

**PENERAPAN KNOWLEDGE CAPTURE UNTUK PROMOSI FAKULTAS  
MENGUNAKAN SOFT SYSTEM METHODOLOGY (SSM)  
(STUDI KASUS: FAKULTAS TEKNIK, UNIVERSITAS VICTORY  
SORONG)**

Matheus Supriyanto Rumatna<sup>1</sup>, Danny Manongga<sup>2</sup>, Ade Iriani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Magister Sistem Informasi, <sup>2</sup>Staf Dosen FTI

Universitas Kristen Satya Wacana

[matheus.rumatna@gmail.com](mailto:matheus.rumatna@gmail.com)

**ABSTRAK**

Sekarang ini banyak Universitas yang berdiri di berbagai daerah dengan berbagai jenis program studi dalam tiap fakultas, hal ini menyebabkan persaingan dalam mencari mahasiswa menjadi lebih kompleks. Banyak sedikitnya mahasiswa yang masuk dalam suatu fakultas menjadi hal penting dan perlu dikelola. Salah satu upaya yaitu dengan melakukan kegiatan promosi, untuk menunjang kegiatan promosi diperlukan *knowledge capture* untuk merekam dan mendokumentasikan pengetahuan yang ada menjadi strategi untuk menjaring mahasiswa. Untuk memaksimalkan proses *capturing knowledge* dapat digunakan pendekatan *Soft System Methodology*. Tujuan dari penelitian ini adalah membuat pemodelan yang akan menjadi hasil akhir untuk memfasilitasi proses penangkapan dan pendokumentasian *knowledge* dari kegiatan promosi, sehingga memberi dampak pada peningkatan kualitas kegiatan promosi fakultas.

**Kata kunci :** Knowledge Management, Knowledge Capture, Soft System Methodology, promosi

**ABSTRACT**

*Today many university standing in different areas with different types of courses in each faculty, this causes of competition in the search for the students to be more complex. Many students who fall into at least one faculty to be important and needs to be managed. One of the efforts is to carry out promotional activities, promotional activities required to support knowledge capture to record and document the existing knowledge into strategies to attract students. To maximize the capturing process knowledge can be used approach Soft Systems Methodology. The purpose of this study is to make modeling and will be the end result to facilitate the process of catching and documenting knowledge of promotional activities, so the impact on the quality of faculty promotion activities.*

**Keywords:** Knowledge Management, Knowledge Capture, Soft Systems Methodology, promotion

**PENDAHULUAN**

Sekarang ini banyak universitas yang berdiri di berbagai daerah dengan berbagai jenis program studi dalam tiap fakultas, hal ini menyebabkan persaingan dalam mencari mahasiswa menjadi lebih kompleks. Universitas khususnya universitas swasta sangat membutuhkan mahasiswa untuk mendukung penyelenggaraan pendidikan, apalagi banyak juga fakultas yang bersaing

mendapatkan mahasiswa. Banyak sedikitnya mahasiswa yang masuk dalam suatu fakultas menjadi hal penting dan perlu dikelola. Biasanya mahasiswa yang mendaftarkan diri pada umumnya adalah mahasiswa yang sebelumnya telah diperkenalkan tentang fakultas tersebut. Sehingga banyak sedikitnya mahasiswa sangat tergantung pada promosi-promosi yang dilakukan oleh pihak fakultas.

Berbagai bentuk dan upaya promosi telah dilakukan sebuah fakultas dan

melibatkan banyak orang. Dengan demikian banyak juga pengetahuan yang muncul dari kegiatan-kegiatan seperti ini, pengetahuan yang muncul baik dari pegawai-pegawai yang bekerja dan yang pernah bekerja dibagian promosi, masyarakat yang menjadi target promosi maupun berbagai pihak yang membantu kegiatan promosi.

Pengetahuan yang sudah lama dimiliki yang terbentuk selama kegiatan promosi diharapkan dapat direkam atau didokumentasikan secara baik oleh fakultas, karena hal itu merupakan suatu kekayaan yang dapat dimanfaatkan selama menjalankan kegiatan promosi. Pengetahuan-pengetahuan tersebut harus ditangkap dan direkam terlebih dahulu sebelum dapat dimanfaatkan sebagai strategi promosi. Untuk menangkap serta merekam pengetahuan yang ada dapat menggunakan konsep *Knowledge Capture* (KC) yang merupakan bagian dari *Knowledge Management* (KM).

Untuk memaksimalkan proses *capturing knowledge* dapat digunakan pendekatan *Soft System Methodology* (SSM) karena SSM memberikan gambaran secara menyeluruh tentang situasi di fakultas. Dalam beberapa penelitian sebelumnya telah dikemukakan bahwa SSM sangat cocok diterapkan untuk memodelkan pengelolaan pengetahuan dalam sebuah organisasi. Oleh sebab itu, penelitian ini ditujukan untuk menghasilkan sebuah model yang dapat digunakan untuk *capturing knowledge* dengan SSM yang dimanfaatkan sebagai metode penyelesaiannya.

