

# BAB I

## PENDAHULUAN

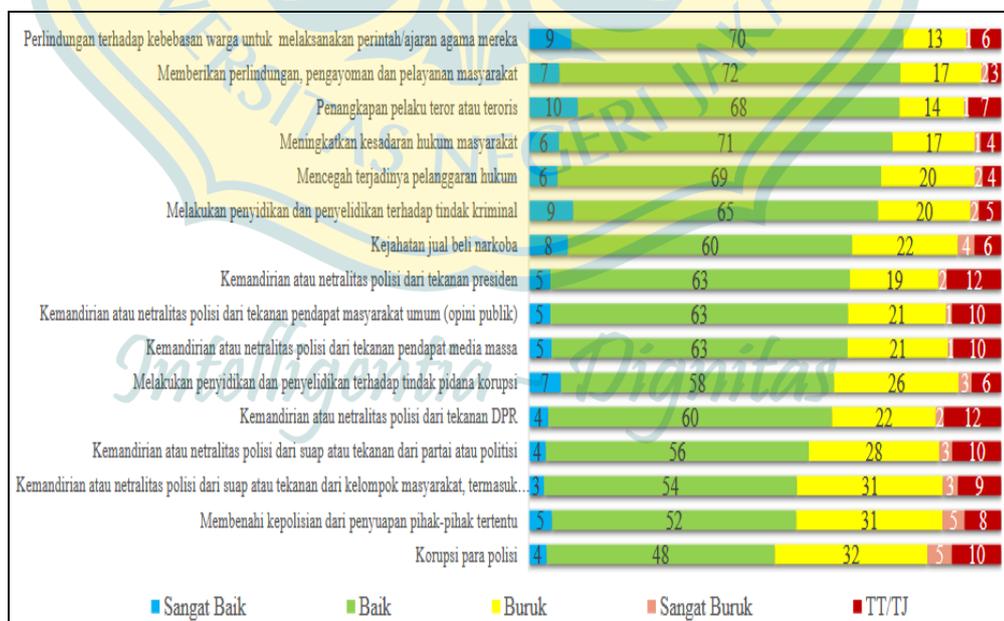
### 1.1 Latar Belakang

Kepolisian secara global dipandang sebagai fungsi pemerintahan yang bertanggung jawab untuk pencegahan, deteksi dan penyelidikan kejahatan, perlindungan orang dan properti (Watson, 2020). Hampir setiap negara di dunia memiliki kepolisian yang memainkan peran penting dalam menyelesaikan masalah sosial, manajemen keamanan, kejahatan, peraturan lalu lintas, dan bencana (Kocoń & Kryszk, 2015) serta sistem penegakan hukum di semua negara yang mempromosikan stabilitas nasional dan melindungi masyarakat (Agarwal *et al.*, 2021; Offerdahl, 2016) sehingga pemerintah memberi wewenang kepada polisi untuk menegakkan hukum dan menjaga keamanan publik dan ketertiban umum di masyarakat (Kapuria & Maguire, 2022). Namun kesenjangan antara harapan publik dan kinerja polisi semakin lebar setiap hari (Agarwal *et al.*, 2021), karena hanya kepolisian Inggris yang mampu membangun legitimasi dan penerimaan dari masyarakat serta mempertahankan citra publik melalui strategi komunikasi dan *branding* yang hebat dan membuktikan kepada publik bahwa keberadaan polisi untuk melayani dan melindungi, sedangkan polisi Jerman dan Amerika belum dapat mencapai hal yang sama karena mereka dipandang sebagai senjata penindas yang melindungi kepentingan kelas atas dengan mengorbankan orang miskin dan terpinggirkan (Oliver & Harry, 2021)

Profesi kepolisian dianggap sebagai salah satu profesi yang paling menegangkan dan kritis di seluruh dunia (Bishopp *et al.*, 2016; Gupta & Nandini, 2015; McCreary *et al.*, 2017; Kathuli & Mathenge, 2020), karena *nation branding* pada politik/militer, ekonomi, dan sosial/budaya dilaksanakan melalui diplomasi publik (Choi *et al.*, 2021; Kjærgaard & Merckelsen, 2012). *Personal Branding* adalah tindakan menggabungkan keterampilan dan bakat seseorang untuk menghasilkan nilai bagi orang-orang (Chen, 2013). *Branding* adalah rencana strategis yang dibuat individu untuk menyampaikan bakat mereka kepada publik (Parks-Yancy & Cooley, 2018). Kekuatan *branding* adalah faktor karir yang

signifikan karena dampak *Personal Branding* pada kelayakan kerja karir profesional (Minor-Cooley & Parks-Yancy, 2020b), namun masih belum jelas seberapa sadar orang tentang *Personal Branding* mereka sendiri dan proses membangun *Personal Branding* mereka (Scheidt *et al.*, 2020), karena itu setiap ketidakselarasan antara *Personal Branding* dan nilai merek, tujuan, kebijakan, dan budaya organisasi, dapat mengakibatkan karyawan berperilaku berbeda dari harapan organisasi (Reynekea *et al.*, 2014). Untuk itu, kesuksesan membangun strategi *Personal Branding* yang membutuhkan banyak usaha pribadi, pengetahuan diri dan waktu serta proses yang kompleks yang didasarkan pada nilai-nilai individu, pribadi, minat dan keyakinan dan berkontribusi untuk menjaga reputasi positif (Kucharska & Confente, 2017). Karena itu *Personal Branding* adalah salah satu topik terbaru dalam *branding* sehingga setiap orang dapat memiliki *Personal Branding* yang stabil dengan mempertimbangkan tujuan yang diberikan dan menggunakan strategi yang tepat (Shafiee *et al.*, 2020)

Permasalahan kepercayaan publik pada polisi berdasarkan Lembaga Survei Indonesia (LSI) Nasional yang dilaksanakan Tanggal 13-21 Agustus 2022 ditunjukkan pada grafik 1.1 di bawah ini.



