

KOMUNIKASI *VIRTUAL* SEBAGAI MODERATOR HUBUNGAN ANTARA EFIKASI DIRI DAN PERILAKU BERBAGI PENGETAHUAN PADA DOSEN DI INDONESIA

Tio Avi Laksono¹ & Ali Nina Liche Seniati²

Program Magister Sains Psikologi
Fakultas Psikologi Universitas Indonesia
1laksonotioavi@yahoo.com
2liche@ui.ac.id (corresponding author)

Abstrak. Dalam menjalankan kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi (pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat), perilaku berbagi pengetahuan (knowledge sharing) yang meliputi perilaku mengumpulkan pengetahuan (collecting) dan perilaku menyebarkan pengetahuan (donating) merupakan kegiatan yang akan selalu dijalankan oleh dosen. Pada banyak studi, perilaku berbagi pengetahuan terjadi karena adanya faktor individu dan faktor organisasi. Kebanyakan penelitian mengenai perilaku berbagi pengetahuan dan anteseden-anteseden yang mempengaruhinya dilakukan pada organisasi bisnis. Masih sedikit penelitian mengenai hal tersebut dilakukan pada institusi pendidikan tinggi. Artikel ini menganalisis faktor individu yaitu efikasi diri dan faktor organisasi yaitu pemanfaatan komunikasi virtual dalam perguruan tinggi sebagai anteseden munculnya perilaku berbagi pengetahuan pada dosen. Artikel ini mengambil 150 sampel dosen dari beberapa perguruan tinggi negeri, swasta, kedinasan dan keagamaan dari beberapa kota di Indonesia. Hasil analisis menemukan bahwa efikasi diri yang dimiliki dosen berpengaruh terhadap terbentuknya perilaku berbagi pengetahuan. Selain itu juga ditemukan penggunaan komunikasi virtual memperkuat hubungan antara efikasi diri dan perilaku berbagi pengetahuan pada diri dosen.

Kata Kunci: Perilaku berbagi pengetahuan, efikasi diri, komunikasi virtual, dosen perguruan tinggi

PENDAHULUAN

Organisasi yang berkembang adalah organisasi yang dapat mengelola pengetahuannya. Saat ini, pengetahuan dianggap sebagai aset terpenting bagi individu dan organisasi untuk bertahan, berkembang, berkompetisi, serta beradaptasi dengan lingkungan. Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi yang makin masif juga memunculkan suatu dilema pada kualitas pengetahuan. Kemudahan mengakses pengetahuan dengan perangkat teknologi rentan kemungkinan hanya akan meningkatkan keluasan pengetahuan dengan mengabaikan kedalaman, keakuratan serta relevansi suatu pengetahuan. Padahal, kedalaman dan keakuratan pengetahuan merupakan kunci dari kualitas pengetahuan

yang dimiliki individu dan organisasi (Castel, 2010).

Dampak dari masifnya arus informasi dan pengetahuan akibat perkembangan teknologi, menyebabkan terjadinya kecenderungan baru pada masyarakat dengan terbentuknya suatu komunitas *virtual* (*virtual society*). Komunitas *virtual* memungkinkan tiap individu saling terhubung dan terakses di dalamnya. Dengan demikian, kini pengetahuan menjadi suatu komoditas berharga yang dapat diakses, disebar dan dipertukarkan dengan mudah sehingga dapat dinikmati oleh banyak orang (Castel, 2010). Sayangnya, kemudahan akses terhadap pengetahuan membuat individu mengalami kesulitan untuk menyortir suatu pengetahuan yang dianggap penting maupun

yang dianggap tidak penting. Dengan demikian, peran individu sangat penting dalam memilih dan memilah pengetahuan yang ada, sehingga pengetahuan yang dihasilkan merupakan pengetahuan yang berkualitas.

Pada level organisasi, proses yang berjalan dalam organisasi dikatakan efektif bila organisasi dapat memastikan pengetahuan selalu diciptakan, diperbaharui dan tersebar di dalamnya. Lebih jauh, pengetahuan yang ada dalam organisasi akan menjadi pengetahuan yang sia-sia bila tidak tersebar di dalamnya. Berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) sebagai perilaku berbagi dan mengumpulkan pengetahuan antar karyawan, kini menjadi penting dan banyak diciptakan organisasi dengan membuat berbagai sistem dan struktur agar berbagi pengetahuan pada karyawan terus terjadi secara efektif dan membudaya dalam organisasi (Lin, 2015; Ipe, 2003). Berbagi pengetahuan yang terjadi dalam organisasi penting dilakukan karena akan meningkatkan performa perusahaan, mendorong peningkatan kompetisi dan dapat menjadi pembelajaran bagi organisasi (Bock, 2005).

Temuan terdahulu menunjukkan bahwa faktor yang menyebabkan perilaku berbagi pengetahuan dalam organisasi dikelompokkan menjadi dua, yakni faktor organisasi dan faktor individu. Faktor organisasi meliputi gaya kepemimpinan (Chen, Chao & Jian, 2016; Lee & Paulin 2010; Srivastava & Locke, 2006), hubungan antar rekan kerja (Lorette, 2015), organisasi pembelajaran (Jo & Kyoo., 2014; Le & Sun, 2014), budaya organisasi (Cavaliere & Lombardi, 2015), iklim organisasi (Bock & Lee, 2005; Nur, Khani, & Yusof, 2013; Kishore, Shandu & Goh, 2015; Yu, Tsai, & Cheh, 2013), sistem imbal jasa (Lin & Shih, 2015; Lin & Lo, 2014; Lin, 2006; Bock, 2005; Bock & Lee, 2005), dukungan organisasi (Nor, Khani & Yusof, 2013), dibuatnya sistem komunikasi berbasis komputer/komunikasi *virtual* (Hoff & Rider, 2004), serta sistem/struktur organisasi (Lin & Shih, 2015).