Pemodelan *knowledge capture* di Fakultas Teknik Universitas Victory dimaksudkan agar menghasilkan suatu pemodelan implementasi dan menjadi salah satu acuan untuk mengembangkan *knowledge capture* untuk bagian promosi yang juga dapat digunakan oleh bagian promosi pada fakultas lain untuk meningkatkan strategi promosi yang dapat memperkenalkan fakultas serta universitas dengan sangat baik kepada masyarakat sebagai sasaran promosi.

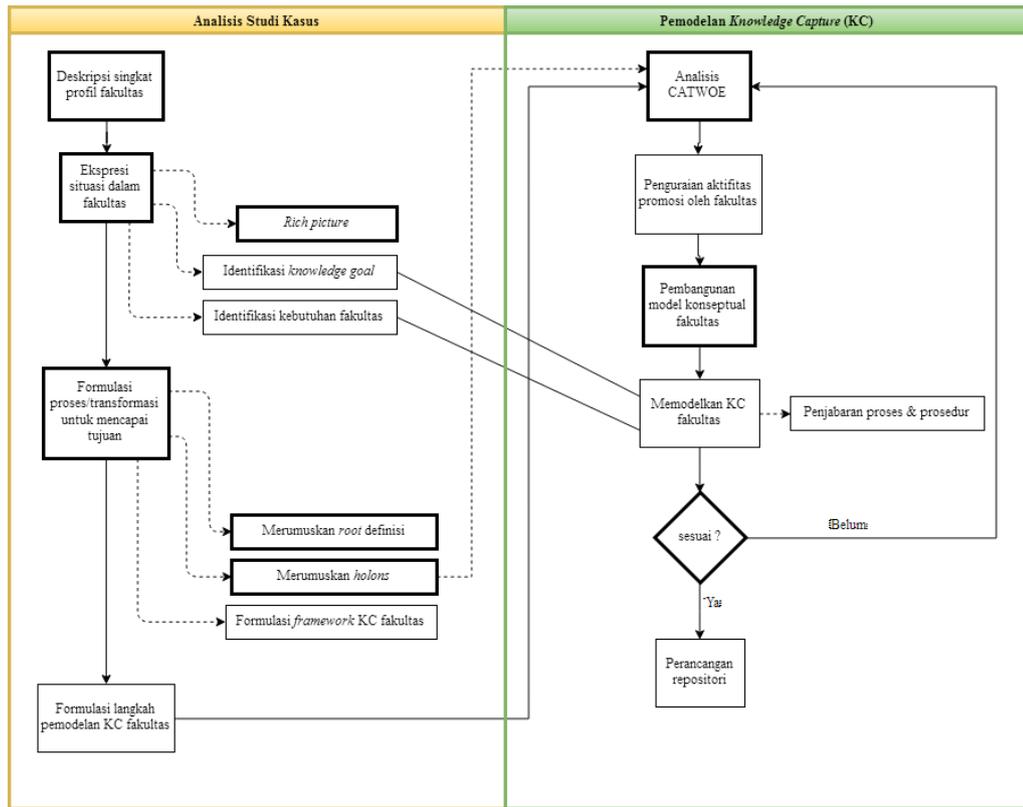
Perhatian utama dari model KC ini adalah dapat memfasilitasi proses penangkapan dan pendokumentasian pengetahuan dari kegiatan promosi, sehingga diharapkan dapat dimanfaatkan dan akan berdampak pada peningkatan kualitas kegiatan promosi fakultas.

## METODE

Metode yang digunakan dalam merancang model KC untuk promosi ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan *Soft System Methodology* dengan langkah-langkah yang ditambahkan sesuai dengan studi kasus. Berikut akan dijelaskan langkah-langkah penelitian dalam sebuah kerangka penyelesaian masalah.

### a. Kerangka Penyelesaian Masalah

Perancangan model KC yang akan diselesaikan pada dasarnya mengacu pada pendekatan SSM, tetapi ada beberapa proses yang akan ditambahkan guna menyelesaikan masalah dalam penelitian. Berikut akan dipaparkan kerangka penyelesaian masalah.



