

ANALISIS PENGARUH SKILL VARIETY, TASK IDENTITY, TASK SIGNIFICANCE, AUTONOMY, FEEDBACK ABOUT RESULT DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA DOSEN UNIVERSITAS PAMULANG UNTUK PENGEMBANGAN KARIR DAN PENGEMBANGAN ORGANISASI

FIKA RAHMANITA¹⁾, ERI WIRANDANA²⁾

^{1,2)}Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang

ABSTRAK

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 menyebutkan bahwa: “dosen adalah pendidik profesional dan ilmuwan dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarluaskan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi melalui Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat.” Pengembangan organisasi merupakan strategi organisasi yang dilakukan untuk mencapai perubahan secara organisasional terutama meningkatkan kinerja dosen. Tahap pertama dalam kegiatan ini adalah dengan melakukan diagnosis pada level individu untuk mengetahui permasalahan yang ada sehingga kemudian bisa ditentukan solusi yang sesuai untuk menyelesaikan permasalahan. Diagnosis pada level individu dilakukan untuk mendiagnosa bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Metode kuantitatif dalam penelitian ini dikembangkan dengan metode kausalitas dengan PLS sebagai teknik analisis data. Hasil penelitian menunjukkan terdapat variabel yang mempengaruhi kinerja yaitu task significance dan feedback about result.

Kata kunci: *skill variety, task significance, task identity, autonomy, feedback about result, kinerja, kepuasan kerja*

PENDAHULUAN

Dosen memiliki tanggung jawab untuk menjalankan kewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Tridharma bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 menyebutkan bahwa: “dosen adalah pendidik profesional dan ilmuwan dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi melalui Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat.” Namun, di sisi lain dosen tidak diberikan standar khusus dalam melakukan rencana kegiatannya sehingga diperlukan kesadaran diri dalam menjalankan kewajiban tridharma. Perguruan tinggi sebagai penyelenggara kegiatan sebaiknya memperhatikan kinerja dosen melalui kewajiban tridharma.

Universitas Pamulang sebagai perguruan tinggi yang menjalankan sistem pendidikan sebaiknya melakukan pengembangan organisasi untuk terutama untuk meningkatkan kinerja

dosen. Pengembangan organisasi merupakan strategi organisasi yang dilakukan untuk mencapai perubahan secara organisasional. Tahap pertama dalam kegiatan ini adalah dengan melakukan diagnosis pada level individu untuk mengetahui permasalahan yang ada sehingga kemudian bisa ditentukan solusi yang sesuai untuk menyelesaikan permasalahan. Cummings (2008) dalam bukunya yang berjudul “*Organizational Development and Change*” menyatakan bahwa: “kinerja dipengaruhi oleh *skill variety, task identity, task significance, autonomy, dan feedback about result.*”

Selain faktor dari pekerjaan, kinerja seseorang meningkat karena adanya faktor internal yaitu dari individu dosen berupa pengembangan karir. Rivai (2009) mengemukakan bahwa pengembangan karir adalah proses peningkatan kinerja seseorang yang dengan sadar telah direncanakan untuk dicapai demi menghasilkan karir yang diinginkan. Proses peningkatan kinerja tersebut dilakukan dengan cara melakukan perencanaan karir. Faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja dosen adalah kepuasan kerja dan komitmen karir. Oleh karena itu

diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui hal-hal yang berpengaruh terhadap kinerja.

TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa ahli menyampaikan bahwa: “Kepuasan kerja dipengaruhi oleh *skill variety*, *task identity*, *task significance*, *autonomy*, dan *feedback about result*” (Hackman dan Oldham, 1976; Cummings dan Worley, 2008; Robbins, 2008). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *skill variety* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja (Alini, et.al., 2013; Hauff, Franziska, dan Tressin, 2015; Haryadi, et.al., 2016; Lubis, 2012; Fadhillah, 2014; Cholik dan Pradana, 2015; Muqit, Machasin, dan Restu, 2014). Namun penelitian Zhao (2016) menunjukkan pengaruh negatif *skill variety* terhadap kepuasan kerja. Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, disusun hipotesis₁.

H₁: “*skill variety* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja”

Beberapa peneliti terdahulu membuktikan bahwa: “*Task identity* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja” (Chairuddin, 2011; Lubis, 2012;

Alini, et.al., 2013; Cholik dan Pradana, 2015). Namun penelitian Haryadi (2016) menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan dari *task identity* terhadap kepuasan kerja. Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, disusun hipotesis₂.

H₂: “*task identity* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja”

Beberapa peneliti terdahulu membuktikan bahwa: “*Task significance* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja” (Chairuddin, 2011; Cholik dan Pradana, 2015; Alini, et.al., 2013). Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, disusun hipotesis₃.

H₃: “*task significance* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja”

Beberapa peneliti terdahulu membuktikan bahwa: “*Autonomy* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja” (Lubis, 2012; Alini, et.al., 2013). Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, disusun hipotesis₄.