Selanjutnya faktor individu yang memengaruhi terjadinya perilaku berbagi

pengetahuan meliputi tipe kepribadian lima besar (Agyemang dkk, 2015; Cabrera, 2006; Connelly, Ford, Turel, Galup, Zwei, 2014; Chen dkk, 2015; Gupta, 2008; Lin, dkk, 2015; Teh, 2011; Tood dkk, 2006), tipe kepribadian kompetitif (Shrock, 2016), kesenangan menolong rekan kerja (Lim 2006; Shahzadi, 2015), komitmen organisasi (Casimir, Lee, & Loon, 2012), keyakinan diri (Olowodunoyo, 2015; Gross & Kluge, 2012; Lim, 2006; Runhan & Sanders, 2015; Shahzadi, 2015), *organization citizenship behavior* (OCB) atau perilaku kewarganegaraan dalam organisasi (Lin & Chieh, 2008; Jo & Kyoo., 2014; Le & Sun, 2014), kepuasan kerja (Le, 2011), budaya nasional yang menjadi nilai-nilai individu dalam bersikap (Ardhichnli, Maurer, Stuidement & Li, 2006; Wolfe & Loras, 2008) dan kepercayaan terhadap rekan kerja (Le, 2011 ; Kishur dkk. 2015).

Pada beberapa tahun terakhir, masih minim kecenderungan penelitian berbagi pengetahuan yang menitikberatkan faktor individu sebagai pemicunya (Noe & Wang, 2010). Padahal, faktor individu yang mencakup perilaku individu dalam organisasi juga menjadi faktor penting dalam memprediksi terciptanya perilaku positif dalam organisasi, seperti perilaku berbagi pengetahuan (Teh & Sun, 2011). Menanggapi pentingnya faktor individu dan faktor organisasi sebagai pemicu perilaku berbagi pengetahuan, maka penelitian ini akan mengkaji kedua faktor tersebut secara bersamaan. Faktor individu dan organisasi yang akan dikaji lebih jauh dalam penelitian ini meliputi efikasi diri dan komunikasi *virtual* yang ada dalam organisasi.

Beberapa studi menemukan bahwa keyakinan diri yang tinggi berhubungan positif dengan perilaku berbagi pengetahuan pada karyawan (Gross, dkk., 2012; Lim, 2006; Runhan, dkk. 2015; Shahzadi, 2015). Studi terhadap 327 dosen di Islamabad dan Rawalpindi yang dilakukan oleh Shahzadi (2015) menemukan bahwa besarnya efikasi diri yang dimiliki dosen berhubungan positif dengan terciptanya perilaku berbagi pengetahuan dalam

organisasi. Dosen yang memiliki efikasi diri yang tinggi, akan memiliki keyakinan dan penilaian positif kemampuan yang dimilikinya. Hal ini tentu akan membuat dosen lebih percaya diri untuk melakukan perilaku berbagi pengetahuan dalam universitas. Dengan demikian, efikasi diri yang dimiliki karyawan akan memotivasi timbulnya perilaku berbagi pengetahuan dalam organisasi.

Pemanfaatan teknologi informasi merupakan salah satu cara paling mudah dalam menciptakan iklim berbagi pengetahuan dalam organisasi (Lin, 2015). Kini 80% organisasi yang ada di Indonesia telah memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana untuk komunikasi internal antar karyawan, yang akhirnya menstimulus terjadinya perilaku berbagi pengetahuan dalam organisasi (Kompas, 2016). Studi terdahulu banyak menemukan pemanfaatan komunikasi *virtual* dalam organisasi dapat meningkatkan performa dan keuntungan organisasi (Heller, 2009). Hal ini terjadi karena komunikasi *virtual* dapat menghilangkan berbagai hambatan dalam kegiatan berbagi pengetahuan yang dilakukan secara langsung, seperti adanya hambatan yang berkaitan dengan kebudayaan, hambatan jarak, dan waktu. Wawancara pendahuluan yang peneliti lakukan terhadap beberapa dosen dari beberapa universitas negeri, swasta, keagamaan dan kedinasan di Jakarta (Komunikasi Personal, 2016) menemukan para dosen telah memanfaatkan grup *whatsApp* (WA) untuk sarana mereka berdiskusi serta melakukan berbagi pengetahuan kapan pun dan dimana pun tanpa harus bertatap muka. Lebih jauh, dalam wawancara pendahuluan tersebut (2016) juga ditemukan bahwa banyak dosen akan menjadi lebih aktif serta lebih percaya diri jika melakukan berbagi pengetahuan dengan komunikasi *virtual* dibanding secara langsung. Dengan demikian yang harus menjadi perhatian adalah pemanfaatan teknologi informasi dan pembuatan sistem dalam organisasi. Meskipun demikian, jika tidak dibarengi dengan motivasi individu

untuk melakukan berbagi pengetahuan, maka pengetahuan dalam organisasi tidak akan tersebar secara efektif.

Penelitian ini berfokus pada perilaku berbagi pengetahuan yang terjadi di lingkungan akademik, khususnya pada sejumlah dosen di berbagai perguruan tinggi yang ada di Indonesia, baik perguruan tinggi negeri, perguruan tinggi swasta, perguruan tinggi keagamaan maupun perguruan tinggi kedinasan. Minimnya studi berbagi pengetahuan pada dosen di institusi pendidikan tinggi di Indonesia, menjadi urgensi untuk meneliti perilaku berbagi pengetahuan pada dosen. Padahal, tolak ukur keberhasilan perguruan tinggi adalah selalu terciptanya pengetahuan baru dengan indikasi terlaksananya Tridharma perguruan tinggi secara baik yang meliputi pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat. Tridharma perguruan tinggi merupakan representasi dari terlaksananya perilaku berbagi pengetahuan dalam organisasi perguruan tinggi.