Gambar 1. Kerangka Penyelesaian Masalah

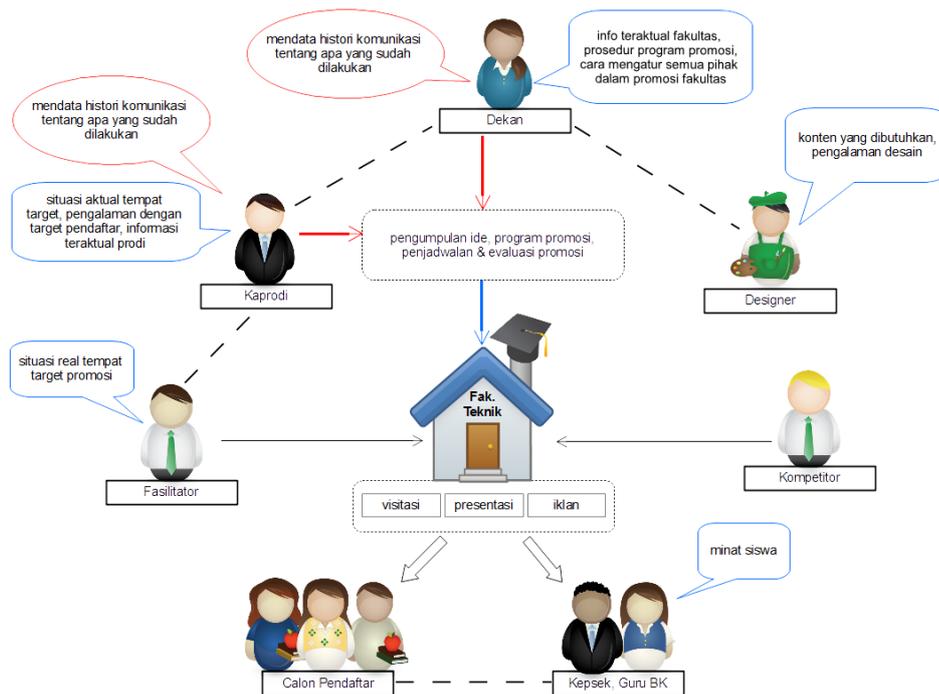
Tahapan penyelesaian masalah dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu proses analisis studi kasus dan pemodelan KC yang akan menjadi final model dari penelitian ini. Dalam kerangka Gambar 1, beberapa proses diletakkan dalam kotak bergaris tebal, yang berarti proses tersebut diadopsi dari langkah dalam pendekatan SSM. Penjabaran kerangka penyelesaian masalah pada Gambar 1 dengan analisis studi kasus akan dijabarkan tentang deskripsi situasi fakultas, mengekspresikan situasi fakultas dalam *rich picture*, mengidentifikasi *knowledge goal*, mengidentifikasi kebutuhan *knowledge* fakultas, kemudian melakukan formulasi proses mencapai tujuan melalui RD, *holons*, dan *framework* untuk KC fakultas, setelah itu melakukan formulasi langkah pemodelan KC fakultas. Sedangkan pemodelan KC

dikerjakan sebagai hasil analisis dalam penelitian.

#### b. Deskripsi Singkat dan Ekspresi Situasi Fakultas

Proses yang pertama, dilakukan penelitian di fakultas dengan metode wawancara dengan staf yang terlibat/pernah menangani bagian promosi dan diperoleh informasi antara lain tentang tujuan, *stakeholder* serta perannya.

Proses kedua yaitu, diekspresikan situasi dalam bentuk *rich picture*, dengan menggambarkan semua aktor yang ada pada keadaan sekarang kemudian diuraikan beberapa pengetahuan yang dimiliki serta kebutuhan *knowledge* setiap aktor yang belum terpenuhi. *Rich picture* dapat dilihat pada Gambar 2 dan penjelasannya pada Tabel 1.



Gambar 2. Rich Picture Fakultas

Tabel 1. Keterangan Rich Picture

Simbol	Keterangan.
	Pelaku-pelaku yang terkait dengan promosi
	Garis yang menyatakan elemen saling berhubungan
	Jenis kegiatan yang dilaksanakan
	Arah yang menyatakan unsur yang menyampaikan informasi promosi
	Arah kemana informasi disampaikan
	Garis yang menunjukkan pelaksanaan kegiatan oleh pelaku
	Pelaku yang terkait dari kegiatan
	Menunjukkan apa yang diketahui setiap pelaku
	Keadaan yang menggambarkan kebutuhan setiap pelaku tetapi belum terpenuhi

Gambar 2 menjelaskan situasi dalam bentuk rich picture, dimana dijelaskan tentang

pelaku-pelaku yang terlibat dalam aktifitas promosi. Pelaku berasal dari dalam Fakultas (dekan, kaprodi, designer dan fasilitator) dan pelaku yang berasal dari luar (kompetitor, calon pendaftar, kepala sekolah dan guru BK). Rich picture memberikan pemetaan tentang keterkaitan pelaku-pelaku promosi, apa yang diketahui setiap pelaku dan keadaan yang menggambarkan kebutuhan setiap pelaku yang belum terpenuhi. Selain itu, digambarkan juga tentang jenis kegiatan promosi yang dilakukan yaitu visitasi, presentasi dan iklan.

### HASIL

Analisis dilakukan untuk memberikan gambaran kerangka yang tepat dalam pembangunan model konseptual. Model konseptual terdiri dari faktor-faktor yang diperlukan untuk mencapai tujuan (RD). Selanjutnya, dibuat model penerapan yang disarankan untuk mencapai knowledge goal berdasarkan model konseptual yang didapat, kemudian dibandingkan dengan holons guna pencapaian pengelolaan knowledge di fakultas.

