

**PENGARUH *CAREER DEVELOPMENT*, *CULTURE VALUE*, DAN
EMOTIONAL INTELLIGENCE TERHADAP *PERSONAL
BRANDING* DENGAN MEDIASI *SELF-EFFICACY*
PADA ANGGOTA POLRI DI POLDA KALIMANTAN TENGAH**



**REBEKKA ARTAULI LUMBANTOBING
9917921024**

Disertasi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
untuk Mendapatkan Gelar Doktor

Intelligentia - Dignitas

**SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

**PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI
DIPERSYARATKAN UNTUK UJIAN TERBUKA/ PROMOSI DOKTOR**

Promotor



Prof. Dr. Corry Yohana, M.M

Tanggal:

Kopromotor



Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd.

Tanggal:

NAMA

TANDA TANGAN

TANGGAL

Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus
(Ketua)¹



.....

.....

Prof. Dr. Hamidah, SE., M.Si
(Sekretaris)²



.....

23-01-2025

.....

Nama : Rebekka Artauli Lumbantobing

No. Registrasi : 9917921024

Program Studi : Ilmu Manajemen








Tgl. Lulus :

**BUKTI PERSETUJUAN HASIL PERBAIKAN DISERTASI
SETELAH UJIAN TERTUTUP**

Nama Mahasiswa : Rebekka Artauli Lumbantobing

No Registrasi : 9917921024

Program Studi : Ilmu Manajemen

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus. (Ketua)		
2.	Prof. Dr. Hamidah, SE., M.Si. (Sekretaris)		23/1-2025
3.	Prof. Dr. Corry Yohana, M.M. (Promotor)		
4.	Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. (Kopromotor)		
5.	Prof. Dr. Rd Tuty Sariwulan, M.Si. (Penguji)		
6.	Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D. (Penguji)		
7.	Dr. Iwan Kurniawan Subagja, SE, MM, CIQnR (Penguji Luar)		

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rebekka Artauli Lumbantobing
NIM : 9917921024
Jenjang : S3 (Doktor)
Program Studi : Ilmu Manajemen
Judul : *Pengaruh Career Development, Culture Value dan Emotional Intelligence terhadap Personal Branding dengan Mediasi Self Efficacy pada Anggota Polri di Polda Kalimantan Tengah*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Disertasi ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Doktor baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Disertasi ini bukan saduran/ terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan promotor, kopromotor dan dewan penguji.
3. Disertasi ini ditulis dengan kaidah-kaidah ilmiah dan belum pernah dipublikasikan
4. Semua disertasi dan penelitian yang relevan yang dikutip dalam disertasi ini dicantumkan pada daftar pustaka

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 23 Januari 2025



Rebekka Artauli Lumbantobing

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rebekka Artauli Lumbantobing
NIM : 9917921024
Jenjang : S3 (Doktor)
Program Studi : Ilmu Manajemen
Konsentrasi : MSDM
Angkatan : 2021
Semester : 121 (Gasal) Tahun Akademik 2024/2025.

Dengan ini menyatakan bahwa persetujuan ujian terbuka dan perbaikan ujian tertutup untuk pemberkasan yudisium dan wisuda adalah benar tanda tangan dan sudah mendapatkan persetujuan oleh komisi penguji. Apabila saya melanggar pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi dari Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 23 Januari 2024
Yang membuat pernyataan,



(Rebekka Artauli Lumbantobing)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : REBEKKA ARTAULI LUMBANTOBING
NIM : 9917921024
Fakultas/Prodi : ILMU MANAJEMEN
Alamat email : RebekkaArtauliLumbantobing_9917921024@mhs.unj.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH CAREER DEVELOPMENT, CULTURE VALUE, DAN EMOTIONAL
INTELLIGENCE TERHADAP PERSONAL BRANDING DENGAN MEDIASI SELF-
EFFICACY PADA ANGGOTA POLRI DI POLDA KALIMANTAN TENGAH

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Februari 2025

Penulis

(Nama Rebekka Artauli Lumbantobing)

**PENGARUH CAREER DEVELOPMENT, CULTURE VALUE, DAN
EMOTIONAL INTELLIGENCE TERHADAP PERSONAL BRANDING
DENGAN MEDIASI SELF-EFFICACY PADA ANGGOTA POLRI
DI POLDA KALIMANTAN TENGAH**