Dalam hal tridharma perguruan tinggi, kini meningkatnya riset dan publikasi ilmiah yang dihasilkan dosen menjadi *trend* dalam tolak ukur penentu kualitas perguruan tinggi. Menanggapi hal tersebut, beberapa usaha telah dilakukan beberapa universitas untuk meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan para dosen, khususnya dalam hal publikasi ilmiah. Pemberian insentif serta dana hibah bagi dosen yang melakukan riset, telah gencar dilakukan oleh beberapa universitas. Dalam wawancara pendahuluan terhadap beberapa dosen (2016), peneliti menemukan bahwa umumnya universitas membuat suatu kompetisi bagi dosen yang memenuhi kriteria tertentu untuk diberikan dana hibah penelitian. Hal tersebut dirasa memotivasi dosen untuk melakukan publikasi ilmiah. Di Universitas Indonesia misalnya, dalam periode 2010-2015 publikasi ilmiah yang dihasilkan dosen mengalami peningkatan sebesar 35% dari tahun sebelumnya. Di tahun 2016, Universitas Indonesia menargetkan sebanyak 1.500 artikel internasional terindeks *scopus* dihasilkan para

dosen (DRPM UI, 2016). Adanya *trend* serta usaha universitas dalam hal peningkatan riset dan publikasi ilmiah menunjukkan pentingnya perilaku berbagi pengetahuan yang dilakukan dosen bagi kemajuan organisasi perguruan tinggi. Namun yang harus diperhatikan, disamping adanya berbagai kebijakan dari organisasi, efektifitas berjalannya program berbagi pengetahuan tersebut, sangat erat kaitannya dengan faktor individu yang dimiliki dosen sebagai dasar motivasi dalam menampilkan perilaku berbagi pengetahuan.

Knowledge Sharing (Berbagi Pengetahuan)

Sebelum membahas mengenai konsep berbagi pengetahuan, perlu dipahami mengenai konsep *knowledge management* atau pengelolaan pengetahuan dalam organisasi. Konsep *knowledge management* yang menekankan pentingnya pengelolaan pengetahuan bagi organisasi, pada akhirnya melahirkan suatu istilah baru, berupa *knowledge sharing* atau berbagi pengetahuan. Berbagi pengetahuan sebagai konsep yang ada dalam *knowledge management* menekankan pada interaksi antar individu dalam organisasi dengan pengetahuan sebagai basisnya (Ipe, 2003). Pengetahuan sebagai modal terpenting organisasi akan menjadi tidak bernilai bila tidak disebar dalam organisasi. Walaupun konsep pengetahuan dalam perusahaan sudah sejak lama dikenal, namun baru beberapa tahun belakangan pengetahuan dikompetisikan oleh organisasi, yang pada akhirnya organisasi berlomba-lomba membuat beberapa terobosan untuk mengelola proses berbagi pengetahuan dalam organisasinya (Ipe, 2003)

Berbagai literatur mendefinisikan perilaku berbagi pengetahuan sebagai interaksi sosial yang terjadi dalam organisasi yang di dalamnya terdapat suatu pertukaran pikiran, pengalaman dan keahlian antar individu dalam organisasi (Park, Dulambazar & Rho, 2015). Bock (2003) menyebutkan bahwa berbagi pengetahuan terjadi antar anggota dalam organisasi, baik pengetahuan yang bersifat eksplisit maupun *tacit*. Lebih

jauh, Hoff dan Rider (2014) menyatakan berbagi pengetahuan yang merupakan proses bertukar pengetahuan eksplisit dan *tacit* pada individu, terbagi menjadi dua dimensi, yakni *bringing (donating knowledge)* dan *collecting knowledge*. *Bringing knowledge* terjadi ketika individu mengkomunikasikan ataupun membagi pengetahuan yang dimilikinya kepada orang lain, sedangkan *collecting knowledge* terjadi ketika individu mencari pengetahuan dari rekan kerja. *Bringing* dan *donating knowledge* dalam organisasi dapat dilakukan secara formal maupun informal yang pada akhirnya akan membentuk suatu pengetahuan baru terkait perkembangan organisasi.

Hoff dan Rider (2004) juga menyatakan bahwa berbagi pengetahuan terjadi karena adanya kesediaan (*willingness* dan *eagerness*) untuk berbagi pengetahuan. *Willingness* didefinisikan sebagai proses di mana karyawan yang memiliki modal pengetahuan mempersiapkan dan memberikan akses kepada karyawan lainnya untuk dapat mengambil pengetahuan yang dimilikinya. Pemberian pengetahuan secara sukarela dan dipersiapkan merupakan inti dari konsep *willingness*, sedangkan *eagerness* terjadi ketika karyawan yang memiliki modal pengetahuan terdorong untuk mengkomunikasikan pengetahuan yang dimilikinya kepada karyawan lain, tanpa adanya persiapan. Poin penting yang membedakan kesediaan *willingness* dan *eagerness* adalah: pada *willingness* karyawan yang memiliki pengetahuan sengaja mengundang karyawan lain yang membutuhkan untuk dapat mengambil pengetahuan yang dimilikinya, dengan harapan dirinya juga akan diberikan akses mengambil pengetahuan dari karyawan lain. Di sisi lain, pada kesediaan *eagerness*, karyawan yang memiliki pengetahuan secara sukarela selalu membagi pengetahuannya kepada karyawan lain tanpa adanya permintaan khusus. Dengan demikian proses *bringing (donating)* dan *collecting* pengetahuan akan mudah terjadi.

Olatokum (2012) menemukan bahwa perilaku berbagi pengetahuan yang terjadi antar karyawan serta antar karyawan dengan organisasi akan memberikan keuntungan kompetitif dan keuntungan ekonomi bagi organisasi. Dengan pengetahuan yang tersebar di dalam organisasi, akan memudahkan organisasi untuk melakukan evaluasi serta mendapatkan strategi baru, yang akhirnya akan meningkatkan kualitas organisasi. Dengan demikian, berbagi pengetahuan termasuk dalam *extra role behavior* yang harus membudaya dalam organisasi (Wang & Noe, 2010).

