



Harga Diri dengan Social Loafing pada Mahasiswa

Nurmala Sari*, Jamilah Aini Nasution, Nurhasanah

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Syiah Kuala. Indonesia

**E-mail: nurmala.sari30049@gmail.com*

Abstract

This study aims to see the level of self-esteem and social loafing, and to test the relationship between self-esteem and social loafing in Syiah Kuala University students. This study used quantitative approach with correlational type of research. The sampling method in this study used purposive sampling techniques. The population in this study was students of Syiah Kuala University with total of 17103 and sample of 266 students. The research data were obtained using self-esteem scales and social loafing scales. The data analysis used in this study is product moment correlation technique. The results of the analysis showed an r value = -0.566 and p value = 0.000 ($p < 0.01$). This means that there is significant negative relationship between self-esteem and social loafing in Syiah Kuala University students. This shows that the higher the self-esteem, the lower the social loafing and vice versa if the lower the self-esteem, the higher the social loafing in Syiah Kuala University Students.

Keyword: *Self-Esteem, Social Loafing, Group Assignments, Student*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat tingkat harga diri dan social loafing, serta mengetahui atau menguji hubungan antara harga diri dengan social loafing pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Metode dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Syiah Kuala dengan jumlah 17103 dan sampel sebanyak 266 mahasiswa. Data penelitian diperoleh dengan menggunakan skala harga diri dan skala social loafing. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi product moment. Hasil analisis menunjukkan nilai $r = -0,566$ dan nilai $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Artinya terdapat hubungan negatif yang signifikan antara harga diri dengan social loafing pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri maka semakin rendah social loafing dan sebaliknya jika semakin rendah harga diri maka semakin tinggi social loafing pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala.

Kata kunci: *Harga Diri, Social Loafing, Tugas Kelompok, Mahasiswa*

PENDAHULUAN

Belajar dan pembelajaran merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (Astawan, 2016). Secara khusus pembelajaran dapat dipahami sebagai proses belajar yang dibangun oleh seorang guru atau seorang pengajar untuk meningkatkan kondisi moral, intelektual, serta mengembangkan berbagai kemampuan yang dimiliki oleh peserta didik. Mahasiswa adalah seorang peserta didik yang belajar pada jenjang perguruan tinggi. Seorang mahasiswa biasanya berusia sekitar 18 – 25 tahun atau berada pada fase remaja akhir dan masa dewasa awal. Sehingga mahasiswa juga dianggap sebagai seseorang yang memiliki kematangan dalam kesadaran untuk mengembangkan potensi dirinya serta dapat berkontribusi membawa perubahan bagi masyarakat. Pada masa transisi dari fase remaja ke fase dewasa, biasanya seseorang akan terdorong untuk lebih ingin tahu dan mengutip informasi sebanyak - banyaknya sebagai proses pencarian jati dirinya. Di dalam dunia perkuliahan mahasiswa akan terlatih untuk berpikir secara kritis dan dapat menyelesaikan berbagai tugas yang diberikan oleh dosen.

Dalam proses belajar, mahasiswa cenderung bekerja dalam kegiatan berkelompok. Guna mencapai keberhasilan belajar, mahasiswa membutuhkan teman untuk berdiskusi, menyelesaikan tugas, bertukar informasi, dan memberikan dukungan emosional serta mendapatkan dukungan timbal balik yang positif. Selain itu, tugas kelompok juga bermanfaat karena adanya interdependensi dan interaksi dengan mahasiswa lain yang semakin baik, motivasi untuk belajar yang lebih tinggi dan pembelajaran yang lebih baik melalui pengajaran materi kepada sesama anggota kelompok (Santrock, dalam Nurul Pidia 2022). Penyelesaian tugas kelompok menuntut kompetensi yang dimiliki mahasiswa dalam proses pengerjaannya. Dalam proses penyelesaian tugas yang dilakukan secara bersama, biasanya ada beberapa orang yang enggan untuk ikut serta dalam memberikan kontribusi didalam kelompok. Perilaku individu yang tidak ikut serta dalam pengerjaan tugas kelompok ini disebut dengan *social loafing*.