REBEKKA ARTAULI LUMBANTOBING

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia
rebecca.bia1170@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian untuk mendapatkan konsep baru tentang pengaruh *career development*, *culture value* dan *emotional intelligence* terhadap *personal branding* dengan mediasi *self-efficacy*. Jenis penelitian kuantitatif dengan paradigma positivisme dan menyusun hipotesis penelitian yang berhubungan dengan variabel *career development*, *culture value*, *emotional intelligence*, *self-efficacy*, dan *personal branding*. Populasi penelitian anggota Personil Polri di Polda Kalimantan Tengah pada bulan Januari 2023 sebesar 1.440. Teknik sampel menggunakan *sampling frame* sehingga didapat 303 sampel. Hasil penelitian, Terdapat pengaruh secara langsung positif dan signifikan *career development*, *culture value*, dan *emotional intelligence* terhadap *self-efficacy*, karena *career development* dapat membangun kepercayaan diri, pemahaman *culture value* membantu adaptasi terhadap lingkungan kerja, serta pengendalian *emotional intelligence* membentuk sikap dan perilaku anggota Polri dapat mengatasi situasi dinamis dalam tugas kepolisian. Terdapat pengaruh secara langsung positif dan signifikan *culture value*, *emotional intelligence*, dan *self-efficacy* terhadap *personal branding*, karena *culture value* menjadi landasan moral yang diinternalisasi dalam kehidupan profesional, *emotional intelligence* membentuk anggota Polri tetap profesional di bawah tekanan, dan *self-efficacy* meningkatkan kepercayaan diri serta ketepatan dalam menjalankan tugas. Namun, *career development* tidak berpengaruh terhadap *personal branding*. Novelty penelitian, mengintegrasikan *self-efficacy* sebagai faktor mediasi antara *career development*, *culture value*, dan *emotional intelligence* dalam membentuk *personal branding* anggota Polri dengan mengembangkan wawasan keilmuan *Theory of Organization Behavior (TOB)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* menjadi pengembangan keilmuan *self management-personal branding* sehingga mendapatkan model kebaruan *self management-personal branding* untuk personil Polri. *Future research* dengan mengembangkan model terpadu pada rancangan MSDM Polri dengan menterpadukan integrasi pengembangan *soft skills* dan *hard skills* yang mendukung *personal branding* serta mengembangkan internalisasi nilai-nilai *culture* melalui sosialisasi dan *role-modeling*.

Kata Kunci: *Career Development*, *Culture Value*, *Emotional Intelligence*, *Self-Efficacy*, dan *Personal Branding*

**THE EFFECT OF CAREER DEVELOPMENT, CULTURE VALUE, AND
EMOTIONAL INTELLIGENCE ON PERSONAL BRANDING
WITH SELF-EFFICACY MEDIATION ON POLICE PERSONNEL
IN CENTRAL KALIMANTAN REGIONAL POLICE**

REBEKKA ARTAULI LUMBANTOBING

State University of Jakarta, East Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia
rebecca.bia1170@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to obtain a new concept about the influence of career development, culture value, and emotional intelligence on personal branding with self-efficacy mediation. This type of quantitative research with a positivism paradigm and compiling research hypotheses related to the variables of career development, culture value, emotional intelligence, self-efficacy, and personal branding. The population of the study was 1,440 personnel of the National Police Personnel at the Central Kalimantan Regional Police in January 2023. The sampling technique used a sampling frame so that 303 samples were obtained. The results of the study, There is a direct positive and significant influence of career development, culture value, and emotional intelligence on self-efficacy, because career development can build self-confidence, understanding culture value helps adaptation to the work environment, and controlling emotional intelligence forms the attitudes and behavior of Polri personnel to overcome dynamic situations in police duties. There is a direct positive and significant influence of culture value, emotional intelligence, and self-efficacy on personal branding, because culture value becomes a moral foundation that is internalized in professional life, emotional intelligence forms Polri personnel to remain professional under pressure, and self-efficacy increases self-confidence and accuracy in carrying out tasks. However, career development does not affect personal branding. The novelty of the study, integrating self-efficacy as a mediating factor between career development, culture value, and emotional intelligence in forming personal branding of Polri personnel by developing scientific insights of the Theory of Organization Behavior (TOB) and Theory of Planned Behavior (TPB) into the development of scientific self-management-personal branding so as to obtain a new model of self-management-personal branding for Polri personnel. Future research by developing an integrated model in the design of Polri HRD by integrating the integration of soft skills and hard skills development that supports personal branding and developing internalization of cultural values through socialization and role-modeling.

Keywords: Career Development, Culture Value, Emotional Intelligence, Self-Efficacy, and Personal Branding

RINGKASAN

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 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, 2020), namun masih belum jelas seberapa sadar orang tentang *personal branding* mereka sendiri dan proses membangun *personal branding* (Scheidt *et al.*, 2020), karena itu setiap ketidakselarasan antara *personal branding* dan nilai merek, tujuan, kebijakan, dan budaya organisasi, dapat mengakibatkan perilaku berbeda sesuai harapan organisasi (Reynekea *et al.*, 2014). 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).

Permasalahannya *personal branding* polisi berkaitan erat dengan kepercayaan publik terhadap institusi kepolisian. *Personal branding* anggota Polri mencerminkan citra individu yang terbentuk dari sikap, perilaku, dan kinerja profesional saat menjalankan tugas. Isu masalah yang muncul ketika ada ketidaksesuaian antara harapan publik terhadap perilaku polisi seperti ketidaktepatan layanan, kasus penyalahgunaan wewenang, atau kurangnya transparansi. Hal ini berdasarkan Lembaga Survei Indonesia (LSI) Nasional yang dilaksanakan Tanggal 13-21 Agustus 2022 menunjukkan menunjukkan kepercayaan publik indikator penilaian yang tersusun dalam survei terdapat 3 penilaian 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.

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).

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).