Dalam mengkaji konsep berbagi pengetahuan terdapat beberapa teori yang sering digunakan dalam penjelasannya. Teori-teori tersebut diantaranya *social exchange theory* (teori pertukaran sosial), *reasoned action theory* (teori tindakan rasional) dan *social capital and networking theory* (teori modal sosial dan jaringan). Pada teori pertukaran sosial yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) misalnya, dapat diasumsikan bahwa karyawan dapat bertahan dalam dunia sosial yang terjadi dalam organisasi bila ia dapat beradaptasi dengan cara selalu bertukar pengetahuan mengenai uraian kerja, tugas, dan hal lainnya yang mendukung pekerjaannya dalam organisasi. Karyawan yang tidak meningkatkan pengetahuan dengan cara berbagi dan bertukar pengetahuan akan menjadi punah dan terkucil dalam organisasi. Sejalan dengan hal tersebut, dalam teori tindakan rasional disebutkan bahwa karyawan melakukan suatu tindakan berbagi pengetahuan karena mengharapkan suatu keuntungan rasional tertentu, baik keuntungan berupa *reward* berbentuk materi seperti gaji dan promosi jabatan, maupun *reward* yang berupa pujian dan pengakuan (Ipe, 2003).

Teori modal sosial awalnya dikembangkan oleh Bordieu (1984). Namun dalam kajian organisasi, konsep modal sosial dalam organisasi dipopulerkan oleh Nahapiet dan Ghoshal (1998). Teori modal sosial Nahapiet dan Ghoshal (1998) banyak digunakan dalam

studi berbagi pengetahuan karena memiliki asumsi bahwa karyawan akan terdorong untuk melakukan berbagi pengetahuan ketika mereka memiliki modal sosial dan jaringan, yang meliputi modal kognitif, modal relasi, dan modal struktural. Modal-modal tersebut, jika dimiliki karyawan akan memudahkan terjadinya kegiatan berbagi pengetahuan. Sebagai contoh, karyawan yang memiliki modal kognitif akan cenderung berbagi pengetahuannya kepada karyawan yang kurang memiliki modal kognitif, begitu pula sebaliknya. Modal relasi dan struktural juga diperlukan karyawan untuk membantu proses berbagi pengetahuan. Dengan kata lain, karyawan yang memiliki banyak relasi dalam organisasi dan memiliki struktur maupun jaringan yang mendukung, akan lebih mudah menjalankan perilaku berbagi pengetahuan. Selain itu, dengan melakukan berbagi pengetahuan di organisasi, maka modal yang dimiliki karyawan tersebut akan meningkat dengan sendirinya. Lebih jauh, modal sosial dan jaringan sangat menjelaskan konsep berbagi pengetahuan karena karyawan tidak dapat bekerja, belajar, dan berbagi pengetahuan dalam kondisi terisolasi dari dunia sosial (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

Sejalan dengan teori-teori tersebut, Wang dan Noe (2010) juga menyebutkan beberapa alasan mendasari karyawan untuk melakukan berbagi pengetahuan. Pertama, ingin mendapatkan pengakuan sosial. Karyawan yang dianggap memiliki modal pengetahuan dan membagi pengetahuannya akan mendapatkan pengakuan yang lebih tinggi dalam hubungan antar karyawan di organisasi. Sebaliknya, karyawan yang dianggap tidak termotivasi meningkatkan pengetahuan baru, terutama mengenai uraian kerja atau keahlian teknologi tertentu yang mendukung kinerja, akan rentan dikucilkan oleh rekan sejawat, bahkan cenderung tidak disukai pimpinan. Atas dasar itulah maka pengakuan sosial memotivasi karyawan untuk selalu mencari dan berbagi pengetahuan.

Kedua, berbagi pengetahuan dianggap sebagai sarana belajar bagi si pemberi pengetahuan. Dengan adanya anggapan ini, maka karyawan yang memiliki pengetahuan tertentu akan sangat termotivasi untuk membagi pengetahuannya, karena hal tersebut juga dinilai dapat mengasah dan meningkatkan pengetahuan yang dimilikinya. Ketiga, karyawan yang berbagi pengetahuan akan merasa mendapatkan suatu *power* (kekuasaan). Karyawan yang dianggap memiliki pengetahuan spesifik serta membagi pengetahuannya, akan mendapat nilai lebih dari rekan kerja dan pimpinan, sehingga memudahkan karyawan tersebut untuk mendapatkan pengakuan dan promosi dari organisasi. Wong dan Noe (2010) menyebutkan bahwa banyak studi terdahulu yang mengaitkan perilaku berbagi pengetahuan dengan peluang *reward* materi yang akan diterima, namun masih sedikit studi yang melihat *power* sebagai alasan karyawan melakukan berbagi pengetahuan.

Keempat, berbagi pengetahuan dapat mereduksi kekhawatiran karyawan atas penilaian buruk terkait kinerja. Dengan melakukan berbagi pengetahuan, diharapkan karyawan akan mendapatkan kesan dan penilaian positif dari pimpinan dan rekan kerja, sehingga karyawan tidak akan merasa khawatir mendapatkan evaluasi atau penilaian kinerja yang buruk. Kelima, perilaku berbagi pengetahuan dapat meningkatkan kesan positif pada karyawan. Karyawan yang mengembangkan perilaku berbagi pengetahuan dalam organisasi akan mendapatkan banyak simpati dari karyawan dan pimpinan, serta menimbulkan kesan cerdas pada dirinya.

Dari berbagai definisi dan teori yang digunakan untuk memahami konsep berbagi pengetahuan, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan berbagi pengetahuan merupakan perilaku karyawan dalam organisasi yang menunjukkan adanya pertukaran pengetahuan dengan cara *bringing* dan *collecting* pengetahuan antar karyawan dalam organisasi. Pertukaran dan berbagi pengetahuan tersebut meliputi pengetahuan

mengenai organisasi, pengetahuan mengenai teknis proses kerja, pengetahuan mengenai pengalaman kerja, pengetahuan mengenai keahlian tertentu, serta pengetahuan mengenai budaya organisasi. Dengan demikian akan tercipta suatu pengetahuan baru antar karyawan dan organisasi yang pada akhirnya akan meningkatkan performa organisasi.

