

## Hubungan Komitmen Organisasi dengan Perilaku *Cyberloafing* pada Karyawan Milenial

Irviana Ayu Lestari\*, Muhammad Ilmi Hatta

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

\*irvianaayuu@gmail.com, ilmi.hatta@unisba.ac.id

**Abstract.** Internet users who continue to grow at this time trigger the behavior of using the internet for personal gain during working hours (cyberloafing). Cyberloafing behavior has a negative impact on employees and companies because it can reduce performance and increase the company's bandwidth costs. Therefore, research is needed to find factors related to cyberloafing behavior in the workplace. The purpose of this study was to determine the close relationship between organizational commitment and cyberloafing behavior in millennial employees. This study uses a correlational quantitative approach. The subjects used in this study were 109 millennial employees in the city of Bandung. The organizational commitment scale used is based on the components proposed by Meyer and Allen (1991), while the cyberloafing behavior scale is based on the aspects proposed by Blanchard and Henle (2008). The sample collection in this study used purposive sampling method. The data analysis technique used is the Pearson Product Moment Correlation Test. The results of the correlation test based on the components of organizational commitment show that each probability value ranges from  $<0.05$ , meaning that the components of organizational commitment have a significant relationship with cyberloafing behavior in millennial employees. In addition, the correlation value of each component of organizational commitment with cyberloafing behavior has a value between  $0.496 - 0.503$ , meaning that the correlation between each component of organizational commitment and cyberloafing behavior has a fairly close correlation.

**Keywords:** *Organizational Commitment, Cyberloafing Behavior, Millennial Employees.*

**Abstrak.** Pengguna internet yang terus bertambah saat ini memicu perilaku penggunaan internet untuk kepentingan pribadi selama jam kerja (cyberloafing). Perilaku cyberloafing berdampak negatif bagi karyawan dan perusahaan karena dapat menurunkan kinerja dan meningkatkan biaya bandwidth perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk menemukan faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku cyberloafing di tempat kerja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan yang erat antara komitmen organisasi dengan perilaku cyberloafing pada karyawan milenial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah 109 karyawan milenial di kota Bandung. Skala komitmen organisasi yang digunakan didasarkan pada komponen-komponen yang dikemukakan oleh Meyer dan Allen (1991), sedangkan skala perilaku cyberloafing didasarkan pada aspek-aspek yang dikemukakan oleh Blanchard dan Henle (2008). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Korelasi Pearson Product Moment. Hasil uji korelasi berdasarkan komponen komitmen organisasi menunjukkan nilai probabilitas masing-masing berkisar  $< 0,05$  artinya komponen komitmen organisasi memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku cyberloafing pada karyawan milenial. Selain itu, nilai korelasi masing-masing komponen komitmen organisasi dengan perilaku cyberloafing memiliki nilai antara  $0,496 - 0,503$ , artinya korelasi antara masing-masing komponen komitmen organisasi dengan perilaku cyberloafing memiliki korelasi yang cukup erat.

**Kata Kunci:** *Komitmen Organisasi, Perilaku Cyberloafing, Karyawan Milenial.*

## A. Pendahuluan

Sebanyak 87,5% pekerja di Indonesia merupakan pengguna internet yang cenderung dilakukan untuk mengakses berita terkini, berbelanja melalui internet, dan mengakses jejaring sosial di dunia maya [1]. Penggunaan internet dan teknologi untuk keperluan pribadi pada saat jam kerja, baik menggunakan komputer, *handphone*, atau perangkat lainnya merujuk pada perilaku menyimpang atau disebut sebagai perilaku *cyberloafing* [2]. Di Indonesia, sebagian besar karyawan mengakses internet untuk kepentingan pribadi seperti *chat messaging* dan media sosial lainnya selama satu jam per hari di waktu bekerja [3]. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku *cyberloafing* merupakan hal yang sudah dianggap biasa oleh para karyawan.