Jenis penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif dengan paradigma positivisme. penelitian ini bersifat *top-down* dari teori yang sudah ada dan menggunakan hasil penelitian terdahulu sebagai dasar untuk menguji hipotesis serta menganalisis dan mengklasifikasikan dengan menggunakan angket dan bantuan teknik-teknik statistik inferensial guna mengungkapkan suatu fenomena atau *problem statement* yang berhubungan dengan *self efficacy* memediasi pengaruh *cultural value* terhadap *personal branding*. Sedangkan *Population and Sample* adalah anggota Personil Polri di Polda Kalimantan Tengah pada bulan Januari 2023 sebesar 1.440. Teknik sampel menggunakan *sampling frame* sehingga didapat 303 sampel. Teknik sampel menggunakan *simple random sampling*. Analisis data menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Model Analysis*) dengan AMOS (*Analysis of Moment Structure*).

Hasil penelitian analisis hasil deskriptif identitas responden, usia dominan berada pada kelompok 35-45 tahun (53,1%), dengan mayoritas berpangkat Bintara (67%). Masa kerja terbanyak adalah di atas 20 tahun (38,6%). Sebagian besar responden berpendidikan SMA/ sederajat (55,4%). Responden yang mengikuti lebih dari satu pelatihan paling banyak (38,3%), sedangkan pelatihan operasional kepolisian terbanyak diikuti lebih dari satu jenis pelatihan (20,8%). Jenis pelatihan yang diikuti adalah pelatihan personel (26,7%).

Hasil pengujian hipotesis pertama Terdapat pengaruh secara langsung positif dan signifikan *culture value*, *emotional intelligence*, dan *self-efficacy* terhadap *personal branding*, karena *culture value* menjadi landasan moral yang diinternalisasi dalam kehidupan profesional, *emotional intelligence* membentuk anggota Polri tetap profesional di bawah tekanan, dan *self-efficacy* meningkatkan kepercayaan diri serta ketepatan dalam menjalankan tugas. Namun, *career development* tidak berpengaruh terhadap *personal branding*. Novelty penelitian, mengintegrasikan *self-efficacy* sebagai faktor mediasi antara *career development*, *culture value*, dan *emotional intelligence* dalam membentuk *personal branding* anggota Polri dengan mengembangkan wawasan keilmuan *Theory of Organization Behavior (TOB)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* menjadi pengembangan keilmuan *self management-personal branding* sehingga mendapatkan model kebaruan *self management-personal branding* untuk personil Polri. *Future research* dengan mengembangkan model terpadu pada rancangan MSDM Polri dengan menterpadukan integrasi pengembangan *soft skills* dan *hard skills* yang mendukung *personal branding* serta mengembangkan internalisasi nilai-nilai *culture* melalui sosialisasi dan *role-modeling*

Novelty Penelitian

Novelty penelitian berdasarkan keterpengaruhan konstruk *career development*, *culture value*, dan *emotional intelligence* terhadap *personal branding* dengan mediasi *self-efficacy* menunjukkan: (1) Terdapat pengaruh secara langsung positif dan

signifikan *career development*, *culture value*, dan *emotional intelligence* terhadap *self-efficacy* karena: (1) Pelaksanaan *career development* menjadikan anggota Polri memiliki keyakinan untuk lebih percaya diri (*self-efficacy*) dalam menghadapi situasi yang kompleks, mengambil keputusan, dan melaksanakan tanggung jawab sesuai tanggung jawabnya pada unit kerja di Kepolisian. Hal ini menciptakan hubungan positif antara peningkatan *career development* dan *self-efficacy* anggota Polri di Polda Kalimantan Tengah. (b) Pemahaman yang baik tentang *culture value* mendorong anggota Polri dapat beradaptasi dengan lingkungan untuk mengatasi tantangan tugas sehingga meningkatkan *self-efficacy* atau keyakinan dalam diri anggota Polri dalam menjalankan tugas kepolisian. (c) Anggota Polri dapat mengelola emosi sehingga dapat meningkatkan keyakinan diri (*Self-Efficacy*) dalam menghadapi tantangan. Temuan ini menunjukkan adanya pengendalian *Emotional Intelligence* dapat membantu anggota Polri untuk lebih baik dalam mengendalikan stres serta beradaptasi dengan situasi yang dinamis. (2) Terdapat pengaruh secara langsung positif dan signifikan *culture value*, *emotional intelligence*, dan *self-efficacy* terhadap *personal branding* karena: (a) *Culture value* menjadi nilai individu dapat berkontribusi menjadi landasan moral dan perilaku yang diinternalisasi oleh anggota Polri ke dalam nilai kehidupan profesionalnya yang tercermin dalam wujud nyata *personal branding* anggota Polri sesuai dengan tugas profesi polisi. (b) Pengelolaan *emotional intelligence* membentuk sikap dan perilaku anggota Polri saat melaksanakan tugas mampu mengontrol emosi untuk tetap profesional dalam situasi stres yang memperkuat reputasi sebagai sosok yang andal dan stabil sehingga membentuk *personal branding*. (c) Anggota Polri yang memiliki *self-efficacy* akan lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan serta ketepatan dalam tindakan pada berbagai situasi karena adanya pembentukan keyakinan individu dalam mendukung pelaksanaan tugas di Institusi Kepolisian. (3) Tidak Terdapat pengaruh secara langsung *Career Development* terhadap *personal branding* karena: *Career development* dan *personal branding* memiliki fokus dan tujuan yang berbeda, sehingga pengaruh langsung antara keduanya tidak teruji secara empiris. *Personal branding* menekankan pada upaya individu anggota Polri untuk membangun citra diri yang positif di mata publik dengan menonjolkan kekuatan pribadi, keunikan, serta nilai-nilai yang diyakini dalam pelaksanaan tugas. Proses ini terlihat melalui sikap, perilaku, serta interaksi yang terjalin di dalam maupun di luar Institusi Polri. Sementara itu, *career development* merupakan inisiatif institusional Polri untuk mengembangkan kompetensi dan keterampilan anggota melalui pendidikan, pelatihan, promosi, dan pembinaan karier yang berfokus pada kebutuhan organisasi. Perbedaan mendasar antara keduanya adalah bahwa *personal branding* berorientasi pada pembentukan persepsi publik tentang individu anggota Polri, sementara *career development* berpusat pada peningkatan kompetensi internal anggota agar berkontribusi secara maksimal bagi organisasi. Hal ini menunjukkan *personal branding* bersifat eksternal dan strategis untuk membangun reputasi individu, sedangkan *career development* bersifat internal dan terstruktur sebagai upaya organisasi untuk mempersiapkan anggota menghadapi tantangan profesional.

