

GAMBARAN PERILAKU *FAKING* PADA KEGIATAN WAWANCARA KERJA

Mukhaira El Akmal, Chichi Sirait, Theresia Agrifina Sinaga,
Friska Ulina, Desi Restiani, Nopita Sari
Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia
Jalan Sekip Simpang Sikambing, Medan
chichisirait99@gmail.com

Abstract

This study attempts to describe the type of faking behaviour in the job interview process that is dominant by candidates at PT. X. This quantitative research is developed by descriptive approach, involving 69 candidates applying at PT. X. The Research data were collected by using a rating scale of faking behaviour stated by Levashina & Campion (2007). The results of the analysis of research data indicate the type of faking behavior that is most often shown by candidates in this study is Slight Image Creation and the type of faking behavior that is most rarely shown is Ingratiation. This research is useful for interviewers to support the type of faking behaviour shown by candidates in the job interview process. For further research, data collection is expected to be accompanied by in-depth interviews, observations, and document studies.

Keywords : *faking behaviour, interview, impression management*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan tipe perilaku *faking* pada proses wawancara kerja yang dominan ditampilkan oleh kandidat di PT. X. Penelitian kuantitatif ini dikembangkan dengan pendekatan deskriptif, dengan melibatkan 69 orang kandidat yang melamar di PT. X. Data penelitian dikumpulkan melalui skala sikap perilaku *faking* yang dikemukakan oleh Levashina & Campion (2007). Hasil analisis data penelitian menunjukkan bahwa tipe perilaku *faking* yang paling sering ditunjukkan oleh kandidat dalam penelitian ini adalah tipe *Slight Image Creation* dan tipe perilaku *faking* yang paling jarang ditunjukkan adalah *Ingratiation*. Penelitian ini bermanfaat sebagai gambaran bagi para pewawancara untuk mengenali tipe perilaku *faking* yang ditampilkan oleh kandidat dalam proses wawancara kerja. Pengumpulan data untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat disertai dengan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen.

Kata kunci : perilaku menipu, wawancara, manajemen kesan

Pendahuluan

Dalam suatu organisasi atau perusahaan, seleksi (*selection*) adalah suatu cara untuk mencari kandidat yang mempunyai keahlian atau pendidikan khusus yang telah diterapkan oleh perusahaan. Proses ini bertujuan untuk memilih kandidat yang memenuhi persyaratan kerja dan tidak memenuhi persyaratan kerja. Seleksi dapat dilaksanakan dalam rentang waktu yang singkat. Namun apabila proses seleksi digunakan dengan rentang waktu yang panjang, maka perusahaan akan lebih mudah mendapatkan kandidat yang terbaik untuk menduduki suatu jabatan (Bangun, 2011).

Organisasi atau perusahaan akan melakukan proses seleksi untuk menemukan karyawan yang sesuai dengan tugas dan jabatan yang dibutuhkan. Menurut Manullang (dalam Wahyuni, Hakam, dan Iqbal, 2015) proses seleksi terdiri atas beberapa prinsip seperti keahlian, pengalaman kandidat di

masa lalu, umur, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, keadaan baik secara fisik dan psikis. Salah satu cara yang dilakukan dalam proses seleksi adalah wawancara seleksi.

Badriyah (2015) mengatakan bahwa wawancara seleksi adalah cara menyaring kandidat dengan memberikan pertanyaan terhadap hal-hal yang ingin diketahui dari kandidat tersebut. Bangun (2011) mengatakan ada beberapa hal yang bisa diungkap saat melakukan wawancara seperti wawasan kandidat, keterampilan kandidat, pengalaman kerja kandidat, sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Berdasarkan kedua teori di atas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa wawancara seleksi merupakan suatu cara yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui mengenai wawasan yang dimiliki kandidat, keterampilan, dan pengalaman kerja dengan memberi pertanyaan - pertanyaan terhadap hal-hal yang ingin diketahui dari kandidat tersebut.

Wawancara harus menggunakan cara yang tepat agar dapat menemukan karyawan yang sesuai dengan kemampuan dan keahlian pada bidang pekerjaan yang dibutuhkan Ziegler, Mac, dan Roberts (dalam Prasmara & Wijaya, 2017) berpendapat bahwa ada hampir setengah dari jumlah kandidat yang mengikuti proses wawancara melakukan *faking* dan memberikan kesan yang positif pada saat melakukan wawancara.

Faking Interview adalah taktik kandidat dalam memutarbalikkan jawaban pada saat wawancara kerja dengan sengaja agar kandidat yang melakukan wawancara kerja dapat memperoleh hasil yaitu berupa nilai yang tinggi dibanding dengan kandidat yang lainnya dengan cara mengubah pandangan pewawancara Levashina dan Champion (dalam Law, Bourdage, & O'Neill 2016).

Perilaku *faking* yang dilakukan oleh kandidat pada saat mengikuti wawancara dapat membuat pewawancara akan sulit untuk melakukan penilaian secara objektif terhadap kandidat yang diwawancarainya. Beberapa kandidat melakukan cara manajemen kesan atau *Impression Management* (IM) pada saat mengikuti wawancara karena itu merupakan suatu cara untuk mengarang cerita yang terjadi pada diri kandidat agar pewawancara terkesan pada setiap jawaban dari kandidat. Misalnya, kandidat melebih – lebihkan tentang keahliannya, menyembunyikan pengalaman kerjanya, memuji pewawancara, dan membuat kandidat terkesan baik (Levashina dan Champion, dalam Law, Bourdage, dan O'Neill 2016).