Perilaku *cyberloafing* dinyatakan sebagai bentuk perilaku menyimpang dalam organisasi (*deviant organizational behavior*) karena dengan sengaja melanggar norma atau peraturan organisasi serta memiliki konsekuensi yang merugikan bagi organisasi tersebut [2]. Namun, banyak karyawan yang tidak menganggap bahwa beberapa perilaku *cyberloafing* (seperti *chatting*, mengakses situs berita atau media sosial lainnya) sebagai perilaku yang menyimpang, mereka menganggap penggunaan internet untuk kepentingan pribadi saat bekerja dapat ditoleransi jika kondisi tertentu terpenuhi [2]. Dampak dari perilaku *cyberloafing* dapat terjadi kepada karyawan maupun perusahaan terkait, hal ini karena pengguna internet yang tidak efisien saat bekerja dapat menurunkan kinerja dan membuat perusahaan menjadi tidak kompetitif [4]. Selain menurunkan produktivitas, perilaku *cyberloafing* dapat mengancam rusaknya sistem informasi, keamanan, maupun reputasi perusahaan serta meningkatnya biaya *bandwidth* [5].

Penyalahgunaan teknologi untuk kepentingan pribadi saat bekerja atau perilaku *cyberloafing* dapat melibatkan semua generasi. Generasi yang erat kaitannya dengan perkembangan teknologi adalah generasi milenial. Generasi milenial merupakan generasi yang dikenal sebagai generasi “*always connected*” yang memiliki preferensi untuk menggunakan internet dalam mempelajari informasi baru [6]. Tingkat penggunaan internet selama bekerja secara signifikan lebih tinggi dilakukan oleh generasi milenial, hal ini dikarenakan generasi milenial cenderung mengeksplorasi internet secara berlebihan untuk menemukan solusi atas tantangan terkait pekerjaan mereka [7]. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa generasi milenial memiliki kecenderungan melakukan perilaku *cyberloafing* dibanding dengan generasi lainnya.

Sebagai sebuah perilaku, perilaku *cyberloafing* tentunya tidak terlepas dari beberapa faktor yang memengaruhinya, diantaranya faktor individual, organisasional, dan situasional. Faktor individual mencakup demografi, persepsi dan sikap, kecanduan, kebiasaan, motif untuk terlibat, dan kode etik personal. Sedangkan faktor organisasional mencakup dukungan manajer, adanya pembatasan dalam penggunaan internet, persepsi karyawan mengenai norma perilaku *cyberloafing* di perusahaan, dan sikap kerja karyawan yang terkait dengan komitmen organisasi, kepuasan kerja, persepsi ketidakadilan, dan karakteristik pekerjaannya. Terakhir, faktor situasional yang mencakup fasilitas yang diberikan perusahaan seperti akses internet [5].

Komitmen organisasi dianggap sebagai suatu hal yang lebih berpotensi memberikan peran penting dalam membentuk perilaku penggunaan internet di perusahaan dibanding faktor lainnya [8]. Hal ini dikarenakan komitmen organisasi merupakan bentuk dari keterikatan emosional yang berhubungan dengan pengalaman kerja dan lingkungan kerja, keterikatan emosional ini akan lebih berpengaruh terhadap perilaku yang dimunculkan karena kepedulian terhadap lingkungan operasional perusahaan yang tinggi.

Karyawan dengan komitmen organisasi yang tinggi bukan hanya ditandai dengan bertahannya karyawan dalam organisasi, tetapi juga dengan adanya usaha lebih yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan organisasi [9]. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan perlu memperhatikan terkait komitmen organisasi karyawan, hal ini karena komitmen organisasi memiliki korelasi yang positif dengan perilaku-perilaku produktif karyawan. Namun, perlu diketahui bahwa komitmen organisasi yang dimiliki setiap karyawan berbeda-beda [10]. Hal ini dijelaskan dalam penelitian lainnya yang menspesifikkan subjek ke dalam kelompok-kelompok sesuai dengan generasinya. Hasilnya menyatakan generasi milenial memiliki komitmen organisasi yang rendah [11]. Generasi milenial memiliki karakteristik senang berpindah-pindah per-

saahan sehingga dijuluki sebagai “kutu loncat” atau *grasshopper* [12].

