



## Hubungan antara *Employee Engagement* dan *Cyberloafing* Karyawan Generasi Y dan Z

Sabila Nadhirah Kurnia, Oki Mardian\*

*Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.*

### ARTICLE INFO

#### Article history :

Received : 14/9/2023  
Revised : 15/12/2023  
Published : 24/12/2023



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 3  
No. : 2  
Halaman : 109-116  
Terbitan : **Desember 2023**

### ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan employee engagement dengan perilaku cyberloafing pada karyawan generasi Y dan Z di Kota Bandung. Konsep teori yang digunakan yakni teori Shuck *et al.* (2014) untuk menjelaskan konsep employee engagement dan teori Blau *et al.* (2006) untuk menjelaskan konsep cyberloafing. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif non eksperimental berupa studi survei cross-sectional dengan jumlah responden sebanyak 233 orang. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah The Employee Engagement Scale (EES) milik Shuck *et al.* (2016) yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Astari *et al.* (2022) dan alat ukur cyberloafing yang dikonstruksi oleh peneliti berdasarkan teori Blau *et al.* (2006). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis uji korelasi Spearman Rank. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang negatif di antara employee engagement dan perilaku cyberloafing pada karyawan generasi Y dan Z di Kota Bandung ( $r_s = -0.341$ ). Hal ini berarti semakin tinggi tingkat employee engagement karyawan generasi Y dan Z, maka semakin rendah tingkat cyberloafing yang dimiliki.

**Kata Kunci :** *Keterlibatan Karyawan; Cyberloafing; Karyawan Generasi Y dan Z.*

### ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between employee engagement and cyberloafing behavior among Generation Y and Z employees in Bandung City. The theoretical concepts used are the theory by Shuck *et al.* (2014) to explain the concept of employee engagement and Blau *et al.* (2006) to explain the concept of cyberloafing. The research employed a non-experimental quantitative method in the form of a cross-sectional survey study with a total of 233 respondents. The measuring instruments used in this study were The Employee Engagement Scale (EES) developed by Shuck *et al.* (2016), which was adapted into Indonesian by Astari *et al.* (2022), and a cyberloafing measuring instrument constructed by the researchers based on Blau *et al.*'s (2006) theory. The data analysis technique used was Spearman Rank correlation test analysis. The result of this study revealed a negative relationship between employee engagement and cyberloafing behavior among Generation Y and Z employees in Bandung City ( $r_s = -0.341$ ). This indicates that the higher the level of employee engagement among Generation Y and Z employees, the lower their level of cyberloafing behavior.

**Keywords :** *Employee Engagement; Cyberloafing; Generation Y and Z Employees*

@ 2023 Jurnal Riset Psikologi, Unisba Press. All rights reserved.

## A. Pendahuluan

Akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin masif, saat ini internet dianggap sebagai kebutuhan umum bagi masyarakat, termasuk dalam bekerja. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [1] menyatakan bahwa pada tahun 2021 sebanyak 86.90% pekerja di Indonesia adalah pengguna internet. Sejalan dengan hal tersebut, hasil survei Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) pada tahun 2022 menunjukkan bahwa tempat kerja merupakan lokasi dengan akses internet terbanyak kedua setelah rumah dengan persentase 53.7%. Namun kenyataannya, penggunaan internet saat bekerja tidak selalu berkaitan dengan pekerjaan. Penggunaan akses internet secara sengaja untuk urusan yang tidak berkenaan dengan pekerjaan pada jam kerja disebut *cyberloafing* [2]

*Cyberloafing* merupakan salah satu bentuk dari *deviant organizational behavior* (perilaku menyimpang dalam organisasi) karena hal tersebut melanggar peraturan organisasi serta dapat berpotensi merugikan organisasi [3]. Dampak negatif dari *cyberloafing* di antaranya adalah penurunan produktivitas karyawan, penggunaan sumber daya jaringan yang tidak efisien, penyumbatan *bandwidth*, penundaan tugas, menghabiskan sumber daya kognitif karyawan di tempat kerja, serta masalah keamanan dan paparan virus atau peretas karena meningkatnya aksesibilitas ke jaringan perusahaan [4]. Namun demikian, terdapat banyak karyawan yang menganggap perilaku *cyberloafing* dapat ditoleransi dalam kondisi tertentu dan bahkan bukan dianggap sebagai perilaku menyimpang karena perilaku *cyberloafing* seperti mengirim dan menerima email pribadi dianggap masuk kepada norma perilaku yang masih dapat diterima [3].