Myers (2012) mengemukakan bahwa *social loafing* adalah kecenderungan bagi individu untuk mengeluarkan usaha yang lebih sedikit ketika individu mengumpulkan usaha individu untuk mencapai suatu tujuan yang sama dibandingkan jika individu secara individual diperhitungkan. Seorang individu akan mengeluarkan usaha yang maksimal jika diberikan penilaian atau reward secara individu. Pekerjaan kelompok akan menimbulkan bias penilaian, sehingga usaha individu hanya dihitung sebagai penilaian kelompok. Usaha individu yang sulit untuk diidentifikasi akan menimbulkan kemalasan dan penurunan usaha karena setiap orang akan mendapatkan nilai yang sama didalam kelompok. Matsumoto (Febrianto, 2019)

berpendapat bahwa pengertian *social loafing* digunakan untuk mendeskripsikan penemuan tentang hal hal yang menunjukkan bahwa produktifitas seseorang mengalami penurunan saat bekerja disuatu kelompok. Banyak yang menilai bahwa peran seorang individu didalam sebuah kelompok lebih kecil dibanding ketika bekerja secara mandiri.

Dalam pengerjaan tugas secara berkelompok, biasanya kehadiran orang lain akan mempengaruhi kinerja dari seorang individu (*group influence*) didalam kelompok, seperti perilaku *social loafing*. Dampak yang muncul dari *social loafing* bersifat negatif, sehingga Chidambaran dan Tung (2005) mendefenisikan *social loafing* sebagai fenomena yang berdampak buruk terhadap organisasi atau kelompok. Perilaku *social loafing* menjadikan mahasiswa terbiasa untuk terus mengandalkan orang lain, sehingga mahasiswa akan menjadi pasif dan kesulitan untuk menunjukkan serta mengembangkan potensi dirinya secara pribadi. Hal ini juga menyebabkan kurangnya inisiatif mahasiswa untuk mengutarakan pendapat dan pemikiran kreatifnya didalam kelompok.

Myers (2012) menyebutkan bahwa *social loafing* memiliki aspek-aspek sebagai berikut, antara lain: 1) Menurunnya motivasi individu untuk terlibat dalam kegiatan kelompok; 2) Sikap Pasif; 3) Pelebaran tanggung jawab; 4) Mendompleng pada usaha orang lain (*free rider*) dan; 5) Penurunan kesadaran akan evaluasi dari orang lain.

Sarwono (Nabila, 2019) mengungkapkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya *social loafing* adalah sebagai berikut: a) Faktor kepribadian, Sarwono menyatakan bahwa orang yang mempunyai daya sosial (*social efficacy*) yang tinggi mengalami fasilitasi sosial dengan kehadiran orang lain, sementara yang daya sosialnya rendah mengalami *social loafing*; 2) Jenis pemerhati, hal ini didasarkan bahwa terkadang seseorang menjadi aktif dan menunjukkan kebolehnya untuk menarik perhatian dan mendapatkan apresiasi atas kemampuannya dari orang orang baru; 3) Harga diri merupakan pengetahuan seseorang tentang siapa dirinya. Harga diri mempengaruhi tingkah laku seseorang dalam kehidupan sosialnya. Bagi orang dengan harga diri rendah, kehadiran orang lain justru menurunkan prestasi. Sedangkan sebaliknya, orang-orang dengan harga diri yang tinggi terdorong untuk berprestasi sebaik- baiknya dengan adanya orang lain. Orang dengan harga diri tinggi akan menunjukkan kepada orang lain tentang kemampuannya; 4) Keterampilan, kehadiran orang lain justru meningkatkan prestasi kepada orang yang memiliki kemampuan. Sebaliknya, kehadiran orang lain justru menurunkan prestasi karena kurangnya kemampuan; 5) Persepsi terhadap kehadiran orang lain, kehadiran orang lain dapat meningkatkan motivasi dalam pengertian mengenai fenomena fasilitasi sosial. Akan tetapi, kehadiran orang lain juga dapat menurunkan motivasi

jika anggota kelompok tidak kooperatif dan menimbulkan *social loafing*.

Salah satu faktor yang mempengaruhi *social loafing* adalah harga diri. Harga diri juga ikut mempengaruhi sikap seseorang ketika dihadapkan dengan masalah. Harga diri juga menjadi sebuah alat ukur sosial (*sociometer*) untuk melihat sejauh mana seseorang merasa diterima dan dapat menyatu dengan lingkungannya, sehingga seseorang yang memiliki harga diri tinggi akan selalu merasa pantas, diterima dan dapat menyatu dengan siapapun. Baron, Byrne, Branscomb (Sarwono, 2018) menjelaskan bahwa harga diri menunjukkan keseluruhan sikap seseorang terhadap dirinya sendiri baik positif maupun negatif. Harga diri juga dipengaruhi oleh persepsi seseorang terhadap dirinya sendiri.

