



UJI VALIDITAS EKSTERNAL TES KEPRIBADIAN HEXACO-60

Medianta Tarigan^{1✉}, Fadillah Fadillah²

¹Departemen Psikologi, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Bandung, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Disubmit 17 April 2021
Direvisi 19 April 2021
Diterima 25 April 2021

Keywords:

HEXACO-60, MBTI,
personality,
measurement, validity

Abstrak

Penggunaan HEXACO-60 sebagai salah satu tes kepribadian yang digunakan untuk mengukur kepribadian seseorang masih belum cukup familiar di Indonesia. Sebagai bagian dari pengembangan alat ukur yang sangat diperlukan oleh para praktisi di lapangan, diperlukan uji psikometri yang dapat menunjukkan alat tersebut cukup valid untuk digunakan. HEXACO-60 memiliki tujuan yang sama dengan penggunaan tes kepribadian MBTI yaitu mengukur kepribadian secara objektif. Oleh karena itu, penelitian ini akan melihat hubungan antara dimensi pada tes HEXACO-60 dengan dimensi pada tes MBTI sebagai pengukuran validitas konkuren. Menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian ini menggunakan total sampel sebanyak 1,016 partisipan yang terdiri dari mahasiswa dan pekerja dari berbagai kalangan. Teknik analisis data yang digunakan adalah koefisien korelasi Pearson. Hasil yang diperoleh menunjukkan adanya hubungan antara dimensi HEXACO-60 dan dimensi MBTI yang bersesuaian, dengan hubungan positif tertinggi (korelasi lebih dari 0.5) terdapat pada dimensi *extraversion* dan *extrovert*.

Abstract

The use of HEXACO-60 as a personality test that is used to measure a person's personality is still not quite familiar in Indonesia. As part of the development of measuring instruments that are indispensable for practitioners in the field, a psychometric test is needed that can show that the tool is valid enough to use. The HEXACO-60 has the same objective as using the MBTI personality test, which is to objectively measure personality. Therefore, this study will look at the relationship between the dimensions on the HEXACO-60 and the MBTI as a measure of concurrent validity. The research method used is quantitative research with a total sample of 1,016 participants consisting of students and workers from various backgrounds. The data analysis technique used was the Pearson correlation coefficient and the Mann-Whitney U test. The results obtained showed that there was a relationship between the HEXACO-60 dimension and the corresponding MBTI dimension, with the highest positive relationship (correlation more than 0.5) found in the extraversion and extrovert dimensions.

PENDAHULUAN

Menurut McCrae & Costa (2003), kepribadian didefinisikan sebagai suatu sifat atau *trait*. *Trait* merupakan pola yang konsisten terkait pikiran, perasaan, dan tindakan yang berbeda tiap-tiap individu. Kepribadian merupakan pola dan sifat karakteristik tertentu, yang relatif permanen, bersifat konsisten dan berbeda setiap individu (Feist & Feist, 2008). Cervone & Lawrence (2011) menyebutkan bahwa kepribadian merupakan kualitas psikologis yang berkontribusi terhadap ketahanan (*enduring*) dan bentuk pola khusus dari perasaan, pikiran, dan perilaku. Kepribadian (*personality*) adalah karakteristik psikologi unik yang menyebabkan seseorang memberikan respons yang relatif konsisten (Armstrong et al., 2008). Psikologi kepribadian memerlukan sebuah model deskriptif atau taksonomi untuk memahami kepribadian. Salah satu tujuan utama taksonomi dalam ilmu pengetahuan adalah untuk menyederhanakan definisi yang saling tumpang-tindih (John & Srivastava, 1999).

Dalam memahami gambaran kepribadian seseorang digunakan sebuah metode pengukuran tertentu, salah satunya melalui tes psikologi. Tes psikologi adalah suatu pengukuran yang objektif dan terstandar tentang suatu perilaku terhadap sampel tertentu. Tujuan dari tes psikologi adalah untuk mengukur perbedaan antar individu dan mengukur reaksi individu yang sama pada situasi yang berbeda (Urbina, 2004). Salah satu yang termasuk ke dalam tes psikologi adalah tes kepribadian. Tes kepribadian bertujuan untuk mengukur *trait*, kualitas, atau perilaku yang menunjukkan individualitas seseorang (Kolt & Andersen, 2004). Dalam usaha melakukan pengukuran psikologis, maka evaluasi sifat-sifat psikometrik dari inventori psikologis menjadi elemen penting agar dapat mendukung validitas ilmiahnya. Banyak perkembangan penelitian psikometrik yang berkontribusi terhadap evolusi

pengukuran psikologis tentang sifat-sifat kepribadian (Hopwood & Donnellan, 2010).