Menurut Yui dalam [5], perilaku penggunaan internet secara sengaja untuk urusan yang tidak berkenaan dengan pekerjaan di tempat kerja sering dikaitkan dengan generasi Y dan generasi Z. Hal ini dikarenakan generasi Y dan generasi Z tumbuh pada masa di mana sudah adanya teknologi laptop, *smartphone*, dan media sosial.

Generasi Y merupakan generasi yang lahir pada rentang tahun 1981 sampai 1996 berdasarkan kategorisasi generasi menurut Frey dalam [6]. Generasi Y dikenal sebagai generasi yang “selalu terhubung” dengan kecenderungan menggunakan internet ketika mempelajari hal baru (Proserpio & Gioia, 2007) serta merupakan generasi pertama yang memasuki tempat kerja dengan pemahaman teknologi yang lebih baik [7]. Generasi Y menggunakan internet selama bekerja secara signifikan lebih tinggi karena generasi Y menggunakan berbagai teknologi untuk alasan yang tidak terkait dengan pekerjaan secara luas [8].

Sedangkan generasi Z merupakan generasi yang lahir pada rentang tahun 1997 sampai 2012 berdasarkan kategorisasi generasi menurut Frey dalam [6]. Generasi Z dikenal sebagai generasi *digital natives* karena generasi Z telah lekat dengan penggunaan internet sejak mereka dilahirkan [9]. Sejalan dengan pernyataan tersebut, [10] menyatakan bahwa generasi Z adalah generasi muda yang sangat bergantung pada teknologi digital dalam tumbuh kembangnya. Ketergantungan pada teknologi juga terlihat pada saat bekerja karena generasi Z memiliki karakteristik berupa penggunaan teknologi dalam bekerja [11].

Kedua generasi ini sangat berkaitan dengan kebiasaan penggunaan teknologi dalam keseharian, sehingga dapat diasumsikan bahwa generasi Y dan generasi Z memiliki kecenderungan melakukan perilaku *cyberloafing*.

*Cyberloafing* dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut [4], terdapat tiga kategori penyebab individu melakukan *cyberloafing*, yakni faktor dari individu, faktor dari organisasi, dan faktor dari situasi. Faktor individual adalah faktor yang memengaruhi tingkat perilaku *cyberloafing* yang berasal dari dalam diri dan melekat pada individu. Faktor organisasional adalah faktor yang berpengaruh pada individu dalam melakukan *cyberloafing* yang berasal dari organisasi. Sedangkan faktor situasional adalah kondisi yang mampu mendukung keberadaan *cyberloafing*.

Sikap kerja merupakan salah satu faktor pemicu *cyberloafing* yang berasal dari organisasi. Salah satu sikap kerja utama dalam berorganisasi menurut Robbins dalam [12] adalah keterlibatan dalam bekerja, di mana *employee engagement* adalah salah satu dari berbagai konsep keterlibatan (Turner, 2020). Konsep *employee engagement* dipilih karena konsep ini berkaitan dengan *engagement* terhadap pekerjaan dan perusahaan berupa kepercayaan dan kepatuhan terhadap perusahaan. Di mana kepatuhan ini sangat terkait dengan penurunan munculnya perilaku menyimpang dalam organisasi [13], salah satunya adalah *cyberloafing*.

*Employee engagement* (keterlibatan kerja karyawan) adalah keadaan psikologis positif yang aktif dan berhubungan dengan pekerjaan yang dioperasionalkan oleh intensitas dan arah energi kognitif, emosional, dan perilaku [14]. Konsep ini merupakan konsep *multi-faceted*, di mana keterlibatan ini tidak hanya terdiri dari satu aspek saja, namun terdapat tiga aspek, yakni aspek kognitif, emosi, dan perilaku.

