat kerja akan kehilangan fokus kognitif dan membutuhkan waktu serta tenaga untuk kembali fokus pada pekerjaan utamanya sehingga memerlukan *self control* yang tinggi untuk menciptakan situasi yang kondusif di tempat kerjanya (Hafizh & Sumadhinata, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pangalila dkk. (2024), terdapat hubungan negatif antara *self control* dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan, dimana semakin rendah tingkat *self control* seorang karyawan, semakin tinggi kecenderungannya untuk terlibat dalam perilaku *cyberloafing* dan begitupun sebaliknya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardilasari (2017), *self control* merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku *cyberloafing*, karyawan dengan *self control* yang baik dapat menyesuaikan diri dengan tanggung jawab yang ada, khususnya dalam lingkungan perusahaan tempat ia bekerja sehingga didapatkan hasil penelitian bahwa semakin rendah tingkat *self control* seorang karyawan, semakin tinggi kecenderungannya untuk terlibat dalam perilaku *cyberloafing* dan begitupun sebaliknya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *self control* dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan generasi Z di Yogyakarta?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan *self control* dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan generasi Z di Yogyakarta.

2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat pengetahuan dan menyumbangkan penelitian pada bidang keilmuan psikologi industri dan organisasi agar kedepannya menjadi lebih berkembang kearah yang lebih baik, dan diharapkan akan banyak penelitian lanjutan yang berhubungan

dengan *self control* terhadap perilaku *cyberloafing* pada karyawan generasi Z di Yogyakarta.

3. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat sebagai referensi pengetahuan, memberi informasi tentang hubungan *self control* dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan generasi Z di Yogyakarta.