#### a. Analisis CATWOE

Analisis CATWOE untuk tiap *holon* dipaparkan dalam Tabel 2. Dalam Tabel 2, dijelaskan analisis dari 5 *holons* yang diperoleh dari *rich picture* pada penjelasan sebelumnya. Tiap *holon* dianalisis berdasarkan *customers, actors, transformarion, weltansahuung* dan *environment*.

Tabel 2. Analisis CATWOE

1	<b>Holon 1</b>	Para pelaksana promosi mengetahui keadaan tempat target promosi serta prosedur tidak tertulis apa saja yang perlu dilakukan
	<i>Customers</i>	Dekan, Kaprodi dan fasilitator
	<i>Actors</i>	Dekan, Kaprodi dan fasilitator
	<i>Transformation</i>	<i>Customers</i> yang semula tidak berbagi pengalaman menjadi dapat berbagi pengalaman
	<i>Weltansahuung Owner</i>	Tidak terjadi kesalahan pemahaman dalam pelaksanaan promosi
	<i>Environment</i>	Kesulitan untuk merekam pengalaman yang sudah diperoleh selama promosi
2	<b>Holon 2</b>	Pengalaman serta usulan kebutuhan dari para pelaksana promosi di lapangan maupun di kantor dapat disimpan dan dijadikan sebagai pengetahuan untuk melakukan perbaikan
	<i>Customer</i>	Fakultas
	<i>Actors</i>	Dekan, Kaprodi dan fasilitator
	<i>Transformation</i>	Sistem dapat merekam keterangan tentang keadaan tempat-tempat target promosi dan pembelajaran yang dapat diperoleh saat pelaksanaan promosi
	<i>Weltansahuung</i>	Bagian promosi tidak membuang pengetahuan-pengetahuan yang seharusnya diperoleh
	<i>Owner</i>	Fakultas
	<i>Environment</i>	Tidak ada sarana untuk merekam pengalaman yang telah diperoleh selama promosi
3	<b>Holon 3</b>	Dapat memperkirakan biaya penggunaan materi promosi yang diperlukan untuk target promosi berdasarkan pengalaman sebelumnya
	<i>Customer</i>	Fakultas
	<i>Actors</i>	Dekan dan Kaprodi
	<i>Transformation</i>	Sistem yang dapat mengolah data tentang materi promosi yang keluar dan masuk
	<i>Weltansahuung</i>	Pemanfaatan dan rencana anggaran yang efektif
	<i>Owner</i>	Fakultas
	<i>Environment</i>	Tidak semua pelaksana promosi melaporkan hasil penggunaan materi promosi
4	<b>Holon 4</b>	Mengetahui cara atau perlakuan promosi apa yang tepat untuk tempat-tempat target promosi
	<i>Customer</i>	Dekan
	<i>Actors</i>	Dekan, Kaprodi dan fasilitator
	<i>Transformation</i>	Sistem yang dapat mendata perlakuan yang sudah diberikan dan pendataan jumlah mahasiswa yang mendaftar dari perlakuan tersebut
	<i>Weltansahuung</i>	Perlakuan promosi dapat dilakukan dengan efektif
	<i>Owner</i>	Fakultas
	<i>Environment</i>	Sistem mendata pendaftar secara keseluruhan dan tidak diseleksi dari hasil perlakuan apa dan oleh siapa
5	<b>Holon 5</b>	Fakultas memiliki informasi yang berkaitan dengan lingkungan disekitar kampus, yaitu tentang biaya hidup dan fasilitas disekitarnya
	<i>Customer</i>	Fakultas
	<i>Actors</i>	Mahasiswa dan alumni
	<i>Transformation</i>	Pengetahuan tentang pengalaman hidup di Sorong yang semula hanya

	dimiliki oleh fasilitator menjadi pengalaman yang dibagikan ke fakultas
<i>Weltansahuung</i>	Fakultas memiliki informasi tentang kota Sorong yang dapat dibagikan kepada target (calon pendaftar)
<i>Owner</i>	Fakultas
<i>Environment</i>	Fasilitas di kota Sorong yang dapat berubah dari waktu ke waktu

#### b. Model Konseptual KC Fakultas

Model konseptual yang dibangun berdasarkan rincian aktifitas-aktifitas promosi dalam fakultas, yang kemudian menjadikan RD sebagai perspektif umum yang akan dicapai. Untuk mencapai perspektif tersebut, dijabarkan faktor-faktor (dalam bentuk kata benda) pendukung pencapaian perspektif. Dalam SSM, model konseptual biasanya menggambarkan faktor-faktor dalam bentuk kata kerja atau aktifitas untuk tiap jenis pekerjaan, berupa hal-hal yang perlu dicapai untuk pencapaian RD.