*Employee engagement* diperlukan agar karyawan terhindar dari perilaku yang menyimpang saat bekerja (*deviant workplace behavior*) seperti *cyberloafing*. Kondisi ini sesuai berdasarkan hasil penelitian [15] yang menunjukkan bahwa *engagement* dan perilaku menyimpang saat bekerja memiliki hubungan yang negatif sebesar -0.3 dengan  $p < 0.01$ . Individu yang siap dan sedia untuk bekerja akan berusaha untuk memenuhi harapan dan tujuan dari pekerjaan dan organisasi tempatnya bekerja, serta akan semakin kecil peluang munculnya perilaku menyimpang dalam bekerja seperti *cyberloafing*. Mendukung pernyataan tersebut, dua penelitian lain menyatakan bahwa terdapat hubungan yang negatif di antara *engagement* dengan perilaku *cyberloafing* [16].

Namun, walau hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan negatif, nyatanya tingkat *employee engagement* dan perilaku *cyberloafing* di Indonesia termasuk tinggi. Survei yang dilakukan oleh [17] menyatakan bahwa sebanyak 77% karyawan di Indonesia *engaged* dengan pekerjaan dan organisasi mereka. Sejalan dengan pernyataan tersebut, hasil survei [18] menunjukkan bahwa sebanyak 81% karyawan di Indonesia *engaged* dengan pekerjaan mereka, lebih tinggi 5% dibandingkan tingkat *engagement* secara global dan rata-rata APAC (Asia Pasifik). Berkaitan dengan perilaku *cyberloafing*, hasil penelitian [19] menunjukkan bahwa karyawan di Indonesia melakukan perilaku *cyberloafing* dengan rata-rata durasi 4 sampai 5 jam per hari. Durasi ini termasuk ke dalam kategori *cyberloafing* dengan durasi tinggi menurut [20].

Adanya perbedaan fenomena di lapangan dengan hasil penelitian sebelumnya terkait hubungan *employee engagement* dan perilaku *cyberloafing* membuat peneliti ingin melakukan penelitian mengenai *employee engagement* dan perilaku *cyberloafing* di Indonesia pada generasi Y dan generasi Z. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, kedua generasi ini sangat terkait dengan karakteristik penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari sehingga dapat diasumsikan kedua generasi ini memiliki potensi untuk melakukan perilaku *cyberloafing*.

Penelitian dilakukan di Kota Bandung dengan pertimbangan bahwa Bandung merupakan peringkat kedua kota yang memiliki akses internet terbanyak berdasarkan jumlah desa dengan akses internet di Jawa Barat [21]. Pertimbangan lainnya adalah Jawa Barat menyandang status sebagai daerah dengan pengguna internet tertinggi di Indonesia (Wamad, 2022).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Seberapa erat hubungan antara *employee engagement* dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan generasi Y dan Z di Kota Bandung?”. Kemudian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan hubungan *employee engagement* dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan generasi Y dan Z di Kota Bandung.

## B. Metode Penelitian

[14] menyatakan bahwa *employee engagement* adalah keadaan psikologis positif yang aktif dan berhubungan dengan pekerjaan yang dioperasionalkan oleh intensitas dan arah energi kognitif, emosional, dan perilaku. Keadaan psikologis positif yang aktif ditandai dengan adanya kesiapan dan kesediaan untuk bekerja dalam rangka pemenuhan harapan dan tujuan dari pekerjaan ataupun organisasi tempat individu bekerja. Perilaku ini mencakup konsentrasi saat bekerja, adanya kepercayaan terhadap organisasi melalui pekerjaan yang diberikan, dan banyaknya tindakan yang dilakukan untuk organisasi.

*Cyberloafing* didefinisikan sebagai pemakaian akses internet berkenaan dengan hal-hal yang tidak berkaitan dengan pekerjaan selama jam kerja secara sengaja [2]. Pemakaian akses internet ini meliputi pengaksesan situs internet, pengiriman dan penerimaan email pribadi, serta perilaku interaktif pada situs internet yang tidak terkait dengan pekerjaan.

