

Nominalisasi Pada Iklan Lowongan Pekerjaan Berbahasa Inggris Di Surat Kabar Indonesia

Krisna Yudha Bakhti, Siti Yuliah

Jurusan Bahasa Inggris, Politeknik Negeri Bandung, Indonesia

Email: krisna.yudha@polban.ac.id, siti.yuliah@polban.ac.id

RINGKASAN

Penelitian ini menganalisis 50 buah iklan lowongan pekerjaan berbahasa Inggris di surat kabar Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi struktur nominalisasi dan penggunaannya pada iklan lowongan pekerjaan. *Documentary study* digunakan untuk menganalisis data penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa struktur nominalisasi yang terdapat pada iklan lowongan pekerjaan adalah struktur yang kompleks karena struktur tersebut terdiri atas *head* yang dipremodifikasi oleh *deitic*, *numerative*, *epithet*, dan *classifier* dan diposmodifikasi oleh frase preposisi. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan nominalisasi ditemukan di semua bagian iklan.

Kata kunci: nominalisasi, iklan lowongan pekerjaan

ABSTRACT

This study analyzed job advertisements written in English. The study is intended to identify the structure of nominalisation and its use in the job advertisements. In order to reach this objective, the researchers selected 50 job advertisements that published on two newspapers in Indonesia; *Pikiran Rakyat* and *Kompas*. The selected data were analysed for their nominalisation structure. The qualitative research of documentary study was applied. The result indicates that the nominalisation found in the job advertisements are the complex ones. They are constructed from a head, pre-modified by deictic, numerative, epithet and classifier, and post-modified by a prepositional phrase. In addition, the result also showed that the nominalisations were used in every part of job advertisements.

Key words: nominalisation, job advertisement.

PENDAHULUAN

Iklan lowongan pekerjaan sangat memberikan manfaat baik bagi perusahaan maupun masyarakat. Bagi perusahaan, iklan lowongan pekerjaan merupakan media yang tepat untuk menyebarkan informasi terkait kesempatan bekerja yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga perusahaan bisa mendapatkan calon pegawai yang berkualitas dan

sesuai dengan standar. Sementara itu, bagi masyarakat iklan lowongan pekerjaan sangat membantu mereka untuk mendapatkan informasi tentang kesempatan bekerja dan jenis pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya.

Berbeda dengan iklan komersial yang menampilkan pesan teks dan gambar, iklan lowongan pekerjaan hanya menampilkan pesan teks. Pesan teks tersebut merupakan elemen yang paling penting sehingga informasi yang disampaikan khususnya pada bagian persyaratan, kualifikasi, dan keuntungan dari pekerjaan yang ditawarkan harus ditulis semenarik mungkin (RSI: 2013).

Menulis informasi atau pesan dalam iklan lowongan pekerjaan agar dapat menarik perhatian para pencari kerja merupakan hal yang tidak mudah karena iklan lowongan pekerjaan harus dibuat dengan mempertimbangkan pemilihan kata yang digunakan. Teks yang digunakan dalam iklan harus singkat, tetapi tetap menggambarkan tujuan, tindakan, dan sensibilitas yang dapat memengaruhi pembaca untuk merespon iklan tersebut (Vaicenoniene: 2006). Hal ini disebabkan sebagian besar pembaca iklan lowongan pekerjaan tidak tertarik untuk membaca teks yang terlalu panjang. Mereka hanya membaca dengan cepat untuk mengetahui kualifikasi dan persyaratan yang dibutuhkan untuk melamar pekerjaan yang ditawarkan (RSI: 2013).

Sejalan dengan Vaicenoniene, Romanenko (2014) juga menyatakan bahwa kalimat yang sederhana dan pendek adalah salah satu ciri bahasa iklan. Bahasa tersebut mampu memberikan efek empati dan memudahkan para pembaca untuk memahami pesan yang disampaikan. Bahasa yang sederhana ini biasanya terdiri atas satu klausa dengan satu subjek dan verba maupun berupa nominal.