Sumber: Lembaga Survei Indonesia (LSI) Nasional Tanggal 13-21 Agustus 2022.

**Grafik 1.1. Evaluasi Kinerja Kepolisian**

Grafik 1.1 di atas menunjukkan kepercayaan publik pada polisi berfluktuasi sesuai dengan indikator penilaian yang tersusun dalam survei terdapat 3 penilaian yang menunjukkan citra kepolisian dinilai buruk, pertama pada korupsi para polisi, kedua membenahi kepolisian dari penyuaapan pihak-pihak tertentu, dan ketiga kemandirian atau netralitas polisi dari suap atau tekanan dari kelompok masyarakat. Sedangkan kepercayaan publik terhadap polisi yang sangat buruk pertama korupsi para polisi, kedua membenahi kepolisian dari penyuaapan pihak-pihak tertentu, dan ketiga kejahatan jual beli narkoba.

Sedangkan penilaian kepercayaan publik pada Polri, KPK, Kejaksaan, dan Pengadilan dalam Penegakan Hukum menunjukkan kurangnya kepercayaan publik pertama pada Lembaga Polri, kedua KPK, ketiga Pengadilan, dan keempat Kejaksaan. Hasil ini menyatakan publik kurang percaya pada penegakkan hukum yang dilaksanakan oleh Polri menjadi isu fenomena yang berkembang di masyarakat. Kepercayaan Pada Polri, KPK, Kejaksaan, dan Pengadilan Dalam Penegakan Hukum ditunjukkan pada grafik 1.2 di bawah ini.



**Grafik 1.2. Kepercayaan Publik pada Polri, KPK, Kejaksaan, dan Pengadilan dalam Penegakan Hukum**

Data di atas menunjukkan kepercayaan Publik pada Polri, KPK, Kejaksaan, dan Pengadilan dalam penegakan hukum yang masih kurang terhadap Polri dibandingkan dengan penegakan hukum lainnya. Gap fenomena ini menunjukkan citra polisi di mata publik kurang empati pada *Personal Branding* polisi dalam melaksanakan tugas dan fungsi kepolisian yang dituntut untuk mampu

mengedepankan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat sesuai dengan tugas dan fungsi kepolisian.

Pergeseran dari tindakan kepolisian yang reaktif ke tindakan kepolisian yang lebih proaktif yang membutuhkan keahlian yang lebih besar dan prioritas praktik yang lebih demokratis yang menyadari undang-undang, kebijakan, praktik terbaik, dan harapan pemangku kepentingan memerlukan jenis kantor kepolisian yang berbeda (Watson, 2018). Pekerjaan polisi adalah profesi berisiko tinggi yang dapat menyebabkan kondisi kesehatan mental, namun tekanan psikologis pekerjaan dari petugas polisi hanya sedikit mendapatkan perhatian dalam literatur penelitian (Edwards & Kotera, 2021) sedangkan akibatnya stresor operasional berpotensi mempengaruhi fungsi psikologis petugas polisi secara signifikan (Marchand *et al.*, 2015), karena itu profesi berisiko tinggi sehingga adanya perhatian khusus yang diberikan untuk mengembangkan *Self-Efficacy* sebagai suatu bagian penting dari program pencegahan kelelahan, kegiatan pro-kesehatan, dan psikoedukasi (Makara-Studzinska *et al.*, 2019). Tinjauan *Self-Efficacy* berfokus pada tuntutan pekerjaan, sumber daya, dan penyebab stres (Atatsi *et al.*, 2019), karena itu *Self-Efficacy* pada kecerdasan emosional diakui sebagai prediktor penting dari pekerjaan polisi (Ahmad *et al.*, 2018) serta perkembangan teknologi dapat dilaksanakan dalam profesi penegak hukum (Northup, 2018) yang muncul begitu pesat dan mempengaruhi hasil polisi serta organisasi secara besar-besaran (Ahmed Alzaabi & Ghani, 2021).

Situasi dan kondisi ini menunjukkan individu yang memiliki efikasi diri kerja yang tinggi dapat menetapkan jalan mereka sendiri dalam memajukan karier mereka. Namun, individu yang rendah atau sedang dalam efikasi diri pekerjaan mungkin memerlukan dorongan dan pengembangan lebih lanjut dengan menggunakan sumber daya tambahan sebagai katalis untuk panduan kemajuan melalui pembinaan, pelatihan dan/atau pendampingan untuk membangun kapasitas kepemimpinan, meningkatkan efikasi diri dan ketajaman perencanaan karir (Hartman & Barber, 2019).

Penelitian Khan *et al.*, (2021) mengemukakan pada Negara Pakistan, faktor-faktor yang menjadi hambatan bagi sistem promosi dan rekrutmen,

akuntabilitas, jam kerja personel polisi, dan sifat tugas dapat ditunjukkan dari kepuasan kerja, struktur kompensasi dan tunjangan, rencana penghargaan, promosi, motivasi, lingkungan kerja yang kondusif, pelatihan dan perencanaan suksesi. Karena itu hasil kerja tidak terlepas dari pengembangan karir karena semakin baik pemahaman pengembangan karir dan implementasinya diharapkan hasil kerja juga semakin besar (Febrianti *et al.*, 2020), karena itu pengembangan karir yang baik dalam rangka mengembangkan karir pribadi harus dilakukan untuk mencapai tingkat tertentu sehingga karyawan akan memiliki tanggung jawab yang lebih besar di masa yang akan datang (Majid *et al.*, 2017). Literatur tentang pengembangan karir menekankan proses dimana individu yang terlatih secara ilmiah dan pimpinan mengelola karir bawahan dari waktu ke waktu (Zacher *et al.*, 2019).