Saat ini, model struktur kepribadian yang paling banyak digunakan berdasarkan pada analisis kata sifat yang dijadikan deskriptif kepribadian. Ahli-ahli psikologi telah mencoba mengelompokkan kepribadian menjadi beberapa kelompok mendasar. Metode ini memungkinkan karakteristik yang saling berkorelasi akan digabungkan dan yang tidak berkorelasi akan digabungkan dengan kelompok yang lain. Model yang paling dikenal adalah model lima faktor kepribadian yang sering disebut sebagai *Big Five* (Goldberg, 1993). Berbeda dengan *Big Five* yang merinci secara spesifik penjelasan kepribadian berdasarkan masing-masing aspek, *Myers Briggs Type Theory* (MBTI) menawarkan pengukuran kepribadian yang lebih menarik dengan tipologinya. Seperti halnya *Big Five*, MBTI telah digunakan di berbagai bidang untuk beberapa tujuan, seperti pendidikan, pengembangan tim, dan perilaku individu di organisasi dan telah diadaptasi pada lebih dari 30 bahasa (Cunningham, 2013; Wurster, 1993). Penelitian validitas dan reliabilitas yang dilakukan oleh Randall et al. (2017) menunjukkan bahwa MBTI memiliki konstruk validitas yang cukup dipercaya melalui telaah meta-analisis beberapa penelitian yang telah banyak dilakukan sebelumnya.

Baik *Big Five* maupun MBTI menggunakan analisis kata sifat yang sama seperti halnya pada banyak alat pengukuran kepribadian. Kedua alat ini menggunakan metode konstruksi induktif dalam penciptaan alat ukurnya, dimana pembuatannya dilakukan dengan pembuatan banyak aitem yang beragam lalu dianalisis menggunakan analisis faktor (Bashiri et al., 2011). Pada tahun 2004, dengan metode konstruksi induktif seperti halnya *Big Five* dan MBTI yang telah lebih dulu dikenal, Ashton dan Lee mengajukan model kepribadian baru. Model ini terdiri dari enam dimensi. Model tersebut

didapatkan berdasar hasil analisis mereka pada sejumlah studi leksikal dari beberapa bahasa Eropa dan Asia. Tiga dari enam modelnya serupa dengan yang disebutkan dalam *Big Five*. Enam dimensi yaitu dimensi *Honesty-Humility* (H), *Emotionality* (E), *Extraversion* (X), *Agreeableness (versus anger)* (A), *Conscientiousness* (C), dan *Openess to Experience* (O). Berbeda dengan *Five Factor Model (FFM)* pada *Big Five*, model HEXACO-60 memberikan sebuah kemajuan terbaru dalam psikologi kepribadian. Ashton & Lee (2008), menyatakan bahwa berbagai studi telah menunjukkan model pada tes HEXACO-60 telah berhasil menambah 5-15% lebih kejelasan perbedaan dimensi kepribadian daripada FFM yang selama ini banyak digunakan. Adanya penambahan dimensi *Honesty-Humility*, HEXACO-60 dinilai mampu menangkap bagian aktif dari kepribadian egois, yang tidak diungkap oleh FFM (Vries, 2013).

Berbeda dengan MBTI yang menawarkan pemeriksaan kepribadian berdasarkan tipologi, HEXACO-60 dinilai menawarkan pengukuran kepribadian yang langsung melihat pada *trait*, dimana hal ini memungkinkan pemeriksaan menjadi lebih spesifik dan mendetail (Ashton, 2017). Penelitian terkait hubungan yang signifikan antara *Big Five* dan HEXACO-60 telah dilakukan di berbagai penelitian (Bashiri et al., 2011). Namun di Indonesia, uji validitas terhadap HEXACO-60 masih terbatas. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji validitas konkuren pada HEXACO-60 dengan melihat hubungan antara dimensi pada tes HEXACO-60 dengan dimensi pada tes MBTI. Validitas konkuren diteliti ketika satu tes diajukan sebagai pengganti bagi yang lain (Cronbach & Meehl, 1955). Diharapkan, hasil penelitian ini mampu memberikan manfaat berupa informasi terkait tingkat keterpercayaan terhadap kualitas HEXACO-60 untuk dapat digunakan oleh praktisi di

lapangan dalam sebagai pengukuran kepribadian.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif, dengan sumber data adalah data primer yang berasal dari hasil tes psikologi kepribadian mahasiswa dan kalangan umum. Tabel 1 menunjukkan demografi partisipan yang terlibat dalam penelitian.