Bolino, Kacmar, Turnley, dan Gilstrap (dalam Primawestri dan Prasetyo 2016) mengatakan bahwa manajemen kesan merupakan suatu gambaran dalam diri seseorang untuk mempertahankan dan bahkan menjaga dirinya dengan melakukan manajemen kesan tersebut. Perilaku ini biasanya digunakan seseorang untuk mengubah sifat yang dimilikinya dengan tujuan membuat orang lain terkesan. Dalam mendapatkan pekerjaan yang diinginkan seseorang akan melakukan segala cara, salah satunya dengan melakukan manajemen kesan. Seseorang yang melakukan perilaku ini akan menggunakan cara – cara yang sudah dirancang sebaik mungkin mengenai perilaku – perilaku yang akan di ubah.

Stevens dan Kristof, 1995; Ellis, West, Ryan dan DeShon, 2002; Higgins, Judge, dan Ferris, 2003; Barrick, Shaffer, dan DeGrassi, 2009 (dalam Law, Bourdage, dan O'Neill, 2016) dalam penelitian sebelumnya mengatakan bahwa para kandidat yang menggunakan *faking* dalam wawancara kerja lebih sering dinilai dengan baik oleh pewawancara. Levashina & Champion (dalam Law, Bourdage, dan

O'Neill, 2016) juga mengatakan *faking* dapat terjadi baik dalam wawancara terstruktur dan tidak terstruktur, yang dapat menyebabkan kebenaran dalam wawancara tersebut tidak terjamin. Dengan melakukan *faking*, maka banyak kemungkinan kandidat tersebut diterima oleh perusahaan untuk menduduki suatu posisi.

Hasil wawancara *preliminary research* oleh *Interviewer* di perusahaan P pada subjek wawancara pertama mengatakan bahwa hampir di setiap wawancara, ia menemukan kandidat yang melakukan *faking*. Para kandidat biasanya melebih – lebihkan kemampuan yang dimilikinya (wawancara dengan inisial R, 8 Januari 2019).

Selanjutnya peneliti mewawancarai *Interviewer* di perusahaan PLI pada subjek wawancara kedua. Ia menemukan beberapa kandidat yang melakukan *faking*, ia juga mengatakan bahwa kandidat yang melakukan *faking* tidak memiliki hasil yang buruk pada saat menjalani tes. Hal tersebut dikarenakan kandidat telah lebih dulu mempelajari tes tersebut, namun pada saat wawancara berlangsung kandidat terlihat memberikan jawaban yang tidak jujur. Kandidat biasanya sudah lebih dulu mencari tahu tentang apa saja yang menjadi kriteria dari jabatan yang dikejar (wawancara dengan inisial D, 13 Januari 2019).

Berdasarkan hasil wawancara dengan manager HRD di PT. G pada subjek wawancara ketiga, adanya kandidat yang melebih-lebihkan pernyataan dalam wawancara ataupun tidak mengatakan hal yang sesungguhnya mengenai kondisi pribadinya, menjadi permasalahan tersendiri bagi pewawancara saat melakukan wawancara. Di perusahaan lain, hal tersebut bisa dibuktikan saat melakukan proses *reference check*, namun PT. G sendiri belum memiliki upaya khusus untuk mengidentifikasi ataupun mengantisipasi permasalahan *faking* yang dilakukan oleh para kandidat (wawancara dengan inisial U, 23 Februari 2019).

Roulin, Bangerter, dan Levashina (dalam Law, Bourdage, dan O'Neill, 2016) juga menemukan bahwa *Impression Management* (IM) atau manajemen kesan tidak selalu diketahui oleh pewawancara. Law, Bourdage, dan O'Neill (2016) mengatakan bahwa penelitian terbaru yang dilakukan pada penggunaan IM menunjukkan hasil bahwa kandidat – kandidat bisa dan bersedia menggunakan IM yang menipu dalam wawancara, dan bahwa perilaku *faking* dapat mempengaruhi kinerja wawancara, karena pewawancara berusaha dengan teliti dalam mendeteksi perilaku *faking*.

Levashina dan Champion (dalam *International Review of Industrial and*

Organizational Psychology, 2011) membagi tipe *faking* menjadi 4 bagian yaitu (1) *Slight Image Creation*, yaitu suatu usaha kecil yang dilakukan oleh kandidat untuk menyembunyikan hal buruk yang terjadi pada kandidat di tempat kerja sebelumnya. Misalnya, seorang kandidat yang mengatakan hal – hal yang berlebihan mengenai keahlian kerjanya. (2) *Extensive Image Creation*, yaitu suatu perilaku *faking* yang lebih ekstrim yang dilakukan oleh kandidat pada saat mengikuti wawancara. Misalnya, seorang kandidat yang tidak menjawab pertanyaan sebenarnya dari pewawancara melainkan menciptakan jawaban pengalaman kerja yang tidak sesuai realita. (3) *Image Protection*, yaitu suatu cara untuk mempertahankan diri kandidat pada saat kandidat mengikuti wawancara kerja. Misalnya, menghilangkan pengalaman yang tidak baik di masa lalunya. (4) *Ingratiation*, yaitu suatu perilaku *faking* yang dilakukan oleh kandidat dengan cara memuji pewawancara supaya pewawancara terkesan terhadap kandidat. Misalnya, kandidat berpura-pura memuji pewawancara.

Penelitian berikutnya oleh Law, Bourdage, dan O'Neill (2016) menemukan bahwa banyak kandidat yang menggunakan IM pada saat wawancara dan perilaku itu terjadi berdasarkan kemauan kandidat. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menggambarkan secara kuantitatif mengenai perilaku *faking* dalam kegiatan wawancara kerja yang terjadi pada kandidat yang ada di PT. X.

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran tipe *faking* pada wawancara kerja di PT X.