Menurut Coopersmith (Hidayat & Khoiruddin, 2016) harga diri merupakan evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang diekspresikan dalam sikap terhadap diri sendiri. Evaluasi ini menyatakan suatu sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa besar individu percaya bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, dan berharga menurut standar dan penilaian pribadinya. Harga diri adalah keseluruhan pandangan yang digunakan oleh seorang individu untuk mengevaluasi dirinya serta membandingkan antara konsep diri ideal (*ideal self*) dengan konsep diri yang sebenarnya (*real self*) (Santrok, dalam Hidayat & Khoiruddin, 2016). Baron & Byrne (Hidayat & Khoiruddin, 2016) menegaskan bahwa harga diri acapkali diukur sebagai sebuah peringkat dalam dimensi yang dikisarkan dari negatif sampai positif atau rendah sampai tinggi. Orang yang memiliki penilaian positif terhadap dirinya akan lebih mudah untuk mengontrol sikap sosialnya, karena harga diri yang tinggi membuat seseorang percaya dan yakin akan kemampuan yang dimilikinya. Sedangkan seseorang yang memiliki harga diri yang rendah akan melihat dirinya sebagai sosok yang tidak berguna.

Adapun menurut Coopersmith (Surbakti, 2017) terdapat 4 aspek harga diri yaitu: 1) Kekuatan (*power*) yaitu adalah adanya pengakuan dan rasa hormat yang dimiliki individu tentang dirinya bahwa merasa mampu dalam mengontrol tingkah laku dan merasa telah melakukan hal yang positif; 2) Keberartian (*significance*) menilai tentang kepedulian, perhatian dan afeksi individu; 3) Kebajikan (*virtue*) menilai tentang ketaatan individu mengikuti standar moral dan etika yang ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang harus dihindari dan melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh moral atau norma dan juga agama dan; 4) Kemampuan (*competence*) menilai tentang hal-hal yang ingin dicapai dalam kehidupan yang ditandai oleh keberhasilan individu dalam mengerjakan berbagai tugas dan pekerjaan dengan baik dari level yang tinggi dan usia yang berbeda.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri seseorang. Dikutip dari Surbakti (2017),

Michener, DeLamater & Myers menyebutkan bahwa terdapat tiga faktor dari harga diri, yaitu pengalaman keluarga (*family experience*), umpan balik kinerja (*performance feedback*), dan perbandingan sosial (*social comparison*).

Hubungan antara harga diri dan social loafing dapat dijelaskan berdasarkan teori-teori terhadap akademis, sikap, dan perilaku mahasiswa (Nabila, 2022). Harga diri mempengaruhi seseorang dalam menyikapi kehidupan sosialnya. Seseorang yang memiliki harga diri yang tinggi tidak akan terpengaruh pada orang lain, ia akan menunjukkan perilaku – perilaku yang positif untuk mendorong kenaikan harga dirinya. Sedangkan orang yang memiliki harga diri yang rendah akan cenderung menghindari kompetisi dan takut untuk mengambil resiko membuat tugas. Sena dkk. (2022), berpendapat bahwa *social loafing* yang terjadi pada mahasiswa terjadi karena harga diri yang ada pada diri mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (Putri, Iswinarti, & Istiqomah, 2020) menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat harga diri yang tinggi cenderung akan mengerjakan tugas dalam kelompok, mau bekerja sama dengan anggota lain, dan mau berkontribusi dalam menyelesaikan tugas kelompok serta membantu pekerjaan anggota lain yang mengalami kesulitan atas tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Mahasiswa yang memiliki tingkat harga diri yang tinggi juga dapat mengoptimalkan potensinya dengan memberikan ide ataupun gagasan untuk pengembangan kelompok. Sedangkan mahasiswa yang memiliki tingkat harga diri yang rendah akan kesulitan untuk mengenali kelebihanannya dan lebih terfokus pada kekurangannya sehingga akan menarik diri dari lingkungannya.