H₄: “*autonomy* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja”

Beberapa peneliti terdahulu membuktikan bahwa: “*Feedback* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja” (Chairuddin, 2011; Lubis, 2012; Alini,

et.al., 2013; Astuti, 2015; Zhao, 2016). Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, disusun hipotesis₅.

H₅: “*feedback about result* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja”

Para ahli menyebutkan bahwa: “*skill variety, task identity, task significance, autonomy, dan feedback about result* berpengaruh terhadap kinerja” (Hackman dan Oldham, 1976; Cummings dan Worley, 2008; Robbins, 2008). *Autonomy* berpengaruh terhadap kinerja (Johlke & Iyer, 2013). Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, disusun hipotesis_{6,7,8,9,10}.

H₆ : “*skill variety* berpengaruh positif terhadap kinerja”

H₇ : “*task identity* berpengaruh positif terhadap kinerja”

H₈ : “*task significance* berpengaruh positif terhadap kinerja”

H₉ : “*autonomy* berpengaruh positif terhadap kinerja”

H₁₀: “*feedback about result* berpengaruh positif terhadap kinerja”

Kepuasan kerja yang bernilai positif akan berpengaruh positif terhadap hasil kerja karyawan (Tiffin dalam As’ad, 2001). Terdapat studi yang menunjukkan pengaruh kepuasan

kerja terhadap kinerja (Sulianti, 2009; Cholik dan Pradana, 2015; Fadhillah, 2014). Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, disusun hipotesis₁₁.

H₁₁: “kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja”

Pengembangan karir memberikan dorongan kepada karyawan dalam mengembangkan karir dalam pekerjaannya dengan cara meningkatkan pengetahuan, sikap dan keterampilan sehingga pada gilirannya akan meningkatkan kinerja mereka (Hariandja, 2002). Locke dan Latham (1990) menunjukkan pengaruh dari perencanaan karir yang panjang terhadap kinerja. Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, disusun hipotesis₁₂.

H₁₂: “perencanaan karir berpengaruh positif terhadap kinerja”

Mangkuprawira (2011) menyatakan bahwa: “perencanaan karir yang baik mengembangkan potensi karyawan karena telah memiliki arahan yang jelas mengenai pengembangan karirnya di dalam perusahaan itu sendiri”. Hasil penelitian Judge, Bono, Thoressen, & Patton (2001) membuktikan bahwa: “ketidakpuasan dalam karir seorang karyawan akan

mengarah pada ke penurunan kinerja yang dimanifestasi dalam berbagai bentuk perilaku seperti membolos, dan datang terlambat.” Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, disusun hipotesis¹³.

H₁₃: “perencanaan karir berpengaruh positif terhadap kinerja melalui kepuasan kerja”

Mangkuprawira (2011) menyatakan bahwa: “institusi pendidikan sebagai upaya untuk menjaga komitmen dari karyawan atau pegawai adalah dengan menekankan bagaimana perusahaan atau institusi menjadi rekanan dalam pengembangan keahlian dan pengetahuan karyawan tersebut secara berkelanjutan.” Dengan adanya komitmen karyawan lebih termotivasi untuk melakukan pekerjaan lebih baik. Isen & Baron (1991) menyebutkan bahwa dimana perasaan positif karyawan yang disebabkan oleh pekerjaan dapat mempengaruhi kinerja secara positif, begitu pula sebaliknya. Scandura & Lankau (1998) juga membuktikan hal yang sama, dimana kinerja kepuasan yang dihasilkan setelah melakukan pekerjaan. Berdasarkan kerangka pemikiran

tersebut, disusun hipotesis¹⁴.

H₁₄: “perencanaan karir berpengaruh positif terhadap kinerja melalui komitmen”

METODE PENELITIAN

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden. Sistem yang digunakan dalam kuesioner adalah dengan memberikan penilaian pada pilihan jawaban yang sesuai dengan kondisi yang dialami responden.

Variabel kepuasan kerja dan kinerja sebagai variabel laten endogen sebagai hasil bentukan variabel laten eksogen. Terdapat lima variabel laten eksogen yang dalam penelitian ini yaitu: 1) *skill variety*, 2) *task identity*, 3) *task significance*, 4) *autonomy*, dan 5) *feedback about result*, kemudian tiga variabel laten endogen yaitu komitmen, perencanaan karir, dan kinerja. Sedangkan komitmen merupakan variabel intervening yang dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif antara perencanaan karir dengan kinerja.

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah *partial least square*

(PLS) dengan kriteria pada tahap evaluasi outer model sebagai berikut:

Tabel Uji validitas dan reliabilitas dalam model pengukuran PLS

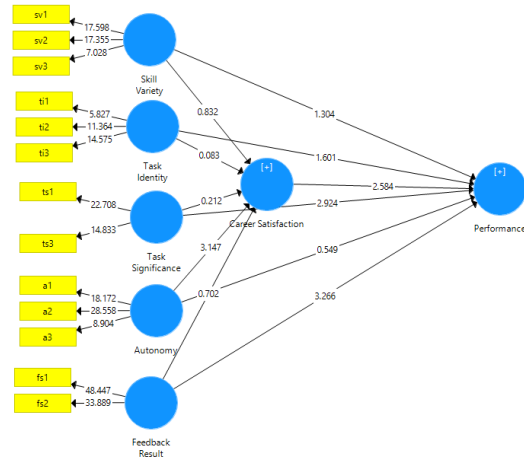
Validitas dan reliabilitas	Parameter	Rule of thumb
<i>Convergent validity</i>	Faktor muatan	$\cong 0.7$
Reliabilitas	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	$\cong 0.5$
	<i>Composite reliability</i>	$\cong 0.7$

Sedangkan pada tahap inner model, digunakan evaluasi R^2 pada variabel endogen untuk melihat pengaruh dari variabel eksogen.