Berdasarkan rumusan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran perilaku *faking* pada kandidat di PT. X.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan satu variabel yaitu perilaku *faking* dalam kegiatan wawancara kerja. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menjelaskan gambaran mengenai suatu peristiwa berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian (Narbuko dan Achmadi, 2003). Data diperoleh melalui analisis skor skala yang dijawab oleh kandidat yang melamar dan mengikuti proses wawancara di PT. X.

Subjek dalam penelitian ini adalah kandidat yang melamar dan melakukan wawancara di PT. X selama periode Juli – Agustus 2019. Penelitian ini melibatkan 69 orang sebagai subjek penelitian yang

hadir mengikuti proses wawancara. Teknik pemilihan subjek adalah sampel jenuh atau *total sampling* yaitu suatu cara untuk menentukan sampel dengan menggunakan seluruh populasi yang ada dan dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2010) yaitu seluruh kandidat yang melamar di PT. X.

Tabel 1.
Subjek Penelitian

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	23	33,3 %
Perempuan	46	66.7 %
Total	69	100 %

Penelitian ini menggunakan metode *try out* terpakai. Menurut Hadi (dalam Suwahyu, 2017) *try out* atau uji coba terpakai adalah hasil uji coba yang dapat menguji langsung data hasil penelitian dan hanya aitem yang sah yang akan dianalisis. Uji *try out* terpakai memiliki beberapa keuntungan, diantaranya adalah : a) dapat menggunakan sampel yang tidak sebanding di tempat penelitian, b) jumlah responden yang lebih banyak maka peluang untuk jumlah aitem yang dibuang lebih sedikit, c) hanya membutuhkan waktu dan biaya yang lebih minimal, dan d) tahapan uji coba dan data penelitian dilakukan secara bersamaan. Kekurangan dari uji coba terpakai adalah apabila banyak aitem yang terbuang maka dapat mengurangi jumlah aitem yang akan di analisis.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *instrument self report* berupa skala sikap yaitu skala perilaku *faking* yang terdiri dari 70 aitem. Aitem-aitem dalam skala perilaku *faking* disusun berdasarkan tipe perilaku *faking* yang dikemukakan oleh Levashina dan Champion (dalam *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 2011) yaitu *Slight Image Creation*, *Extensive Image Creation*, *Image Protection*, dan *Ingratiation*. Setiap tipe perilaku dalam skala ini diurai dalam sejumlah pertanyaan *favorable* dan *unfavorable*. Model skala yang digunakan adalah skala likert. Pada penelitian ini partisipan diminta untuk memilih alternatif jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), ragu- ragu (R), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Skala perilaku *faking* dalam wawancara kerja terdiri dari 70 aitem pernyataan, dengan 43 aitem *favorable* dan 27 aitem *unfavorable*.

Tabel 2
Skala Perilaku *Faking*

No.	Aspek	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
1.	<i>Slight Image Creation</i>	1. Melebih-lebihkan keahlian	2, 14, 24, 32, 42, 49	9, 30, 44	9
		2. Menutupi kekurangan	4, 57, 59, 64	60, 62	6
		3. Menyembunyikan kebenaran	19, 39, 69	11, 37	5
2.	<i>Extensive Image Creation</i>	1. Memalsukan jawaban	15, 36, 61	26, 41	5
		2. Mengarang atau merekayasa cerita	6, 29, 67	33, 46	5
		3. Menciptakan jawaban palsu	8, 21, 54	17, 50	5
3.	<i>Image Protection</i>	1. Menyembunyikan kelemahan diri	10, 56, 70	28, 48, 66, 68	7
		2. Menghindari tanggung jawab	34, 43, 45, 58	7, 13	6
		3. Memperindah jawaban	18, 25, 63	22, 27	5
4.	<i>Ingratiation</i>	1. Meyakinkan pewawancara	16,65,52, 40,12	1, 35	7
		2. Meyenangkan pewawancara	23,31,38	3, 20	5
		3. Memuji pewawancara	5, 4, 51	55, 53	5
		Total	43	27	70

Tabel 3.
Pengklasifikasian Data dengan Kode

Jenis Kelamin	Usia	Suku	Tingkat Pendidikan Akhir	Pengalaman
Laki – laki (1) Perempuan (2)	17 - 19 (1) 20 - 29 (2) 30 - 39 (3) 41 - 42 (4)	Tinghoa (1)	SMP (1) SMA (2) S1 (3) S2 (4)	0 (1) 1 (2) 2 (3) >3 (4)
		Jawa (2)		
		Melayu (3)		
		Batak (4)		
		Karo (5)		
		Nias (6)		
		Flores (7)		

Dalam suatu penelitian uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan perhitungan statistik. Perhitungan menggunakan program SPSS 17.0 for Windows. Penelitian ini menggunakan validitas isi dengan jenis validitas tampang. Validitas tampang mengarah pada tampilan suatu instrumen alat ukur dengan tujuan untuk menarik perhatian subjek dalam mengisi skala dengan menggunakan desain yang menarik seperti pemilihan warna pada cover, jenis huruf, dan jenis kertas, pemilihan tempat dan waktu yang baik, penggunaan kata pengantar yang

membuat subjek merasa bahwa dirinya bermanfaat dan tidak dirugikan serta pemberian *reward* atau hadiah kepada subjek (Periantalo, 2015). Koefisien *Alpha Cronbach* dalam penelitian ini sebesar 0,932 sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian masuk ke dalam kategori tinggi.

Setelah data diperoleh selanjutnya peneliti menggunakan uji analisis statistik deskriptif. Pada analisis statistik deskriptif, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan ukuran-ukuran seperti *mean* yaitu rata-rata dari penjumlahan setiap

skor pada seluruh subjek, *median* yaitu nilai tengah yang diperoleh dari jumlah nilai dari data tertinggi sampai terendah dan sebaliknya, dan modus ialah nilai yang mempunyai frekuensi terbesar, *X* minimal teoritik, *X* maximal teorik, *range*, dan standar deviasi (Azwar, 2004).