Pengembangan karir akhir-akhir ini mendapat perhatian lebih, tidak hanya sebagai kepedulian terhadap pengelolaan sumber daya manusia, namun juga sebagai komponen manajemen strategis kelembagaan untuk memastikan kinerja dan pertumbuhan (Muema & Odollo, 2020). Untuk itu, Administrator polisi memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan dan melatih angkatan kerja polisi sehingga selaras dengan emosi, daripada menutupinya sehingga dapat membangun organisasi yang dapat belajar dari pengalaman terkait pekerjaan yang traumatis (Perez-Floriano & Gonzalez, 2019), namun kurikulum tersembunyi dari subkultur kepolisian mempengaruhi kinerja polisi karena adanya hukuman yang diberikan kepada peserta pelatihan memiliki efek terbesar pada kinerja polisi (Kathuli & Mathenge, 2020). Melalui pembentukan Komnas Polri yang secara khusus mengawal fungsi sumber daya manusia (SDM) Polri tidak hanya dilandasi pada Undang-Undang Dasar, tetapi juga merupakan puncak dari temuan dan rekomendasi berbagai satgas yang ditunjuk oleh Pemerintah tentang peran Polri dalam memberikan keamanan dan memelihara hukum dan ketertiban (Kathimba *et al.*, 2018). Permasalahan lain pada *Career Development* pada objektivitas kenaikan pangkat karena kenyataannya berbagai kelompok dapat memiliki pengaruh yang kuat dalam mempromosikan dan membentuk karir para perwira, termasuk perwira senior sendiri yang berusaha menjaga karier perwira junior yang

pernah bekerja dengan polisi senior bahkan pejabat pemerintah daerah yang telah bekerja secara ekstensif dengan perwira (Mendoza *et al.*, 2021). Permasalahan lainnya, memburuknya prospek promosi menyebabkan polisi yang tidak memenuhi syarat melakukan peningkatan kinerja penangkapan (Reskrim) sebesar 30% karena mereka mengejar jalur karir alternatif dalam tim taktis produktivitas tinggi yang memberikan penghargaan intrinsik (T. Kim, 2022).

Model terkoordinasi memberikan visi yang jelas tentang pembagian kekuasaan antara polisi di tingkat nasional dan daerah sedangkan Polisi di tingkat nasional lebih fokus pada desain strategi, rekrutmen, pelatihan, dan kebutuhan administrasi lainnya, sementara polisi lokal akan menangani kasus di wilayahnya masing-masing (Hamilton *et al.*, 2019). Model ini menunjukkan perekrutan dan pelatihan tidak dianggap enteng oleh lembaga kepolisian, karena tahap awal dalam kursus karir polisi ini tidak hanya berdampak pada jalur di mana petugas memulai karir dalam penegakan hukum tetapi juga keberhasilan lembaga dan vitalitas masyarakat karena di Amerika Serikat, ada ribuan lembaga penegak hukum yang terlibat dalam perekrutan dan pelatihan petugas baru setiap hari, tanpa standar yang seragam tentang cara melakukannya (Desmond *et al.*, 2020).

Budaya polisi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap terhadap *help-seeking behaviour* dan respons emosional terhadap tekanan psikologi (Stuart, 2017). Meskipun catatan tradisional budaya polisi biasanya berfokus pada tiga fungsi polisi (pemeliharaan ketertiban dalam hal pemeliharaan perdamaian, mencegah kejahatan, dan layanan yang berkaitan dengan responsif terhadap kebutuhan masyarakat) namun keadilan prosedural baru-baru ini mendapat perhatian sebagai fitur penting lain dari pekerjaan polisi, terutama dalam kaitannya dengan perlakuan polisi terhadap warga negara (Ingram & Iii, 2022) karena budaya kepolisian sering dianggap sebagai ciri pemolisian bermasalah yang menolak perubahan dan kemajuan (Cordner, 2017).

Peran penting dalam mendukung tugas Polri pada *cultural value* menunjukkan polisi adalah pekerjaan dengan permintaan tinggi dan pengawasan yang rendah dengan struktur hierarkis besar dan budaya pengambilan keputusan yang otokratis (Paoline & Gau, 2017), aspek kepribadian keterbukaan, keramahan

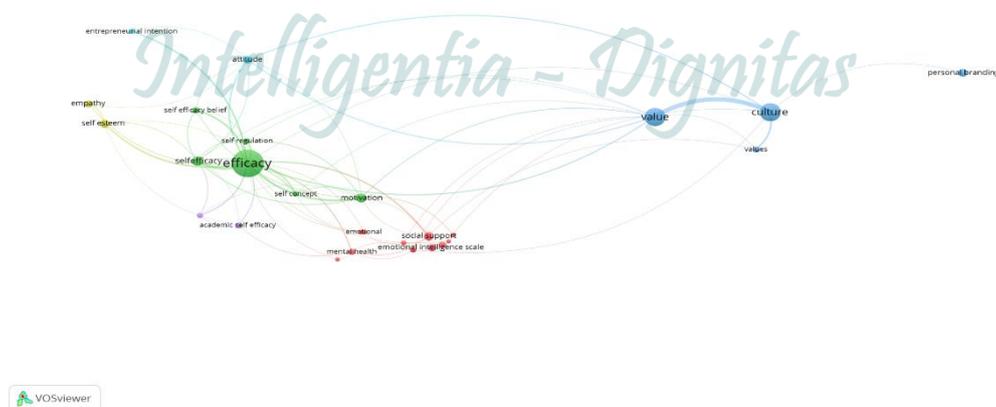
dan neurotisisme, serta jumlah mutasi, wilayah tugas, pelatihan keterampilan manajerial, usia dan tingkat pendidikan merupakan faktor-faktor untuk kinerja yang baik bagi personil polisi (Mendoza *et al.*, 2021). Sementara perbedaan gender dalam sikap telah mendapat perhatian ilmiah, masih ada pertanyaan mengenai sejauh mana sikap selaras antara petugas pria dan wanita di berbagai negara (Harper *et al.*, 2020). Secara gender, hasil menunjukkan bahwa faktor yang memprediksi produktivitas dan kinerja polisi laki-laki dan perempuan bersifat dinamis, dan tidak ada kombinasi karakteristik tunggal yang memprediksi siapa yang akan menjadi petugas "baik" (Desmond *et al.*, 2020), namun dari sisi kuantitas polisi kekurangan staf dan sumber daya (Watson, 2018).