Penelitian terkait iklan lowongan pekerjaan di media cetak telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Lapsanska (2006) menganalisis frasa nomina pada iklan di media cetak. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa struktur nominalisasi jauh lebih kompleks dibandingkan dengan struktur lainnya. Selain itu disebutkan juga bahwa hal yang menarik dari penggunaan nominalisasi terletak pada bagian *premodifier* yang biasanya sangat kompleks. Hal ini bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan secara spesifik informasi yang dimuat dalam iklan. Sejalan dengan Lapsanska, Leech (1966) mengemukakan bahwa bagian yang menarik dari nominalisasi adalah bagian *premodifier*. Hal ini disebabkan *premodifier* memiliki kompleksitas dan struktur yang

tidak biasa. *Premodifier* terdiri atas nomina yang jumlahnya tidak terbatas. Alasan penggunaan *premodifier* dalam sebuah iklan adalah karena *premodifier* tidak hanya memberikan informasi yang diiklankan, tetapi juga memberikan gambaran yang menarik tentang hal yang diiklankan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis meneliti penggunaan bahasa pada iklan lowongan pekerjaan berbahasa Inggris di Indonesia khususnya penggunaan nominalisasi, dengan tujuan untuk:

1. mengidentifikasi struktur nominalisasi yang terdapat pada iklan lowongan pekerjaan berbahasa Inggris di surat kabar di Indonesia,
2. Mendeskripsikan penggunaan nominalisasi pada iklan lowongan pekerjaan tersebut.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam membuat iklan lowongan pekerjaan berbahasa Inggris.

TINJAUAN PUSTAKA

Struktur Iklan Lowongan Pekerjaan

Iklan lowongan pekerjaan merupakan salah satu jenis iklan yang dapat ditemukan di surat kabar, majalah, dan bahkan internet dengan tujuan untuk menawarkan suatu pekerjaan. Untuk menarik perhatian para pencari kerja, iklan lowongan pekerjaan perlu dibuat semenarik mungkin dan harus meliputi berbagai informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Menurut Dessler (2013), ukuran iklan harus optimal, tidak melebihi 500 kata karena iklan yang terlalu panjang akan membosankan pembaca. Iklan lowongan pekerjaan juga harus memiliki judul yang menarik yang menggambarkan jenis pekerjaan yang ditawarkan.

Iklan lowongan pekerjaan terdiri atas empat kerangka dasar, yaitu identitas perusahaan, nama posisi/pekerjaan yang ditawarkan, informasi tentang kualifikasi/persyaratan yang harus dimiliki calon pelamar, dan informasi tentang tata cara melamar pekerjaan (Rafaeli dan Oliver dalam Kheovichai: 2013). Keempat kerangka dasar tersebut ditulis dalam bentuk teks dengan struktur teks berupa frasa dan kalimat sederhana (RSI: 2013). Frasa adalah kelompok kata yang memiliki makna dan dapat membentuk klausa atau kalimat (Knapp and Watkins: 2009). Sementara itu, kalimat

adalah kelompok kata yang digunakan untuk menyampaikan gagasan dan terdiri atas satu klausa atau lebih serta memiliki makna lengkap (Oshima dan Hogue: 2006).

Nominalisasi

Nominalisasi adalah cara untuk mengekspresikan konseptualisasi dari suatu proses atau keadaan dalam bentuk nominal secara linguistik (Bello: 2016). Menurut Martin (1991), nominalisasi adalah ungkapan sebagai frase nomina yang lebih sering diekspresikan dalam kata kerja, kata sifat, atau klausa keseluruhan. Eggins (2004: 94) menyatakan bahwa nominalisasi adalah proses mengubah hal-hal yang biasanya bukan nomina menjadi nomina. Dengan demikian, nominalisasi adalah kata benda yang berasal dari kategori leksikal lain (*part of speech*).

Didasarkan pada register ilmiah dan jurnalistik, penggunaan nominalisasi dapat memberikan beberapa konsekuensi yang positif untuk teks itu sendiri. Konsekuensi tersebut antara lain penggunaan nominalisasi dapat meningkatkan kohesi leksikal dan koherensi ide yang akhirnya memberikan manfaat untuk struktur teks (Bello: 2016), menyampaikan informasi dengan lebih objektif dan impersonal, dan membuat teks lebih ringkas dengan mengemas banyak informasi menjadi beberapa kata sehingga teks akan lebih abstrak dan formal (Cooper: 2010).

Nominalisasi dalam artikel ini adalah nominalisasi untuk *things* atau *head noun* dalam kelompok nominal. Kelompok nominal meluas secara leksikal dengan modifikasi yang mencakup struktur fungsional: “Deictic – Numerative – Epithet – Classifier – Thing – Qualifier” (Halliday:1985).