HASIL

Analisis data menggunakan PLS menunjukkan bahwa variabel lolos uji validitas dan reliabilitas kecuali career planning karena tidak memenuhi syarat AVE minimum 0,5 oleh karena itu variabel career planning didrop dari model penelitian. Pada analisis data menggunakan PLS, variabel yang dikatakan berpengaruh terhadap variabel lainnya adalah variabel yang memiliki hubungan dengan nilai t-statistik $\geq 1,96$ pada tingkat kepercayaan 95% dan *path coefficient*

(Beta) dari tiap hubungan antar variabel yang dihipotesiskan. Nilai t-statistik ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Gambar Hasil PLS-SEM Uji Hipotesis

Berdasarkan analisis hasil penelitian menggunakan PLS, diketahui beberapa variabel berpengaruh terhadap variabel lainnya. Hasil uji hubungan antar variabel yang digunakan untuk uji hipotesis adalah sebagai berikut.

- Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan pengaruh *skill variety* terhadap *career satisfaction* dengan nilai T-statistik sebesar 0,858 (<1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa: “*skill variety* tidak berpengaruh terhadap *career satisfaction*.”
- Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan pengaruh *task identity* terhadap *career satisfaction* dengan

- nilai T-statistik sebesar 0,106 (<1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa: “*task identity* tidak berpengaruh terhadap *career satisfaction*.”
- c. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan pengaruh *task significance* terhadap *career satisfaction* dengan nilai T-statistik sebesar 0,196 (>1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa: “*task significance* tidak berpengaruh terhadap *career satisfaction*.”
- d. Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan *autonomy* berpengaruh terhadap *career satisfaction* karena nilai T-statistik sebesar 3,169 (>1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa *autonomy* berpengaruh positif terhadap *career satisfaction* dengan *path coefficient* sebesar 0,361 yang menjelaskan bahwa: “*autonomy* memberikan peran dalam meningkatkan kepuasan didalam karir dosen.”
- e. Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan pengaruh *feedback about result* terhadap *career satisfaction* dengan nilai T-statistik sebesar 0,719 (<1,96) yang menjelaskan bahwa: “variabel *feedback result* tidak menimbulkan pengaruh pada *career satisfaction*.”
- f. Hasil pengujian hipotesis keenam, menunjukkan pengaruh *Skill Variety* terhadap *performance* dengan nilai T-statistik sebesar 1,298 (<1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa: “*skill variety* tidak berpengaruh terhadap *performance*.”
- g. Hasil pengujian hipotesis ke tujuh, menunjukkan pengaruh *task identity* terhadap *performance* dengan nilai T-statistik sebesar 1,627 (<1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa: “*skill variety* tidak berpengaruh terhadap *performance*.”
- h. Hasil pengujian hipotesis kedelapan, menunjukkan pengaruh *task significance* terhadap *performance* dengan nilai T-statistik sebesar 3,302 (>1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa *task significance* berpengaruh positif terhadap *performance* dengan *path coefficient* sebesar 0,283 yang menjelaskan bahwa: “*task significance* memberikan peran dalam meningkatkan kinerja dosen.”

- i. Hasil pengujian hipotesis ke sembilan menunjukkan pengaruh *autonomy* terhadap *performance* dengan nilai T-statistik sebesar 0,351 (<1,96) menunjukkan bahwa: “variabel *autonomy* tidak menimbulkan pengaruh pada *performance*.”
- j. Hasil pengujian hipotesis ke sepuluh menunjukkan pengaruh *feedback result* terhadap *performance* dengan nilai T-statistik sebesar 3,211 (>1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa *feedback result* berpengaruh positif terhadap terhadap *performance* dengan *path coefficient* sebesar 0,290 yang menjelaskan bahwa: “*task significance* memberikan peran dalam meningkatkan kinerja dosen.”
- k. Hasil pengujian hipotesis kesebelas menunjukkan pengaruh *career satisfaction* terhadap *performance* dengan nilai T-statistik sebesar 2,477 (>1,96). Maka dapat disimpulkan bahwa *career satisfaction* berpengaruh terhadap terhadap *performance* dengan *path coefficient* sebesar -0,184. Dikarenakan nilai koefisien berlawanan dengan hipotesis teori

yang seharusnya berpengaruh positif, maka hipotesis ke-sebelas tidak diterima.

1. Nilai AVE pada variabel *career planning* <0.5 maka variabel *career planning* harus didrop dari model penelitian, oleh karena itu hipotesis 12 dan hipotesis 13 ditolak.