Peneliti menggunakan desain penelitian kuantitatif non eksperimental berupa studi survei *cross-sectional* dengan teknik analisis korelasional. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan generasi Y dan Z di Kota Bandung yang memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) lahir dalam rentang tahun 1981-1996 (generasi Y) dan 1997-2012 (generasi Z); (2) bekerja di perusahaan atau instansi di Kota Bandung; (3) bekerja pada perusahaan atau instansi di bidang TIK, bank, dan pendidikan; (4) masa kerja minimal 1 tahun; (5) menggunakan *gadget* yang dapat mengakses internet serta tidak adanya pembatasan internet oleh perusahaan atau instansi; (6) memiliki pekerjaan yang menggunakan *gadget* yang terkoneksi dengan internet dari perusahaan.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan *software* G\*Power 3.1. Berdasarkan pemilihan uji statistik (*correlation*), *tails (two)*, *effect size (0.2)*, level signifikansi (0.05), *statistical power (0.80)*, serta *hipotesis null (0)*, diperoleh jumlah sampel minimal yang diperlukan sebanyak 193 sampel. Melalui teknik pengambilan sampel berupa *convenience sampling* diperoleh sampel penelitian dengan jumlah 233 karyawan. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner digital dalam bentuk *google form* yang disebarluaskan secara *online*.

Alat ukur *employee engagement* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *The Employee Engagement Scale (EES)* yang dikembangkan oleh [14] dan telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Astari et al. (2022). Variabel *cyberloafing* diukur menggunakan alat ukur yang peneliti konstruks berdasarkan teori *cyberloafing* [22] dengan nilai reliabilitas *Alfa Cronbach* sebesar 0.918 dan nilai validitas berkisar dari 0.411-0.871. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik analisis korelasi menggunakan korelasi *Spearman Rank*.

### C. Hasil dan Pembahasan

Berikut merupakan gambaran tingkat *employee engagement* dan perilaku *cyberloafing* berdasarkan generasi pada responden sejumlah 233 orang dalam penelitian ini.

**Tabel 1.** Profil Tingkat Employee Engagement dan Cyberloafing berdasarkan Generasi

Variabel	Tinggi (%)		Rendah (%)	
	Generasi Y	Generasi Z	Generasi Y	Generasi Z
<i>Employee Engagement</i>	107 (99.07%)	113 (90.4%)	1 (0.93%)	12 (9.6%)
<i>Cyberloafing</i>	67 (62.04%)	73 (58.4%)	41 (37.96%)	52 (41.6%)

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat 107 responden generasi Y (99.07% dari total responden generasi Y) dan 113 responden generasi Z (90.4% dari total responden generasi Z) memiliki tingkat *employee engagement* yang tinggi. Lalu sebanyak 1 responden generasi Y (0.93% dari total responden generasi Y) dan 12 responden generasi Z (9.6% dari total responden generasi Z) memiliki tingkat *employee engagement* yang rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat *employee engagement* pada karyawan generasi Y dan Z di Kota Bandung sebagian besar termasuk ke dalam kategori tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa karyawan generasi Y dan Z di Kota Bandung terlibat dalam pekerjaan yang dilakukan sehari-hari dengan berkonsentrasi penuh, percaya dan peduli terhadap perusahaan, serta melakukan upaya lebih dari yang diharapkan oleh perusahaan. Hasil ini sejalan dengan hasil dari beberapa survei mengenai tingkat *engagement* rata-rata karyawan Indonesia yang telah dilakukan [17], [18]. Survei-survei tersebut menyatakan bahwa tingkat *engagement* rata-rata karyawan Indonesia berada kategori tinggi.

Tingkat *engagement* yang tinggi didorong oleh perasaan aman dari pemutusan hubungan kerja (*job security*), pandangan terhadap prospek perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam menarik talenta berkualitas, keyakinan dalam mencapai potensi penuh saat bekerja di perusahaan, serta rasa antusias dan bersemangat dalam bekerja [18]. Kondisi ini selaras dengan pernyataan [23] mengenai anteseden *employee engagement* yang berkaitan dengan komitmen afektif (rasa antusias dan bersemangat) serta iklim psikologis (keyakinan dalam mencapai potensi penuh).