Dalam Knapp dan Watkins (2009), nominalisasi dapat dibentuk oleh tiga struktur fungsional dasar, yaitu *premodifier*, *head*, dan *postmodifier*. *Premodifier* adalah kata atau kelompok kata yang terletak sebelum *head noun* atau *thing* (*deitic*, *numerative*, *epithet*, dan *classifier*), *postmodifier* adalah kata atau kelompok kata yang terletak setelah *head noun* atau *thing* (*qualifier*). Berikut adalah contoh nominalisasi yang terdiri atas *premodifier*, *head*, dan *postmodifier*.

An excellent	understanding	of Human Resources or employee legislation
premodifier	head	postmodifier

high	degree	of personal and professional integrity in the workplace
premodifier	head	postmodifier

Premodifier terdiri atas empat elemen dasar, yaitu *deictic*, *numerative*, *epithet*, dan *classifier*. *Deictic* adalah kata atau frasa yang mengacu ke waktu, tempat, dan situasi. Fungsi *deictic* ditentukan oleh *determiner*. *Deictic* dibagi menjadi dua kelompok, yaitu *specific deictic* (*a*, *an*, *one*, *no*, dan *each*) dan *non-specific deictic* (*the*, *those*, *his*, *her*, *whose*).

Contoh:

1. **an** excellent understanding of HR/employee legislation
2. **the** ability to understand company business performance
3. **a** related technical discipline

Numerative adalah kata atau frasa yang mengacu ke angka atau jumlah, misalnya *many*, *several*, *few*, *lots of*.

Contoh:

4. **ten** years experience in Human Resource Management
5. **seven** years experience with research and development

Epithet mengacu pada karakteristik atau kualitas yang dimiliki oleh suatu benda (*head*), misalnya *excellent*, *strong*, *good*, dan *fast*.

Contoh:

6. **Excellent** communication skill
7. An **advanced** english level in writing and speaking

Classifier adalah kata dalam nominalisasi yang menunjukkan *subclass* atau *subordinate* dari suatu benda (*head*).

8. **Bachelor** degree from reputable state university (*Bachelor* adalah salah satu jenis/subclass dari degree di universitas)
9. **strong communication** skills (*communication* adalah salah satu jenis keterampilan/skill)

Postmodifier adalah frasa atau klausa yang merupakan bagian dari frasa nomina dan terletak setelah *head*. *Postmodifier* tersebut memiliki fungsi sebagai *qualifier*. Secara struktur, *postmodifier* bisa berupa *non-finite clause*, *finite clause*, dan *prepositional phrase*.

10. the ability **to understand company business performance**
11. work experience **in international donor project**
12. bachelor degree **from reputable state university**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *documentary study*. Dalam *documentary study*, teks atau naskah seperti publikasi pemerintah, publikasi ilmiah, surat kabar, majalah, dan novel digunakan sebagai sumber data (Bailey dalam Ahmed: 2010). Metode ini berguna untuk meneliti, mengkategorikan, menganalisis, dan menginterpretasikan data fisik berupa dokumen tertulis (Payne dan Payne dalam Ahmed: 2010).

Iklan-iklan lowongan pekerjaan berbahasa Inggris yang terdapat pada surat kabar lokal dan nasional berbahasa Indonesia digunakan sebagai instrument untuk mencari data. Surat kabar lokal yang dipilih adalah Pikiran Rakyat. Surat kabar ini diterbitkan dan diedarkan di wilayah Bandung dan di sekitar Jawa Barat dengan jumlah pembaca paling besar. Sementara, surat kabar nasional yang dipilih adalah Kompas karena surat kabar ini memiliki pembaca yang paling luas di antara surat kabar nasional lainnya. Terdapat 50 iklan lowongan pekerjaan berbahasa Inggris (11.9%) dari total 420 iklan lowongan pekerjaan yang ditemukan di dalam surat kabar tersebut yang diedarkan dari bulan Juni hingga Juli 2016. Jumlah ini merupakan porsi yang cukup banyak berdasarkan jumlah iklan yang terdapat di surat kabar berbahasa Indonesia.

Kajian isi atau *content analysis* adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data. Kajian isi adalah teknik penelitian yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan, dan dilakukan secara objektif dan sistematis (Holsti dalam Moloeng: 2015). Payne & Payne dalam Sarosa (2012) mendefinisikan kajian isi sebagai cara mencari data tertulis secara sistematis dan terinci berdasarkan kategori yang ditentukan sebelumnya.

Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data dan setelah pengumpulan data. Pada saat pengumpulan data, penulis menganalisis jenis bahasa yang digunakan pada iklan lowongan pekerjaan sementara itu, setelah pengumpulan data, penulis menganalisis nominalisasi yang terdapat pada isi atau teks iklan lowongan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur nominalisasi yang terdapat dalam iklan lowongan pekerjaan

Berdasarkan kajian yang dilakukan terhadap nominalisasi pada iklan lowongan pekerjaan berbahasa Inggris di media cetak berbahasa Indonesia, ditemukan bahwa semua nominalisasi memiliki struktur yang kompleks. Nominalisasi yang kompleks adalah nominalisasi sederhana ditambah beberapa elemen tambahan seperti *numerative*, *epithet*, *classifier*, dan *qualifier*. Dengan demikian, semua nominalisasi yang ditemukan terdiri atas satu nomina utama (*head*) dan atau *determiner*, *numerative*, *epithet*, *classifier*, dan *qualifier*.

Di bawah ini merupakan contoh nominalisasi kompleks yang digunakan pada iklan lowongan pekerjaan.

Intermediate proficiency level of Microsoft Office

Intermediate	proficiency	level	of Microsoft Office
<i>Epithet</i>	<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Self-motivated, energetic, creative individual

Self-motivated	energetic	creative	individual
<i>Classifier 1</i>	<i>Classifier 2</i>	<i>Classifier 3</i>	<i>Thing</i>

Bachelor degree with good English skill

Bachelor	degree	with good English skill
<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Experience in the same position

Experience	in the same position
<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Master degree from reputable university

Master	degree	from reputable university
<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Proven track records in strategic leadership experience

Proven	track	records	in strategic leadership experience
<i>Epithet</i>	<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Demonstrated ability to execute vision and mission of organization

Demonstrated	ability	to execute vision and mission of organization
<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Advance understanding in development and implementation of Tri Dharma Perguruan Tinggi

Advance	understanding	in development and implementation of Tri Dharma Perguruan Tinggi
<i>Epithet</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Excellent communication skills in both Bahasa and English

Excellent	communication	skills	in both Bahasa and English
<i>Epithet</i>	<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Ability to make decisions

Ability	to make decisions
<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Experience in finance and accounting

Experience	in finance and accounting
<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Good English communication skill

Good	English	communication	skill
<i>Epithet</i>	<i>Classifier 1</i>	<i>Classifier 2</i>	<i>Thing</i>

Excellent computer and typing skills

Excellent	computer	typing	skills
<i>Epithet</i>	<i>Classifier 1</i>	<i>Classifier 2</i>	<i>Thing</i>

Excellent standard English

Excellent	standard	English
<i>Epithet</i>	<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>

Experience in teaching business studies

Experience	in teaching business studies
<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Experience in the field of marketing

Experience	in the field of marketing
<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Good communication skill

Good	communication	skill
<i>Epithet</i>	<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>

Advanced skill in computer application

Advanced	skill	in computer application
<i>Epithet</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Excellent communication skills in English and Bahasa

Excellent	communication	skills	in English and Bahasa
<i>Epithet</i>	<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Experience in finance and marketing

Experience	in finance and marketing
<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

An excellent visionary leadership

An	excellent	visionary	leadership
<i>Deictic</i>	<i>Epithet</i>	<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>

Good communication skill in English and Mandarin

Good	communication	skill	in English and Mandarin
<i>Epithet</i>	<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

A Bachelor degree holder in Management

A	Bachelor	degree	holder	in Management
<i>Deictic</i>	<i>Classifier 1</i>	<i>Classifier 2</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Good interpersonal skill

Good	interpersonal	skill
<i>Epithet</i>	<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>

Ability to operate computer and internet

Ability	to operate computer and internet
<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

A law degree from reputable university

A	law	degree	from reputable university
<i>Deictic</i>	<i>Classifier</i>	<i>Thing</i>	<i>Qualifier</i>

Good communication

Good	communication
<i>Epithet</i>	<i>Thing</i>

Good attitude

Good	attitude
<i>Epithet</i>	<i>Thing</i>

Penggunaan nominalisasi dalam iklan lowongan pekerjaan

Nominalisasi pada iklan lowongan pekerjaan tersebar di semua bagian iklan lowongan pekerjaan, yaitu pada bagian awal iklan lowongan pekerjaan (*headline*), bagian isi iklan lowongan pekerjaan (*body*), dan bagian akhir iklan lowongan pekerjaan. Tabel berikut ini menunjukkan jumlah persentasi sebaran nominalisasi yang terdapat pada iklan lowongan pekerjaan.