Tabel 1.
Demografis Partisipan

Isian demografi		Jumlah Partisipan (orang)	Persen tase (%)
Jenis	Perempuan	597	
Kelamin	Laki - laki	419	
Tempat	Bandung	283	
Pengambi	Jabodetabek	223	
lan	Malang	73	
Sampel	Medan	59	
	Padang	27	
	Pekanbaru	31	
	Semarang	100	
	Yogyakarta	220	
Jumlah Partisipan		1016	
Waktu	Pengambilan	Oktober 2019 - September 2020	
Sampel			

HEXACO-60 adalah salah satu tes kepribadian yang bertujuan untuk mengukur enam dimensi utama kepribadian, yang berasal dari studi leksikal dari struktur kepribadian (Lee & Ashton, 2004). HEXACO-60 dikembangkan oleh Lee dan Ashton setelah keduanya menganalisis beberapa penelitian mengenai lima faktor kepribadian (*Big Five*) di berbagai bahasa dan budaya. Lee dan Ashton melihat bahwa analisis faktor yang dilakukan dalam penelitian menunjukkan terdapat model dengan enam faktor kepribadian (Burtäverde et al., 2017). Dalam membangun HEXACO-60, Lee dan Ashton memutuskan bahwa masing-masing dari enam skala harus berisi 10 item yang secara kolektif mencakup berbagai konten, dengan setidaknya dua item mewakili masing-masing dari empat aspek dari setiap skala. Berikut merupakan

karakteristik dari enam dimensi utama tes HEXACO-60:

1) *Honesty-Humility* (H)

Dimensi ini menunjukkan kejujuran dan kerendahan hati seseorang. *Honesty-humility* pada individu digambarkan dalam empat hal. Keempat hal tersebut adalah *sincerity* (ketulusan) untuk menilai kecenderungan menjadi tulus dalam hubungan interpersonal, *fairness* (keadilan) untuk menilai kecenderungan menghindari penipuan, *greed* (keserakahan) untuk menilai kecenderungan tidak tertarik dalam memiliki kekayaan dan *modesty* (kesederhanaan) untuk menilai kecenderungan menjadi sederhana.

2) *Emotionality* (E)

Dimensi ini melihat pengalaman emosional seseorang dalam kehidupannya. *Emotionality* pada individu digambarkan dalam empat bagian. Keempat bagian tersebut adalah *fearfulness* (rasa takut) menilai kecenderungan untuk mengalami rasa takut, *anxiety* (kecemasan) menilai kecenderungan untuk khawatir di berbagai hal, *dependence* (ketergantungan) menilai kebutuhan dukungan secara emosional dari orang lain, *sentimentality* (sentimental) menilai kecenderungan untuk merasakan emosi yang kuat dengan orang lain.

3) *Extraversion* (X)

Dimensi ini melihat ke dalam diri individu dalam menjalankan kehidupannya. Dalam *extraversion*, individu digambarkan dengan empat bagian. Keempat bagian tersebut adalah *expressiveness* (ekspresi) menilai kecenderungan kegembiraan dalam kehidupan interpersonal, *social boldness* (keberanian sosial) menilai kenyamanan seseorang atau rasa percaya saat berada dalam berbagai situasi sosial, *sociability* (keramahan) menilai kenyamanan dalam

berkomunikasi atau berinteraksi sosial, *liveliness* (keaktifan) menilai keantusiasan dan energi yang dimiliki individu.