Dalam penelitian ini, model konseptual dibentuk dalam kata benda karena tiap pekerja dalam fakultas boleh saja mengatur lebih dari satu faktor dan tiap faktor dapat juga dikelola oleh lebih dari satu pekerja. Hal ini dapat menghasilkan model konseptual yang rumit untuk dipahami. Oleh karena itu, dibuat model konseptual dalam bentuk kata benda dengan aktifitasnya yang diperoleh dari tahapan deskripsi situasi fakultas.

#### c. Model Konseptual KC Fakultas

Dalam menjalankan kegiatan promosi ada elemen-elemen yang terkait dengan fakultas. Elemen ini terlibat dalam aktifitas fakultas, yang dibagi menjadi tiga kategori yaitu normatif, operasional dan strategik. Alasan pengkategorian ini disesuaikan dengan konsep *knowledge goal* menurut Probst. Dengan demikian, dapat dipasangkan secara setara antara sumber *knowledge* dengan hasil *knowledge*. Aktifitas fakultas menghasilkan perspektif yang diharapkan (disebut sebagai *holon* yang diacu dari SSM) yang berkaitan dengan kebutuhan *knowledge*.

Selain adanya *holon*, aktifitas fakultas juga menghasilkan *knowledge* yang masih dalam bentuk tidak terstruktur. Oleh karena itu, dibutuhkan dukungan teknologi berupa *data manager* dan *report manager* sebagai alat yang menjembatani proses perekaman *knowledge* ke dalam reopositori dan proses penyeleksian terhadap dokumen *knowledge* yang berasal dari *knowledge*

yang sudah terekam dalam repositori *knowledge*. Di dalam repositori *knowledge* perlu dibuat ontologi sebagai suatu mekanisme yang dipilih untuk menstrukturkan data yang diperoleh dari *data manager*.

*Data manager* dan *report manager* dibuat dalam bentuk *software* yang disesuaikan dengan *knowledge* yang berkembang. Dalam model KC fakultas, *data manager* dan *report manager* merupakan sebuah fungsi dan dapat saja terjadi perubahan dalam bentuk perangkat input dan bentuk laporan yang dihasilkan sesuai dengan perkembangan *knowledge* yang terjadi.

Repositori *knowledge* sebagai aspek penting untuk mendukung tersimpannya *knowledge* yang dimiliki oleh fakultas dalam bentuk terstruktur. Karena itu, dalam repositori *knowledge* digunakan ontologi untuk dapat berfungsi sebagai tata bahasa yang disediakan terkait dengan *knowledge* yang berkembang dalam fakultas. Sehingga diperlukan properti-properti dalam repositori, dimana properti tersebut yang akan berfungsi untuk menghasilkan dokumen *knowledge* dan diseleksi penggunaannya melalui *report manager*.

Dokumen *knowledge* sebagai hasil *knowledge* yang dapat memperkaya fakultas dan membantu dalam menjalankan aktifitasnya. Di dalam *knowledge goals* diatur bahwa pencapaian terhadap pengelolaan *knowledge* dilakukan dalam tiga macam *goals*, yaitu normatif, operasional dan strategik. Dokumen *knowledge* dapat membantu aktifitas promosi fakultas yang telah disesuaikan dengan konsep *knowledge goals*.

Dengan adanya hasil *knowledge*, maka kulaitas aktifitas promosi fakultas menjadi lebih baik, sehingga akan lahir pola pikir dan pandangan baru yang berkembang. Hal ini mengakibatkan terjadinya peningkatan *holon* pada arah yang lebih baik. Siklus dalam model ini terjadi secara terus menerus.

**d. Aktifitas Fakultas**

Aktifitas fakultas dibagi menjadi tiga kategori yaitu normatif, operasional dan strategik yang disesuaikan dengan konsep *knowledge goals*. Aktifitas normatif dalam fakultas merupakan aktifitas yang berkaitan dengan perilaku sehari-hari yang terjadi dalam fakultas selama melaksanakan kegiatan promosi. Aktifitas operasional dalam fakultas yaitu aktifitas yang bersifat praktis dan berkaitan dengan operasional sehari-hari. Penjabaran aktifitas operasional dalam fakultas dijabarkan dari aktifitas peluang sumber *knowledge*. Aktifitas strategik adalah aktifitas yang di dalamnya berkaitan dengan rancangan-rencana jangka panjang atau proses penentuan program-program yang akan diambil disesuaikan dengan sumber daya yang ada. Aktifitas strategik dalam fakultas juga dijabarkan dari aktifitas peluang sumber *knowledge*.

**e. Data Manager**

*Data manager* adalah fungsi yang disediakan dalam bentuk *software* untuk menangkap *knowledge* yang masih dalam bentuk tidak terstruktur. Dibutuhkan proses untuk menstrukturkan *knowledge* menjadi bentuk data-data. Proses untuk menangkap *knowledge* yang muncul dari aktifitas promosi fakultas akan dibagi berdasarkan elemen-elemen fakultas dan dianalisis properti penyimpanan data yang perlu di dalam repositori *knowledge* dan pemanfaatan *knowledge* (*explicit* dan *tacit*) yang dapat diperoleh dari olahan data tersebut. Proses yang dapat dikerjakan yaitu untuk elemen inventarisasi, fasilitator,

program promosi, evaluasi, *training*, komunikasi, anggaran, fakultas, mahasiswa serta target promosi. Kemudian properti-properti yang diperoleh distrukturkan ke dalam bentuk konsep dan properti untuk repositori *knowledge*.