Rendahnya komitmen organisasi yang dimiliki karyawan, cenderung akan menimbulkan perilaku-perilaku yang kontraproduktif yang dapat merugikan perusahaan seperti perilaku *cyberloafing* [13]. Sebuah penelitian menunjukkan ketiga komponen organisasi baik *affective*, *normative*, dan *continuence commitment* memiliki hubungan negatif dengan perilaku *cyberloafing* [14]. Artinya ketika masing-masing komponen komitmen organisasi tinggi maka perilaku *cyberloafing* yang dilakukan akan rendah. Namun terdapat hasil penelitian yang berbeda, yang menyatakan bahwa tidak semua orang yang komitmen organisasinya tinggi memiliki perilaku *cyberloafing* yang rendah [10]. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitiannya yang menyatakan *continuance commitment* memiliki korelasi positif dengan perilaku *cyberloafing*. Apabila karyawan berada di dalam perusahaan dan melakukan pekerjaan dengan alasan untuk keuntungan saja serta tidak memandang dirinya memiliki keterlibatan emosional, seperti tidak ada pekerjaan lain atau pertimbangan materi lainnya, mereka cenderung untuk mentoleransi perilaku menyimpang seperti *cyberloafing*, karena alasan karyawan bekerja hanya didasarkan pada keuntungan dan kerugian yang diperoleh bukan pada kesamaan nilai dan tujuan perusahaan dengan nilai dan tujuan pribadi [10].

Adanya perbedaan atau kesenjangan hasil di beberapa penelitian sebelumnya mengenai hubungan komitmen organisasi dengan perilaku *cyberloafing*, membuat peneliti ingin melakukan penelitian kembali mengenai komitmen organisasi dan perilaku *cyberloafing* dengan konteks yang lebih relevan yaitu konteks generasi milenial. Berdasarkan literatur, generasi Y atau generasi milenial ini merupakan generasi yang lahir pada tahun 1981 hingga 1996 [15]. Karakteristik utama dari generasi milenial adalah sangat terkait dengan teknologi dan adanya kesenangan berpindah-pindah tempat pekerjaan, yang hal ini sangat berkaitan dengan variabel yang akan peneliti teliti. Karyawan dengan usia yang lebih muda cenderung memiliki kebiasaan menggunakan dan menyalahgunakan internet di tempat kerja [8]. Sehingga berdasarkan hal tersebut, generasi milenial dinilai lebih berpotensi melakukan perilaku *cyberloafing*. Tempat penelitian yang digunakan adalah Kota Bandung, hal ini karena menurut data Pemerintah Provinsi Jawa Barat (2019) menyatakan bahwa kota dengan penggunaan media sosial terbanyak di Jawa Barat adalah Kota Bandung [16]. Berdasarkan hal tersebut, Kota Bandung memiliki konsumsi penggunaan data internet yang tinggi terutama dalam hal media sosial, sehingga hal ini memungkinkan terjadinya perilaku *cyberloafing* pada karyawan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran komitmen organisasi pada karyawan milenial di Kota Bandung?
2. Bagaimana gambaran perilaku *cyberloafing* pada karyawan milenial di Kota Bandung?
3. Seberapa erat hubungan antara komitmen organisasi dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan milenial di Kota Bandung?

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui keeratan hubungan komitmen organisasi dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan milenial di Kota Bandung.