Selain itu, berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa sebanyak 67 responden generasi Y (62.04% dari total responden generasi Y) dan 73 responden generasi Z (58.4% dari total responden generasi Z) memiliki perilaku *cyberloafing* tinggi. Lalu sebanyak 41 responden generasi Y (37.96% dari total responden generasi Y) dan 52 responden generasi Z (41.6% dari total responden generasi Z) memiliki perilaku *cyberloafing* yang rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat *cyberloafing* pada karyawan generasi Y dan Z di Kota Bandung termasuk ke dalam kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan adanya dominasi karyawan yang berpartisipasi dalam penelitian ini memiliki frekuensi penggunaan internet pada jam kerja berkenaan dengan hal yang tidak terkait dengan pekerjaan yang tinggi. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan [19] bahwa

sebagian besar karyawan di Indonesia melakukan perilaku *cyberloafing* yang termasuk ke dalam kategori *cyberloafing* dengan durasi tinggi berdasarkan [20].

Tingkat perilaku *cyberloafing* yang tinggi kemungkinan didorong oleh persepsi bahwa mengakses internet dengan waktu singkat mirip dengan istirahat sejenak yang dapat menghilangkan stres ketika mendapat tekanan dalam bekerja, anggapan bahwa pekerjaan kurang menantang, ketidakmampuan organisasi untuk membuat tugas yang cukup untuk dilakukan sepanjang hari, serta penggunaan internet yang terintegrasi dalam SOP pekerjaan yang dilakukan individu [19]. Kondisi ini selaras dengan pernyataan [4] mengenai anteseden *cyberloafing* yang berkaitan dengan faktor individu (persepsi menghilangkan stres dan penggunaan internet dalam bekerja sehari-hari) dan faktor organisasi (ketidakmampuan organisasi membuat tugas yang dapat dikerjakan sepanjang hari dan karakteristik pekerjaan yang dianggap kurang menantang).

**Tabel 2.** Uji Spearman Rank antara Employee Engagement dan Cyberloafing

Variabel	$r_s$
<i>Employee Engagement</i> dan Perilaku <i>Cyberloafing</i>	-0.341**
<i>Employee Engagement</i> dan Perilaku <i>Cyberloafing</i> pada Karyawan Generasi Y	-0.410**
<i>Employee Engagement</i> dan Perilaku <i>Cyberloafing</i> pada Karyawan Generasi Z	-0.299**

\*\* $p < .001$

Berdasarkan tabel 2, terlihat bahwa *employee engagement* dan perilaku *cyberloafing* memiliki angka korelasi sebesar -0.341 ( $p < .001$ ). Angka tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang moderat (De Vaus, 2002) antara *employee engagement* dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan generasi Y dan Z di Kota Bandung. Lebih lanjut, diketahui bahwa arah hubungan di antara kedua variabel adalah negatif. Artinya, jika semakin tinggi tingkat *employee engagement* karyawan generasi Y dan Z di Kota Bandung, maka akan semakin rendah tingkat *cyberloafing* yang dimiliki. Hal tersebut bisa terjadi karena karyawan yang *engaged* akan mementingkan kepentingan organisasi di atas kepentingan pribadi, sehingga ia cenderung menghindari aktivitas lain untuk memenuhi kepentingan pribadi.

Hasil ini sejalan dengan hasil dari penelitian [16] yang menyatakan bahwa *engagement* dalam bekerja mengurangi timbulnya perilaku *cyberloafing* karena *engagement* mendorong timbulnya kinerja dalam bekerja. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian oleh Soral *et al.* (2020) menyatakan bahwa tingkat *engagement* yang tinggi dapat menggantikan keinginan untuk terlibat dalam perilaku menyimpang ketika bekerja, bahkan dapat mengurangi dampak kecanduan internet. Selain itu, karyawan yang *engaged* tidak merasa bosan dan terus terlibat dalam pekerjaan sehingga kecenderungan untuk berperilaku *cyberloafing* diakibatkan rasa bosan akan berkurang.