Kecerdasan emosional polisi menjadi perhatian penting masyarakat. Menurut Haji, Gunarto & Widayati (2018) dalam Baharuddin *et al.*, (2019), profesi polisi merupakan profesi yang dinilai dekat dengan segala bentuk kekerasan. Peran polisi sebagai penegak hukum membuat polisi berhadapan dengan para pelanggar hukum yang menuntut polisi untuk bersikap tegas. Sedangkan Ahmad (2008) dalam Baharuddin *et al.*, (2019) mengemukakan bahwa profesi polisi dapat dikategorikan sebagai pekerjaan yang rawan terhadap stres. He Ni, Zhao & Archbold (2002) dalam Baharuddin *et al.*, (2019) mengemukakan bahwa pekerjaan anggota kepolisian merupakan pekerjaan yang penuh tekanan, dimana polisi tersebut mengalami interaksi langsung dengan publik dan elemen masyarakat yang mengancam maupun antisosial

Peran penting dalam mendukung tugas Polri pada kecerdasan emosional yaitu pekerjaan sebagai polisi tidaklah mudah karena polisi tidak hanya menjalankan tugas sebagai alat negara penegak hukum. Namun polisi juga bertugas memelihara ketertiban dan keamanan masyarakat, serta melaksanakan tugas selaku pengayom dalam memberikan perlindungan kepada masyarakat. Polisi memiliki salah satu tugas penting yaitu pelayanan kepada masyarakat. Dalam melayani masyarakat, polisi harus mampu menahan egonya, sanggup menahan perasaannya dan dapat menahan diri dengan tepat untuk mengelola emosinya sehingga masyarakat yang dilayani merasa puas, dihargai dan dihormati.

Tabah dalam Susanti et al., (2015) menambahkan bahwa perwujudan dalam meningkatkan dan memelihara citra profesi dilakukan melalui perwujudan perilaku profesional. Perwujudannya dalam profesi polisi, dapat dilakukan dengan cara, antara lain: menjaga penampilan, cara bicara, penggunaan bahasa, postur, sikap, dan perilaku sehari-hari, hubungan antar pribadi yang baik dan benar, pelayanan pada masyarakat yang memuaskan, tidak menakutkan rakyat dan senantiasa simpatik. Selaras dengan Siregar, (2016) bahwa personil Polri yang memiliki kecerdasan emosional yang optimal akan lebih berpeluang mencapai puncak keberhasilannya dalam pelaksanaan tugas, ini diperlukan guna membangun rasa percaya masyarakat karena menganggap bahwa tantangan-tantangan yang dihadapi personil polri sebagai sebuah peluang. Bahkan juga semakin peka dan jeli akan adanya peluang dalam situasi apapun mampu mengatasi berbagai konflik, lebih cekatan, inisiatif, lebih siap, mampu melakukan langkah strategis, kepekaan daya cipta dan komitmen yang tinggi dalam melakukan tugas tuntutan masyarakat.

Untuk mendukung *gap* fenomena yang telah dikemukakan di atas, maka menggunakan *Vosviewer* yang bertujuan untuk memvisualisasikan pola jaringan atau hubungan antar *bibliometrik* sehingga didapat konsep penelitian untuk menggambarkan pengklasteran atau *insight* mengenai pengelompokkan *bibliometrik* yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini.



**Gambar 1.1. Visualisasi Vosviewer pada Pengklasteran**

Pada gambar 1.1 dengan menjaring 1200 jurnal menunjukkan *network visualization pada co-occurrence* yang menjelaskan jaringan atau hubungan dari *term* satu dengan *term* lainnya pada penelitian manajemen konsentrasi *Human Resource Development* pada tahun 2019 – 2022 yang dikelompokkan pada enam *cluster* yang dapat diidentifikasi melalui warna node masing-masing kata kunci. Klaster 1 disimbolkan berwarna merah mencakup *ability Emotional Intelligence, emotional, Emotional Intelligence level, Emotional Intelligence scale, Emotional Intelligence skill, Emotional Intelligence trait, emotional skill, higher Emotional Intelligence, mental health, social intelligence, social support*. Klaster 2 disimbolkan berwarna hijau mencakup *efficacy, motivation, self-concept, Self-Efficacy belief, self-regulation, Self-Efficacy*. Klaster 3 disimbolkan berwarna biru mencakup *culture, Personal Branding, value, values*. Klaster 4 disimbolkan berwarna kuning mencakup *empathy, self-esteem*. Klaster 5 disimbolkan berwarna ungu muda mencakup *academic Self-Efficacy, general Self-Efficacy*. Klaster 6 disimbolkan berwarna biru muda mencakup *attitude, entrepreneurial intention*.

Selain itu visualisasi menunjukkan kuat atau tidaknya jaringan atau hubungan kelompok penelitian ditunjukkan pada node warna yang berhubungan dengan konsep penelitian. Hasil visualisasi *Vosviewer* ditunjukkan pada gambar di bawah ini.



