**TUGAS DASAR-DASAR ORGANISASI INFORMASI**

**RESUME ARTIKEL “ORGANIZING KNOWLEDGE IN THE KNOWLEDGE DEVELOPMENT CYCLE”**



Kelompok 10

1. Yosi Purwanti 071911633073
2. Safita Sekar Pertiwi 071911633074
3. Farisya Nur Syafiyah 071911633075
4. Kusuma Dewi Tiarawati 071911633076
5. Nur Afiyah Nurulputri 071911633077
6. Faisal Muchsin 071911633078
7. Aisyah Putri Istiqomah 071911633079
8. Eric Rahmadya Julio Gangga 071911633080

**DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**2019**

**Resume Artikel**

**“Organizing Knowledge in the Knowledge Development Cycle”**

1. Konsep Pengetahuan dalam Organisasi

Pengetahuan adalah makna ataua arti yang dibuat oleh pikiran manusia. Melalui arti, informasi menemukan nyawa dan menjadi pengetahuan. Perbedaan antara informasi dan pengetahuan yaitu, informasi masih bersifat acak (tidak terorganisasi), sedangkan pengetahuan adalah informasi yang terorganisasi. Dalam siklus pengembangan pengetahuan terdapat empat fase, yaitu

1. Pembuatan atau penciptaan pengetahuan (*knowledge creation*)

Penciptaan pengetahuan bukan hal yang sistematis, tetapi tumbuh berkelanjutan dan menjadi kenyataan. Proses penciptaan pengetahuan dievaluasi berdasarkan keasliannya dan memiliki kemampuan adaptif untuk memberikan solusi atas masalah di konteks yang berbeda.

1. Adopsi pengetahuan (*knowledge adoption*)

Karena penciptaan pengetahuan cukup sulit dilakaukan, maka firma memperoleh pengetahuan dari sumber lain dan mengadobsinya. Adobsi pengetahuan dapat menimbulkan difusi pengetahuan karena, terkadang firma menggunakan adobsi pengetahuan dengan tujuan atau cara tertentu. Dilihat dari sudut pandang bisnis, strategi adopsi pengetahuan terdiri dari tiga, yaitu imitasi, replikasi, dan subtitusi

1. Distribusi pengetahuan (*knowledge distribution*)

Kesuksesan firma dalam mendistribusi pengetahuan bergantung akan kultur organisasi dan banyaknya pengetahuan lain di firma tersebut. Apabila stuktur organisasinya berdasarkan sistem tradisional, maka distribusinya lebih menguntungkan karena dapat mengurangi kesimpangsiuran, namun sistem ini kurang fleksibel. Sedangkan, apabila berdasarkan kepercayaan dan kooperasi, distribusi pengetahuan akan lebih cepat, terpercaya, dan konsekuen. Sehingga firma harus menciptakan lingkungan yang membuat konversi pengetahuan tersirat dan pengetahuan tersurat lebih mudah.

1. Peninjauan dan revisi pengetahuan (*knowledge review and revision*)

Salah satu tugas penting manajemen adalah menilai ulang dan menyempurnakan nilai-nilai yang kurang dalam memperoleh pengetahuan. Firma harus mempromosikan pandangan yang beragam dalam menawarkan kesempatan yang cukup untuk belajar dan menciptakan penemuan baru lewat eksperimen dan lintas perdebatan fungsional. Akses ke distribusi informasi di antara anggota organisasi terbukti membawa perspektif baru rutinitas organisasi.

Tantangan bagi organisasi adalah menciptakan lingkungan yang menuntut dan memungkinkan pembuatan dan pemrosesan informasi secara terus-menerus. Ketika individu menjadi bagian dari organisasi, maka individu dan organisasi mulai berbagi pengetahuan untuk meningkatkan basis pengetahuan masing-masing. Integrasi antara individu dan organisasi tidak hanya meningkatkan kemampuan belajar organisasi, tetapi juga pengetahuan organisasi.