PEMBAHASAN

1. Terdapat beberapa variabel yang signifikan berpengaruh positif terhadap variabel lainnya yaitu *autonomy* terhadap kepuasan karir, *task significance* terhadap *performance* dan *feedback about result* terhadap *performance*.
2. *Autonomy* berpengaruh terhadap kepuasan karir. Namun di sisi lain, kepuasan karir berpengaruh negatif terhadap kinerja, sehingga Universitas dapat meningkatkan kinerja dosen melalui faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi *performance* yaitu *task significance* dan *feedback about result*.
3. *Task significance* terhadap *performance*. Tujuan pendidikan adalah untuk dapat mencerdaskan dan mengubah pola pikir anak bangsa. Tujuan ini adalah daoaat

- berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja dosen.
4. *Feedback about result terhadap performance.* Umpan balik dapat dijadikan tolak ukur bagi seorang karyawan untuk dapat meningkatkan kinerja di tahun berikutnya. Pedoman ini digunakan oleh dosen untuk dapat meningkatkan kinerja dirinya.
 5. Hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan karir dan tidak berpengaruh terhadap kinerja. Hal ini ditunjukkan dari data jumlah dosen yang sudah melakukan penelitian dan pengabdian dibandingkan dengan total keseluruhan jumlah dosen sangatlah kecil. Hal ini dikarenakan belum ada kesadaran dosen dalam menjalani tridharma dengan baik sementara pihak Universitas telah memberikan dengan karakteristik pekerjaan yang sesuai dengan kebutuhan mengamalkan tridharma. Oleh karena itu, untuk dapat menumbuhkan pengaruh positif kepuasan terhadap kinerja, sebaiknya Universitas memberikan sosialisasi kegiatan yang dapat mendukung kinerja dosen.
 6. Selain itu, variabel *career planning* diketahui tidak berpengaruh terhadap kinerja dan variabel *career planning* tidak berpengaruh terhadap kinerja melalui kepuasan karir. Pertama variabel *career planning* dalam penelitian ini tidak valid, karena berdasarkan kondisi karakteristik responden dapat diketahui bahwa mayoritas dosen didalam penelitian berusia muda. Beberapa variabel diketahui tidak berpengaruh terhadap variabel lainnya menunjukkan bahwa dosen belum memiliki rencana karir yang jelas mengenai karir dosen di dalam lingkup tridharma. Bentuk pengukuran kinerja dosen di dalam Peraturan Kemenristekdikti adalah pelaksanaan tridharma perguruan tinggi. Kondisi tersebut dapat dijelaskan dengan pengalaman bekerja dosen mayoritas masa kerja 1-5 tahun dan dengan usia dosen yang masih muda menunjukkan bahwa mayoritas dosen yang bekerja di UNPAM masih belum memiliki pengalaman yang cukup dalam menerapkan Tridharma

perguruan tinggi sebagai seorang dosen. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada hasil penilaian dosen bahwa kinerja dosen memiliki penilaian unggul pada lingkup pengajaran. Sedangkan untuk penelitian dan pengabdian masyarakat secara keseluruhan masih kurang atau belum memenuhi standar minimal kebutuhan penelitian atau pengabdian yaitu 1 keluaran hasil didalam satu semester. Oleh karena itu perlu dilakukan sosialisasi perencanaan karir agar dosen dapat menentukan target capaian kinerja sedari awal semester agar mencapai kinerja yang optimal.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan:

1. *Autonomy* berpengaruh positif terhadap *career satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan untuk menyelesaikan pekerjaannya sendiri, sehingga kepuasan karir dapat ditingkatkan dengan menambah *autonomy* dalam pekerjaan dosen. Namun di sisi lain, *career satisfaction* diketahui

berpengaruh negatif terhadap *performance*. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel *autonomy* ditingkatkan, maka akan berdampak negatif terhadap *performance*. Sehingga kinerja dapat ditingkatkan dengan meningkatkan faktor-faktor lain yang berpengaruh positif terhadap kinerja.

2. *Task significance* berpengaruh positif terhadap *performance*. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dosen dapat ditingkatkan dengan memberikan sosialisasi manfaat pekerjaan terhadap oranglain di dalam organisasi, dan di luar organisasi. Hal ini dapat digunakan oleh organisasi untuk dapat meningkatkan motivasi dosen dalam
3. *Feedback about result* berpengaruh positif terhadap *performance*. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dapat ditingkatkan dengan menambah informasi mengenai umpan balik kinerja dosen, umpan balik mengenai seberapa baik pekerjaan yang sudah diselesaikan, dan pemahaman mengenai baik atau buruk pekerjaan yang diselesaikan.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan saran yang dapat diajukan sebagai berikut.

1. Penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan karir dan terdapat beberapa variabel yang tidak berpengaruh terhadap kinerja. *Skill variety* tidak berpengaruh terhadap kepuasan karir dan *skill variety* tidak berpengaruh positif terhadap performance. *Task identity* tidak berpengaruh terhadap kepuasan karir dan *task identity* tidak berpengaruh positif terhadap performance. *Task identity* tidak berpengaruh terhadap kepuasan karir dan *task identity* tidak berpengaruh positif terhadap performance. *Task significance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan karir. *Autonomy* tidak berpengaruh positif terhadap performance. *Feedback about result* tidak berpengaruh terhadap kepuasan karir. Hal ini menunjukkan bahwa kebebasan dalam mengerjakan pekerjaan yang bervariasi tidak berpengaruh dalam menimbulkan kepuasan karir.

Sebaiknya sosialisasi terhadap karyawan tetap dilaksanakan untuk semakin meningkatkan pemahaman mengenai manfaat *skill variety*, *task identity*, *task significance*, *autonomy* dan *feedback about result* terhadap kepuasan karir dan terhadap kinerja karyawan. Namun di sisi lain, kinerja merupakan tanggungjawab masing-masing individu terhadap pekerjaannya. Herzberg (2005) menyampaikan pada teorinya bahwa: “seseorang dalam mencapai kepuasan memiliki dorongan dari dalam dirinya untuk menghindari ketidakpuasan.”

2. Penelitian selanjutnya dapat memperdalam pengujian dari masing-masing dimensi variabel dimana belum dibahas mendalam mengenai dimensi kinerja karyawan yang memberikan kontribusi tertinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- As'ad, Moh. 2001. *Psikologi Industri*. Liberty. Yogyakarta
- Bernardin & Russel, 1998. *Human Resource Management: An Experiential Approach*. New York: McGraw-Hill. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan

- Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA 2016 | 405
- Blau, G. 1989. Testing Generalisability of a Career Commitment Measure and its Impact on Employee Turnover. *Journal of Vocational Behaviour*. 35, 88-103.
- Blau, G.J., & Boal, K. B. 1987. Conceptualizing How Job Involvement and Organizational Commitment Affect Turnover and Absenteeism. *Academy of Management Review*. 12, 288 – 300.
- Bozionelos, 2008. Intra-organizational Network Resources: How They Relate to Career Success and Organizational Commitment. *Personnel Review: Volume 37 Issue 3*. pp. 249 – 263.
- Cholik, M. *Pengaruh Karakteristik Pekerjaan terhadap Prestasi Kerja Melalui Kepuasan Kerja Karyawan*. Malang.
- Davis, Keith dan Newstorm. 1996. *Perilaku dalam Organisasi Jilid 2*. Jakarta. Erlangga.
- Fadhillah, Muhammad. 2014. *Pengaruh Kompensasi dan Kemampuan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Duta Palma Nusantara di Kabupaten Kuantan Singingi*. JOM FEKON.
- Ghozali, Imam. 2006. *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Greenberg, E.R., & Baron J.A., 1993. *Behavior in Organization*, 4th Edition. Boston: Allyn and Bacon.
- Greenhaus, J.H., Parasuraman, S.J. & Wormley, W.M. 1990. Effects of Race on Organizational Experiences, Job Performance Evaluations, and Career Outcomes. *Academy of Management Journal*. 33(1): 64-86.
- Hariandja, Marihot T.E. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo.
- King, A.S. 1999. Crescendo model of career motivation and commitment: Identity, insight and resilience. *International Journal of Value-based Management*. 12(1), 29 - 49.
- Mathis Robert & Jackson John, 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 10. Terjemahan Dian Angelica. Salemba Empat.
- Maslow, A.H., Herzberg, F., dan McClelland, D. 2005. *Job Satisfaction Theory*.
- Rivai, V. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan Edisi kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Siagian Sondang, 1994, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara.
- Sjafri, Mangkuprawira. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sulianti, Diana. 2009. *Pengaruh Komitmen Organisasional dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Perkebunan Nusantara III di Sumatera Utara.* Jurnal Manajemen Kewirausahaan.

COHESION AND COHERENCE IN ADVERTISING DISCOURSE IN THE JAKARTA POST OF OCTOBER - DECEMBER 2018

LODYA SESRIYANI

Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang

dosen01852@unpam.ac.id

ABSTRAK

This study is aimed at finding out the cohesion and coherence in advertising discourse in The Jakarta Post as well as its implication of the study in teaching reading and writing. The writer used purposive sampling as the method of collecting data. The writer took the data from editions of The Jakarta Post published in October- December 2018. The writer used a cohesion theory suggested by Halliday and Hasan (1976) in analyzing the data. On the contrary in coherence analysis the writer generated Peirce's semiotic theory of sign (2007) and speech act theory proposed by Austin (1962). Thus, in analyzing the aspect of coherence the writer focused on recognizing and identifying the function of headline as well as the pictures with respect to illocutionary meaning and semiotic meaning. The results of such analysis show that there are three cohesive devices frequently used in the advertising discourse. They are lexical cohesion (51.61%), then reference (25.81%), then substitution (20.97%), and followed by conjunction (4.84%) in which the most presupposed item tends to refer to what is advertised. On the other hand, the headlines and images are both coherent with the idea of the written discourse and speech act meaning as suggested by Austin's theory. The pictures in the advertising discourse have implication on cultural, social and mythical ideology as suggested by Peirce's theory of sign. Based on the findings of this research, it can be concluded that the understanding of cohesion and coherence for students will greatly affect the ability of students in reading, interpreting and writing a text. In order to improve the students' proficiency, it is important to introduce variety of texts such as advertising discourse for students especially in University.