Berbagi Pengetahuan dan Keyakinan Diri

Keyakinan diri atau efikasi diri merupakan salah satu konsep populer dalam teori sosial kognitif Bandura (1977). Bandura (1997) mendefinisikan efikasi diri sebagai persepsi individu terhadap kemampuan yang dimilikinya dalam mengatur dan melaksanakan suatu tugas tertentu. Keyakinan diri seseorang bahwa ia mampu mengerjakan suatu pekerjaan tertentu, merupakan inti dari konsep efikasi diri. Bandura (1997) menyatakan bahwa orang dengan efikasi diri yang tinggi akan lebih berpartisipasi dalam mengerjakan suatu tugas yang diberikan. Sebaliknya orang dengan efikasi diri yang rendah cenderung menghindari suatu tugas yang diberikan karena adanya suatu keraguan bahwa dirinya mampu dan kompeten dalam menyelesaikan tugas tersebut. Efikasi diri sangat erat kaitannya dengan kognitif seseorang dalam menilai situasi yang dihadapinya. Dengan demikian penilaian positif individu akan kemampuan yang dimilikinya sangat berperan dalam memunculkan berbagai perilaku positif dalam lingkungan, termasuk lingkungan organisasi yang sangat kompetitif.

Konsep efikasi diri terus mengalami perkembangan sesuai dengan setting lingkungan. Dalam kajian organisasi misalnya, secara khusus efikasi diri didefinisikan sebagai kepercayaan diri karyawan atas kemampuan dirinya untuk selalu mampu mengerjakan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya serta timbulnya suatu kepercayaan diri untuk membangun dan meningkatkan kemampuan interpersonalnya terhadap rekan kerja dalam organisasi dengan tujuan agar dapat tercipta suatu efektifitas kinerja (Smith & Betz, 2000).

Lebih jauh Smith dan Betz (2000) menyatakan pegawai yang tinggi pada skor efikasi diri akan memiliki hubungan yang efektif dengan pegawai lain, terhindar dari stres kerja, sedikit merasa terancam dengan beban kerja, dan selalu terlihat reaksi positif di tempat kerja. Pentingnya efikasi diri untuk dimiliki karyawan dalam organisasi, membuat studi mengenai efikasi diri terus dikembangkan. Dalam kajian *knowledge management* efikasi diri dihubungkan dengan keyakinan diri karyawan akan pentingnya berbagi pengetahuan, serta timbulnya kepercayaan diri karyawan untuk menunjukkan perilaku berbagi pengetahuan dalam organisasi (Jolae dkk, 2013). Dengan demikian, pada studi ini konsep efikasi diri didefinisikan sebagai keyakinan dan kepercayaan diri karyawan dalam organisasi bahwa dirinya merupakan seseorang yang mampu dan kompeten untuk melakukan berbagi pengetahuan dalam organisasi, sehingga pengetahuan yang dibagikan tersebut menjadi modal berharga bagi organisasi (Bock, 2002).

Beberapa studi memperlihatkan hubungan efikasi diri dengan perilaku berbagi pengetahuan (Runhar dkk, 2015 ; Gross, dkk, 2012). Chen (2008) menemukan bahwa karyawan yang memiliki efikasi diri yang rendah tidak akan termotivasi untuk membagi pengetahuannya karena adanya suatu perasaan takut dan tidak percaya diri. Ketakutan tersebut timbul karena individu merasa dirinya tidak memiliki kapasitas untuk melakukan berbagi pengetahuan. Hubungan efikasi diri dengan berbagi pengetahuan juga ditemukan oleh Chao, Zheng dan Zu (2007) yang melakukan studi terhadap 207 pegawai pada lima perusahaan swasta di Cina. Selanjutnya, studi yang dilakukan Jawahar (2008) terhadap 270 perawat menemukan bahwa perawat yang memiliki efikasi diri yang tinggi akan mengembangkan perilaku berbagi pengetahuan antar sesama perawat, juga antar perawat dengan pasien. Dalam setting organisasi perguruan tinggi, Jolae dkk. (2013) dalam studinya terhadap 117 dosen

universitas negeri di Malaysia juga menemukan bahwa dosen yang memiliki efikasi diri yang tinggi cenderung akan selalu memiliki intensi untuk membagi pengetahuannya kepada rekan dosen lainnya.

Konsep efikasi diri sebagai bentuk keyakinan karyawan akan kemampuan yang dimilikinya, pada akhirnya memicu berbagai tindakan prososial dalam organisasi. Karyawan yang sudah meyakini bahwa dirinya mampu mengerjakan pekerjaan akan lebih percaya diri dan termotivasi dalam melakukan perilaku berbagi pengetahuan. Semakin tinggi efikasi diri karyawan, maka akan membuatnya semakin percaya diri dalam menunjukkan perilaku berbagi pengetahuan dalam organisasi. Dengan demikian, agar perilaku berbagi pengetahuan tercipta dalam organisasi, maka secara individu penting bagi karyawan untuk memiliki efikasi diri yang tinggi. Dari penjelasan konsep efikasi diri serta beberapa penelitian terdahulu yang memperlihatkan hubungan antara efikasi diri dengan perilaku berbagi pengetahuan, maka pada penelitian ini terbangun suatu hipotesis berikut :

H1 : Keyakinan diri berhubungan positif dengan perilaku berbagi pengetahuan

Komunikasi *virtual* dan Perilaku Berbagi Pengetahuan

Dalam teori jaringan sosial, komunikasi didefinisikan sebagai proses membuat dan membagi informasi kepada pihak lain untuk mencapai persamaan persepsi antar dua pihak (Rogers, 1986). Sedangkan jaringan informasi didefinisikan sebagai struktur atau jaringan yang diciptakan untuk sarana berbagi informasi dalam komunikasi interpersonal (Ou, Sia & Hui, 2013). Dalam penelitian ini, komunikasi akan difokuskan pada komunikasi yang memanfaatkan suatu jaringan *virtual* atau jaringan dunia maya (*online*)