Novelty Penelitian secara Mediasi

Peranan *self-efficacy* menjadi faktor penentu dalam meningkatkan *career development*, *culture value*, dan *emotional intelligence* terhadap *personal branding*

anggota Polri, karena adanya keyakinan yang kuat anggota Polri untuk lebih percaya diri dalam mengambil inisiatif mengikuti pelatihan, mengajukan diri untuk tanggung jawab yang lebih besar, dan menghadapi tantangan baru dengan optimisme. *Self-efficacy* anggota Polri mampu menghadirkan diri sebagai individu yang kompeten dan berdaya saing sehingga dari persepsi positif dari rekan kerja, atasan, dan masyarakat luas sehingga terbangun reputasi yang lebih kuat dan kredibel sebagai seorang profesional yang andal. Hal ini menunjukkan melalui *self-efficacy* dapat mendorong *career development* yang berkelanjutan, menyakini *culture value* menjadi pembentuk sikap dan perilaku anggota Polri dalam melaksanakan tugas sesuai dengan profesi, serta pengelolaan *emotional intelligence* yang dapat menciptakan citra anggota Polri sebagai individu yang mampu dan profesional dalam menjalankan tugas di Institusi Kepolisian.

Novelty Penelitian untuk Rekomendasi

Pertama (Implementasi Kebijakan): Peran kebijakan dalam penguatan *personal branding* anggota Polri di Polda Kalimantan Tengah yang dilaksanakan oleh Biro SDM sangat penting untuk memastikan Pendidikan dan Pelatihan berjalan terarah dan berkelanjutan. Kebijakan tersebut berfungsi sebagai pedoman resmi dalam menetapkan standar kompetensi, etika, dan perilaku profesional yang harus diinternalisasi oleh setiap anggota Polri. Kedua (Biro SDM Polda Kalimantan Tengah): Peran Biro SDM Polda Kalimantan Tengah memiliki peran dalam pembentukan dan pengembangan *personal branding* anggota Polri melalui penguatan kepribadian anggota Polri pribadi yang dapat dipercaya dan konsisten. Pelatihan *self-management* diberikan untuk membantu anggota mengatur waktu, mengendalikan stres, serta beradaptasi secara emosional agar tampil profesional dalam berbagai situasi. Ketiga (Anggota Polri): Pelaksanaan pendidikan dan pelatihan *self-management-personal branding* berperan dalam meningkatkan keterampilan mengelola diri secara efektif, seperti pengendalian emosi, pengaturan waktu, dan kemampuan menetapkan prioritas pelaksanaan tugas. Hasilnya (*output*), anggota Polri dapat menampilkan citra diri positif dan profesional, meningkatkan kredibilitas pribadi sekaligus memperkuat reputasi institusi.

Implikasi Teoritis: Pertama, implikasi teoritis ini berkontribusi pada *Theory of Organization Behavior (TOB)* dengan memperluas pemahaman tentang aspek-aspek individu, seperti *career development*, *culture value*, *emotional intelligence*, dan *self-efficacy*, memengaruhi *personal branding* dalam organisasi. Temuan ini menunjukkan sikap dan perilaku anggota Polri tidak hanya dipengaruhi oleh kebijakan dan struktur organisasi, tetapi juga oleh pengembangan diri dan kemampuan manajemen emosional. Temuan teoritis ini memperkaya TOB dengan menunjukkan bahwa keberhasilan anggota dalam membangun *personal branding* memerlukan kombinasi pengembangan kompetensi profesional dan internalisasi nilai-nilai budaya yang diperkuat dari *self-efficacy*. Hal ini memberikan wawasan baru tentang pentingnya pendekatan holistik dalam manajemen sumber daya manusia untuk meningkatkan *personal branding* dalam organisasi. Kedua, implikasi teoritis penelitian ini berkontribusi pada *Theory of Planned Behavior (TPB)* dengan menunjukkan *career development*, *culture value*, *emotional intelligence*, dan *self-efficacy* dapat membentuk *personal branding* anggota Polri melalui sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Temuan ini memperkaya TPB dengan menegaskan bahwa keberhasilan anggota dalam membangun *personal branding* tidak hanya dipengaruhi oleh niat dan keyakinan internal, tetapi juga oleh