INTRODUCTION

In writing, the sentences may be grammatically correct, but if the writer fails to establish the connection between them, a great deal of meaning will be lost. The cohesive devices are used to connect the sentences. The most common cohesive devices are personal pronouns (he, she, they), demonstrative pronouns (this, that, these, those), articles and transitional adverbs (therefore, furthermore).

McCarthy (1991: 35) comments that cohesive devices play an important role in English texts and they need to be explicitly taught in writing instruction. In short, cohesive devices very useful, because when sentence, ideas, and details fit together, readers can follow along easily, and the 'ideas tie together smoothly and clearly'.

In writing as well as in speech the students use certain words and expressions to establish connections among ideas in a sentence and paragraph. To make appropriate connection, the students need cohesive devices. These cohesive devices add unity to writing. If the

students do not use cohesive devices, the essay will become a collection of disjointed sentences. Cohesion is one of the standards of textuality (Beaugrande and Dressler, 1981: 3). Text cohesion refers to both the text's grammatical and lexical features beyond text's structural level "such as a clause or sentence" and to the text's "semantics relations" across the text (Halliday & Hasan, 1976: 2). The structural relation between words within a sentence contributes to a sentence's internal cohesion, while the semantic relations provide cohesion and allows the text to function as unit "with respect to its environment"

The use of technology in teaching and learning process has become an obligation for teacher in many national and international schools. A big question arises if we discuss the topic of technology in language learning. Why should we as teachers use technology in language teaching? Learning a second language is both an intensive and time-consuming process.

According to Foreign Service Institute (FSI) in Blake (2008: 1)

estimates that anywhere from 700-1,320 hours of full-time instruction are needed to reach a level of high fluency. The ideal language learning allocation can be more than 44 weeks at 30 hours per week or 1,320 hours. Yet, the fact shows that students, particularly in Junior High School on average spend 160 hours per academic year actively studying English or 6 hours per week. It indicates that students need more time to learn English in order to achieve better or even the best fluency in English.

Strother (2005) found that the online program help the students and they can learn English better. His research was intended for professional learners in aviation and the researcher's was intended for seventh graders of junior high school students. Suharmanto and Ratih (2012) found out that his product was good in terms of its appearance, level of difficulty, attractiveness, coverage, and substance. This research differ from the researcher's was that this research was only covered reading materials, where the researcher's covered both reading

and writing. The last research was conducted by Prihartiningsih (2012) in which she used Facebook in teaching descriptive text to her students. The result revealed that after applying *letsdescribeit* for teaching descriptive text, the students became more understand the use of descriptive text, when the need to use it and how to construct a descriptive text.

The limit of allocation time of face-to-face meetings in classroom per academic calendar forced teachers to have advance innovation in teaching the students. The use of language laboratory to enhance the students' listening and speaking skills is one of the example. But unfortunately, the language laboratories in general refer to a specific group of receivers' experiences. It is closely linked to culture as well as cultural identity where certain elements such as customs or idiomatic language are used to send a message to the receivers.

In line with the objective of language teaching that is how to enable learners to communicate by

means of the target language and with respect to the components of communicative competence, discourse competence and act ional competence, as stated by Canale and Swain (1980) that communicative competence refers to communicative performance or the understanding of the underlying systems of knowledge and skills required for interacting in real communication concerning with act ional competence (reading, listening, speaking and writing).

On the other hand discourse competence is concerning the mastery of the grammatical forms and meanings to achieve a unified spoken or written text in different genres. Genre is meant the type of text such as spoken and written narrative, an argumentative essay, a scientific report or business letter. The text unity is achieved to its form called cohesion and to its meaning called coherence.

Therefore, with the respect to the purpose of teaching that emphasizes the components of communicative competence, discourse competence and act ional competence, the printed

advertisement in The Jakarta Post is one of text types that can be introduced to students as a resource of learning and teaching material mainly in reading and writing a text among different genres.

RESEARCH METHOD

The kind of this research is descriptive research because the data is found by analyzed discourse in mass media. Moreover, this research emphasizes on the quality of the data that referred to the nature characteristic of data using descriptive concepts so this research is qualitative one. The writer aimed at explaining the interpretation of data based on the linguistic evidence due to the use of cohesive devices and coherence in the advertisement published by The Jakarta Post. The analysis is basically conducted to have a brief description of the cohesive devices (reference, substitution, ellipsis, conjunction, and lexical cohesion) and the coherence among ideas in Jakarta Post advertisement. According to Halliday and Hasan (1976), to analyze cohesion of a text the unit of analysis is a sentence.