4) *Agreeableness* (A)

Agreeableness digunakan untuk melihat interaksi individu dengan orang lain. Empat bagian dari dimensi ini yaitu *forgiveness* (memafkan) menilai kesediaan untuk percaya pada individu yang pernah melakukan kesalahan, *gentleness* (kelembutan) menilai kemudahan dalam menyelesaikan masalah dengan orang lain, *flexibility* (fleksibel) menilai kesediaan bekerjasama dengan orang lain, dan *patience* (kesabaran) menilai kecenderungan untuk tenang dan tidak mudah marah.

5) *Conscientiousness* (C)

Dimensi ini digunakan untuk melihat preferensi seseorang dalam melakukan kegiatan dan tugas sehari-hari. Gambaran dimensi ini dapat dilihat dalam empat bagian yaitu, *organization* (organisasi) menilai kecenderungan untuk mencari keteraturan, *diligence* (ketekunan) menilai kerja keras, *perfectionism* (perfeksionis) menilai ketelitian dan kepedulian terhadap hal yang detail, *prudence* (kebijaksanaan) menilai kecenderungan berbicara dengan hati-hati.

6) *Openness to Experience* (O)

Dimensi ini melihat keterbukaan individu pada pengalaman. Pada dimensi ini digambarkan dalam empat bagian yaitu, *aesthetic* (keindahan) menilai penghayatan seseorang dalam menikmati keindahan seni dan alam, *inquisitiveness* (rasa ingin tahu) menilai keingintahuan yang dimiliki mengenai alam dan manusia, *creativity* (kreativitas) menilai preferensi seseorang dalam inovasi dan eksperimen, dan *unconventionality* (tidak konvensional) menilai kecenderungan dalam menerima ide yang tidak biasa.

Pada pengerjaannya, subjek diberikan lembar soal HEXACO-60 yang terdiri dari 60

soal pernyataan. Subjek kemudian diminta untuk memberikan penilaian dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) sesuai dengan gambaran keadaan dirinya. Hasil tes kemudian dilakukan penentuan skor sesuai dengan ketentuan cara skor tiap-tiap dimensi.

Selanjutnya, Tes MBTI bersandar kepada empat kecenderungan skala yang saling bertolak belakang yakni *ekstrovert vs introvert*, *sensing vs intuition*, *thinking vs feeling*, dan *perceiving vs judging*. Empat dimensi kepribadian tersebut memiliki karakteristik sebagai berikut:

1) *Ekstrovert - Introvert* (Indeks EI)

Ekstrovert (E), keterlibatan aktif dengan orang-orang sebagai sumber energi. Persepsi dan penilaian difokuskan pada orang dan benda. *Introvert* (I), memiliki preferensi kesendirian sebagai sumber energinya. Persepsi dan penilaian difokuskan pada konsep dan ide (Myers & Mary, 1985).

2) *Sensing - Intuition* (Indeks SN)

Penginderaan (S) dan intuisi (N) adalah fungsi kognitif dari “persepsi” yang menentukan preferensi untuk mengandalkan panca indera mereka ketika mengumpulkan informasi. Tipe *sensing* memiliki preferensi untuk lebih mengandalkan panca indera mereka ketika mengumpulkan informasi. Tipe ini menyukai aplikasi yang konkret, faktual, dan praktis saat mengumpulkan informasi. Fokus tipe *sensing* adalah masa lalu dan masa kini. Tipe *intuition* melihat kemungkinan situasional dari perspektif yang lebih besar dan lebih abstrak dan teoritis dalam hal apa yang bisa dan apa yang mungkin untuk masa depan. Firasat, kilasan inspirasi, dan wawasan dihubungkan dengan intuisi (Sample, 2018).

3) *Thinking - Feeling* (Indeks TF)

Dimensi TF melihat bagaimana orang mengambil keputusan. Tipe *thinking* adalah orang yang bergantung pada logika

untuk memperoleh kesimpulan. Tipe ini berorientasi pada tugas, dan lebih mungkin mengambil keputusan yang melibatkan orang lain. Mereka bergantung pada nilai-nilai impersonal. Sementara untuk tipe *feeling*, mereka mencari harmoni di tempat kerja. Mereka bersifat simpatetik terhadap kebutuhan orang-orang, berorientasi pada orang lain dan memiliki keengganan untuk memberitahu orang lain tentang kabar buruk atau kesalahan orang lain (Michael & College, 2001).