lingkungan organisasi yang mendukung pengembangan karier dan internalisasi nilai budaya. Ketiga, *Self-efficacy* berperan penting dalam meningkatkan persepsi kontrol atas Tindakan individu sehingga mendorong anggota Polri untuk lebih percaya diri dan konsisten dalam menjalankan tugas dengan profesionalisme yang tinggi. Pengembangan TPB adanya kombinasi antara keyakinan diri dan pengembangan kemampuan emosional memperkuat niat perilaku positif yang berdampak pada *personal branding*. Temuan teoritis dari peran *Self-efficacy* dapat memperluas penerapan TPB pada faktor organisasi dan psikologis dalam membentuk perilaku profesional yang berkelanjutan.

Implikasi

- a. Upaya meningkatkan *career development*, Polda Kalimantan Tengah harus tetap mempertahankan bahkan meningkatkan pernyataan CD1 karena memiliki nilai rata-rata paling tinggi dalam mengukur *career development* sebesar 4,69. Pernyataan CD1 mengenai “*Career Development Intellectual Ability* (Kemampuan Intelektual)”, tetapi untuk pernyataan CD4 harus diperbaiki karena pernyataan CD4 memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,27 mengenai “*Career Development Education* (Pendidikan)”.
- b. Upaya meningkatkan *culture value*, Polda Kalimantan Tengah harus tetap mempertahankan bahkan meningkatkan pernyataan CV1 karena memiliki nilai rata-rata paling tinggi dalam mengukur *culture value* sebesar 4,70. Pernyataan CV1 mengenai “*Culture Value Humility* (Kerendah hatian)”, tetapi untuk pernyataan CV2 harus diperbaiki karena pernyataan CV2 memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,54 mengenai “*Culture Value Cultural Awareness* (Kesadaran Budaya)”.
- c. Upaya meningkatkan *emotional intelligence*, Polda Kalimantan Tengah harus tetap mempertahankan bahkan meningkatkan pernyataan EI2 karena memiliki nilai rata-rata paling tinggi dalam mengukur *emotional intelligence* sebesar 4,79. Pernyataan EI2 mengenai “*Emotional Intelligence Social Awareness* (Kesadaran-sosial)”, tetapi untuk pernyataan EI1 harus diperbaiki karena pernyataan EI1 memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,68 mengenai “*Emotional Intelligence Self Awareness* (Kesadaran-diri)”.
- d. Upaya meningkatkan *self-efficacy*, Polda Kalimantan Tengah harus tetap mempertahankan bahkan meningkatkan pernyataan SE2 karena memiliki nilai rata-rata paling tinggi dalam mengukur *self-efficacy* sebesar 4,68. Pernyataan SE2 mengenai “*Self-Efficacy Generality* (Generalisasi/Penguasaan karena pengalaman)”, tetapi untuk pernyataan SE1 harus diperbaiki karena pernyataan SE1 memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,52 mengenai “*Self-Efficacy Level/Magnitude* (Tingkat kesulitan tugas)”.
- e. Upaya meningkatkan *personal branding*, Polda Kalimantan Tengah harus tetap mempertahankan bahkan meningkatkan pernyataan PB1 karena memiliki nilai rata-rata paling tinggi dalam mengukur *personal branding* sebesar 4,80. Pernyataan PB1 mengenai “*Personal Branding Sincerity* (Ketulusan)”, tetapi untuk pernyataan PB4 harus diperbaiki karena pernyataan PB4 memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,68 mengenai “*Personal Branding Ruggedness* (Ketangguhan)”.

ACKNOWLEDGEMENT

With the preparation of this dissertation, the author would like to express his highest thanks and appreciation to:

1. Prof. Dr. Komarudin, M, Si., as the Rector of the State University of Jakarta.
2. Prof. Dr. Dedi Purwana, S.E., M.Bus as the Postgraduate Director of the State University of Jakarta.
3. Prof. Dr. Umi Widyastuti, S.E., M.E., as the Coordinator of the Doctoral Study Program in Management Science.
4. Prof. Dr. Corry Yohana, M.M., as Promotor who was pleased to provide guidance, direction and input so that this dissertation was prepared.
5. Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd., as Co-Promotor who was willing to provide guidance, direction and input so that this dissertation was prepared.
6. Special Thanks to Prof. Dr. Hamidah, S.E., M.Si., Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D., dan Prof. Dr. Rd Tuty Sariwulan, M.Si., as internal examiners in providing input and suggestions to improve the quality of this dissertation.

Finally, to Allah, we pray and pray that all the author's efforts and hard work in preparing and completing the writing of this dissertation will always be enlightened so that it can produce work that is beneficial for human benefit and the development of science.