**Gambar 1.2. Visualisasi Vosviewer pada Tahun Penelitian**

Gambar di atas dapat menjadi acuan untuk mengidentifikasi serta mendeteksi *state of the art* dari penelitian. Pada visualisasi ini warna di atas, pola jaringan warna pada node merepresentasikan konsep penelitian dengan penjarangan tahun 2019 – 2022 memiliki node berwarna ungu. Hal ini memiliki makna konsep penelitian yang disusun tentang Pengembangan Karier, Nilai Budaya, Kecerdasan Emosional, dan *Personal Branding* baru dibahas oleh peneliti pada tahun 2019-2020. Hanya *Emotional Intelligence* memiliki warna node hijau yang diteliti tahun 2020.

*Research gaps*, beberapa peneliti melaksanakan penelitian mengangkat isu fenomena peranan pegawai dalam organisasi (Alqudah *et al.*, 2022), Stirpe *et al.*, (2022) meneliti tentang evaluasi pegawai pada praktik *human resources*, sedangkan López-Cabarcos *et al.*, (2020) menekankan pada faktor lingkungan organisasi dan faktor lingkungan lainnya pada perkembangan teknologi (Narayanamurthy & Tortorella, 2021). Sedangkan Penelitian empiris tentang kepala polisi telah mengungkap beberapa pengaruh demografis pada sikap atau hasil terkait pekerjaan (Ingram & Iii, 2022).

Hasil survei menunjukkan pengetahuan responden tentang *Personal Branding* maupun tindakan yang mereka lakukan dalam membangun *Personal Branding* tidak cukup untuk mencapai kesuksesan profesional (Pathmanathan & Dodamgoda, 2018). Sedangkan penelitian Gorbatov *et al.*, (2018) menjelaskan tentang penelitian lanjutan untuk mempelajari *Personal Branding* sebagai karir kritis dan aktivitas perilaku organisasi di lingkungan kerja yang kontemporer. Sehingga semakin banyak perhatian tentang *Personal Branding* sebagai perilaku karir yang efektif, tetapi sedikit yang mengetahui tentang faktor-faktor yang memprediksi perilaku *Personal Branding* dan hasilnya (Gorbatov *et al.*, 2019), karena itu *Personal Brand* tidak hanya merupakan elemen untuk sukses dalam karir profesional tetapi juga dalam kehidupan pribadi, karena latihan introspeksi diperlukan untuk mengidentifikasi atribut, kekuatan, dan kelemahan dan bagaimana menyampaikannya kepada orang-orang yang termasuk dalam lingkungan individu (Alonso-gonzalez *et al.*, 2019). Penelitian Reynekea *et al.*, (2014) menyatakan adanya hubungan melalui *Personal Branding*, individu

menunjukkan kebutuhan, nilai, dan kepribadian mereka sendiri, yang memengaruhi cara mereka bertindak dan bereaksi dalam situasi. Namun penelitian Wiryananta *et al.*, (2021) *Personal Branding* di kalangan pekerja karena sudah memiliki kemampuan atau keterampilan tertentu yang dapat dikembangkan.

Pengembangan penelitian berdasarkan isu kontemporer di Kepolisian menunjukkan *Personal Branding* polisi berhubungan dengan kepercayaan kepada masyarakat dalam melaksanakan tugas perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat sehingga pengembangan penelitian dengan dimediasi *self efficacy* dapat mendukung pekerjaan polisi yang memiliki profesi berisiko tinggi (Edwards & Kotera, 2021; Makara-Studzinska *et al.*, 2019); karena tuntutan pekerjaan (Atatsi *et al.*, 2019) serta perkembangan teknologi (Northup, 2018) yang muncul begitu pesat dan mempengaruhi hasil polisi serta organisasi secara besar-besaran (Ahmed Alzaabi & Ghani, 2021) sehingga *self efficacy* sebagai mediasi dapat menunjukkan individu yang memiliki efikasi diri kerja yang tinggi dapat menetapkan jalan mereka sendiri dalam memajukan karier (Hartman & Barber, 2019).

Penelitian Vredeveld *et al.*, (2015) tentang *Emotional Intelligence* mengemukakan bahwa terdapat keterkaitan *brand* dengan *Emotional Intelligence*. Penelitian ini menjawab kesenjangan dalam penelitian sebelumnya dengan memeriksa anteseden keterikatan *brand* dan emosional. Temuan ini menunjukkan bahwa kecerdasan emosional merupakan anteseden untuk koneksi *brand*. Keterikatan emosional berdampak pada sikap terhadap *brand*. Manajer perusahaan dapat meningkatkan keterikatan konsumen secara emosional terhadap produk *brand*.

Sementara itu, banyak literatur yang menyatakan bahwa kecerdasan emosional adalah modal dasar seseorang untuk meraih sukses. Kesuksesan dapat diraih apabila individu memiliki *Personal Branding* yang berkelanjutan (konsisten dan stabil), dengan demikian individu harus memahami keterampilan kecerdasan emosional. *Personal Branding* dibentuk dari kepribadian, minat, dan gaya hidup.

*Theoretical gaps*, Keterkaitan antara keberlanjutan dan manajemen sumber daya manusia belum banyak digunakan di semua cabang manajemen sumber daya

manusia (Piwowar-sulej, 2021; Stofkova & Sukalova, 2020), dan berbagai interpretasi keberlanjutan telah disajikan, dan masalahnya kurang terkait dengan manajemen sumber daya manusia (Stofkova & Sukalova, 2020). Ada beberapa alasan teoritis untuk menghipotesiskan hubungan antara kepositifan melalui tindakan mediasi *self efficacy* karena dapat berkontribusi terhadap orientasi pendekatan yang dimiliki orang dalam situasi yang berorientasi pada tujuan, sehingga mereka merasa diberdayakan untuk bertindak dan bekerja ke arah mereka, alih-alih menarik diri untuk menghindari kegagalan (Barbaranelli *et al.*, 2018).