Hasil dan Pembahasan

Uji coba dilaksanakan pada awal bulan Juli sampai pada awal bulan Agustus 2019. Peneliti menyebarkan 100 skala pada kandidat yang melamar di PT X. Namun, pada saat di lapangan total jumlah skala yang terisi hanya 69 dari 100 skala yang disebar dikarenakan waktu yang terbatas dan jumlah kandidat yang melamar tidak memenuhi target jumlah yang diprediksi. Oleh sebab itu peneliti mengambil sampel dengan menggunakan teknik *total sampling*. Subjek penelitian adalah kandidat yang melamar dan mengikuti wawancara di PT X dengan jumlah 69 orang yang dibagi berdasarkan jenis kelamin, usia, suku, pendidikan, dan pengalaman.

Pada skala perilaku *faking* dalam wawancara kerja, aitem dengan nilai *Corrected Item – Total Correlation* di bawah 0,3 dibuang, karena tidak memenuhi kategori validitas, sehingga dari 70 aitem, 34 aitem gugur dan total aitem yang valid adalah sebanyak 36 aitem. Setelah dilakukan uji validitas, selanjutnya adalah uji reliabilitas dengan menggunakan aitem-aitem yang sah yaitu sebanyak 36 aitem.

Berdasarkan hasil uji normalitas, maka diperoleh taraf signifikansi variabel *Slight Image Creation* sebesar 0,485 ($p > 0,05$), *Extensive Image Creation* sebesar 0,597 ($p > 0,05$), *Image Protection* sebesar 0,434 ($p > 0,05$), dan *Ingratiation* sebesar 0,091 ($p > 0,05$) yang menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Statistik Deskriptif Perilaku *Faking* dalam Wawancara Kerja

Berdasarkan *mean* hasil analisis statistik deskriptif maka diperoleh data *mean* empirik. *Mean* empirik adalah rata-rata skor data penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4
Mean empiris

Statistik		Xmax	Xmin	Mean
SIC	empiris	61	24	39,97
EIC	empiris	33	10	22,75
IP	empiris	26	9	18,14
I	empiris	19	7	11,84

Statistik Deskriptif Tipe Perilaku *Faking* dalam Wawancara Kerja Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan dalam melakukan *faking*. Dalam hal ini terlihat bahwa perempuan lebih sering melakukan tipe *faking Slight Image Creation (SIC)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada perempuan yaitu 66,7 % lebih besar dari laki – laki yaitu 33,3 % dengan nilai uji *t* pada perempuan yaitu - 1,962 dan laki – laki - 2,131.

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan dalam melakukan *faking*. Dalam hal ini terlihat bahwa jenis kelamin perempuan lebih sering melakukan tipe *faking Extensive Image Creation (EIC)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada perempuan yaitu 66,7 % lebih besar dari laki – laki yaitu 33,3 % dengan nilai uji *t* pada perempuan yaitu - 2,377 dan laki – laki - 2,560.

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Dalam hal ini terlihat bahwa jenis kelamin perempuan lebih sering melakukan tipe *faking Image Protection (IP)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada perempuan yaitu 66,7 % lebih besar dari laki – laki yaitu 33,3 % dengan nilai uji *t* pada perempuan yaitu - 2,407 dan laki – laki - 2,581.

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin laki-laki dan jenis kelamin perempuan. Dalam hal ini terlihat bahwa perempuan lebih sering melakukan tipe *faking Ingratiation (I)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada perempuan yaitu 66,7 % lebih besar dari laki – laki yaitu 33,3 % dengan nilai uji *t* pada perempuan yaitu - 0,820 dan laki-laki -0,860.

Statistik Deskriptif Tipe Perilaku *Faking* dalam Wawancara Kerja Berdasarkan Usia

Rentang usia 20 - 29 tahun dan 30 - 39 tahun memperoleh hasil uji *t* yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Dalam hal ini terlihat bahwa rentang usia 20 - 29 tahun lebih sering melakukan tipe *faking Slight Image Creation (SIC)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada usia 20-29 tahun yaitu 56,5 % lebih besar dari usia 30 - 39 tahun yaitu 10,1 % dengan nilai uji *t* pada usia 20 - 29 tahun yaitu 1,424 dan usia 30 - 39 tahun yaitu 1,380.

Rentang usia 17 - 19 tahun dan 20 - 29 tahun memperoleh hasil uji t yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Dalam hal ini terlihat bahwa usia 20 - 29 tahun lebih sering melakukan tipe *faking Extensive Image Creation (EIC)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada usia 17 - 19 tahun yaitu 30,4 % lebih kecil dari usia 20 - 29 tahun yaitu 56,5 % dengan nilai uji t pada usia 20 - 29 tahun yaitu 1,050 dan usia 17 - 19 tahun yaitu 1,034.

Rentang usia 17 - 19 tahun dan 20 - 29 tahun memperoleh hasil uji t yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Dalam hal ini terlihat bahwa rentang usia 20 - 29 tahun lebih sering melakukan tipe *faking Image Protection (IP)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada usia 20 - 29 tahun yaitu 56,5 % lebih besar dari usia 17 - 19 tahun yaitu 10,1 % dengan nilai uji t pada usia 20 - 29 tahun yaitu 0,748 dan usia 17 - 19 tahun yaitu 0,740.

Rentang usia 17 - 19 tahun dan rentang usia 20 - 29 tahun memperoleh hasil uji t yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Dalam hal ini terlihat bahwa rentang usia 20 - 29 tahun lebih sering melakukan tipe *faking Ingratiation (I)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada usia 20 - 29 tahun yaitu 56,5 % lebih besar dari usia 17 - 19 tahun yaitu 30,4 % dengan nilai uji t pada usia 20 - 29 tahun yaitu 1,907 dan usia 17 - 19 tahun yaitu 1,841.