4) *Perceiving - Judging* (Indeks PJ)

Dimensi PJ melihat derajat fleksibilitas seseorang. Tipe *perceiving* bersifat terbuka pada perubahan, fleksibel, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, bersikap spontan, membiarkan hidup mengalir dan tidak gentar oleh hal yang tiba-tiba. Tipe ini mudah beradaptasi, pengertian, memiliki toleransi tinggi. Namun, tipe *perceiving* memiliki sifat impulsif, sulit mengambil keputusan cepat, tidak terorganisir, dan kurang fokus. Tipe *judging* memiliki preferensi untuk keteraturan, hal-hal yang terencana, senang menentukan tujuan, dan menyukai rutinitas yang terstruktur. Mereka dapat diandalkan dan dapat menentukan hal dengan baik. Namun, tipe *judging* memiliki sifat yang kaku, terlalu cepat menyimpulkan sesuatu, terlalu kritis dan terlalu menghakimi (Gardner, 1996).

Pada pengerjaan tes MBTI, subjek diberikan lembar soal MBTI yang terdiri dari 70 pasang soal pernyataan. Subjek kemudian diminta untuk memilih pernyataan yang paling sesuai dengan gambaran keadaan dirinya. Kemudian hasil tes diperoleh dengan perhitungan skor berdasarkan ketentuan cara skor setiap dimensi.

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah validitas konkuren. Pada pengujian akan dilihat sejauh mana hasil dari

suatu alat ukur sesuai dengan hasil dari alat ukur lain yang memiliki konstruksi yang serupa (Zheng & de Jong, 2011). McDowell (2009) menjelaskan bahwa pengujian validitas mengukur sejauh mana suatu alat ukur berkorelasi dengan 'standar emas' (*gold standard*). Standar emas yang dipakai adalah alat ukur serupa dengan skala yang saat ini diterima untuk mengukur konstruk yang tengah diuji. Bannigan & Watson (2009) menjelaskan validitas konkuren dapat diukur dengan melakukan perhitungan korelasi skor alat ukur yang diteliti dengan skor dari alat ukur *gold standard*. Akan tetapi, perlu diperhatikan bahwa alat ukur *gold standard* memiliki reliabilitas atau validitas yang telah teruji secara psikometris. Pada penelitian kali ini alat ukur yang digunakan untuk menguji validitas tes HEXACO-60 adalah tes MBTI, yang telah teruji dengan baik validitas dan reliabilitasnya (Randall et al., 2017).

Salah satu teknik korelasi untuk mencari korelasi antar dua variabel yang kerap kali digunakan dalam pengujian psikometrik adalah korelasi Pearson (Obilor & Amadi, 2018). Pada penelitian kali ini, data yang diperoleh dari tes HEXACO-60 dan MBTI merupakan data dengan variabel yang memiliki skala ordinal. Pada tes HEXACO-60, jenjang tertinggi diberi angka 5 (sangat sesuai) dan terendah diberi angka 1 (sangat tidak sesuai). Kedua data tersebut kemudian dilakukan uji korelasi menggunakan uji

korelasi Pearson. Teknik statistik yang digunakan untuk melihat hubungan antara HEXACO-60 dan MBTI adalah dengan menggunakan analisis korelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis korelasi pada uraian berikut ini dapat dilihat bahwa apabila suatu dimensi HEXACO-60 berkorelasi positif dengan suatu aspek MBTI maka akan menjadi berkorelasi negatif dengan nilai koefisien korelasi yang sama apabila dihubungkan dengan aspek MBTI lawannya. Analisis korelasi antara dimensi pada alat ukur kepribadian HEXACO-60 dan MBTI menunjukkan bahwa dimensi *extraversion* memiliki korelasi positif yang cukup tinggi dengan aspek *ekstrovert*, dan memiliki korelasi negatif dengan *introvert*. Individu dengan skor yang tinggi pada skala *extraversion* HEXACO-60 menunjukkan individu dengan merasa positif tentang diri mereka sendiri, merasa percaya diri saat memimpin atau berbicara dengan sekelompok orang dan menikmati pertemuan dan interaksi sosial (Ashton & Lee, 2007). Sementara pada aspek ekstrovert pada MBTI menunjukkan bahwa individu dengan preferensi Ekstraversi menarik energi dari dunia luar untuk berinteraksi sosial. Individu cenderung lebih suka berkomunikasi dengan berbicara sehingga sering dianggap pembicara yang baik (Myers et al., 1962).