Komunikasi *virtual* dalam penelitian ini difokuskan pada proses komunikasi yang dilakukan antar dosen dalam universitas dengan menggunakan sarana media berbasis dunia

maya (*virtual*) maupun perangkat komputer. Dalam studi organisasi, konsep komunikasi *virtual*, merupakan modifikasi dari konsep *communication mediated computer* (CMC) atau komunikasi dalam organisasi dengan menggunakan sarana komputer (Hoff & Ridder, 2004). Seiring dengan perkembangan teknologi serta maraknya penggunaan media sosial, kini konsep CMC disamakan dengan konsep komunikasi *virtual* yang terjadi dalam organisasi (Chaol, Chon & Chun, 2013).

Masifnya perkembangan teknologi informasi dan media sosial yang berbasis *virtual*, sangat meningkatkan ketergantungan individu dengan perangkat komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, terutama ketergantungan terhadap perangkat *smartphone* yang menawarkan berbagai fitur menarik. Tidak jarang individu kini merasa tidak tenang maupun tidak percaya diri dalam menjalani rutinitas sehari-hari bila akses dalam komunikasi *virtual*-nya terganggu. Data yang dirilis Internet Trend Kleiner Perkins Caufield dan Byer's (2015) menunjukkan bahwa dalam sehari rata-rata individu mengecek atau melihat perangkat *smartphone* yang dimilikinya sebanyak 150 kali. Dengan demikian jika diakumulasi, maka dalam seminggu rata-rata individu mengecek atau melihat perangkat *smartphone* miliknya sebanyak 1.050 kali. Masifnya ketergantungan individu dengan perangkat komunikasi *virtual*, menunjukkan bahwa pertukaran maupun berbagi pengetahuan akan sangat mungkin terjadi melalui komunikasi *virtual*, yang dapat dilakukan dalam genggam tangan tanpa adanya kendala jarak dan waktu.

Hoff dan Ridder (2004) menyatakan bahwa pertukaran pengetahuan yang dilakukan dengan komunikasi *virtual* mereduksi beberapa hambatan yang seringkali terjadi dalam perilaku berbagi pengetahuan jika dilakukan secara langsung. Pertama, berbagi pengetahuan dengan komunikasi *virtual* akan mereduksi adanya perbedaan status sosial karyawan dalam organisasi. Perbedaan status dan peran dalam organisasi, seringkali membuat karyawan ragu untuk berbagi

pengetahuan kepada karyawan lain, terutama kepada karyawan yang dianggap memiliki peran atau status sosial lebih tinggi dalam organisasi. Kedua, berbagi pengetahuan dengan komunikasi *virtual* mereduksi adanya hambatan jarak dan waktu. Ketiga, berbagi pengetahuan dengan komunikasi *virtual* akan mereduksi keraguan dan ketidakpercayaan diri karyawan yang umumnya terjadi saat berbagi pengetahuan dilakukan secara langsung.

Secara garis besar Hoff dan Weenen (2002) juga menyatakan bahwa dalam komunikasi *virtual* berbagi pengetahuan yang terjadi antar anggota organisasi terjadi secara egaliter. Wawancara yang peneliti lakukan terhadap beberapa dosen di beberapa universitas negeri, swasta, keagamaan dan kedinasan di Jakarta (2016) juga menemukan bahwa berbagi pengetahuan dalam grup di aplikasi *whatsApp* maupun milis lainnya yang mereka lakukan, berjalan dengan baik tanpa kendala seperti adanya batasan waktu. Tidak jarang, dosen yang tidak aktif berdiskusi secara langsung, menjadi lebih aktif berdiskusi bila melalui komunikasi *virtual*. Beberapa dosen menilai hal tersebut terjadi karena adanya faktor budaya, di mana budaya nasional kolektif yang melekat pada diri dosen, menyebabkan adanya beberapa hambatan jika diskusi dilakukan secara langsung, terutama jika diskusi harus menyerang argumen salah satu rekan dosen. Selain itu ditemukan pula bahwa komunikasi *virtual* dianggap dapat menjadi media yang baik untuk dosen yang masih memiliki hambatan jika melakukan berbagi pengetahuan secara langsung seperti adanya ketidakpercayaan diri dengan kemampuannya (Komunikasi Personal, 2016).

Disamping memiliki keunggulan dalam mereduksi hambatan-hambatan dalam berbagi pengetahuan yang dilakukan secara langsung, berbagi pengetahuan dengan komunikasi *virtual* juga memiliki beberapa hambatan. Heller (2009) menyatakan bahwa berbagi pengetahuan dengan komunikasi *virtual* memiliki beberapa kelemahan seperti tidak tersampainya pengetahuan *tacit* dengan

baik, rentan terjadi kesalahan maksud akibat minimnya penekanan terutama penekanan verbal dan non verbal, adanya kendala teknis seperti tidak mahirnya beberapa karyawan dalam menggunakan teknologi, serta sulitnya membuat maupun menyamakan akses *virtual* antar karyawan. Lebih jauh Heller (2009) juga menyatakan bahwa berbagi pengetahuan dengan komunikasi *virtual* dalam organisasi, akan berjalan efektif jika organisasi mau memastikan karyawan mahir dalam menggunakan perangkat komunikasi *virtual*, juga bila organisasi bersedia memberikan pelatihan penggunaan komunikasi *virtual* internal. Namun, kelebihan dan kelemahan penggunaan komunikasi *virtual* sebagai sarana berbagi pengetahuan tentu tidak menghilangkan esensi pentingnya pengetahuan untuk di bagi dalam organisasi kapanpun serta dengan media apapun.