On the contrary in coherence analysis the writer analyzed pictures in the advertising discourse based on Peirce's semiotic theory of sign (2007) that consists of 3 main elements namely sign, object and interpreting. Furthermore in analyzing the meaning between the headlines and the pictures of advertising discourse the writer generated speech act theory proposed by Austin (1962). Thus, in analyzing the aspect of coherence the writer focused on recognizing and identifying the function of headline as well as the pictures with respect to illocutionary meaning and semiotic meaning.

The stages of analyzing the data are as follows:

1. Collecting the advertisements text and identifying the occurrence of cohesive devices by marking them.
2. Marking the use of cohesive devices by underlining them or bold typing, the words or clauses in the discourse advertisement. Whether they represented reference, substitution, conjunction, ellipsis or lexical

cohesion as well as identifying the cohesive ties whether they were mediated, immediate, or remote ties. It aimed to give ease in further analysis of the data.

3. Quantifying the frequency of the occurrence of cohesive devices by means of percentage (%) to find out the most dominant use of cohesive devices.
4. In coherence analysis the writer related the semiotic symbol such as the meaning relation between picture and headline and analyzed the meaning of text in body of advertisement with headline, as well as finding the speech acts implication such as locutionary meaning, illocutionary meaning, perlocutionary meaning in each part of advertisements by using formula of speech acts suggested by J.L Austin. Furthermore in analyzing the pictures with the ideology the writer generated triad meaning theory that consists of 3 main elements namely sign, object and interpretant suggested by

Peirce's semiotic theory of sign (2007).

Research Findings

Frequency of cohesive devices	Type of cohesive devices	Number of occurrences	Percentage
1	Reference	18	25.81
2	Conjunction	3	4.84
3	Lexical	32	51.61
4	Ellipsis	0	-
5	Substitution	13	20.97
Total		62	100

From the table we can see there are four cohesive devices mostly used in this texts. They are lexical, reference, conjunction and substitution. It is seen that the texts tend to use lexical cohesion with the occurrence of 32 times or $32/62 \times 100\%$ the percentage is 51.61%. It is compared with other cohesive devices lexical cohesion is the most excessively used in the advertising discourse of The Jakarta Post. Then it is followed by reference with 18 occurrences or $18/62 \times 100\%$ the percentage is 25.81% and then followed by substitution with 13 occurrences or $13/62 \times 100\%$ the percentage is 20.97%, and

conjunction with 3 occurrences or $3/62 \times 100\%$ the percentage is 4.84%. In contrast ellipsis is the kind of cohesive devices never found in the texts of advertising discourse in which 0 %,each type is less than 1%.

On this results we can also note that the cohesive devices dominantly used are lexical cohesion and then referential cohesion. Lexical cohesive ties are found frequently on shell advertisement 7 occurrence, on Samsung advertisement 3 occurrences, on Allianz advertisement 2 occurrences, on Sun Hung Kay properties advertisement 2 occurrences, on Honda advertisement 5 occurrences, HSBC advertisement 5 occurrences, on Suzuki advertisement 6 occurrences and on Singapore airline advertisement 2 items.

Furthermore referential cohesive devices are significantly found on Suzuki advertisement 1 occurrence, on Samsung advertisement 3 occurrences, on Sun Hung Kay properties 4 occurrences, on HSBC advertisement 5 occurrences, on Kyocera advertisement 5 times.

In substitution cohesive devices are significantly found on Honda advertisement 5 occurrences, HSBC advertisement 5 occurrences, on Suzuki advertisement 1 occurrences and on Singapore airline advertisement 2 items

Finally conjunction cohesive devices are significantly found on HSBC advertisement 1 occurrence, on Honda advertisement 1 occurrence, and on Samsung advertisement 1 occurrences. The most presupposed item in the advertisements tends refer to not only what is advertised but also the management of the companies.

Thus, through the use of words being informed repeatedly in advertising discourse either product's brand or service as well as the company profile will be smoothly addicting consumers' mind. It can persuasively trigger customers' responds and feedback to take action that is to purchase the products, service or ideas being offered. Therefore we can conclude that advertisement as a persuasive discourse is used how to influence addresse or consumers to take action

from what the advertisers persuade. It is also concerned with the acts performed through speech acts for example to offer, to instruct, to request and so on.

The use of lexical cohesion repeatedly is to give strong affection or stimuly the addressee about the commodity being promoted by emphasizing what is good and ignoring what is bad. In addition referential cohesive devices are used by advertisers in order to convey the meaning through textual meaning by stressing on their management not merely on their product. The information in advertising discourse will generally be about how the product can benefit the customers. It is a kind of an affirmative concept that requires the advertisers to provide customers with any information that could materially affect their purchase decision. It is true that the advertising discourse has greater emphasis or main ideology to persuade consumers to purchase the goods or service being advertised.

Coherence

Besides cohesion, there is another phenomenon of connectedness, namely coherence. It can be assumed that the distinction between cohesion and coherence refers to the difference between form and content. Coherence is a matter of content rather than a form. Coherence as stated by Celce Murcia and Olshtain (2000:8) contributes to the unity of a piece of discourse such that the individual sentence or utterances hang together and relate to each other.