*Personal Branding* adalah perhatian interdisipliner masih dalam masa pertumbuhan karena kerangka kerja *Personal Branding* atau bahkan teori yang *valid* secara *universal* belum dapat diidentifikasi. *Personal Branding* muncul sebagai sumber impuls akademik baru, karena dapat menyadarkan para sarjana terhadap peluang untuk mengintensifkan kolaborasi dengan praktisi dan domain akademis lainnya untuk memperkaya dan menyebarluaskan pengetahuan di bidangnya (Scheidt *et al.*, 2020).

Penelitian Zinko & Rubin (2015) memajukan teori karir dengan memeriksa ontologi hubungan antara *Personal Branding* dan fenomena karir lainnya. Penelitian *Personal Branding* telah dipelajari dalam berbagai konteks, namun konsep yang relatif baru yang mencakup strategi yang digunakan seseorang untuk mempromosikan diri sendiri, baik secara *online* maupun *offline* (Nolan, 2015).

Penelitian Yvette Ramchunder (2014) dalam Sayed *et al.*, (2021) tentang *Emotional Intelligence* dan *Self-Efficacy* dilakukan terhadap personal kepolisian di Afrika Selatan dengan *output* tentang *leadership*. Pelayanan anggota kepolisian menghadapi lingkungan masyarakat di Afrika Selatan sangat kompleks. Clark & Clark, (2020) menyatakan bahwa pemimpin yang berada dalam organisasi yang kompleks harus memenuhi tantangan masyarakat yang beragam, pragmatis dan mempertanyakan sikap yang otoriter. Manajemen yang kompeten merupakan salah satu keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada organisasi yang kontemporer yang berubah dengan dinamis. Kepemimpinan atau ketidakhadirannya diakui sebagai kekuatan kunci yang membentuk hasil di

organisasi formal dan informal (Schafer, 2008). Seseorang yang memiliki kapasitas dalam memimpin secara efektif mampu menyesuaikan diri dalam kondisi sesulit apapun dengan menggunakan kecerdasan emosional dan efikasi-dirinya. Efektivitas kepemimpinan memiliki kecenderungan berkorelasi dengan *personal brand* individu. Sedangkan penelitian yang berkaitan dengan kecerdasan emosional terhadap *Personal Branding* pada personal anggota kepolisian belum pernah ada.

Berdasarkan fenomena di atas maka peneliti menyusun judul “Pengaruh *Career Development*, *Culture Value* dan *Emotional Intelligence* terhadap *Personal Branding* dengan mediasi *Self-Efficacy* pada Anggota Polri di Polda Kalimantan Tengah”.

## 1.2 Pembatasan Penelitian

Berdasarkan masalah yang dipaparkan di latar belakang terungkap sejumlah faktor yang mempengaruhi *Personal Branding*. Menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian, maka semua faktor yang teridentifikasi untuk meneliti *gap* fenomena dan *gap* riset tentu tidak bisa diteliti karena keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti dalam melaksanakan penelitian. Karena itu, untuk memperjelas masalah yang dijadikan obyek penelitian, maka dipandang perlu adanya suatu pembatasan masalah penelitian.

Selanjutnya, berdasarkan asumsi terhadap fenomena yang menjadi obyek penelitian serta judul penelitian yang dipilih, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi hanya pada pengaruh *Career Development*, *Culture Value*, dan *Emotional Intelligence* terhadap *Personal Branding* dengan mediasi *Self-Efficacy* yang menunjukkan *gap* fenomena dan *gap* riset.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang dan pembatasan penelitian maka penulis menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh langsung *Career Development* terhadap *Self-Efficacy*?
2. Apakah ada pengaruh langsung *Culture Value* terhadap *Self-Efficacy*?

3. Apakah ada pengaruh langsung *Emotional Intelligence* terhadap *Self-Efficacy*?
4. Apakah ada pengaruh langsung *Career Development* terhadap *Personal Branding*?
5. Apakah ada pengaruh langsung *Culture Value* terhadap *Personal Branding*?
6. Apakah ada pengaruh langsung *Emotional Intelligence* terhadap *Personal Branding*?
7. Apakah ada pengaruh langsung *Self-Efficacy* terhadap *Personal Branding*?
8. Apakah ada pengaruh tidak langsung *Career Development* terhadap *Personal Branding* dimediasi *Self-Efficacy*?
9. Apakah ada pengaruh tidak langsung *Culture Value* terhadap *Personal Branding* dimediasi *Self-Efficacy*?
10. Apakah ada pengaruh tidak langsung *Emotional Intelligence* terhadap *Personal Branding* dimediasi *Self-Efficacy*?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan konsep baru yang dapat dikembangkan menjadi kontribusi bagi upaya memperkaya khasanah ilmu pengetahuan terutama memperkaya khasanah Ilmu Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia yang semakin fungsional untuk mengkritisi keberlangsungan *Personal Branding* polisi serta memenuhi persyaratan Program Doktor Ilmu Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta.

Untuk persyaratan tersebut, maka dilaksanakan penelitian yang bertujuan mendapatkan konsep baru dengan menganalisis pengaruh *Career Development*, *Culture Value*, dan *Emotional Intelligence* terhadap *Personal Branding* dengan mediasi *Self-Efficacy* sehingga tujuan penelitian untuk menganalisis yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh langsung *Career Development* terhadap *Self-Efficacy*.
2. Pengaruh langsung *Culture Value* terhadap *Self-Efficacy*.
3. Pengaruh langsung *Emotional Intelligence* terhadap *Self-Efficacy*.
4. Pengaruh langsung *Career Development* terhadap *Personal Branding*.