Selain itu, masih berdasarkan pada tabel 2, terlihat bahwa hubungan *employee engagement* dan perilaku *cyberloafing* berdasarkan klasifikasi generasi menunjukkan hasil yang relatif sama, yakni adanya hubungan negatif di antara *employee engagement* dan perilaku *cyberloafing*. Namun terdapat perbedaan nilai korelasi kedua variabel, di mana ditemukan bahwa nilai korelasi antara *employee engagement* dan *cyberloafing* lebih besar pada generasi Y ( $r_s = -0.410$ ) dibandingkan pada generasi Z ( $r_s = -0.299$ ).

Perbedaan kekuatan hubungan kedua variabel pada generasi Y dan generasi Z diduga berkaitan dengan perilaku penggunaan internet yang berbeda pada generasi Y dan Z. Generasi Z merupakan generasi dengan tingkat akses internet tertinggi berdasarkan durasi dibandingkan generasi lain. Berdasarkan hasil survei Alvira Research Center, kelompok pengguna internet yang mengakses internet lebih dari 3 jam sehari didominasi oleh generasi Z. Dapat disimpulkan bahwa generasi Z merupakan kelompok yang menggandrungi internet lebih banyak dibandingkan usia atau generasi lain [24].

Kebiasaan mengakses internet dengan durasi dan frekuensi yang tinggi membuat peluang munculnya perilaku *cyberloafing* semakin tinggi [4]. Karena ketika individu terbiasa untuk mengakses internet dengan durasi tinggi, maka ia dapat melakukan kembali hal tersebut secara tidak sadar sebagai respons dari internal (stres atau cemas) atau eksternal (pekerjaan) [25]. Sehingga perilaku ini bisa kembali muncul bahkan pada saat bekerja, di mana hal tersebut dapat dikategorikan sebagai perilaku *cyberloafing*. Namun asumsi ini masih perlu diteliti lebih lanjut pada generasi Z.

**Tabel 3.** Korelasi antara Setiap Aspek Employee Engagement dengan Perilaku Cyberloafing

Variabel	$r_s$
<i>Cognitive Engagement</i> dan Perilaku <i>Cyberloafing</i>	-0.287**
<i>Emotional Engagement</i> dan Perilaku <i>Cyberloafing</i>	-0.266**
<i>Behavioral Engagement</i> dan Perilaku <i>Cyberloafing</i>	-0.196*

\*\*p<.001; \*p=0.001

Tabel 3 menunjukkan korelasi setiap aspek *employee engagement* dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan generasi Y dan generasi Z di Kota Bandung. Ketiga aspek *employee engagement* memiliki korelasi yang lemah [26] dengan perilaku *cyberloafing*. Namun dapat dilihat bahwa aspek dengan nilai korelasi tertinggi adalah aspek *cognitive engagement*. Hal ini selaras dengan pernyataan [14] bahwa karyawan yang *engaged* secara kognitif akan terkonsentrasi secara proporsional, fokus, memaksimalkan kemampuan berpikir untuk menyelesaikan pekerjaan, dan penuh perhatian terhadap pengalaman yang berhubungan dengan pekerjaan. Konsentrasi dan fokus berdampak positif terhadap kinerja [27], karena ketika individu fokus pada pekerjaannya, ia berupaya untuk dapat menyelesaikan pekerjaan dan mendapatkan hasil yang maksimal. Hal ini akan membuat atensi individu terhadap hal lain akan berkurang, termasuk untuk melakukan kegiatan di luar pekerjaan, salah satunya adalah *cyberloafing*. Sebaliknya, ketika individu melakukan perilaku *cyberloafing*, ia membutuhkan lebih banyak waktu untuk kembali fokus terhadap pekerjaan ataupun tugas yang diberikan [28].

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian. Pertama, terdapat hubungan yang cukup signifikan (moderat) dengan arah hubungan negatif di antara *employee engagement* dan perilaku *cyberloafing*. Artinya, jika semakin tinggi tingkat *employee engagement* karyawan generasi Y dan Z di Kota Bandung, maka akan semakin rendah tingkat *cyberloafing* yang dimiliki.