Selanjutnya, penelitian serupa juga dilakukan oleh Faizan (2020), serta mendapatkan hasil bahwa mahasiswa yang memiliki harga diri rendah, tidak akan yakin dengan kemampuan yang dimiliki dirinya sendiri dalam kelompok, ia akan bersikap tertutup dan merasa acuh tak acuh terhadap tugas yang diberikan. Begitu pula sebaliknya, jika mahasiswa memiliki tingkat harga diri yang tinggi, ia akan berusaha menunjukkan potensi atau kemampuan yang dimilikinya dengan cara ikut serta berkontribusi dalam pengerjaan tugas kelompok tersebut. Orang yang termotivasi untuk memiliki harga diri yang tinggi akan cenderung menimbulkan atau menampakkan tingkah laku yang positif. Didukung oleh penelitian terdahulu dari Nursalim (2014) tentang hubungan harga diri dan *social loafing* pada 60 mahasiswa menunjukkan korelasi yang negatif antara harga diri dan *social loafing*. Sehingga semakin tinggi harga diri seseorang cenderung akan mengerahkan usaha yang lebih besar didalam kelompoknya, dan semakin rendah kecenderungan seseorang untuk melakukan *social loafing*. Dari pengamatan fenomena yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini diajukan dan dilakukan untuk mengetahui

hubungan harga diri dengan *social loafing* pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala.

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Adapun jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian korelasional. Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian korelasional yaitu sebuah metode yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini dilakukan di Universitas Syiah Kuala. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Syiah Kuala yang sedang menempuh pendidikan sarjana angkatan 2020, 2021, dan 2022 terkecuali Program Studi Diluar Kampus Utama Gayo Lues sehingga populasi dalam penelitian ini berjumlah 17103 mahasiswa.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sample berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu (Siregar, 2013). Penentuan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini menggunakan rumus Isaac dan Michael (Sugiyono, 2018). Pada Penelitian ini tingkat kesalahan atau sampling error yaitu pada tingkat kesalahan 10% (0,1), sehingga memiliki akurasi sebesar 90%. Sehingga berdasarkan perhitungan rumus dapat ditentukan bahwa jumlah sampel dalam pengumpulan data primer yaitu dibulatkan sebanyak 266 mahasiswa aktif Universitas Syiah Kuala.

Alat ukur yang digunakan adalah skala *social loafing* yang dibuat sendiri oleh penulis berdasarkan aspek aspek yang dikemukakan oleh Myers (2012) yaitu menurunnya motivasi individu untuk terlibat dalam kelompok, sikap pasif, pelebaran tanggung jawab, mendompleng pada usaha orang lain (*free rider*), dan penurunan kesadaran akan evaluasi dari orang lain. Sedangkan pengukuran harga diri akan menggunakan skala yang di adopsi dari Balqis Annisa (2022) berdasarkan aspek aspek yang diuraikan oleh Coopersmith.

Uji validitas dilakukan pada 41 responden pertama penelitian yang yang dilakukan secara online pada hari pertama penelitian yakni tanggal 04 Juni 2023, dengan menggunakan uji validitas korelasi *product moment*. Jumlah item yang diukur yaitu 37 pernyataan pada skala *social loafing*. Sedangkan untuk skala harga diri tidak diikut sertakan dalam pengujian validitas korelasi *product moment* karena merupakan skala adopsi yang telah melalui pengujian koefisien CVR (*content validity ratio*) pada penelitian sebelumnya. Setelah uji validitas dengan 37 item pernyataan, terdapat 30 item yang tetap valid, dan terdapat 7 item pernyataan yang tidak valid yakni item no 9, 11, 13, 19, 29, 36, dan 37.

Dari penelitian dengan 60 item, kepada 266 responden, diperoleh juga hasil reliabilitas yang

tinggi. diperoleh hasil uji reliabilitas pada variabel harga diri sebesar 0.880 dan variabel social loafing 0.885 yang dimana tingkat reliabilitas menunjukkan keterangan tinggi, sehingga dapat dilakukan penelitian lanjutan dalam mengukur aspek tersebut.

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik analisis data deskriptif. dipahami. Winarsunu (Nabila, 2022), menjelaskan bahwa analisis deskriptif adalah penyajian data dalam bentuk tabel, yang berisi data numerik (angka) dan grafik (statistik). Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment. Analisis korelasi *product moment* dari Karl Pearson adalah analisis untuk mengukur keeratan hubungan secara linear antara dua variabel yang memiliki data normal (Priyano, 2016).