Palangkaraya, Januari 2025



Rebekka Artauli Lumbantobing

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan menyusun disertasi dengan judul “Pengaruh *Career Development*, *Culture Value*, dan *Emotional Intelligence* terhadap *Personal Branding* dengan Mediasi *Self-Efficacy* pada Anggota Polri di Polda Kalimantan Tengah”. Disertasi ini disusun dalam rangka memperoleh gelar Doktor Manajemen pada Bidang Kajian Utama Ilmu Manajemen konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan disertasi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Namun demikian penulis berharap disertasi ini dapat memberi manfaat yang seluas-luasnya, terutama bermanfaat untuk mengembangkan Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia yang semakin fungsional.

Palangkaraya, Januari 2025
Peneliti,



Rebekka Artauli Lumbantobing

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER.....	i
PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI.....	ii
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
RINGKASAN.....	viii
KATA PENGANTAR	xiii
<i>ACKNOWLEDGEMENT</i>	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR GRAFIK	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pembatasan Penelitian	13
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	13
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Manfaat Penelitian	15
1.5.1. Manfaat Teoritis	15
1.5.2. Kegunaan Praktis	16
1.5.3. <i>State of The Art</i>	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Literatur	21
2.1.1. <i>Theory of Organization Behavior (TOB)</i>	21
2.1.2. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	23
2.1.3. <i>Personal Branding</i>	24
2.1.4. <i>Career Development</i>	32

2.1.5.	<i>Cultural Value</i>	38
2.1.6.	<i>Emotional Intelligence</i>	44
2.1.7.	<i>Self Efficacy</i>	54
2.2.	Penelitian Relevan	61
2.2.1.	<i>Review Literature</i>	61
2.2.2.	<i>Synthesis of Gaps in the Literature</i>	100
2.3.	Penelitian Terdahulu	104
2.4.	Kerangka Berpikir.....	116
2.4.1.	Pengaruh <i>Career Development</i> terhadap <i>Self Efficacy</i>	116
2.4.2.	Pengaruh <i>Culture Value</i> terhadap <i>Self Efficacy</i>	117
2.4.3.	Pengaruh <i>Emotional Intelligence</i> terhadap <i>Self Efficacy</i>	118
2.4.4.	Pengaruh <i>Career Development</i> terhadap <i>Personal Branding</i>	120
2.4.5.	Pengaruh <i>Culture Value</i> terhadap <i>Personal Branding</i>	121
2.4.6.	Pengaruh <i>Emotional Intelligence</i> terhadap <i>Personal Branding</i>	122
2.4.7.	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> terhadap <i>Personal Branding</i>	123
2.4.8.	<i>Self Efficacy</i> memediasi pengaruh <i>Career Development</i> terhadap <i>Personal Branding</i>	124
2.4.9.	<i>Self Efficacy</i> memediasi pengaruh <i>Culture Value</i> terhadap <i>Personal Branding</i>	125
2.4.10.	<i>Self Efficacy</i> memediasi pengaruh <i>Emotional Intelligence</i> terhadap <i>Personal Branding</i>	125
2.5.	Hipotesis	129

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Jenis Penelitian.....	130
3.2.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	131
3.3.	Desain Penelitian	131
3.4.	Populasi dan Sampel (Responden, Informan atau Unit analisis)	131
3.4.1.	Populasi	131

3.4.2.	Sampel (Responden dan Unit analisis)	132
3.5.	Teknik Pengumpulan Sampel	134
3.6.	Pengukuran	135
3.7.	Penyusunan Instrumen	137
3.7.1.	Instrumen <i>Personal Branding</i>	138
3.7.2.	Instrumen <i>Career Development</i>	140
3.7.3.	Instrumen <i>Culture Value</i>	143
3.7.4.	Instrumen <i>Emotional Intelligence</i>	145
3.7.5.	Instrumen <i>Self-Efficacy</i>	147
3.8.	Uji Validitas dan Realiabilitas	149
3.8.1.	Uji Validitas	149
3.8.2.	Uji Reliabilitas	150
3.8.3.	<i>Common Method Variance dan Bias</i>	152
3.8.4.	<i>Non-Response Bias</i>	154
3.9.	Hipotesis Statistik	154
3.10.	Data dan Teknik Analisa Data	156
3.10.1.	Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	156
3.10.2.	Analisis Deskriptif	158

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian	168
4.1.1.	Deskriptif Identitas Responden.....	168
4.1.2.	Hasil Analisis SEM-AMOS.....	173
4.1.3.	Deskriptif <i>Cross Tabulation</i> Jawaban Responden.....	189
4.1.4.	Analisis Jawaban Responden Berdasarkan Interval Skor....	212
4.1.5.	<i>Goodness of fit model CFA</i>	247
4.1.6.	Evaluasi Model Struktural	251
4.1.7.	Uji R Aquare	255
4.1.8.	Pengaruh Tidak Langsung	256
4.2.	Pembahasan.....	260
4.2.1.	Pengaruh langsung <i>Career Development</i> terhadap	