Kedua, terdapat hubungan dengan arah hubungan negatif dari kedua variabel pada masing-masing generasi, yakni generasi Y dan Z. Ketiga, terdapat perbedaan kekuatan hubungan *employee engagement* dan perilaku *cyberloafing* pada masing-masing generasi, di mana nilai korelasi kedua variabel ditemukan lebih besar pada generasi Y dibandingkan generasi Z. Hasil ini diduga berkaitan dengan perilaku penggunaan internet yang berbeda pada generasi Y dan Z, di mana generasi Z merupakan kelompok yang menggandrungi internet lebih banyak dibandingkan usia atau generasi lain, sehingga peluang munculnya perilaku *cyberloafing* pada generasi Z lebih tinggi dibandingkan pada generasi Y walau kedua generasi sama-sama memiliki tingkat *employee engagement* yang tinggi.

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya adalah penggunaan metode *cross-sectional* sehingga data yang diperoleh terbatas dan kurang mendalam, sampel berdasarkan bidang pekerjaan tidak proporsional sehingga tidak dapat disimpulkan apakah bidang pekerjaan memengaruhi tinggi rendahnya tingkat *employee engagement* dan perilaku *cyberloafing*, menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan metode *online survei* dalam pengambilan data mengakibatkan kurangnya kontrol dalam pemerolehan sampel yang berakibat pada distribusi data, dan penelitian ini hanya meneliti terkait tingkat keeratan dan arah hubungan di antara kedua variabel sehingga tidak diketahui pengaruh *employee engagement* terhadap *cyberloafing* ataupun sebaliknya.

Berdasarkan beberapa keterbatasan penelitian di atas, peneliti menyarankan untuk meneliti seberapa besar pengaruh *employee engagement* terhadap *cyberloafing* melalui uji regresi. Lalu disarankan melakukan penelitian longitudinal agar mendapatkan data yang lebih akurat dan representatif. Selanjutnya, disarankan untuk meneliti lebih lanjut kedua variabel ini pada bidang TIK. Kemudian, disarankan untuk memperhitungkan variabel-variabel lain yang mungkin memiliki hubungan dan/atau pengaruh terhadap perilaku *cyberloafing* terutama pada generasi Z. Terakhir, disarankan untuk menggunakan teknik *probability sampling* serta menargetkan jangkauan populasi yang lebih luas agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan kepada populasi.