**f. Repositori Knowledge**

Repositori *knowledge* berguna untuk penyimpanan data yang berasal dari hasil penstrukturkan *knowledge*. Perancangan repositori *knowledge* menggambarkan dua komponen dasar dari *knowledge* yaitu sebagai sebuah objek yang terdiri dari struktur dan konsep. *Knowledge* bersifat tidak terstruktur melainkan saling kait mengait antara *knowledge* satu dengan yang lain. Penyimpanan dengan menggunakan fasilitas *database* management menjadi kaku dan memerlukan operasi penggabungan tabel yang kompleks. Karena itu diperlukan mekanisme yang dapat digunakan untuk mengelola data sehingga pengetahuan dapat ditelusuri atau diakses dengan cepat. Ontologi ditujukan untuk menangkap *knowledge* dalam bentuk domain sehingga memberikan pemahaman tentang domain tersebut.

Dalam penelitian ini repositori *knowledge* dirancang dalam bentuk ontologi. Di dalam ontologi dijelaskan konsep dan relasi antara satu domain dengan domain lainnya. Dengan demikian proses eksplorasi pengetahuan yang berkaitan dengan fakultas dapat dibuat lebih mudah dan lebih cepat. Untuk membangun ontologi fakultas, disiapkan konsep yang dijelaskan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Konsep Ontologi Fakultas

No.	Konsep	Penjelasan
1	Eksternal Fakultas	Konsep yang terkait dengan hal-hal yang berasal dari luar fakultas
2	Internal Fakultas	Konsep yang terkait dengan hal-hal yang berasal dari dalam fakultas
3	Target Promosi	Konsep tentang pihak yang menjadi sasaran promosi fakultas
4	Masyarakat	Konsep tentang orang-orang yang akan mendapatkan informasi tentang fakultas
5	Sekolah	Konsep tentang sekolah yang menjadi target promosi
6	Informasi Fakultas	Konsep tentang informasi terkait fakultas
7	Tim Promosi Fakultas	Konsep tentang orang-orang yang bekerja untuk mempromosikan fakultas
8	Mahasiswa	Konsep tentang orang-orang yang kuliah di fakultas
9	Fasilitator	Konsep tentang pihak yang merupakan mahasiswa dan membantu dalam mempromosikan fakultas
10	Acara	Konsep tentang kegiatan promosi yang telah dilaksanakan berdasarkan program promosi tertentu dan ditujukan untuk target promosi
11	Anggaran	Konsep tentang pengeluaran yang terpakai untuk kegiatan promosi
12	Evaluasi	Konsep tentang <i>me-review</i> pelaksanaan promosi dan perbaikan
13	Inventaris	Konsep tentang peralatan yang bermanfaat untuk kegiatan promosi. Terdiri dari peralatan yang sekali pakai atau habis pakai dan peralatan yang dapat dipakai berkali-kali
14	Komunikasi	Konsep tentang komunikasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terkait dengan promosi
15	<i>Question</i>	Konsep tentang pertanyaan yang diberikan terkait kegiatan promosi
16	<i>Answer</i>	Konsep tentang jawaban yang diberikan saat ada pertanyaan terkait kegiatan promosi
17	Forum	Konsep tentang diskusi terhadap tertentu yang dilakukan pelaku kegiatan promosi
18	<i>Sharing</i>	Konsep tentang pengetahuan yang saling dikomunikasikan pelaku promosi
19	Pegawai	Konsep tentang orang yang bekerja dalam fakultas
20	Identitas Pegawai	Konsep tentang identitas pegawai fakultas
21	Program Promosi	Konsep tentang jenis program promosi yang dibuat fakultas
22	Temuan	Konsep tentang hal-hal baru yang ditemukan oleh fakultas baik berupa masalah maupun solusi
23	Ide	Konsep tentang solusi terhadap masalah yang muncul dalam promosi
24	<i>Training</i>	Konsep tentang pelatihan yang perlu dilakukan oleh fakultas baik terhadap pegawai baru maupun fasilitator

**g. Report Manager**

*Report manager* berfungsi untuk menghasilkan dokumen *knowledge* sesuai dengan kebutuhan pengguna *knowledge* sehingga banyak dokumen yang dihasilkan. Dalam pemanfaatannya tidak semua digunakan, perlu dipertimbangkan sesuai dengan kebutuhan dan diperlukan pengolahan data untuk menghasilkan

dokumen yang sesuai. Berbagai macam teknologi pengolahan data dapat digunakan dan disesuaikan dengan kebutuhan. Pengolahan ini berfungsi untuk menyeleksi data yang akan diolah untuk menghasilkan dokumen *knowledge*. Untuk kasus ini, penyeleksian data dapat dipilih dari repositori *knowledge* dengan menggunakan OWL dan RDF. Jika terjadi perubahan *knowledge*, maka harus diikuti dengan penyesuaian-penyesuaian.