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif korelasional. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan seluruh karyawan milenial di kota Bandung dengan karakteristik sebagai berikut:

1. Karyawan yang berada di usia produktif yaitu usia 26-40 tahun.
2. Berdomisili di Kota Bandung.
3. Memiliki masa kerja minimal 3 tahun.
4. Karyawan yang melakukan pekerjaannya menggunakan gawai pribadi dan fasilitas komputer yang dapat mengakses internet dengan tidak adanya pembatasan internet oleh perusahaan atau instansi terkait

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel *purposive sampling* yang diperoleh jumlah sampel sebanyak 109 karyawan milenial. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner komitmen organisasi yang didasarkan pada teori Meyer dan Allen (1991) dan kuisioner perilaku *cyberloafing* yang didasarkan pada teori

Blanchard dan Henle (2008). Adapun teknik analisis yang digunakan adalah uji korelasi ganda dengan *Pearson Corelation Product Moment*.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Gambaran Komitmen Organisasi Karyawan Milenial Kota Bandung

Berikut adalah gambaran profil komitmen organisasi yang dimiliki oleh responden dalam penelitian ini yang didasarkan pada tiga komponen komitmen organisasi.

**Tabel 1.** Profil Responden Variabel Komitmen Organisasi

Profil	<i>Affective</i>	<i>Continuance</i>	<i>Normative</i>	Frekuensi (f)	Presentase (%)
	<i>Commitment</i>	<i>Commitment</i>	<i>Commitment</i>		
A	Tinggi	Tinggi	Tinggi	97	88.99
B	Tinggi	Rendah	Tinggi	5	4.51
C	Rendah	Tinggi	Rendah	0	0
D	Rendah	Rendah	Rendah	3	2.75
E	Tinggi	Rendah	Rendah	2	1.83
F	Tinggi	Tinggi	Rendah	0	0
G	Rendah	Rendah	Tinggi	2	1.83
H	Rendah	Tinggi	Tinggi	2	1.83
<b>Total</b>				<b>109</b>	<b>100</b>

Berdasarkan dari hasil pengolahan data, diketahui bahwa dari 109 sampel karyawan milenial di Kota Bandung, mayoritas sampel memiliki profil komitmen organisasi yaitu *affective commitment* tinggi, *continuance commitment* tinggi, dan *normative commitment* tinggi sebanyak 97 orang (88.99%). Hal ini dapat diprediksikan bahwa karyawan milenial akan tetap bertahan di dalam perusahaan bagaimanapun kondisi yang terjadi, adanya perasaan bangga, dan tidak akan mudah melepaskan keterikatannya dengan perusahaan, namun disertai dengan adanya kesadaran untung rugi yang diperolehnya. Artinya karyawan milenial menyadari bahwa kontribusi yang diberikannya terhadap perusahaan akan mendatangkan keuntungan kembali pada diri mereka sendiri. Tingginya komitmen organisasi yang dimiliki oleh karyawan milenial dapat disebabkan karena adanya pengelolaan sumber daya manusia yang sesuai dengan karakteristik yang dimiliki karyawan milenial tersebut. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Meyer dan Allen bahwa perusahaan yang dapat memberikan pengalaman bekerja yang positif seperti kenyamanan, pengembangan karir, dan lainnya dapat membentuk komitmen organisasi yang dimiliki karyawan menjadi lebih kuat [9].

#### Gambaran Perilaku *Cyberloafing* Karyawan Milenial Kota Bandung

Berikut adalah gambaran kategori tinggi dan rendahnya perilaku *cyberloafing* pada responden penelitian.

**Tabel 2.** Kategori Responden Variabel Perilaku *Cyberloafing*

Perilaku <i>Cyberloafing</i>	Frekuensi	%
Rendah	99	90.82
Tinggi	10	9.18
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>100</b>

Dalam variabel perilaku *cyberloafing*, dari 109 sampel karyawan milenial di Kota Bandung mayoritas sampel berada pada kategori rendah yaitu sebanyak 99 orang (90.82%). Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Blanchard dan Henle, hal ini dapat dijelaskan karena adanya faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi terjadinya perilaku *cyberloafing* seperti

tuntutan kerja yang rendah dan dukungan sosial yang tinggi yang secara spesifik tidak diteliti dalam penelitian ini [2]. Selain itu, generasi milenial memiliki karakteristik senang berkompetisi dan berprestasi, hal ini dapat menyebabkan karyawan milenial enggan untuk melakukan perilaku-perilaku yang dapat menurunkan prestasi mereka seperti perilaku *cyberloafing* [17]. Hal ini dijelaskan dalam penelitian yang menyatakan bahwa prestasi berkorelasi negatif dengan perilaku-perilaku kontraproduktif [18].