Statistik Deskriptif Tipe Perilaku *Faking* dalam Wawancara Kerja Berdasarkan Suku

Dalam pengukuran perilaku *faking* diperoleh hasil uji t yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara suku Tionghoa dengan suku Jawa, sehingga memperoleh hasil bahwa suku Jawa lebih sering melakukan tipe *faking Slight Image Creation (SIC)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada suku Jawa yaitu 42 % lebih besar dari suku Tionghoa yaitu 13,0 % dengan nilai uji t pada suku Jawa yaitu - 1,449 dan suku Tionghoa yaitu - 1,707.

Dalam pengukuran perilaku *faking* diperoleh hasil uji t yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara suku Tionghoa dengan suku Jawa, sehingga memperoleh hasil bahwa suku Jawa lebih sering melakukan tipe *faking Extensive Image Creation (EIC)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada suku Jawa yaitu 42 % lebih besar dari suku Tionghoa yaitu 13 % dengan nilai uji t pada suku Jawa yaitu - 2,106 dan suku Tionghoa yaitu - 2,164.

Dalam pengukuran perilaku *faking* diperoleh hasil uji t yang menyatakan bahwa bahwa tidak

terdapat perbedaan yang signifikan antara suku Tionghoa dengan suku Jawa, sehingga memperoleh hasil bahwa suku Jawa lebih sering melakukan tipe *faking Image Protection (IP)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada suku Jawa yaitu 42 % lebih besar dari suku Tionghoa yaitu 13 % dengan nilai uji t pada suku Jawa yaitu - 0,838 dan suku Tionghoa yaitu - 0,879.

Dalam pengukuran perilaku *faking* diperoleh hasil uji t yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara jenis suku Tionghoa dengan suku Jawa, sehingga memperoleh hasil bahwa suku Jawa lebih sering melakukan tipe *faking Ingratiation (I)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada suku Jawa yaitu 42 % lebih besar dari suku Tionghoa yaitu 13 % dengan nilai uji t pada suku Jawa yaitu - 0,597 dan suku Tionghoa yaitu - 0,626.

Statistik Deskriptif Tipe Perilaku *Faking* dalam Wawancara Kerja Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pendidikan akhir pada tingkat SMP dengan SMA. Dalam hal ini terlihat bahwa tingkat SMA lebih sering melakukan tipe *faking Slight Image Creation (SIC)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada tingkat SMA yaitu 76,8 % lebih besar dari tingkat SMP yaitu 2,9 % dengan nilai uji t pada tingkat SMA yaitu 0,199 dan tingkat SMP yaitu 0,175.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat pendidikan SMP dengan SMA, sehingga memperoleh hasil bahwa tingkat SMA lebih sering melakukan tipe *faking Extensive Image Creation (EIC)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada tingkat SMA yaitu 76,8 % dan tingkat SMP yaitu 2,9 % dengan nilai uji t pada tingkat SMA yaitu - 0,615 dan tingkat SMP yaitu - 0,945.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat pendidikan SMP dengan SMA, sehingga memperoleh hasil bahwa tingkat pendidikan SMP lebih sering melakukan tipe *faking Image Protection (IP)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada tingkat SMP yaitu 2,9 % lebih kecil dari tingkat SMA yaitu 76,8 % dengan nilai uji t pada tingkat SMP yaitu - 0,155 dan tingkat SMA yaitu - 0,407.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat pendidikan SMP dengan SMA,

sehingga memperoleh hasil bahwa tingkat SMP lebih sering melakukan tipe *faking Ingratiation (I)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada tingkat SMP yaitu 2,9 % lebih kecil dari tingkat SMA yaitu 76,8 % dengan nilai uji t pada tingkat SMP yaitu -0,662 dan tingkat SMA yaitu -1,038.

Statistik Deskriptif Tipe Perilaku *Faking* dalam Wawancara Kerja Berdasarkan Pengalaman

Hasil yang diperoleh pada uji t memperlihatkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengalaman 0 dengan 1 tahun, sehingga memperoleh hasil bahwa kandidat dengan pengalaman 0 tahun lebih sering melakukan tipe *faking Slight Image Creation (SIC)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada pengalaman 0 tahun yaitu 53,6 % lebih besar dari pengalaman 1 tahun yaitu 14,5 % dengan nilai uji t pada pengalaman 1 tahun yaitu -0,252 dan pengalaman 0 tahun yaitu -0,176.

Hasil yang diperoleh pada uji t memperlihatkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengalaman 0 dengan 1 tahun, sehingga memperoleh hasil bahwa kandidat dengan pengalaman 1 tahun lebih sering melakukan tipe *faking Extensive Image Creation (EIC)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada pengalaman 1 tahun yaitu 14,5 % lebih kecil dari pengalaman 0 tahun yaitu 53,6 % dengan nilai uji t pada pengalaman 1 tahun yaitu -0,200 dan pengalaman 0 tahun yaitu -0,278.

Hasil yang diperoleh pada uji t memperlihatkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengalaman 0 dengan 1 tahun, sehingga memperoleh hasil bahwa kandidat dengan pengalaman 1 tahun lebih sering melakukan tipe *faking Image Protection (IP)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada pengalaman 1 tahun yaitu 14,5 % lebih kecil dari pengalaman 0 tahun yaitu 53,6 % dengan nilai uji t pada pengalaman 1 tahun yaitu -0,083 dan pengalaman 0 tahun yaitu -0,126.