#### **h. Knowledge Goals**

Dokumen *knowledge* yang terbentuk dari proses sebelumnya dapat dimanfaatkan untuk mendukung pencapaian *knowledge goals* dalam tiga level yaitu normatif, operasional dan strategik. Pencapaian terhadap tiap *knowledge goal* saling mendukung pencapaian terhadap *knowledge goal* yang lain. Berikut ini penjelasan pencapaian tiap *goal*.

Pencapaian terhadap normatif *knowledge goal* terjadi saat pegawai fakultas terbiasa untuk menerapkan perilaku berbagi *knowledge* di dalam aktifitas normatif yang telah ada dalam fakultas dan juga dibuat prosedur-prosedur yang mendukung pencapaian *knowledge goal* pada level ini.

Pencapaian terhadap operasional *knowledge goal* terjadi saat prosedur untuk berbagi *knowledge* melalui proses pendataan di *data manager* diikuti oleh pegawai. Selain itu, pegawai juga turut aktif dalam memanfaatkan dokumen *knowledge* yang dihasilkan untuk membantu fakultas dalam menjalankan aktifitas promosi.

Secara umum dengan adanya *knowledge* yang terekam secara terstruktur dan secara historis tersimpan, maka dapat dipergunakan untuk menghasilkan keputusan-keputusan yang bersifat strategik. Misalnya, dengan melihat pola yang terjadi pada target promosi dengan banyaknya pendaftar dapat dipilih suatu bentuk program promosi yang tepat, dengan melihat inventaris promosi yang pernah dipakai untuk kegiatan promosi sebelumnya dapat dibuat strategi dalam perencanaan pengadaan inventaris promosi berikutnya dan melaksanakan promosi ke target promosi dengan cara yang tepat sesuai dengan pengalaman promosi sebelumnya.

#### **i. Analisis Model KM Fakultas Untuk Menjawab Holons Dalam CATWOE**

*Holons* merupakan penjabaran dari RD yang dibentuk berdasarkan kondisi nyata yang diinginkan. Model KM yang sudah dibangun mampu menjawab *holons* dengan penjabarannya berdasarkan tiap *holon* sebagai berikut:

*Holon 1* : Para pelaksana promosi mengetahui keadaan tempat target promosi serta prosedur tidak tertulis apa saja yang perlu dilakukan. *Holon 1* dapat terjawab saat para pelaksana promosi mengakses dokumen

*knowledge* dalam bentuk laporan yang dihasilkan dari repositori evaluasi, yaitu laporan hal-hal detail yang perlu dipersiapkan dalam pelaksanaan program promosi tertentu pada target promosi tertentu dan laporan hasil pelaksanaan promosi yang telah dilakukan untuk melihat sasaran dan tingkat keberhasilan dari promosi yang telah dilakukan sebelumnya.

Selain repositori evaluasi, para pelaksana promosi juga dapat mengakses repositori komunikasi dalam bentuk sharing dan forum, dimana pelaksana promosi dapat mencari atau *me-request* prosedur-prosedur untuk melaksanakan promosi dari anggota lain yang mempunyai pengetahuan tersebut.

*Holon 2* : Pengalaman serta usulan kebutuhan dari para pelaksana promosi di lapangan maupun di kantor dapat disimpan dan dijadikan sebagai pengetahuan untuk melakukan perbaikan. *Holon 2* dapat terjawab saat para pelaksana promosi menyimpan pengetahuan yang dimiliki mengikuti struktur yang disediakan dalam properti-properti repositori *knowledge*. Usulan para pelaksana promosi dapat disimpan di dalam repositori dengan domain komunikasi dan dapat diakses dalam bentuk dokumen *knowledge* yang berisi laporan diskusi yang ada dalam forum, yang memuat usulan baru, orang yang memberi usulan, serta tanggapan dari pegawai fakultas terhadap usulan tersebut.

*Holon 3* : Dapat memperkirakan biaya penggunaan materi promosi yang diperlukan untuk target promosi berdasarkan pengalaman sebelumnya. *Holon 3* dapat terjawab saat Dekan dan kaprodi mengakses dokumen *knowledge* yang berasal dari repositori dengan domain inventarisasi. Di dalamnya terdapat laporan total pemanfaatan inventaris untuk target promosi tertentu pada pelaksanaan promosi sebelumnya. Laporan anggaran yang dipakai untuk pembuatan inventaris tertentu dengan jumlah tertentu sesuai dengan yang direncanakan.