### Hubungan Komitmen Organisasi (X) dengan Perilaku *Cyberloafing* (Y)

Berikut hasil penelitian mengenai hubungan komitmen organisasi dengan perilaku *cyberloafing* pada karyawan milenial di Kota Bandung dengan menggunakan uji korelasi Pearson dijelaskan pada tabel 1.

**Tabel 3.** Hubungan Komitmen Organisasi (X) dengan Perilaku *Cyberloafing* (Y)

Variabel	r	Sig.	Derajat Keeratan
<i>Affective Commitment</i> (X <sub>1</sub> ) dan Perilaku <i>Cyberloafing</i> (Y)	-0.503	0.000	Cukup erat
<i>Continuance Commitment</i> (X <sub>2</sub> ) dan Perilaku <i>Cyberloafing</i> (Y)	-0.499	0.000	Cukup erat
<i>Normative Commitment</i> (X <sub>3</sub> ) dan Perilaku <i>Cyberloafing</i>	-0.496	0.000	Cukup erat

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antara masing-masing komponen komitmen organisasi sebesar 0.000 atau  $r < \alpha = 0.05$  artinya hubungan antara ketiga komponen komitmen organisasi yaitu *affective commitment*, *continuance commitment*, dan *normative commitment* memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku *cyberloafing*. Selain itu korelasi yang ditunjukkan bersifat negatif, artinya semakin tinggi komitmen organisasi maka semakin rendah perilaku *cyberloafing*-nya, sebaliknya semakin rendah komitmen organisasi yang dimiliki maka semakin tinggi perilaku *cyberloafing*-nya.

Intepretasi korelasi antara variabel mengacu pada tabel intepretasi guilford. Pada *affective commitment* memiliki koefisien korelasi dengan perilaku *cyberloafing* sebesar -0.503 artinya korelasi yang dihasilkan termasuk korelasi yang cukup erat. Kemudian, *continuance commitment* memiliki koefisien korelasi dengan perilaku *cyberloafing* sebesar -0.499 artinya korelasi yang dihasilkan termasuk korelasi yang cukup erat. Terakhir, *normative commitment* memiliki koefisien korelasi dengan perilaku *cyberloafing* sebesar -0.496 artinya korelasi yang dihasilkan termasuk korelasi yang cukup erat.

Menurut Meyer dan Allen (1991) dalam teorinya menyebutkan bahwa terdapat tiga faktor yang dapat membentuk *affective commitment* yaitu faktor individual, karakteristik organisasi, dan pengalaman kerja. Faktor pengalaman bekerja didasarkan pada dua hal yaitu perusahaan yang memberikan kepuasan karyawan seperti rasa nyaman dan perusahaan yang memberikan perasaan kompetensi pada karyawan seperti penghargaan, tantangan kerja, dan lain-lain [9]. Berdasarkan hal tersebut, ketika perusahaan memberikan pengalaman bekerja yang positif akan membentuk keterlibatan emosional yang positif terhadap karyawannya. Keterlibatan emosional yang bersifat positif dengan perusahaan ini memunculkan perasaan ingin berkontribusi dalam pengembangan perusahaan dan berpartisipasi dalam mencapai tujuan perusahaan [9]. Berdasarkan hal tersebut, karyawan dengan *affective commitment* yang tinggi berkorelasi negatif dengan perilaku-perilaku kontraproduktif seperti perilaku *cyberloafing*. Perilaku *cyberloafing* akan dianggap sebagai perilaku yang dapat merugikan perusahaan dan juga merugikan karyawan tersebut karena dapat menurunkan kinerja dan prestasi kerja mereka. Hal ini didukung dengan penelitian Prieto yang menyatakan bahwa karyawan milenial dengan *affective commitment* yang tinggi memiliki performa yang lebih baik dalam pekerjaannya [19].