Due to the fact that language and image on advertising discourse have their own unique style and characteristic in which certain utterances and pictures are used by advertisers to make the advertising discourse excellent. A picture is worth a thousand words for it can affect customers on subconscious level for example a picture of smiling woman leaves an impression of happiness, a picture of drop of water shows impression of freshness and delicacy.

Thus, in analyzing the aspect of coherence the writer focused on

recognizing and identifying the function of each utterance as well as pictures fulfilling within its context found in each advertising discourse. As stated by Widdowson (1978) that coherence is achieved through perception of the functions being performed by each utterances. There are three kinds of meaning as suggested by Austin's theory (1962) they are propositional, illocutionary and perlocutionary meaning.

There are also utterances in the headline of the advertisement representing five categories of speech acts based on the functions as suggested by Austin, that is representative or constative in which functioning as assert, claim, report. On the other hand directive is functioning as suggest, request, command, then expressive statements is to apology, to complaint, and to thank. Next commissives statement is functioning as promise, threat, offer, and finally declarative one is to decree, to declare. It shows us that some utterances and pictures in headline of the advertisement fulfill their function such as declaring, claiming,

promising, offering, asserting, emphasizing, informing, illustrating, proving, inviting, and encouraging.

In interpreting the discourse the writer uses some extra-linguistic context as reference to know how the idea of the advertising text is coherent in spite of lacking of cohesive devices in the text. As suggested by Nunan (1993:64-65) he states that in interpreting coherence discourse depends on the ability of language users to recognize the functional role being played by different utterances with in discourse. In accordance with the Nunan's statement the writer is exploring his linguistic knowledge to reveal the coherent meaning and its speech act meaning by relating the discourse world to people, object, picture, logos, slogan, headline, the central figure as well as states of affairs in found in the advertising text.

On the other hand, in interpreting the pictures, slogan, or figure in the advertising discourse the writer implements the semiotic theory proposed by Peirce (in Short, 2007). He proposed triad of meaning

or triangle meaning consists of 3 main elements namely sign, interpretant and object, in which sign is as a relation between the sign vehicle or the specific physical form of the sign, interpretant is the meaning of the sign understood by an interpreter, a sign object as the aspect that the sign carries meaning about.

CONCLUSIONS

In accordance with the cohesive and coherent analysis in the advertising discourse in The Jakarta Post of October- December 2018 the writer can conclude as follows:

In this investigation , the writer has found the presence of cohesive devices used in the text of advertising discourse. There are 4 main cohesive devices used in advertising discourse. They are lexical, reference, substitution, and conjunction. The most dominant cohesive device is lexical device. It can be seen that the use of lexical devices is 32 times or precisely 51.61%.

An important contribution during the investigation that there is

generic structure of the elements of the written advertising discourse in coherence relation. The headline in the advertisement has a function as a statement and a promise about the utility of commodity or service being offered by advertisers. The subhead is used to stress on the headline above. The body copy is used to explain, to describe, and to approve of the statements in the headline. The subhead is followed by name and the address of the advertisers who give information to addressee.

It can be concluded that every sentence in an advertising discourse has at least one relation with another. If the sentence does not have cohesive relation with other sentence, it has a coherent one. To know whether the meaning among sentences coheres can be understood through coherence analysis. By interpreting the semiotic symbol such as pictures found in the advertising discourse indicates that the pictures in the advertisement discourse function as means to support, to visualize, to explain, and to approve the quality of the commodity presented in the advertisements.

REFERENCES

- Austin, J.L. 1962. *How to do things with Words*. New York. Clardon Press.
- Canale, M, and Swain, M. 1980. *Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing*. (Revised version of communicative approaches to second language teaching and testing, Toronto: Ontario Ministry of Education, 1979).
- Dunn, I., Barban, A., Krugman, H. & REID, P. 1990. *Advertising: its role in modern marketing*. 7th ed. Orlando: The Dryden Press.
- Halliday, M.A.K and Hasan. R. 1976. *Cohesion in English* London: Longman.
- Halliday, M.A.K and Hasan. R. 1985. *Language, context, and text: Aspects of language in social- semiotic perspective*. Deakin University.
- Halliday .M.A.K 1985. *Spoken and Written language* Deakin University Press.
- Kartomihardjo. 1993. *Analisis Wacana dengan penerapannya pada beberapa wacana*. Lembaga Bahasa Unika Atmajaya. Jakarta.
- Nunan, David. 1993. *Discourse Analysis*. London: Penguin Group.

Martin, J.R and Rose, D. Working with Discourse: Meaning beyond the clause. Semarang.UNNESS.

Martin, J.R *English Text (system and structure)* 1992 John Benjamin Publishing Company Philadelphia/Amsterdam.

Parsons,G.1991. *Cohesion coherence:scientific texts*.In Ventola 1991:415-Richard.

Schiffrin D,Tanne D, Hamilton 2006. *The Handbook of Discourse Analysis*. Blackwell Publishing Ltd.

Short, T.L., 2007. *Peirce's Theory of Sign*. Cambridge University Press.

Widdowson ,H.G. 1978.*Teaching language as communication*. Oxford University press.