## Daftar Pustaka

- [1] APJII, *Profil internet indonesia 2022*. Jakarta : CSR Consulting, 2022.
- [2] V. K. G. Lim, "The IT way of loafing on the job: cyberloafing, neutralizing and organizational justice," *J Organ Behav*, vol. 23, no. 5, pp. 675–694, Aug. 2002, doi: 10.1002/job.161.
- [3] A. L. Blanchard and C. A. Henle, "Correlates of different forms of cyberloafing: The role of norms and external locus of control," *Comput Human Behav*, vol. 24, no. 3, pp. 1067–1084, May 2008, doi: 10.1016/j.chb.2007.03.008.
- [4] D. E. Ozler and G. Polat, "Cyberloafing phenomenon in organizations: Determinants and impacts," *International Journal of EBusiness and EGovernment Studies*, vol. 4, no. 2, 2012.
- [5] A. Achmadi, "Stres kerja dan cybeloafing pada generasi Y dan Z: Peran usia dan status pernikahan sebagai boundary condition," *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, vol. 4, no. 2, pp. 461–470, Dec. 2021, doi: 10.36407/jmsab.v4i2.371.
- [6] BPS, "Indonesian population census 2020 highlights," BPS.
- [7] M. Chavan, B. L. Galperin, A. Ostle, and A. Behl, "Millennial's perception on cyberloafing: workplace deviance or cultural norm?," *Behaviour & Information Technology*, vol. 41, no. 13, pp. 2860–2877, Oct. 2022, doi: 10.1080/0144929X.2021.1956588.
- [8] S. Kim, "Managing millennials' personal use of technology at work," *Bus Horiz*, vol. 61, no. 2, pp. 261–270, Mar. 2018, doi: 10.1016/j.bushor.2017.11.007.
- [9] M. Prensky, "Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently?," *On the Horizon*, vol. 9, no. 6, pp. 1–6, Nov. 2001, doi: 10.1108/10748120110424843.
- [10] Hellen, *Cyber smart parenting*. Bandung: PT. Visi Anugerah Indonesia, 2012.
- [11] Y. C. A. Sanjaya, "7 karakter generasi z di tempat kerja, tak mau lingkungan otoriter," <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/10/14/092149020/7-karakter-generasi-z-di-tempat-kerja-tak-mau-lingkungan-otoriter?page=all>.
- [12] S. Hadi, N. H. I. Ningsih, and L. H. Maniza, "Pengaruh Kepuasan Kerja, Keterlibatan Kerja dan Komitmen pada Organisasi Terhadap Turnover Intentions Di PT Sumber Purnama Sakti Mataram," *JUPE : Jurnal Pendidikan Mandala*, vol. 4, no. 4, p. 51, Jun. 2019, doi: 10.36312/jupe.v4i4.678.
- [13] A. C. Amida and U. N. Surabaya, "Peran Workplace Spirituality sebagai Varibael Mediasi Antara Ethical Climate Terhadap Workplace Deviant Behavior Agus Frianto."
- [14] B. Shuck, D. Twyford, T. G. Reio, and A. Shuck, "Human Resource Development Practices and Employee Engagement: Examining the Connection With Employee Turnover Intentions," *Hum Resour Dev Q*, vol. 25, no. 2, pp. 239–270, Jun. 2014, doi: 10.1002/hrdq.21190.
- [15] A. Shantz, K. Alfes, C. Truss, and E. Soane, "The role of employee engagement in the relationship between job design and task performance, citizenship and deviant behaviours," *The International Journal of Human Resource Management*, vol. 24, no. 13, pp. 2608–2627, Jul. 2013, doi: 10.1080/09585192.2012.744334.
- [16] H. Elrehail, S. U. Rehman, N. I. Chaudhry, and A. Alzghoul, "Nexus among cyberloafing behavior, job demands and job resources: A mediated-moderated model," *Educ Inf Technol (Dordr)*, vol. 26, no. 4, pp. 4731–4749, Jul. 2021, doi: 10.1007/s10639-021-10496-1.
- [17] Culture Amp, "Indonesia, january 2023."
- [18] Mercer, "Employee engagement and experience in indonesia 2022."
- [19] Y. Hartijasti, "Is serious internet deviance a problem in Indonesian workplace," *Asian Journal of Information and Communications*, vol. 8, no. 2, 2016.
- [20] W. Atkinson, "Stealing time," *Risk Management*, vol. 53, no. 11, 2006.

- [21] Open Data Jabar, “80 persen desa di jawa barat sudah memiliki akses internet,” <https://opendata.jabarprov.go.id/id/infografik/80-persen-desa-di-jawa-barat-sudah-memiliki-akses-internet>.
- [22] G. Blau, Y. Yang, and K. Ward-Cook, “Testing a measure of cyberloafing,” *J Allied Health*, 2006.
- [23] B. Shuck, T. G. Reio, and T. S. Rocco, “Employee engagement: an examination of antecedent and outcome variables,” *Human Resource Development International*, vol. 14, no. 4, pp. 427–445, Sep. 2011, doi: 10.1080/13678868.2011.601587.
- [24] A. Mahmudan, “Survei: Generasi Z indonesia paling gandrung gunakan internet,” <https://dataindonesia.id/digital/detail/survei-generasi-z-indonesia-paling-gandrung-gunakan-internet> .
- [25] R. LaRose, “The Problem of Media Habits,” *Communication Theory*, vol. 20, no. 2, pp. 194–222, May 2010, doi: 10.1111/j.1468-2885.2010.01360.x.
- [26] D. A. De Vaus, *Surveys in social research (5th ed.)*., 5th ed. Crows Nest: Allen & Unwin, 2002.
- [27] D. S. Sim, “Pengaruh employee engagement terhadap kinerja karyawan di rodex travel surabaya,” *Agora*, vol. 4, no. 2, pp. 374–380, 2016.
- [28] K.-Y. Koay and P. C.-H. Soh, “Does Cyberloafing Really Harm Employees’ Work Performance?: An Overview,” 2019, pp. 901–912. doi: 10.1007/978-3-319-93351-1\_71.