Selanjutnya, hasil uji statistik terhadap *continuance commitment* menunjukkan hubungan negatif yang cukup erat dan signifikan dengan perilaku *cyberloafing*. Artinya, semakin tinggi *continuance commitment* yang dimiliki maka semakin rendah perilaku

*cyberloafing*-nya. Karyawan milenial yang memiliki *continuance commitment* tinggi, bertahan di dalam sebuah perusahaan karena adanya kesadaran pada keuntungan dan kerugian yang didapatkan dari tinggal maupun meninggalkan perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan Fatmawati dan Pane yang menunjukkan bahwa individu dengan *continuance commitment* memiliki korelasi positif dengan kinerja karyawan [20]. Artinya karyawan yang memiliki *continuance commitment* yang tinggi, maka kinerja yang dihasilkannya pun tinggi, sehingga peluang untuk melakukan tindakan kontraproduktif seperti *cyberloafing* rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Niaei, Mehrdad, dan Nasiripour yang menyatakan bahwa individu yang secara sadar bahwa dirinya membutuhkan sebuah pekerjaan di perusahaan akan berusaha untuk tidak berperilaku kontraproduktif yang dapat membuatnya meninggalkan perusahaan [14].

Terakhir, hasil uji statistik dapat diketahui bahwa *normative commitment* memiliki hubungan negatif yang cukup erat dan signifikan dengan perilaku *cyberloafing*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sage menyatakan bahwa karyawan dengan *normative commitment* dapat menginternalisasi perilaku dan minat mereka terhadap tujuan dan minat organisasi, sehingga karyawan yang memiliki komitmen ini berperilaku secara positif dengan perilaku kerjasama, antusias, dan semangat dalam melakukan pekerjaan [10]. Internalisasi tujuan dan nilai perusahaan terhadap tujuan dan nilai pribadi membuat karyawan menganggap perilaku-perilaku kerja yang dapat merugikan atau menyebabkan tidak tercapainya tujuan organisasi akan dihindari termasuk perilaku *cyberloafing* karena dinilai sebagai perilaku yang memberikan dampak buruk pada kinerja, produktivitas, maupun keamanan sistem perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Niaei, Mehrdad, dan Nasiripour yang menyatakan hal serupa bahwa *normative commitment* memiliki korelasi negatif dengan perilaku *cyberloafing* [14].

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Komitmen organisasi karyawan milenial di Kota Bandung sebagian besar termasuk kategori tinggi.
2. Perilaku *cyberloafing* karyawan milenial di Kota Bandung sebagian besar termasuk kategori rendah.
3. Komponen-komponen komitmen organisasi yaitu, *affective commitment*, *continuance commitment*, dan *normative commitment* memiliki hubungan yang signifikan dan cukup erat dengan perilaku *cyberloafing*. Hubungan antara komitmen organisasi dengan perilaku *cyberloafing* bersifat negatif, artinya semakin tinggi komitmen organisasi maka semakin rendah perilaku *cyberloafing* begitupun sebaliknya.

#### Acknowledge

Terimakasih kepada seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penelitian yang telah disebar, serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini.