5. Pengaruh langsung *Culture Value* terhadap *Personal Branding*.
6. Pengaruh langsung *Emotional Intelligence* terhadap *Personal Branding*.
7. Pengaruh langsung *Self-Efficacy* terhadap *Personal Branding*.
8. Pengaruh tidak langsung *Career Development* terhadap *Personal Branding* dimediasi *Self-Efficacy*.
9. Pengaruh tidak langsung *Culture Value* terhadap *Personal Branding* dimediasi *Self-Efficacy*.
10. Pengaruh tidak langsung *Emotional Intelligence* terhadap *Personal Branding* dimediasi *Self-Efficacy*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dari pelaksanaan kegiatan dan penelitian serta hasil penelitian bermanfaat bagi *Personal Branding* Kepolisian yang dijelaskan dalam kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari hasil penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sumbangan teoritik bagi pengembangan konsep-konsep baru yang mengacu pada kajian pengaruh *Career Development*, *Culture Value*, dan *Emotional Intelligence* terhadap *Personal Branding* dengan mediasi *Self-Efficacy*.
2. Hasil penelitian juga diharapkan dapat dijadikan referensi oleh peneliti-peneliti lain untuk dipergunakan dalam penelitian penerapan Ilmu Manajemen. Selain itu, konsep yang diperoleh dari pembahasan hasil penelitian diharapkan dapat menjadi kontribusi aktual bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama Ilmu Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia yang semakin berkembang. Hasil penelitian yang diperoleh dari pembahasan hasil penelitian juga diharapkan dapat dijadikan referensi studi oleh peneliti-peneliti lain, dan konsep tersebut diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti-peneliti lain dengan konsep-konsep penelitian yang lebih mendalam dan komprehensif.

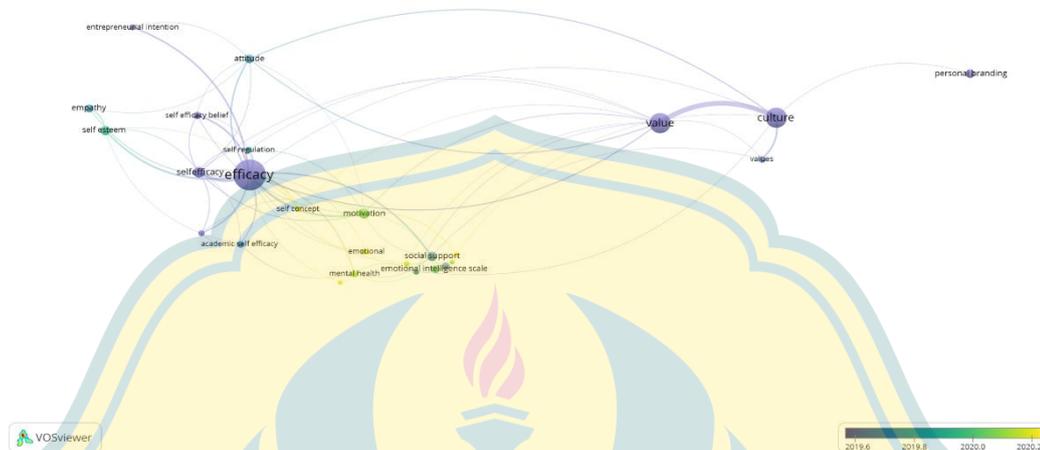
### 1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang didapat dari hasil penelitian, diharapkan berguna bagi Pengembangan sumber daya manusia terutama *Personal Branding* polisi di Polda Kalimantan Tengah, sehingga hasil penelitian yang tersusun dapat menjadi bahan masukan yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan kebijakan untuk meningkatkan *Career Development*, *Culture Value*, *Emotional Intelligence*, dan *Personal Branding* yang dimediasi *Self Efficacy* sehingga melalui informasi ilmiah perumusan berbagai kebijakan tentang *Personal Branding* kepolisian yang dipengaruhi *Career Development*, *Culture Value*, *Emotional Intelligence* dapat berguna.

### 1.5.3 State of The Art

*State of the art* yang tersusun tentang penelitian yang berhubungan dengan *Career Development*, *Culture Value*, dan *Emotional Intelligence* terhadap *Personal Branding* yang dimediasi *Self Efficacy*. Tujuan *State of the art* dapat memberikan gambaran konsep pengembangan penelitian yang membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilaksanakan serta adanya *theoretical gaps and research gaps* sehingga adanya *novelty* atau kebaruan.

*State of the art* dari penelitian ini adalah dalam penelitian ini penulis sudah melakukan observasi dan pencarian belum pernah ada melakukan penelitian sesuai dan persis terkait variabel yang tertuang dalam judul: “Pengaruh *Career Development*, *Culture Value* dan *Emotional Intelligence* terhadap *Personal Branding* dengan Mediasi *Self-Efficacy* pada Anggota Polri di Polda Kalimantan Tengah” dan bahkan pertama kali di Polri umumnya dan di Polda Kalimantan Tengah khususnya. Hal ini juga dibuktikan berdasar hasil penelusuran dari aplikasi *Vos Viewer* berikut:



**Gambar 1.3. Visualisasi Vosviewer untuk Penelusuran *State of the Art***

Hasil visualisasi aplikasi *Vos Viewer* tersebut, terlihat bahwa hubungan yang terjadi antar variable dari kode yang ditunjukkan *Personal Branding* berhubungan dengan *Culture Value*, namun berjarak dengan *Self-Efficacy* dan *Emotional Intelligence* dan bahkan tidak nampak adanya *Career Development*, hal ini dilakukan penelusuran selama 4 tahun terakhir dan baru terlihat sejak tahun 2019-2022. Artinya penelitian terkait judul penulis masih terbuka luas untuk dilakukan kajian lebih lanjut.

Selain dengan bantuan aplikasi dalam melakukan penelusuran *state of the art*, dalam penelitian ini juga menggunakan beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai teori pembanding dengan teori-teori pada variabel yang di bahas, yaitu bahwa *Career Development* mendapat perhatian lebih tidak hanya sebagai kepedulian terhadap pengelolaan sumber daya manusia, tetapi juga sebagai komponen manajemen strategis kelembagaan (Muema & Odollo, 2020), serta berkontribusi pada pengembangan individu (McDonald & Hite, 2016). Penelitian (Lee & Lee, 2018) menyatakan merencanakan kesuksesan membantu karyawan mewujudkan rencana karir mereka dalam suatu organisasi dan memperkuat kemampuan sehingga menunjukkan ketika organisasi mengadopsi merencanakan kesuksesan.