	<i>Self-Efficacy</i>	260
4.2.2.	Pengaruh langsung <i>Culture Value</i> terhadap <i>Self-Efficacy</i> ...	264
4.2.3.	Pengaruh langsung <i>Emotional Intelligence</i> terhadap <i>Self-Efficacy</i>	267
4.2.4.	Pengaruh langsung <i>Career Development</i> terhadap <i>Personal Branding</i>	270
4.2.5.	Pengaruh langsung <i>Culture Value</i> terhadap <i>Personal Branding</i>	272
4.2.6.	Pengaruh langsung <i>Emotional Intelligence</i> terhadap <i>Personal Branding</i>	276
4.2.7.	Pengaruh langsung <i>Self-Efficacy</i> terhadap <i>Personal Branding</i>	280
4.2.8.	Pengaruh tidak langsung <i>Career Development</i> terhadap <i>Personal Branding</i> dimediasi <i>Self-Efficacy</i>	283
4.2.9.	Pengaruh tidak langsung <i>Culture Value</i> terhadap <i>Personal Branding</i> dimediasi <i>Self-Efficacy</i>	284
4.2.10.	Pengaruh tidak langsung <i>Emotional Intelligence</i> terhadap <i>Personal Branding</i> dimediasi <i>Self-Efficacy</i>	285
4.3.	Novelty Penelitian	287
4.3.1.	Novelty Penelitian dari Nilai Deskriptif	287
4.3.2.	Novelty Penelitian berdasarkan Keterpengaruhan Konstruk	295
4.3.3.	Rekomendasi Novelty Penelitian	303
4.3.4.	Keterbatasan Penelitian	305
<i>Intelligentia - Dignitas</i>		
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		
5.1.	Kesimpulan	306
5.2.	Implikasi Penelitian	307
5.3.	Rekomendasi	309
DAFTAR PUSTAKA		312

DAFTAR TABEL

1.	Tabel 2.1.	<i>Aspects of a career according to D.T. Hall</i>	33
2.	Tabel 2.2.	Budaya	42
3.	Tabel 2.3.	Skala EQ-I dan Penilaiannya	52
4.	Tabel 2.4.	Matrik Penelitian.....	104
5.	Tabel 3.1.	Penyusunan <i>Sampling Frame</i>	133
6.	Tabel 3.2.	Data Populasi dan Sampel	134
7.	Tabel 3.3.	Instrumen <i>Personal Branding</i>	139
8.	Tabel 3.4.	Operasionalisasi variabel <i>Career Development (CD)</i>	142
9.	Tabel 3.5.	Instrumen <i>Culture Value</i>	144
10.	Tabel 3.6.	Instrumen <i>Emotional Intelligence</i>	146
11.	Tabel 3.7.	Instrumen <i>Self-Efficacy</i>	148
12.	Tabel 3.8.	Keandalan <i>Cronbach's Alpha</i>	151
13.	Tabel 3.9.	Hasil Validitas Instrumen Variabel Penelitian.....	151
14.	Tabel 3.10.	Hasil Uji Reliabilitas.....	152
15.	Tabel 3.11.	<i>Goodness of Fit Index</i>	165
16.	Tabel 4.1.	Identitas Responden.....	169
17.	Tabel 4.2.	Uji <i>Common Bias Method</i>	174
18.	Tabel 4.3.	Uji <i>Outlier Multivariat</i>	175
19.	Tabel 4.4.	Uji Normalitas Univariat dan Multivariat.....	176
20.	Tabel 4.5.	Uji Multikolinier	178
21.	Tabel 4.6.	Validitas Dimensi dengan Indikator	180
22.	Tabel 4.7.	Validitas Indikator Respesifikasi (Dimensi dengan Indikator).....	182
23.	Tabel 4.8.	Uji Reliabilitas Dimensi.....	185
24.	Tabel 4.9.	Validitas Dimensi (Variabel dengan Dimensi)	186
25.	Tabel 4.10.	Tingkat Reliabilitas Variabel	188
26.	Tabel 4.11.	Validitas Diskriminan Fornell Lacker	189
27.	Tabel 4.12.	Analisis <i>Cross Tabulation</i> Usia Dengan Pangkat di	

	Kepolisian	190
28.	Tabel 4.13. Analisis <i>Cross Tabulation</i> Usia Dengan Masa Kerja di Kepolisian	191
29.	Tabel 4.14. Analisis <i>Cross Tabulation</i> Pangkat di Kepolisian dengan Pendidikan Akademik	192
30.	Tabel 4.15. Analisis <i>Cross Tabulation</i> Kesatuan Kerja dengan Pangkat di Kepolisian	194
31.	Tabel 4.16. Analisis <i>Cross Tabulation</i> Pendidikan Vokasi dengan Pangkat di Kepolisian	196
32.	Tabel 4.17. Analisis <i>Cross Tabulation</i> Jenis Pelatihan dengan Pangkat di Kepolisian	197
33.	Tabel 4.18. Analisis <i>Cross Tabulation</i> Jenis Pelatihan Kemampuan Operasional Kepolisian dengan Pangkat di Kepolisian	199
34.	Tabel 4.19. Analisis <i>Cross Tabulation</i> Jenis Pelatihan Kemampuan Bidang Pembinaan dengan Pangkat di Kepolisian	201
35.	Tabel 4.20. Analisis Masa Kerja dengan Variabel <i>Career Development</i>	202
36.	Tabel 4.21. Analisis Masa Kerja dengan Variabel <i>Career Development</i>	203
37.	Tabel 4.22. Analisis Pendidikan Akademik dengan Variabel <i>Career Development</i>	204
38.	Tabel 4.23. Analisis Masa Kerja dengan Variabel <i>Culture Value</i>	205
39.	Tabel 4.24. Analisis Pendidikan Akademik dengan Variabel <i>Culture Value</i>	206
40.	Tabel. 4.25. Analisis Pangkat dengan Variabel <i>Emotional Intelligence</i>	207
41.	Tabel 4.26. Analisis Masa Kerja dengan Variabel <i>Self-Efficacy</i>	209
42.	Tabel 4.27. Analisis Pendidikan Akademik dengan Variabel <i>Personal Branding</i>	210
43.	Tabel 4.28. Analisis Masa Kerja dengan Variabel <i>Personal Branding</i>	211
44.	Tabel 4.29. Deskripsi Jawaban Responden <i>Personal Branding</i> (PB)...	213