#### Daftar Pustaka

- [1] APJII, A. P. (2018). Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Jakarta: Polling Indonesia.
- [2] Blanchard, A.L., & Henle, C. A. (2008). Correlates of Different Forms of Cyberloafing: The Role of Norms and External Locus of Control. *Computers in Human Behavior*, 24(3), 1067-1084. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2007.03.008>
- [3] Ardilasari, N., & Firmanto, A. (2017). Hubungan Self-Control dan Perilaku Cyberloafing pada Pegawai Negeri Sipil. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 05(01), 19-39.
- [4] Chen Chen, J. v., Chen, C. C., & Yang, H. H. (2008). An empirical evaluation of key factors contributing to internet abuse in the workplace. *Industrial Management and Data Systems*, 108(1), 87–106. <https://doi.org/10.1108/02635570810844106>
- [5] Weatherbee, T. G. (2010). Counterproductive use of technology at work: Information &

- communications technologies and cyberdeviancy. *Human Resource Management Review*, 20(1), 35–44. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2009.03.012>
- [6] Chavan, M., Galperin, B. L., Ostle, A., & Behl, A. (2021). Millennial's perception on cyberloafing: workplace deviance or cultural norm? *Behaviour and Information Technology*. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1956588>
- [7] Kim, S. (2018). Managing millennials' personal use of technology at work. *Business Horizons*, 61(2), 261–270. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.11.007>
- [8] Ozler, N. D. E., & Polat, G. (2012). Cyberloafing Phenomenon in Organizations: Determinants and Impacts. *International Journal of EBusiness and EGovernment Studies*, 4(2). <https://www.researchgate.net/publication/285852898>
- [9] Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89.
- [10] Sage, M. (2015). Cyberloafing: A Studi of Personality Factors and Organizational Commitment as Predictor Variables of Cyberloafing and Perceived Organizational Acceptance.
- [11] Syafari, E. M., Ninin, R. H., & Abidin, F. A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komitmen Organisasi pada Pegawai Milenial. *Psychopedia Jurnal Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 5(2), 17–27. <https://doi.org/10.36805/psychopedia.v5i2.1232>
- [12] Fahrudin, A., Agustin, H., & Karlinah, S. (2019). Motivasi Kerja Milenial Ditinjau Dari Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow. In *The Future of Organizational Communication In The Industrial Era 4.0* (pp. 507–514). <https://www.researchgate.net/publication/341877808>
- [13] Vitak, J., Crouse, J., & Larose, R. (2011). Personal Internet use at work: Understanding cyberslacking. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1751–1759. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.03.002>
- [14] Niaei, M., Mehrdad Peidaei, M., & Nasiripour, A. A. (2014). The Relation Between Staff Cyberloafing and Organizational Commitment in Organization of Environmental Protection. In *Arabian Journal of Business and Management Review* (Vol. 3, Issue 7).
- [15] Yustati, H. (2022). Perspektif Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumtif melalui E-Commerce pada Generasi Milenial di Era Covid-19. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 5(1), 16–25. <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil>
- [16] Rachmawati, A. R. (2019). Jumlah pengguna Internet Terbesar di Indonesia. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet. [PikiranRakyat.com](http://PikiranRakyat.com).
- [17] Prasasti, S., & Prakoso, E. T. (2020). Karakter dan Perilaku Milenial: Peluang atau Ancaman Bonus Demografi. *Onsilia: Jurnal Ilmiah BK*, 3(1), 10–22.
- [18] Napis, A. D., & Noor, N. A. (2021). Pengaruh Kepemimpinan Sekolah dan Motivasi Beprestasi terhadap Kinerja Guru SDN 04 Durikosambicengkareng Jakarta Barat. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 253–258.
- [19] Prieto, L. C. (2013). Understanding the impact of employee involvement on organizational productivity: The moderating role of organizational commitment. In *Article in Journal of Organizational Culture*. <https://www.researchgate.net/publication/286498925>
- [20] Pane, S. G., & Fatmawati. (2017). Pengaruh Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Pertahanan Nasional Kota Medan. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)*, 2(3).
- [21] Sundari, Nina, Utami, Ayu Tuty. (2021). Hubungan Keadilan Organisasi dengan Komitmen Organisasi pada Karyawan Generasi Milenial. *Jurnal Riset Psikologi*, 2(1), 21-26.