Keterbaruan penelitian *Personal Branding* berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa baik pengetahuan responden tentang *Personal Branding*, maupun tindakan yang mereka lakukan dalam membangun *Personal Branding*, tidak cukup untuk mencapai kesuksesan profesional (Pathmanathan & Dodamgoda, 2018). Keterbaruan (*Novelty*) lainnya pada pengkayaan pemaknaan *Personal Branding* dan berbagai sinonimnya sering digunakan tanpa definisi istilah yang eksplisit atau bahkan konsisten, menimbulkan ketidakjelasan terminologis tertentu (Scheidt *et al.*, 2020). Tantangan yang muncul dengan *Personal Branding* telah dielaborasi, karena pandangan kritis terhadap *Personal Branding* diperlukan untuk mendukung pengembangan konsep dan teori masa depan yang bertanggung jawab dan bermakna secara konseptual (Scheidt *et al.*, 2020). Sedangkan penelitian Gorbатов *et al.*, (2018) menjelaskan tentang penelitian lanjutan untuk mempelajari *Personal Branding* sebagai karir kritis dan aktivitas perilaku organisasi di lingkungan kerja yang kontemporer berkontribusi pada pengembangan individu. Berbagai penelitian *Personal Branding* berhubungan dengan ilmu marketing (Gorbатов *et al.*, 2019; Whitmer, 2019). Tentang *Personal Branding* berhubungan dengan industri (Ngo *et al.*, 2020). Namun penelitian terdahulu belum ada yang melakukan penelitian di kepolisian sehingga adanya penelitian kebaruan.

Pengembangan karir merupakan proses peningkatan kemampuan kerja individu yang dicapai dalam rangka mencapai karir yang diinginkan. Dengan adanya *self efficacy* yang baik maka akan dapat meningkatkan proses pengembangan karir, karena keyakinan atas kemampuan yang dimiliki dapat meningkatkan pengembangan karir individu. *Personal branding* perlu dimiliki oleh individu untuk dapat bersaing di dunia kerja, menggapai pekerjaan, dan pengembangan profesi kerja. Dengan *Personal branding* yang kuat dapat mendorong individu dalam mengembangkan kemampuannya dan meningkatkan *self awareness*, *self-esteem*, *self-worth*, dan nilai positif lainnya. Sehingga dapat menjadi nilai pembeda atau keunikan seorang individu dari orang lain.

Keterbaruan penelitian *Cultural Value* menjelaskan adanya nilai budaya yang berbeda menentukan kesuksesan karir (Benson et al., 2020), namun negara-negara yang menjadi tujuan peneliti tertuju pada Negara Brazil, Canada, China, France, Germany, Poland, Mexico, India, Italy, Japan, Singapore, Spain, Switzerland, South Africa, and *the United Kingdom Cultural*. Selain orientasi *Cultural Value* pada perusahaan manufacturing (Frendika et al., 2018). Penelitian tentang profesional (Benson et al., 2020). Penelitian tentang *company* (Muafi et al., 2020) sedangkan penelitian Brooks & Anumudu (2016) dengan literatur review. Untuk peneliti bermaksud mengembangkan penelitian ke Negara Indonesia dengan meneliti pada kepolisian.

Keterbaruan penelitian *Self Efficacy* menjelaskan tentang profesi berisiko tinggi yang dapat menyebabkan kondisi kesehatan mental, namun tekanan psikologis pekerjaan dari petugas polisi hanya sedikit mendapatkan perhatian dalam literatur penelitian (Edwards & Kotera, 2021) sehingga adanya perhatian khusus untuk mengembangkan *Self-Efficacy* sebagai suatu bagian penting dari program pencegahan kelelahan, kegiatan pro-kesehatan, dan psikoedukasi (Makara-Studzinska et al., 2019). Penelitian tentang *Self Efficacy* tentang pegawai kesehatan (Dan et al., 2018; Jeon, 2018), penelitian tentang *company* (*banking and insurance*) (Ahmed, 2019). Penelitian tentang perguruan tinggi (Xu, 2020; Diego-Lázaro et al., 2020; Wawrosz & Jur, 2021). Penelitian tentang *company* (hotel) (Farooq et al., 2021). Keterbaruan penelitian tentang *Self Efficacy* dikembangkan pada profesi kepolisian.

Keterbaruan penelitian *Emotional Intelligence* didasarkan pada pentingnya kecerdasan emosional yang dimiliki aparat polisi mengingat banyaknya tantangan-tantangan Polri dewasa ini. Tanpa *Emotional Intelligence* akan terjebak pada hal-hal kurang simpatik, seperti adanya kekerasan, pelanggaran hukum, penyalahgunaan kekuasaan dan lain sebagainya (Kunarto, 1997) dalam Sukarsini, (2014). Berdasarkan hasil survei menunjukkan penelitian *Emotional Intelligence* lebih berorientasi pada penelitian tentang profesi guru penelitian tentang perawat (M. S. Kim & Sohn, 2019), penelitian tentang rumah sakit. Keterbaruan penelitian

tentang *Emotional Intelligence* dikembangkan pada profesi kepolisian (Scott et al., 1999).

Secara umum keterbaruan penelitian ini yaitu belum pernah ada penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai pengaruh *career development*, *culture value* dan *emotional intelligence* terhadap *personal branding* dengan mediasi *self-efficacy* pada anggota Polri di Polda Kalimantan Tengah.



*Intelligentia - Dignitas*