45.	Tabel 4.30.	Nilai Jawaban responden pada Indikator-Indikator <i>Personal Branding</i> menurut Skor Nilai di Bawah Rata-Rata.....	217
46.	Tabel 4.31.	Deskripsi Jawaban Responden <i>Career Development</i> (CD)	221
47.	Tabel 4.32.	Nilai Jawaban responden pada Indikator-Indikator <i>Career Development</i> menurut Skor Nilai di Bawah Rata-Rata.....	225
48.	Tabel 4.33.	Deskripsi Jawaban Responden <i>Culture Value</i> (CV).....	228
49.	Tabel 4.34.	Nilai Jawaban responden pada Indikator-Indikator <i>Culture Value</i> menurut Skor Nilai di Bawah Rata-Rata....	231
50.	Tabel 4.35.	Deskripsi Jawaban Responden Indikator-Indikator <i>Emotional Intelligence</i> (EI).....	234
51.	Tabel 4.36.	Nilai Jawaban responden pada Indikator-Indikator <i>Emotional Intelligence</i> menurut Skor Nilai di Bawah Rata-Rata.....	238
52.	Tabel 4.37.	Deskripsi Jawaban Responden <i>Self-Efficacy</i> (SE).....	242
53.	Tabel 4.38.	Nilai Jawaban responden pada Indikator-Indikator <i>Self-Efficacy</i> menurut Skor Nilai di Bawah Rata-Rata.....	245
54.	Tabel 4.39.	<i>Goodness of Model</i> CFA.....	247
55.	Tabel 4.40.	Uji Hipotesis Parsial	252
56.	Tabel 4.41.	Uji Mediasi.....	254
57.	Tabel 4.42.	<i>R square</i>	256
58.	Tabel 4.43.	Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Total Pengaruh	256

DAFTAR GAMBAR

1.	Gambar 1.1.	Visualisasi <i>Vosviewer</i> pada Pengklasteran	8
2.	Gambar 1.2.	Visualisasi <i>Vosviewer</i> pada Tahun Penelitian	9
3.	Gambar 1.3.	Visualisasi <i>Vosviewer</i> untuk Penelusuran <i>State of the Art</i>	17
4.	Gambar 2.1.	<i>Integrative Model of Organizational Behavior</i>	22
5.	Gambar 2.2.	<i>The Theory of Planned Behavior</i>	24
6.	Gambar 2.3.	<i>Authentic Personal Branding Framework by H. Rampersad</i>	27
7.	Gambar 2.4.	Model Kompetensi Kecerdasan Emosi	48
8.	Gambar 2.5.	Sumber-sumber Efikasi-Diri.....	57
9.	Gambar 2.6.	Visualisasi <i>Vosviewer Research Gap</i>	103
10.	Gambar 2.7.	Konsep Kerangka Pemikiran	128
11.	Gambar 3.1.	<i>Mediation analysis procedure</i>	167
12.	Gambar 4.1.	Model <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	179
13.	Gambar 4.2.	Model Struktural (Uji Hipotesis).....	251
14.	Gambar 4.3.	Novelty Penelitian dari Nilai Deskriptif Terendah.....	287
15.	Gambar 4.4.	Novelty penelitian dari nilai deskriptif <i>Career Development</i>	289
16.	Gambar 4.5.	Novelty penelitian dari nilai deskriptif <i>Culture Value</i>	290
17.	Gambar 4.6.	Novelty penelitian dari nilai deskriptif <i>Emotional Intelligence</i>	292
18.	Gambar 4.7.	Novelty penelitian dari nilai deskriptif <i>Self-Efficacy</i>	293
19.	Gambar 4.8.	Novelty penelitian dari nilai deskriptif <i>Personal Branding</i>	294
20.	Gambar 4.9.	Hasil <i>Direct</i> dan <i>Indirect</i>	295
21.	Gambar 4.10.	Rekomendasi Novelty Penelitian (Model <i>Personal Branding</i>).....	304

DAFTAR GRAFIK

1. Grafik 1.1. Evaluasi Kinerja Kepolisian 2
2. Grafik 1.2. Kepercayaan Publik pada Polri, KPK, Kejaksaan, dan
Pengadilan dalam Penegakan Hukum 3



Intelligentia - Dignitas