Hasil yang diperoleh pada uji t memperlihatkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengalaman 0 dengan 1 tahun, sehingga memperoleh hasil bahwa kandidat dengan pengalaman 0 tahun lebih sering melakukan tipe *faking Ingratiation (I)*. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai persentase pada pengalaman 0 tahun yaitu 53,6 % lebih besar dari pengalaman 1 tahun yaitu 14,5 % dengan nilai uji t pada pengalaman 0 tahun 0,111 dan pengalaman 1 tahun 0,085.

Pembahasan

Hasil pengukuran perilaku *faking* pada kandidat yang melamar di PT. X menunjukkan bahwa pada kategori jenis kelamin menunjukkan hasil bahwa perempuan lebih sering melakukan perilaku *faking* saat melakukan wawancara. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada jenis kelamin perempuan yang lebih besar dibandingkan hasil uji t pada jenis kelamin laki - laki, sehingga dapat disimpulkan bahwa perempuan sering menggunakan tipe *faking Slight Image Creation (SIC)*, yaitu suatu usaha kecil untuk menyembunyikan hal buruk yang terjadi pada kandidat di tempat kerja sebelumnya, *Extensive Image Creation (EIC)* yaitu suatu perilaku *faking* yang lebih ekstrim yang dilakukan oleh kandidat pada saat mengikuti wawancara, *Image Protection (IP)* yaitu suatu cara untuk mempertahankan diri, dan *Ingratiation (I)* yaitu suatu perilaku *faking* yang dilakukan dengan cara memuji pewawancara supaya pewawancara terkesan terhadap kandidat. Terbukti oleh hasil uji t pada tipe *faking SIC, EIC, IP* dan *I* yaitu sebesar -1,962, -2,377, -2,407 dan -0,820.

Hasil penelitian diatas juga sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Orina (2018) yang menyatakan bahwa perempuan menunjukkan skor lebih tinggi dalam melakukan *faking* dengan menciptakan kesan positif dibandingkan dengan laki-laki. Namun penelitian yang dilakukan oleh Orina menggunakan model *Big Five Personality*. Pervin, Cervone, dan Oliver (2012) mengatakan bahwa model lima besar kepribadian dibangun dengan pendekatan yang lebih sederhana. Tahapan-tahapan yang digunakan oleh peneliti, yaitu untuk mengetahui dasar-dasar kepribadian dengan menganalisis kata-kata untuk dijadikan skala kepribadian oleh peneliti. *Big Five Personality* memiliki tingkat reliabilitas dan validitas yang relatif stabil. Teori *Big Five Personality* dibagi menjadi (N) atau *Neuroticism*, *Extraversion (E)* atau Ekstraversi, *Openness to experience (O)* atau Keterbukaan atas pengalaman, *Agreeableness (A)* atau Kesepakatan, dan *Conscientiousness (C)* atau Ketelitian.

Sesuai dengan hasil pengukuran perilaku *faking* yang diperoleh dalam uji t pada rentang usia 17 - 19, 20 - 29, 30 - 39, 41 - 42 menunjukkan bahwa rentang usia 20 - 29 tahun sering melebih-lebihkan keahlian kerja (*SIC*), menciptakan pengalaman kerja yang tidak sesuai dengan realita (*EIC*), menghilangkan pengalaman yang tidak baik pada pekerjaan sebelumnya buruk (*IP*), dan berpura-pura memuji pewawancara (*I*). Hal ini dibuktikan dengan nilai pada uji t sebesar 1,424, 1,050, 0,748 dan 1,907.

Berdasarkan hasil pengukuran perilaku *faking* yang diperoleh dalam uji t pada suku Tionghoa, Jawa, Melayu, Batak, Karo, Nias dan Flores menunjukkan bahwa suku Jawa lebih sering melakukan *faking* saat wawancara. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada suku Jawa yang menunjukkan hasil signifikan yang lebih besar dibandingkan pada suku Tionghoa, sehingga dapat disimpulkan bahwa suku Jawa sering menggunakan keempat tipe *faking* yaitu menutupi kekurangan yang ada pada diri kandidat (*SIC*), memalsukan jawaban (*EIC*), memperindah jawaban (*IP*), dan meyakinkan pewawancara atas jawaban yang diberikan oleh kandidat (*I*) dengan nilai uji t sebesar - 1,499, - 2,106, - 0,838, dan - 0,597. Suku Jawa lebih sering melakukan *faking* dikarenakan jumlah penduduk Indonesia yang memiliki suku Jawa lebih tinggi dibandingkan dengan suku yang lainnya. Oleh karena itu tingkat pengangguran pada suku Jawa lebih tinggi karena keinginan untuk mendapatkan pekerjaan sangat kuat sehingga perilaku *faking* menjadi salah cara utama yang dilakukan untuk memperoleh pekerjaan.

Hasil pengukuran perilaku *faking* yang diperoleh dalam uji t pada tingkat pendidikan akhir kandidat yaitu SMP, SMA, S1, dan S2 menghasilkan adanya perbedaan perilaku *faking* antara tingkat SMP dan SMA. Pada tingkat pendidikan akhir SMA perilaku *faking* yang sering digunakan adalah menyembunyikan kebenaran (*SIC*) dan merekayasa cerita (*EIC*) dengan hasil uji t sebesar 0,199 dan - 0,615. Sementara pada tingkat pendidikan akhir SMP perilaku *faking* yang sering dilakukan adalah menyembunyikan kelemahan diri (*IP*) dan menyenangkan pewawancara (*I*) dengan hasil uji t sebesar - 0,155 dan - 0,662.