Tabel 1
Persentasi Sebaran Nominalisasi yang Ditemukan Pada Iklan Lowongan Pekerjaan

Bagian iklan	Jumlah	Persentasi
awal (headline)	22	4 %
tengah (body)	479	94 %
akhir	8	2 %
jumlah	509	100 %

Headline merupakan bagian awal dari iklan lowongan pekerjaan dan dianggap sebagai bagian yang inti dari sebuah iklan lowongan pekerjaan. Menurut Albert (dalam Hong: 2011), *headline* memiliki tujuan untuk menarik perhatian pembaca sehingga mereka kemudian membaca iklan tersebut. Secara struktur, bagian awal iklan lowongan pekerjaan terdiri atas beberapa informasi seperti nama pekerjaan yang ditawarkan, nama perusahaan atau instansi pencari tenaga kerja, lokasi kerja, dan informasi singkat tentang perusahaan. Pada penelitian ini, terdapat 22 nominalisasi yang ditemukan pada bagian *headline* iklan lowongan pekerjaan. Nominalisasi tersebut merupakan informasi tentang nama perusahaan seperti Susu Air, Ultrajaya Milk Industry; nama pekerjaan yang ditawarkan seperti *General Affair Manager*, *HR Manager*, *Finance Manager*, dan *Fulltime Lecturer*; dan pemberitahuan tentang iklan lowongan itu sendiri seperti *Job Vacancy*, *Career Opportunities*, dan *Vacant Position*.

Bagian tengah merupakan bagian yang paling informatif dan persuasif dari iklan lowongan pekerjaan karena bagian ini menampilkan informasi mengenai deskripsi singkat tentang pekerjaan yang ditawarkan seperti persyaratan untuk melamar pekerjaan dan tugas serta kewajiban yang akan dilakukan apabila diterima untuk bekerja di perusahaan pengiklan. Pada penelitian ini, nominalisasi hanya ditemukan pada bagian persyaratan sedangkan pada bagian tugas dan kewajiban dibuat dalam struktur kalimat sederhana. Untuk bagian persyaratan, bentuk nominalisasi yang digunakan adalah seperti *excellent interpersonal and communication skills*, *strong problem solving capability*, *high level competence in the relevant technology*, *passion for growth*, *knowledge of JDE World*, dan *bachelor degree from any discipline*.

Bagian akhir iklan lowongan pekerjaan berisi tentang tata cara melamar pekerjaan yang disertai dengan informasi alamat untuk mengirimkan surat lamaran pekerjaan dan *curriculum vitae*, serta informasi tentang tanggal batas akhir pengiriman surat lamaran pekerjaan. Pada penelitian ini, nominalisasi ditemukan pada nama penerima surat lamaran pekerjaan dan informasi tentang batas akhir pengiriman surat lamaran pekerjaan seperti *HR Department*, *HRD Division of English First Bandung*, *Embassy of Switzerland*, dan *Closing date*.

SIMPULAN

Penelitian ini menganalisis nominalisasi yang terdapat pada iklan lowongan pekerjaan di surat kabar regional dan nasional berbahasa Indonesia. Surat kabar yang digunakan adalah surat kabar Pikiran Rakyat dan surat kabar Kompas karena surat kabar tersebut mempunyai wilayah penyebaran yang paling luas di antara surat kabar regional dan nasional lainnya. Terdapat 50 iklan lowongan pekerjaan berbahasa Inggris (11.9%) dari total 420 iklan lowongan pekerjaan yang ditemukan di dalam surat kabar tersebut yang diedarkan dari bulan Juni hingga Juli 2016.