HASIL

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa hasil kategorisasi variabel harga diri mahasiswa Universitas Syiah Kuala yang berada pada kategori tinggi yaitu sebanyak 160 (60,15%) subjek, pada kategori sangat tinggi sebanyak 50 (18,79%) subjek, kategori sedang dengan frekuensi 52 (19,54%) subjek, dan kategori rendah dengan frekuensi 4 (1,50%) subjek. Sedangkan pada kategori sangat rendah memiliki frekuensi 0, artinya tidak ada subjek penelitian yang mendapatkan skor kurang dari 52,5.

Tabel 1. Kategorisasi variabel harga diri

Kategori	Rentang Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Rendah	$X < (52,5)$	0	0,00%
Rendah	$52.5 < X < 67,5$	4	1,50%
Sedang	$67,5 < X < 82,5$	52	19,54%
Tinggi	$82,5 < X < 97,5$	160	60,15%
Sangat Tinggi	$X > 97,5$	50	18,79%

Tabel 2. Kategorisasi variabel *social loafing*

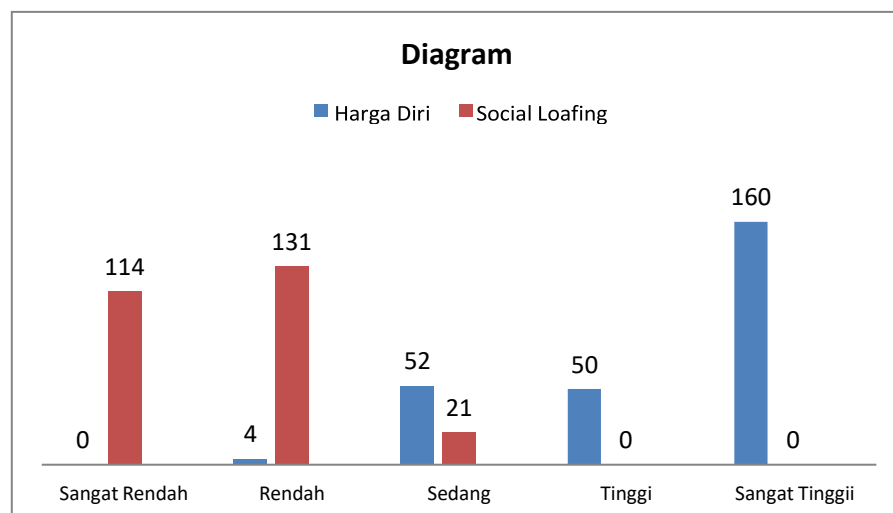
Kategori	Rentang Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Rendah	$X < (52,5)$	114	42,85%
Rendah	$52.5 < X < 67,5$	131	49,24%
Sedang	$67,5 < X < 82,5$	21	7,89%
Tinggi	$82,5 < X < 97,5$	0	0,00%
Sangat Tinggi	$X > 97,5$	0	0,00%

Sedangkan hasil kategorisasi pada variabel *social loafing* berada dalam kategori sangat rendah memiliki frekuensi 114 (42,85%), kategori rendah memiliki frekuensi 131 (49,24%), kategori sedang memiliki frekuensi sejumlah 21 (7,89%). Sedangkan untuk kategori tinggi dan

sangat tinggi memiliki frekuensi sebesar 0, artinya tidak ada mahasiswa Universitas Syiah Kuala yang mendapatkan skor diatas 82,5 pada variabel *social loafing*.

Untuk melihat gambaran yang lebih jelas mengenai *social loafing* dan harga diri pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala dapat dilihat pada grafik berikut.

Gambar 1. Diagram tingkat harga diri dan *social loafing*



Maka berdasarkan garifik diatas, dapat disimpulkan bahwa kurang dari setengahnya mahasiswa Universitas Syiah Kuala berada pada kategori sangat rendah (42,85%) dan rendah (49,24%). Serta pada variabel harga diridapat disimpulkan bahwa lebih dari setengahnya mahasiswa Universitas Syiah Kuala berada pada kategori tinggi (60,15%).

Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan bantuan dari program *IBM SPSS for windows* yang dilakukan dengan metode *One Sample Kolmogrov – Smirnov*. Berdasarkan hasil uji normalitas kepada 266 subjek, diketahui nilai signifikansi berada di kriteria $0.313 > 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Setelah melakukan uji normalitas, selanjutnya peneliti melakukan uji linieritas hubungan untuk membuktikan bahwa variabel bebas memiliki hubungan yang linier dengan variabel terikat. Hasil uji linieritas mendapatkan nilai *deviation from linierity* yang berada di nilai $0.131 > 0.05$, maka hubungan variabel harga diri dan variabel *social loafing* pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala dapat dikatakan linier. Lalu pada pengujian hipotesis, penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik analisis *product moment correlation*. Analisis korelasi product moment dari Karl Pearson adalah analisis untuk mengukur keeratan hubungan secara linear antara dua variabel yang memiliki data normal (Priyano, 2016).

Dari hasil uji korelasi, diketahui *Pearson Correlation* dari dua variabel yaitu variabel harga diri dan variabel *social loafing* memperoleh hasil $- 0.566$. Sehingga, bentuk dari hubungan

variabel-variabel tersebut adalah negatif. Hasil yang negatif menunjukkan terdapat hubungan terbalik antara variabel X dan variabel Y (X naik maka Y turun). Hasil analisis pada penelitian ini juga menunjukkan sumbangan relatif dari kedua variabel yang dapat dilihat dari analisis *Measures of Association*.

Tabel 3. Hasil uji hipotesis

Variabel penelitian	<i>Pearson Correlation</i>	Signifikansi
Harga diri terhadap <i>social loafing</i>	-0,566	0.000

Tabel 4. Sumbangan relatif variabel

<i>Measure of Association</i>	<i>R Squared</i>
Harga diri terhadap <i>social loafing</i>	0,320

Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa *R squared* = 0,320 yang artinya terdapat pengaruh harga diri terhadap *social loafing* sebesar 32%, dan 68% berasal dari faktor – faktor yang lain.

DISKUSI

Berdasarkan hasil penelitian untuk variabel harga diri, diketahui bahwa lebih dari setengahnya mahasiswa Universitas Syiah Kuala memiliki tingkat harga diri yang berada pada kategori tinggi, dan hanya sebagian kecil yang berada pada kategori sangat tinggi, sedang dan rendah. Hasil analisis deskriptif variabel harga diri juga menunjukkan bahwa tidak ada satupun responden yang mendapatkan kategori sangat rendah. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Syiah Kuala memiliki sikap optimis, rasa keberhargaan, tanggung jawab, dan mampu menaati segala peraturan yang berlaku didalam lingkungannya. Santrock (Nabila, 2019) menyatakan, dengan adanya bentuk harga diri yang tinggi dari individu, menandakan bahwa individu tersebut telah mampu untuk meyakini dirinya lebih berharga dan berhasil terhadap penilaian yang dilakukan lingkungannya, atas dimensi evaluatif menyeluruh terhadap dirinya.

Sedangkan hasil penelitian untuk variabel *social loafing*, diketahui kurang dari setengahnya mahasiswa Universitas Syiah Kuala mendapatkan skor pada kategori sangat rendah dan rendah, hanya sebagian kecil saja yang berada pada tingkat kategori sedang. Hasil analisis deskriptif variabel *social loafing* ini juga menunjukkan bahwa tidak ada satupun responden penelitian yang mendapatkan skor dengan kategori sangat tinggi ataupun tinggi. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa mahasiswa Universitas Syiah Kuala tidak melakukan *social loafing*

ataupun memanfaatkan usaha orang lain dalam menyelesaikan tugas, serta bertanggung jawab atas tugas yang di berikan kepadanya.

Hubungan antara variabel harga diri dengan *social loafing* bersifat negatif, dimana dapat dilihat bahwa tingkat harga diri yang tinggi pada mahasiswa berbanding terbalik dengan rendahnya nilai pada hasil kategorisasi variabel *social loafing*. Hasil dari uji hipotesis juga menunjukkan bahwa tingkat korelasi atau hubungan kedua variabel diterima dan berada pada kategori sedang.