Berdasarkan hasil pengukuran perilaku *faking* yang diperoleh dalam uji t pada pengalaman kerja kandidat menghasilkan adanya perbedaan perilaku *faking* pada kandidat yang memiliki pengalaman kerja selama 0 (nol) tahun dimana tipe perilaku *faking* yang sering digunakan adalah membangun citra kandidat yang baik (*SIC*) dan menggunakan taktik pada saat wawancara (*I*) dengan hasil uji t sebesar - 0,176 dan 0,111. Sementara pada kandidat yang memiliki pengalaman kerja satu 1 (satu) tahun perilaku *faking* yang sering digunakan adalah menciptakan jawaban yang palsu (*EIC*) dan menutupi hal-hal yang tidak bisa dilakukan (*IP*) dengan hasil uji t sebesar - 0,200 dan - 0,083.

Dari keseluruhan data yang diperoleh dari 69 kandidat yang telah diberikan skala sikap *faking* menghasilkan nilai rata – rata atau *mean* dari yang tertinggi sampai yang terendah berdasarkan empat aspek yaitu *SIC* (39,97), *EIC* (22,75), *IP* (18,14) dan

I (11,84). Maka dengan ini peneliti menyatakan bahwa dari keempat aspek yang digunakan sebagai acuan penyusunan skala sikap *faking*, *SIC* adalah perilaku *faking* pertama yang paling sering dilakukan oleh kandidat pada saat melakukan wawancara kerja baik dari kategori jenis kelamin (laki – laki dan perempuan), usia (17 - 19, 20 - 29, 30 - 39, dan 41 - 42 tahun), suku (Tionghoa, Jawa, Melayu, Batak, Karo, Nias dan Flores), pendidikan (SMP, SMA, S1 dan S2) dan pengalaman (0, 1, 2, >3 tahun). Perilaku *faking* kedua yang sering digunakan adalah *EIC*, ketiga adalah *IP* dan keempat adalah *I*.

Kandidat yang melakukan *faking SIC* akan mengutarakan keahlian yang tidak dimiliki oleh orang lain dimana keahlian itu hanya dimiliki oleh diri kandidat tersebut, menceritakan pengalaman orang lain untuk menutupi kekurangannya, mampu mengerjakan banyak hal padahal tidak demikian, mampu melaksanakan pekerjaan dengan baik walaupun sebenarnya tidak mampu, memiliki tujuan yang besar dalam pekerjaan yang akan dilamar di perusahaan tersebut dibandingkan dengan pekerjaan di perusahaan sebelumnya, menutupi kekurangan pada diri kandidat (misalnya, tidak mengatakan alasan yang sebenarnya keluar dari pekerjaan sebelumnya), meyakinkan pewawancara bahwa kandidat tidak memiliki masalah dalam pekerjaan sebelumnya, dan mengaku mudah beradaptasi dengan karyawan lain dan suatu pekerjaan meskipun sebenarnya tidak.

Faking EIC dilakukan kandidat dengan mengatakan bahwa kandidat tersebut berprestasi dalam berbagai bidang pekerjaan padahal tidak sesuai dengan realita yang sebenarnya, mengungkapkan bahwa dirinya rajin bekerja meskipun hal itu berlebihan, memiliki berbagai keterampilan kerja walaupun kenyataannya tidak sehebat itu, mengarang pengalaman kerja, mengarang cerita mengenai prestasi kerja padahal yang belum pernah dicapai, merekayasa cerita yang menunjukkan bahwa kandidat memenuhi persyaratan kerja, mengatakan bahwa kandidat mampu memenuhi persyaratan yang diminta oleh perusahaan (misalnya, kandidat memiliki sifat-sifat yang dibutuhkan oleh pekerjaan yang dilamar walaupun hal itu tidak semuanya benar), dan mengaku bahwa kandidat tidak mengalami kendala di pekerjaan sebelumnya.

Pada perilaku *faking IP* kandidat menyembunyikan kelemahan selama wawancara, menutupi hal-hal yang tidak bisa dilakukan, tidak menyebutkan pekerjaan yang tidak bisa dilakukan, berusaha membuat jawaban yang terdengar dan

terlihat menarik, menceritakan hal-hal yang terlihat hebat di mata *interviewer*.

Selanjutnya, perilaku *faking* yang terakhir yaitu *I* dimana kandidat berusaha membuat pewawancara memahami apa yang kandidat katakan, menjanjikan pencapaian target yang tinggi pada saat wawancara, mengatakan hal-hal yang positif mengenai dirinya secara berlebihan, menyetujui apapun yang diminta *interviewer* walaupun sebenarnya kandidat tidak terlalu yakin (misalnya, mengatakan bahwa pendapat *interviewer* sangat baik meskipun tidak demikian), mengatakan hal-hal berlebihan mengenai *interviewer* (misalnya, kandidat mengatakan perasaan senang yang berlebihan).

Perilaku *faking* merupakan sesuatu hal yang wajar dilakukan dalam kegiatan wawancara kerja. Namun apabila perilaku *faking* tersebut sudah masuk dalam tahap *Extensive Image Creation* maka perilaku *faking* tersebut masuk dalam kategori *faking* negatif atau tidak wajar karena ketika wawancara kandidat sudah menciptakan jawabannya sendiri.

Penelitian ini juga memiliki kelebihan dan kelemahan. Kelebihan dari penelitian ini adalah bahwa perilaku *faking* yang terjadi dilihat dari berbagai kategori dan bukan hanya satu kategori saja melainkan berdasarkan lima kategori, diantaranya adalah jenis kelamin (laki-laki dan perempuan), usia (17 – 19, 20 – 29, 30 – 39, 41 – 42 tahun), suku (Tionghoa, Jawa, Melayu, Batak, Karo, Nias dan Flores), tingkat pendidikan (SMP, SMA, S1 dan S2), dan pengalaman (0, 1, 2, >3 tahun). Sedangkan penelitian yang sejalan dengan penelitian ini hanya menggunakan satu kategori yaitu pada jenis kelamin saja, sehingga penelitian ini lebih banyak memberikan informasi mengenai gambaran perilaku *faking* dari berbagai kategori yang belum pernah diteliti sebelumnya. Penelitian ini juga masih jarang diteliti oleh peneliti terutama di bidang Psikologi di Indonesia. Pentingnya perilaku *faking* diteliti karena memiliki dampak bagi kinerja kandidat di perusahaan tersebut.