Tabel 2.
Korelasi antara dimensi HEXACO-60 dan aspek MBTI

	E	I	S	N	T	F	J	P
Open	0.058	-0.058	-0.360*	0.360*	0.088	-0.088	-0.100	0.100
Consc	0.136	-0.136	0.044	-0.044	0.185	-0.185	0.388*	-0.388*
Agree	0.131	-0.131	0.043	-0.043	-0.203*	0.203*	0.074	-0.074
Extrvs	0.550*	-0.550*	-0.086	0.086	0.082	-0.082	0.086	-0.086
Emoti	-0.129	0.129	0.468	-0.468	-0.292*	0.292*	0.044	-0.044
HonHum	0.086*	-0.086*	-0.040	0.040	0.048	-0.048	0.009	-0.009

Dimensi *openness to experience* pada tes HEXACO-60 memiliki hubungan terdekat dengan dimensi SN (*sensing – intuition*) pada tes MBTI. Individu yang memiliki skor tinggi pada dimensi *openness to experience* pada tes HEXACO-60 menggambarkan keterbukaan individu pada pengalaman dan hal ini terkait dengan kemampuan untuk mengumpulkan informasi. Keterbukaan individu dalam mengumpulkan informasi melalui panca indera atau impresi yang ditangkap melalui informasi yang diterima sebagaimana dijelaskan pada dimensi *sensing-intuition* yang terdapat pada MBTI (Sample, 2018).

Begitu juga hasil dari korelasi antara dimensi *conscientiousness* pada tes HEXACO-60 memiliki hubungan terdekat dengan dimensi *judging – perceiving* pada tes MBTI. Dimensi *conscientiousness* pada tes HEXACO-60 digunakan untuk melihat preferensi seseorang dalam melakukan kegiatan dan tugas sehari-hari. Individu dengan skor yang sangat tinggi pada skala *conscientiousness* memiliki kendali untuk mengatur waktu dan lingkungan fisik mereka, bekerja dengan disiplin untuk mencapai tujuan, mengupayakan akurasi dan kesempurnaan dalam tugas, dan berhati-hati saat membuat keputusan. Hal ini sejalan dengan dimensi *judging-perceiving* pada MBTI. Individu dengan preferensi *judging* ingin segala sesuatunya rapi, teratur dan mapan. Individu dengan preferensi *perceiving* ingin segala sesuatunya fleksibel dan spontan (Randall et al., 2017). Pada penelitian terdahulu, dimensi *judging-perceiving* pada MBTI berkorelasi dengan dimensi *conscientiousness* pada tes NEO PI yang menggunakan konstruksi *Big Five* (Furnham, 1996).

Sementara itu, dimensi *agreeableness* dan dimensi *emotionality* pada tes HEXACO-60 memiliki keterkaitan yang signifikan dengan dimensi setara MBTI yaitu *thinking-feeling*. Dimensi-dimensi ini menunjukkan suatu cara bagaimana orang mengambil

keputusan apakah bergantung pada logika ataukah pada rasa simpatetik terhadap kebutuhan orang-orang (Michael & College, 2001).

Temuan yang menarik adalah korelasi antara dimensi *honesty-humility* pada tes HEXACO-60, yang mana dimensi ini adalah dimensi yang tidak terdapat pada teori *Big Five*. Hasil analisis menunjukkan dimensi *honesty-humility* berkorelasi dengan dimensi *extraversion-introversion* pada tes MBTI. Orang-orang dengan skor tinggi pada dimensi *honesty-humility* memiliki kecenderungan menghindari memanipulasi orang lain untuk keuntungan pribadi, tidak tertarik pada kekayaan dan kemewahan yang mewah, dan tidak merasa berhak atas status sosial yang lebih tinggi. Sebaliknya, individu dengan skor yang sangat rendah pada skala ini akan menyanjung orang lain untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan, cenderung melanggar aturan demi keuntungan pribadi, termotivasi oleh keuntungan materi, dan merasa sangat mementingkan diri sendiri.