Hasil dari penelitian memiliki kesenjangan dengan latar belakang yang telah diuraikan, dimana tujuan awal penelitian ingin melihat seberapa besar tingkat *social loafing* yang terdapat pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala. Karena pada dugaan awal berdasarkan masa observasi pra penelitian, terdapat adanya indikasi perilaku *social loafing* dari mahasiswa saat mengerjakan tugas kelompok. Pada penelitian yang sama, Nabila (2019) juga menemukan bahwa terdapat kesenjangan hasil penelitian dengan hipotesa awal yang mendasari dilakukannya penelitian serupa. Selanjutnya, pada penelitian yang dilakukan oleh Pidia (2022), mendapatkan hasil penelitian bahwa lebih dari setengahnya mahasiswa UIN Ar- Raniry berada pada kategori sedang untuk kedua variabel baik harga diri maupun *social loafing*. Sehingga faktor kejujuran sangat menentukan hasil penelitian. Namun, hasil dari penelitian yang mengungkap topik-topik negatif terhadap diri sendiri biasanya akan mengalami bias keinginan sosial (*social desirability bias*). Hal ini terjadi karena responden akan cenderung memilih untuk memberikan tanggapan yang terlihat baik serta dapat diterima secara sosial oleh orang lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara harga diri dan *social loafing* pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala termasuk pada kategori korelasi yang sedang. Hal ini ditunjukkan dengan bentuk korelasi negatif dimana nilai X adalah tinggi dan nilai Y adalah rendah. Sehingga tingkat harga diri yang tinggi pada mahasiswa memiliki korelasi dengan rendahnya *social loafing* mahasiswa ketika mengerjakan tugas kelompok. Peneliti yang ingin membuat penelitian menggunakan kajian variabel *social loafing*, dapat dikombinasi dengan variabel lain seperti variabel kepercayaan diri, kontrol diri, motivasi berprestasi, kohesivitas kelompok, kepribadian dan lain sebagainya yang memiliki keterkaitan pada perilaku *social loafing*. Dengan hal ini diharapkan agar penelitian selanjutnya dapat memberikan dampak yang lebih besar terhadap pembaca dan peneliti, dengan indikator-indikator yang lebih variatif, sehingga bermanfaat dan berguna pada penelitian yang lebih luas.

REFERENSI

- Annisa, B. (2022). Hubungan Self Esteem Dengan Impulsive Buying Pada Siswa Pengguna Online Shop di MAN 1 Kota Banda Aceh. Banda Aceh: *Skripsi* UIN Ar-Raniry.
- Astawan, I Gede. (2016). *Belajar dan Pembelajaran Abad 21*. Hariian Bernas: Agustus 2016.
- Chidambaran, L., & Tung, L. L. (2005). Is Out of Sight, Out Of Mind?, An Empirical Study Of Social Loafing In Technology- Supported Groups. *Information Systems Research*, 16(2), 149-168.
- Faizan, N. (2020). Hubungan Harga Diri Dengan Kemalasan Sosial Pada Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah UIN Raden Fatah. Palembang: *Skripsi* UIN Raden Fatah
- Febriyanto, M. (2019) Hubungan *Self Efficacy Academic* dengan *Social Loafing* Pada Mahasiswa Bercadar di Perguruan Tinggi Umum Surabaya. Surabaya: *Skripsi* UIN Sunan Ampel.
- Hidayat, K & Khoiruddin, B. (2016). *Psikologi Sosial Aku Kami Kita*. Jakarta: Erlangga.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial*, Jakarta: Erlangga.
- Nabila, I (2022) Korelasi antara *Self Esteem* dan *Social Loafing* pada Tugas Kelompok Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Malang: *Skripsi* Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Nursalim, M. T. (2014). Dampak Self Esteem Terhadap Perilaku Kemalasan Sosial. Depok: *Skripsi*. Universitas Indonesia
- Pidia, N. (2022) Hubungan Antara Harga Diri Dengan *Social loafing* Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Banda Aceh: *Skripsi* UIN Ar-Raniry.
- Putri, G. A., Iswinarti., & Istiqomah. (2020). Harga Diri dan Kemalasan Sosial pada Mahasiswa LSO (Lembaga Semi Otonom). *Jurnal Psikogenesis*, 8 (2), 229 – 238
- Sarwono, Sarlito Wirawan, Meinarno, Eko A., (2018). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sena, D., Edy, P., Ali, M. (2022). Pengaruh *Self Esteem* Terhadap *Social Loafing* Dengan *Academic Honesty* Sebagai Mediator. *Bulletin Of Counseling and Psychotherapy*. 4 (1), 12-17.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Sugiyono (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Surbakti, H. (2017) Hubungan Antara Harga diri dengan *Social Loafing* Pada tugas kelompok yang dilakukan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Angkatan 2015. Medan: *Skripsi* Universitas Medan Area.