*Holon 4* : Mengetahui cara atau perlakuan promosi apa yang tepat untuk tempat-tempat target promosi. *Holon 4* dapat terjawab saat Dekan mengakses dokumen *knowledge* yang berasal dari repositori dengan domain program promosi dan target promosi. Di dalamnya terdapat laporan sejarah jenis perlakuan promosi pada target-target promosi tertentu, laporan keberhasilan

kegiatan promosi berdasarkan total pendaftar yang mendaftar dari masing-masing target yang sudah diberikan promosi.

*Holon 5* : Fakultas memiliki informasi yang berkaitan dengan lingkungan disekitar kampus, yaitu tentang biaya hidup dan fasilitas disekitarnya. *Holon 5* dapat terjawab saat fakultas menyimpan *knowledge* berupa pengalaman hidup sebagai mahasiswa fakultas teknik mengikuti properti yang disediakan untuk repositori dengan domain mahasiswa dan mengakses dokumen *knowledge* dari dokumen tersebut. Dokumen tersebut mempunyai laporan tentang pengalaman dan cara hidup sebagai mahasiswa fakultas teknik. *Knowledge* ini dapat diperoleh dari mahasiswa yang sedang atau pernah kuliah di fakultas teknik.

## SIMPULAN

Pemodelan KC untuk promosi fakultas teknik telah berhasil dibangun menggunakan pendekatan SSM.

Model KC ini menghasilkan proses-proses untuk menangkap *knowledge*, menghasilkan dokumen-dokumen *knowledge* yang dapat dimanfaatkan oleh fakultas teknik untuk melakukan promosi dan juga membantu fakultas untuk menentukan cara promosi yang tepat dengan melihat dokumen yang ada. Fakultas juga dapat mengetahui perlakuan yang tepat terhadap target-target promosi dan menggunakan anggaran promosi dengan efektif.

Model KC ini diharapkan dapat dikembangkan menjadi sebuah *Knowledge Managemen System* yang besar, yang dapat menunjang bentuk pengetahuan bukan hanya dokumen tetapi *file* pengetahuan multimedia seperti gambar, video dan *link* yang fungsinya tentu saja lebih memperluas area promosi dan menekan biaya promosi karena promosi dapat dilakukan melalui sistem tanpa harus terjun ke kota-kota yang jauh.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Tiwana, "The knowledge Management Toolkid. London: Prentice Hall PTR," Upper Saddle River, NJ. 07458, 2000.
- [2] B.S. Rao, "Ideal Dimension Of Knowledge Management Practice-A Theoretical Review," International Journal of Research in Business Management, IMPACT., vol. 2, pp. 61-76, 2014.
- [3] Davenport, H. Thomas and L. Prusak, "Working Knowledge : How Organizations Manage What They Know," Boston: Harvard Business School Press, 2000.
- [4] H. Saragih, T. Darmanto, B. Reza dan D. Setyadi, "Sistem Informasi Knowledge Management Pada Perguruan Tinggi STMIK Widya Dharma Pontianak," Jurnal Teknik dan Ilmu Komputer, vol. 01, no. 03, pp. 423-437, 2012.
- [5] H. Sulaiman, "Knowledge Management System Service Center Berbasis Web," Factor Excata, pp. 220-230, 2015.
- [6] J. Girard and J. Girard, "Defining Knowledge Management: Toward an Applied Compendium," Online Journal of Applied Knowledge Management, vol. 3, pp. 1-20, 2015.
- [7] T. Sekino and M. Nakamura, "Application Of Knowledge Management To Environmental Management Projects: A Case Study For Lake Management," Blackwell Publishing Asia Pty Ltd., vol.11, pp. 97-102, 2006.
- [8] W.K. Sari dan K.D. Tania, "Penerapan Knowledge Management System (KMS) Berbasis Web Studi Kasus Bagian Teknisi Dan Jaringan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya," Jurnal Sistem Informasi, JSI., vol.6, no.2, pp. 681-688, 2014.
- [9] W. Venters, T. Conford and M. Cushman, "Knowledge about Sustainability: SSM as a Method for Conceptualising the Uk Construction Industry's knowledge Environment," Journal of Computing and Information Technology, ICT., pp. 137-148. 2005.
- [10] Dalkir and Kimiz, "Knowledge management in Theory and Practice," Elsevier Butterworth-Heinemann. 2005.

- [11] Probst, Gilbert, R. Steffan and R. Kai, "Knowledge Management: Building Block for Success," Chichester, England: John Wiley & Sons Ltd. 2000.
- [12] Neches, "Enabling Technology for Knowledge Sharing," *AI Magazine*, Winter. 1991.
- [13] W. Borst, "Construction of Engineering Ontologies for Knowledge Sharing and Reuse: Ph.D. Dissertation," University of Twente, 1997.
- [14] N. Noy and F. McGuinness, "Ontology Development 101: A Guide to Creating Your First Ontology," Stanford, Stanford University. 2001. R. Azuma, "A survey of augmented reality," *Presence Teleoperators Virtual Environ.*, vol. 6, no. 4, pp. 355–385, 1997.