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa individu dengan *honesty-humility* yang tinggi cenderung memiliki nilai-nilai diri yang lebih terbuka dan menjunjung kesetaraan terhadap wanita, minoritas dan perbedaan status sosial ekonomi sehingga akan berlaku adil. Individu dengan skor tinggi pada dimensi *honesty-humility* termotivasi untuk menjaga kohesi sosial dan rasa aman secara kolektif (Kajonius & Dåderman, 2014). Međedović (2017) melakukan komparasi atas penelitian yang dilakukan dengan data yang diperoleh dari penelitian sebelumnya yang menggunakan *Big Five* sebagai alat eksplorasi kepribadian (Jones et al., 2011; Miller & Lynam, 2001). Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa *honesty*, *emotionality*, *agreeableness*, dan *conscientiousness* yang rendah berhubungan dengan tingkat antisosial dan perilaku kriminalitas individu. Di samping itu, individu yang menunjukkan perilaku antisosial yang lebih tinggi

cenderung lebih tidak tulus dan tidak adil, mereka tidak memiliki rasa takut dan *emotional empathy*.

Dengan melihat definisi-definisi tiap dimensi antara tes HEXACO-60 dan MBTI terlihat bahwa hasil analisis dengan metode statistik di atas menjadi bukti empiris bagi dugaan awal penelitian bahwa terdapat dimensi pada HEXACO-60 dan MBTI yang saling berhubungan. Dengan kata lain, benar bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi pada HEXACO-60 dan MBTI dan terdapat dimensi HEXACO-60 dan MBTI yang mengukur dimensi yang sama.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bagian sebelumnya, penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi pada alat ukur HEXACO-60 dan MBTI. Adapun hubungan yang paling erat adalah antara dimensi *extraversion* pada HEXACO-60 dan dimensi EI (*ekstrovert-introvert*) pada MBTI. Hasil ini menunjukkan bahwa HEXACO-60 dan MBTI mengukur dua hal yang sama. Dengan kata lain, Alat ukur HEXACO-60 dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur kepribadian.

Adapun hal yang belum dapat diuji dalam penelitian ini adalah apakah terdapat bias aitem pada HEXACO-60 terkait perbedaan kelompok, misalnya bias etnis, jenis kelamin atau pun jenjang pendidikan. Untuk itu, berdasarkan hasil penelitian ini maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah menelaah lebih lanjut kualitas aitem pada HEXACO-60 terkait bias-bias tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, G., Kotler, P., Adam, S., Denize, S., & Volkov, M. (2008). *Principles of Marketing*.

Ashton, M. C. (2017). Individual differences and personality. In *Individual Differences and Personality*.

<https://doi.org/10.1079/9780851993973.0333>

Ashton, M. C., & Lee, K. (2007). Empirical, theoretical, and practical advantages of the HEXACO model of personality structure. *Personality and Social Psychology Review*, 11(2), 150–166. <https://doi.org/10.1177/1088868306294907>

Ashton, M. C., & Lee, K. (2008). *The HEXACO Model of Personality Structure and the Importance of the H Factor*. 5, 1952–1962.

Bannigan, K., & Watson, R. (2009). Reliability and validity in a nutshell [Electronic Version]. *Journal of Clinical Nursing*. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2702.2009.02939.x>

Burtăverde, V., Chraif, M., Aniței, M., & Dumitru, D. (2017). The HEXACO Model of Personality and Risky Driving Behavior. *Psychological Reports*, 120(2), 255–270. <https://doi.org/10.1177/0033294116688890>

Cervone, D., & Lawrence, P. (2011). *Personality Theory and Research* (12th ed.). Wiley.

Cronbach, L. J., & Meehl, P. E. (1955). Construct validity in psychological tests. *Psychological Bulletin*, 52(4), 281–302. <https://doi.org/10.1037/h0040957>

Cunningham, L. (2013). *Myers-Briggs personality test embraced by employers, not all psychologists*. The Seattle Times. <https://www.seattletimes.com/business/myers-briggs-personality-test-embraced-by-employers-not-all-psychologists/>

Feist, J., & Feist, G. J. (2008). *Theories of Personality* (7th ed.). McGrawHill.