Kelemahan dalam penelitian ini yaitu terbatasnya jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti. Populasi yang ada pada saat penelitian dapat dikatakan sedikit karena hanya terdapat 69 sampel. Hal ini menyebabkan peneliti tidak dapat mengambil jumlah sampel yang lebih besar sehingga tidak dapat menjangkau lebih luas perilaku *faking* pada saat wawancara kerja melalui skala sikap yang diberikan. Kemudian hal yang juga menjadi kendala bagi peneliti yaitu tempat, dimana beberapa organisasi atau perusahaan tidak memberikan izin peneliti untuk melakukan pengambilan data. Hal itu

juga dikarenakan tidak banyak organisasi atau perusahaan yang sedang melakukan seleksi karyawan pada saat waktu penelitian. Kendala lain yang peneliti temukan adalah bahwa saat pengisian skala tempat yang digunakan kurang kondusif dan nyaman.

Kesimpulan

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kandidat yang melamar dan melakukan wawancara di PT. X terbukti melakukan perilaku *faking*. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan jumlah persentase antara jenis kelamin, usia, suku, pendidikan dan pengalaman kerja.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah bahwa perilaku *faking* apabila dilihat berdasarkan jenis kelamin dan juga suku, maka akan terlihat perilaku *faking* lebih sering terjadi pada perempuan dan pada suku Jawa. Sedangkan jika dilihat berdasarkan usia, tingkat pendidikan, dan pengalaman kerja, perilaku *faking* dapat terjadi di berbagai usia, berbagai tingkat pendidikan, dan juga berbagai pengalaman kerja.

Saran untuk pewawancara adalah agar dapat menambah pengetahuan bagi pewawancara untuk tidak langsung mempercayai pernyataan yang disampaikan oleh kandidat pada saat wawancara, serta lebih berhati-hati dalam membuat penilaian dan kesimpulan pada saat wawancara agar tidak mempengaruhi hasil dari wawancara.

Saran untuk penelitian selanjutnya agar peneliti dapat menambah setiap kategori suku yang ada di Indonesia. Pengumpulan data dapat disertai dengan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen.

Daftar Pustaka

- Azwar, S. (2004). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badriyah, M. (2015). *Manajemen sumber daya manusia*. Bandung: Pustaka Setia .
- Bangun, W. (2012). *Manajemen sumber daya manusia* . Bandung: Erlangga.
- Barrick, M. R., Shaffer, J. A., & DeGrassi, S. W. (2009). What you see may not be what you get: relationships among self-presentation tactics and ratings of interview and job performance. *J. Appl. Psychol.* 94, 1394–1411. doi: 10.1037/a0016532

- Ellis, A. P. J., West, B. J., Ryan, A. M., & DeShon, R. P. (2002). The use of impression management tactics in structured interviews: a function of question type? *J. Appl. Psychol.* 87, 1200–1208. doi: 10.1037/0021-9010.87.6.1200
- Higgins, C. A., Judge, T. A., & Ferris, G. R. (2003). Influence tactics and work outcomes: a meta-analysis. *J. Organ. Behav.* 24, 89–106. doi: 10.1002/job.181
- Kim, B. H. (2011). Deception and applicant faking: putting the pieces together. In G. P. Hodgkinson, & J. K. Ford, *International review of industrial and organizational psychology* 26, 240-292. Los Angeles: Willey-Blackwell.
- Law, S. J., Bourdage, J., & O'Neill, T. A. (2016). To fake or not to fake : Antecedents to interview faking, warning instruction, and its impact on applicant reactions. *original research*, 7, 1-12.
- Narbuko, C., & Achmadi, H. A. (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Orina, N. B. (2018). Impact of Individual Differences on Faking Behavior [Electronic Theses Dissertations]. Amerika Serikat (AS): South Dakota State University.
- Periantalo, J. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi: Asyik, Mudah & Bermanfaat*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Pervin, L. A., Cervone, D., & Oliver, P. J. (2012). *Psikologi kepribadian: Teori dan Penelitian* (edisi ke-9). Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Prasmara, A., & Wijaya, N. H. (2017). Relations between big five personalities, motivation to fake, and applicant faking behavior. *JMK*, 19(2), 85-90.
- Primawestri, K, R., & A, R. (2016). Kepribadian honesty – huminity dan perilaku impression management pada karyawan dinas koperasi dan umkm prov. jawa tengah. *Jurnal Empati*, 5(4), 780-785.
- Priyanto, D. (2011). *SPSS*. Yogyakarta: Media Kom
- Stevens, C. K., & Kristof, A. L. (1995). Making the right impression: a field study of applicant impression management during job interviews. *J. Appl. Psychol.* 80, 587–606. doi: 10.1037/0021-9010.80.5.587
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian* . Bandung: Alfabeta.
- Suwahyu, M. (2017). Hubungan persepsi siswa tentang kemampuan mengajar mahasiswa praktik kerja lapangan atau (PPL) dengan minat belajar siswa SMK Negeri 17 Samarinda. *Psikoborneo*, 5(2), 414-7426.
- Wahyuni, S., Hakam, M. S., & Iqbal, M. (2015). Analisis mekanisme seleksi berbasis pendekatan teori human capital. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1), 1-7.