1. Strategi Pengorganisasian Pengetahuan dalam Siklus Pengembangan Pengetahuan

Dalam mengorganisasi pengetahuan diperlukan strategi dalam tiap fase pada siklusnya, yaitu

1. Strategi pada fase penciptaan

* Penyelidikan dan pembelajaran (*probe and learn*)

Penyelidikan dan pembelajaran adalah proses berulang yang fokus pada langkah-langkah berurutan untuk mencapai keberhasilan akhir. Masing-masing proses dalam penyeidikan menjadi kesempatan untuk menyempurnakan pikiran. Proses penciptaan pengetahuan terdiri dari enam struktur, yaitu menemukan ide, seleksi ide, pemilihan ide, pengembangan ide, menguji ide, dan mempublikasikan secara komersil.

* Konsistensi pengetahuan (*knowledge consistency*)

Konsistensi pengetahuan dibutuhkan sebagai instrumen untuk menunjang pandangan umum dari referensi untuk mengevaluasi kemampuan suatu pengetahuan untuk diaplikasikan di konteks yang berbeda.

1. Strategi pada fase adopsi

* Pengetahuan dapat dipakai kembali (*knowledge reusability*)

Dalam fase ini firma mencari cara efektif untuk mengkategorikan, menyimpan, dan mengatalogkan pengetahuan agar mudah dicari kembali.

* Pengetahuan valid (*knowledge validity*)

Validitas pengetahuan mengacu pada perluasan dasar pengetahuan yang dapat diterima oleh masyarakat sebagai solusi dari suatu masalah.

1. Strategi pada fase distribusi

* Memahami dasar pengetahuan (*understand knowledge fundamentals*)

Pengetahuan individu berbeda dengan pengetahuan organisasi. Pengetahuan individu perlu didistribusukan dan dibagikan melalui firma. Dengan kata lain firma memulai untuk menemukan kembali pengetahuan berdasarkan dasar dasarkan pengetahuan.

* Pemilihan media (*media selection*)

Teori kekayaan media oleh Daft and Lengel (1986) menyatakan bahwa apabila pengetahuan yang disampaikan bersifat kompleks maka, media yang digunakan harus kompleks untuk menangani kompleksitas dari pengetahuan tersebut. Dengan demikian struktur, organisasi, dan format berubah mengikuti efektifitas dari distribusi pengetahuan.

1. Strategi pada fase peninjauan dan revisi

* Menafsirkan kembali dasar pengetahuan (*reinterpret knowledge-base*)

Menafsir dan merevisi pengetahuan berarti membuat pengetahuan itu lebih aktif dan relevan untuk perusahaan dalam membuat nilai, sebagai contoh perusahaan intel telah menjadi yang terdepan untuk meningkatkan desain dan kecepatan pada chip-nya.

* Tim yang mengelola dirinya sendiri (*self-managed team*)

Tim yang dapat mengelolah dirinya sendiri dalam suatu firma dan rencana yang bersifat kolaboratif menyediakan banyak kesempatan mengatur proses peninjauan pengatahuan.

1. Kesimpulan

Siklus pengembangan pengetahuan dalam suatu organisasi terdiri dari penciptaan pengetahuan, adopsi pengetahuan, distribusi pengetahuan, serta tinjauan dan revisi pengetahuan.

Pada saat penciptaan, perusahaan harus menyediakan beberapa kesempatan untuk melakukan eksperimen yang direncanakan dan tidak untuk mempelajari ketidakpastian, ketidakstabilan (*unstable*), keacakan, dan kekacauan. Pada saat adopsi, perusahaan harus memperoleh dan menstandardisasi objek pengetahuan spesifik, modul, praktik, dan proses. Dalam penerapan strategi distribusi, perusahaan harus memastikan bahwa setiap anggota memiliki kesetaraan, kesempatan untuk mengakses, serta mengambil dan berbagi pengetahuan di dalam perusahaan. Dalam peninjauan dan revisi, sebuah perusahaan harus mempromosikan pandangan yang beragam untuk menawarkan kesempatan yang cukup untuk belajar menilai ulang dan menyempurnakan nilai-nilai yang kurang dalam memperoleh pengetahuan.

Artikel:

Bhatt, Ganesh D., 2000. “Organizing Knowledge in the Knowledge Development Cycle.” *Journal of Knowledge Management.* 4(1).