Berdasarkan kajian yang dilakukan, ditemukan bahwa semua nominalisasi yang dianalisis merupakan nominalisasi kompleks. Hal ini berarti semua bentuk nominalisasi yang ditemukan terdiri atas satu nomina utama (*head*) dan atau *determiner*, *numeration*, *epithet*, *classifier*, dan *qualifier*. Contoh frasa nomina kompleks adalah *advanced skill in computer application*, *excellent communication skills in English and Bahasa*, *experience in finance and marketing*, *an excellent visionary leadership*, dan *good communication skill in English and Mandarin*. Selain itu, data menunjukkan bahwa nominalisasi digunakan pada semua bagian iklan lowongan pekerjaan; bagian awal (*headline*), bagian tengah (*body*), dan bagian akhir (*closing*). Pada penelitian ini, terdapat 22 nominalisasi yang ditemukan pada bagian *headline* iklan lowongan pekerjaan yang merupakan informasi tentang nama perusahaan seperti *Susu Air*, *Ultrajaya Milk Industry*; nama pekerjaan yang ditawarkan seperti *General Affair Manager*, *HR Manager*, *Finance Manager*, dan *Fulltime Lecturer*; dan pemberitahuan tentang iklan lowongan itu sendiri seperti *Job Vacancy*, *Career Opportunities*, dan *Vacant Position*. Pada bagian tengah, nominalisasi hanya ditemukan pada bagian persyaratan seperti *excellent interpersonal and communication skills*, *strong problem solving capability*, *high level competence in the relevant technology*, *passion for growth*, *knowledge of JDE World*, dan *bachelor degree from any discipline*. Pada bagian akhir, frasa nomina ditemukan pada nama penerima surat lamaran pekerjaan dan informasi tentang batas akhir pengiriman surat lamaran pekerjaan seperti *HR Department*, *HRD Division of English First Bandung*, *Embassy of Switzerland*, dan *Closing date*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, J.U. (2010). Documentary Research Method: New Dimensions. *Indus Journal of Management & Social Sciences*, 4(1): 1-14.
- Bello, Iria. (2016). Cognitive Implications of Nominalizations in the Advancement of Scientific Discourse. *International Journal of English Studies (IJES)*. University of Murcia. 16 (2): 1-23. <https://doi.org/10.6018/ijes/2016/2/262921>
- Cooper, Jesica. (2010). Nominalization. [Online]. Tersedia: [15 Mei 2016].
- Dessler, Gary. (2013). *Human Resource Management-Thirteenth Edition*. New Jersey: Pearson.
- Eggins, Suzanne. (2004). *An Introduction to Systemic Functional Linguistics 2nd Edition*. London: Continuum.
- Hong, Nguyen Thi Phuong. (2011). *A Discourse Analysis of Job Advertisements in English and Vietnamese. A thesis Summary*. University of Danang.
- Kheovichai, Baramée. (2013). *Marketization in the language of University Recruitment: A Critical Discourse Analysis and Corpus Comparison of University and Finance Industry Job Advertisement*. Unpublished Doctoral Dissertation. University of Birmingham, UK.
- Kim, Jeonghyun. et al. (2013). Competencies Required for Digital Curation: An Analysis of Job Advertisements. *The International Journal of Digital CURATION*. 8 (1): 66 – 83.
- Knapp, Peter and Megan Watkins. (2009). *Genre, Text, Grammar: Technologies for teaching and assessing writing*. Sydney: University of New South Wales Press Ltd.
- Lapsanska, Jana. (2006). *The Language of Advertising with The Concentration on The Linguistic Means and The Analysis of Advertising Slogans*. Univerzita Komenskeho V Bratislave.
- Leech, Geoffrey N. *English in advertising: a linguistic study of advertising in Great Britain*. 1st ed. London: Longmans, 1966. Print.

- Moleong, Lexy.(2015). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: Rosdakarya.
- Oshima, Alice dan Ann Hogue. (2006). Writing Academic English 4th Edition. Longman: Pearson Education.
- Romanenko, Elena. (2014). Linguistic Analysis of Online Advertising. Charles University in Prague. Faculty of Education. Department of English Language and Literature.
- Reaction Search International (RSI). (2013). What Qualifies as a ‘Good’ Job Advertisements? [Online].Tersedia: [19 Maret 2016].
- Sarosa, Samiaji. (2012). PeneltianKualitatif: Dasar-dasar. Jakarta: Indeks.
- Vaicenoniene, Jurgita. (2006). The Language of Advertising: Analysis of English and Lithuanian Advertising Text. KalbuStudijos. 9: 43-55.
- Martin, J. R., 1991. Nominalization in Science and Humanities: Distilling Knowledge and Scaffolding Text, in Ventola, E. (ed.). Functional and Systematic Linguistics: Approaches