- Furnham, A. (1996). The big five versus the big four: The relationship between the Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) and NEO-PI five factor model of personality. *Personality and Individual Differences*.
[https://doi.org/10.1016/0191-8869\(96\)00033-5](https://doi.org/10.1016/0191-8869(96)00033-5)
- Gardner, W. L. (1996). *Using the Myers-Briggs Type Indicator to Study Managers: A Literature Review and Research Agenda*. 22(1), 45–83.
- Goldberg, L. R. (1993). The Structure of Phenotypic Personality Traits. *American Psychologist*.
<https://doi.org/10.1037/0003-066X.48.1.26>
- Hopwood, C. J., & Donnellan, M. B. (2010). How should the internal structure of personality inventories be evaluated? *Personality and Social Psychology Review*, 14(3), 332–346.
<https://doi.org/10.1177/1088868310361240>
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). *The Big-Five Trait Taxonomy* (Issue 510). New York: Guilford (in press).
- Jones, S., Miller, J., & Lynam, D. (2011). Personality, antisocial behavior, and aggression: A meta-analytic review. *Journal of Criminal Justice*, 39, 329–337.
<https://doi.org/10.1016/j.jcrimjus.2011.03.004>
- Kajonius, P. J., & Dåderman, A. M. (2014). Exploring the relationship between honesty-humility, the big five, and liberal values in Swedish students. *Europe's Journal of Psychology*.
<https://doi.org/10.5964/ejop.v10i1.672>
- Kolt, G. S., & Andersen, M. B. (2004). *Psychology in the Physical and Manual Therapies*. Elsevier Inc.
- Lee, K., & Ashton, M. C. (2004). *Multivariate Behavioral Psychometric Properties of the HEXACO Personality Inventory*. *September 2013*, 37–41.
<https://doi.org/10.1207/s15327906mbr3902>
- Lodewyk, K., & Sullivan, P. (2017). Gender-Specific Associations between Personality Traits, Physical Activity, and Body Size Dissatisfaction. *JTRM in Kinesiology*, 1–18.
<http://ezproxy.lib.uconn.edu/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1126012&site=ehost-live>
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2003). *Personality in Adulthood* (2nd ed.). The Guilford Press.
- McDowell, I. (2009). Measuring Health: A guide to rating scales and questionnaires. In *Measuring Health: A Guide to Rating Scales and Questionnaires*.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195165678.001.0001>
- Michael, J., & College, W. (2001). *Using the Myers-Briggs Type Indicator as a Tool for Leadership Development? Apply With Caution*.
- Miller, J., & Lynam, D. (2001). Structural models of personality and their relation to antisocial behavior: A meta-analysis. *Criminology*, 39, 765–798.
- Myers, I., & Mary, M. (1985). *Manual: A Guide to the Development and Use to the Myers-Briggs Type Indicator* (2nd ed.). CA: Consulting Psychological Press.
- Myers, I., Mary, M., Quenk, N., & Allen, H. (1962). *MBTI Manual- A Guide to the Development and Use of the Myers-Briggs Type Indicator* (3rd ed.).
- Obilor, E. I., & Amadi, E. C. (2018). Test for significance of Pearson's correlation coefficient (r). *International Journal of Innovative Mathematics, Statistics & Energy Policies*, 6(1), 11–23.

- Ock, J., McAbee, S. T., Mulfinger, E., & Oswald, F. L. (2020). The Practical Effects of Measurement Invariance: Gender Invariance in Two Big Five Personality Measures. *Assessment*. <https://doi.org/10.1177/1073191119885018>
- Randall, K., Isaacson, M., & Ciro, C. (2017). Validity and Reliability of the Myers-Briggs Personality Type Indicator. *Journal of Best Practices in Health Professions Diversity*, *10*(1), 1–27. <https://www.jstor.org/stable/26554264>
- Sample, J. (2018). *A Review of the Myers-Briggs Type Indicator in Public Affairs Education A Review of the Myers-Briggs Type Indicator in Public Affairs Education*. 6803. <https://doi.org/10.1080/15236803.2017.12002300>
- Urbina, S. (2004). *Essentials of Psychological Testing*. John Wiley & Sons, Inc.
- Vries, R. E. de. (2013). *The 24-item Brief HEXACO Inventory (BHI)*. December. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2013.09.003>
- Wurster, C. D. (1993). *Myers-Briggs type indicator: A cultural and ethical evaluation*. *18*(4), 203–210.
- Zheng, Y., & de Jong, H. a. L. J. (2011). *Establishing construct and concurrent validity of Pearson Test of English Academic*. March, 1–43. http://www.pearsonpte.com/research/Documents/RN_EstablishingConstructAndConcurrentValidityOfPTEAcademic_2011.pdf