Dengan berbagai penjelasan hubungan komunikasi *virtual* dengan perilaku berbagi pengetahuan, kini menjadi suatu urgensi bagi organisasi untuk memfasilitasi karyawan dengan berbagai jaringan maupun menghubungkan antar karyawan dengan fasilitas komunikasi *virtual*. Dengan demikian pengetahuan dan informasi dapat dibagi dengan mudah, serta dengan intensi yang lebih banyak dibandingkan jika harus bertatap muka. Penggunaan komunikasi *virtual* dalam organisasi memiliki beragam bentuk seperti pembuatan jaringan internal dalam organisasi, pembuatan *website* khusus, sampai pada penggunaan grup dalam media sosial seperti *whatsApp* (Kompas, 2016). Ou, Xia dan Hui (2013) menemukan bahwa komunikasi *virtual* yang umumnya digunakan dalam organisasi berupa instan messenger (IM), email, forum diskusi di sosial media, dan blog yang dibuat oleh organisasi. Namun komunikasi *virtual* yang kini banyak digunakan karyawan adalah pembuatan grup *whatsApp* antar karyawan. *WhatsApp* kini dianggap sebagai media sosial yang lebih fleksibel, sehingga memungkinkan pertukaran pengetahuan

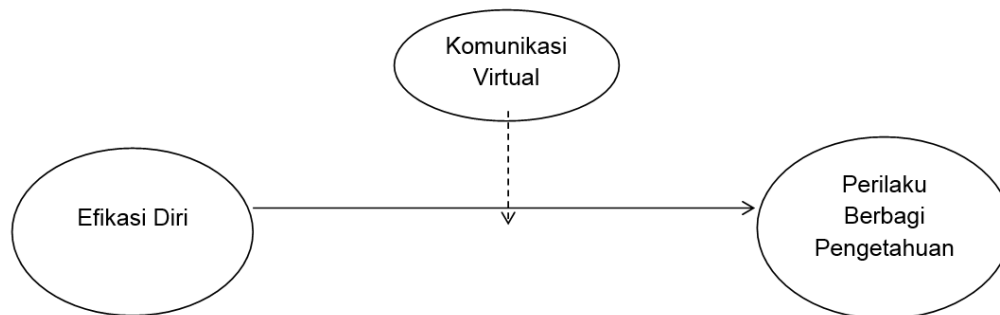
dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun dengan genggam perangkat *smartphone*. Wawancara yang peneliti lakukan terhadap beberapa dosen berbagai universitas negeri, swasta, keagamaan dan kedinasan di Jakarta (2016) menemukan bahwa di fakultas tempat mereka mengajar terdapat grup *whatsApp* yang diinisiasi pembentukannya oleh organisasi, untuk memudahkan berbagi pengetahuan antar mereka. Cara tersebut dirasa sangat efektif dalam meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan.

Hubungan penggunaan media komputer maupun *virtual* dengan munculnya perilaku berbagi pengetahuan dalam organisasi sudah banyak ditemukan. Dalam studinya terhadap 100 ahli dalam perusahaan konsultan, Hoff dan Ridder (2004) menemukan bahwa penggunaan komputer sebagai alat komunikasi internal dalam organisasi, meningkatkan perilaku berbagi pengetahuan karyawan terutama pada *collecting knowledge*. Dari berbagai penjelasan mengenai hubungan komunikasi *virtual* dengan perilaku berbagi pengetahuan, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi *virtual* dalam organisasi akan lebih memicu terjadinya perilaku berbagi pengetahuan dalam organisasi karena akan menghilangkan hambatan dalam terciptanya perilaku berbagi pengetahuan yang dilakukan secara langsung, terutama hambatan yang terkait faktor individu, faktor sosial, faktor budaya maupun keterbatasan waktu untuk bertatap muka. Lebih jauh, komunikasi *virtual* yang terbangun dalam organisasi akan meningkatkan efikasi diri karyawan dalam menunjukkan perilaku berbagi pengetahuan. Komunikasi *virtual* dirasa menjadi media yang efektif dalam meningkatkan efikasi diri karyawan dalam menampilkan perilaku berbagi pengetahuan. Dengan demikian dalam penelitian ini terbangun hipotesis sebagai berikut :

H 4 : Komunikasi *virtual* memoderasi hubungan antara efikasi diri dan perilaku berbagi pengetahuan

Bagan 1.1.

Menggambarkan Hipotesis dalam Penelitian ini :



METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi lapangan yang menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Responden pada penelitian ini adalah dosen dari berbagai institusi perguruan tinggi di Indonesia, yang mencakup dosen dari institusi perguruan tinggi negeri, swasta, kedinasan dan keagamaan. Pada penelitian ini responden diberikan kuesioner dalam bentuk *online* dan *offline*. Kuesioner online peneliti sebar melalui media *WhatsApp* kepada para dosen untuk kemudian disebarkan lagi ke grup *WhatsApp* maupun media *virtual* lainnya yang dimiliki dosen. Untuk kuesioner offline peneliti melakukan penyebaran kuesioner ke beberapa universitas negeri, swasta, kedinasan dan keagamaan yang berada di beberapa daerah di Indonesia. Penyebaran kuesioner melalui media *offline* dan *online*, menghasilkan responden dari berbagai universitas yang ada di berbagai daerah di Indonesia seperti di Aceh, Medan, Padang, Bengkulu, Jakarta, Bandung, Bogor, Solo, Jogja, Purwokerto, Ponorogo, Tulung Agung, Surabaya, Malang, dan Nusa Tenggara Barat.

Dari hasil penyebaran, terdapat 158 kuesioner yang terisi. Namun hanya 150 kuesioner yang sudah terisi secara lengkap dan dapat dianalisis. Dari hasil pengumpulan data, ditemukan 39 % responden berjenis kelamin laki-laki dan 61 % berjenis kelamin perempuan. Selanjutnya untuk tingkat pendidikan terakhir 10% responden memiliki jenjang pendidikan

strata satu, 71 persen responden memiliki jenjang pendidikan terakhir strata dua, dan 19 % responden memiliki jenjang pendidikan terakhir strata tiga. Untuk penggolongan usia responden, 61 % responden berada di rentang usia 25-35 tahun, 31% responden berada di rentang usia 35-55 tahun, dan 8% responden berada di rentang usia 55 tahun ke atas.

Kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel yang ada pada penelitian ini didapat dari instrumen yang digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Selanjutnya seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian dilakukan adaptasi. Proses pengadaptasian menggunakan teknik *back-to-back translation* sesuai kaidah yang ditentukan (Beaton, Bombardier, Guillemin, & Ferraz, 2000).

Teknik ini dilakukan dengan meminta dua orang penerjemah yang mengerti konsep yang ada dalam variabel penelitian, dan penerjemah yang tidak mengerti konsep dalam variabel untuk menerjemahkan *item* asli dari bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. Setelah itu, hasil dari kedua terjemah tersebut kembali diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dengan meminta pihak lain yang mengerti konsep dalam variabel dan yang tidak mengerti konsep dalam variabel untuk menerjemahkan kembali ke dalam Bahasa Inggris. Selanjutnya dilakukan *review* dengan bantuan beberapa pihak yang mengerti konsep dalam variabel serta dilakukan sintesis terhadap hasil terjemah yang ada, untuk kemudian ditentukan penggunaan kalimat terjemah yang sesuai dan dipahami oleh responden.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan empat pilihan jawaban yang meliputi: 1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3 = setuju, 4= sangat setuju. Esensi dari skala ini adalah untuk mengarahkan responden agar menggunakan opininya dan mengurangi kecenderungan untuk berpusat pada nilai tengah.

Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari tiga alat ukur. Perilaku berbagi pengetahuan, yang mencakup *collecting* dan *donating knowledge* diukur dengan 12 item pada alat ukur Hoff dan Ridder (2014) yang telah peneliti modifikasi, dengan realibilitas sebesar 0,82. Efikasi diri

diukur dengan 9 item pada alat ukur yang dikembangkan oleh Bock (2002) yang telah peneliti modifikasi, dengan reliabilitas sebesar 0,85. Selanjutnya, komunikasi *virtual* peneliti ukur dengan 13 item pada alat ukur yang peneliti kembangkan, dengan realibilitas sebesar 0,84. Untuk menganalisis hubungan *path analysis* antar variabel akan diolah dengan teknik *path analysis* SEM (*Structural Equating Modelling*), dengan bantuan *software* SPSS by *Hayess Process*. SEM merupakan suatu teknik yang paling tepat dan efektif dalam memprediksi hubungan *path analysis* antar variabel. Berikut tabel 1 yang menjelaskan alat ukur:

Tabel 1
Alat Ukur

Variabel	Alat ukur	Reliabilitas	Contoh item
B e r b a g i Pengetahuan	Hoff & Ridder (2004)	0,82	Saya akan membagi informasi dan pengetahuan yang saya miliki kepada dosen lainnya
Efikasi Diri	Bock (2002)	0,85	Berbagi pengetahuan yang saya lakukan akan membantu fakultas mencapai performa yang ditargetkan
K o m u n i k a s i <i>Virtual</i>	Seniati & Laksono (2017)	0,85	Pengetahuan dan informasi baru akan dibagikan melalui grup <i>WhatsApp</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hipotesis 1 yang menguji hubungan antara efikasi diri dengan perilaku berbagi pengetahuan ditemukan ada korelasi yang signifikan, dengan *p value* sebesar 0,000 atau $p < 0,005$. Dengan demikian efikasi diri yang dimiliki dosen berpengaruh terhadap perilaku berbagi pengetahuan. Selanjutnya pada hipotesis 2 yang menguji moderasi komunikasi *virtual* terhadap perilaku berbagi pengetahuan juga ditemukan terbukti dengan *p value* sebesar 0,0004 atau $p < 0,005$. Dengan demikian semakin tinggi penggunaan komunikasi *virtual*, akan semakin memunculkan perilaku berbagi pengetahuan. Dengan demikian, hasil uji *path analysis* hubungan antar variabel

menemukan bahwa kedua hipotesis dalam studi ini terbukti.

SIMPULAN

Temuan pada studi ini membuktikan bahwa efikasi diri yang dimiliki dosen memengaruhi perilaku berbagi pengetahuan. Hal ini sejalan dengan hipotesis peneliti dan sejalan dengan beberapa studi terdahulu yang juga memperlihatkan hubungan efikasi diri pada dosen dengan timbulnya perilaku berbagi pengetahuan (Shahzadi, 2015; Jolae dkk, 2013). Dengan demikian terlihat bahwa dosen yang secara kognitif memiliki penilaian positif akan kemampuan dirinya dalam lingkungan kerja akan menganggap penting untuk

menampilkan perilaku berbagi pengetahuan dalam fakultas maupun universitas tempat mereka mengajar. Dengan adanya efikasi diri, dosen lebih merasa percaya diri dalam melakukan berbagai kegiatan berbagi pengetahuan seperti berbagi pengetahuan tentang keilmuan yang mereka miliki terhadap rekan dosen, juga dalam melaksanakan semua kegiatan tridharma perguruan tinggi, yang tidak hanya terbatas pada pengajaran di kelas. Asumsi yang terbangun bahwa masih banyak dosen yang enggan melaksanakan perilaku berbagi pengetahuan dengan rekan kerja maupun dalam melakukan publikasi ilmiah karena adanya keraguan bahwa dirinya tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tersebut (Komunikasi Personal, 2016) tidak terbukti dalam studi ini. Sebaliknya, dalam temuan ini terlihat bahwa dosen memiliki efikasi diri yang ditunjukkan dengan keyakinan bahwa mereka layak untuk melakukan kegiatan berbagi pengetahuan baik dalam hal publikasi ilmiah maupun dalam hal berbagi pengetahuan mengenai keahlian lainnya, walaupun keahlian tersebut belum dikuasai secara mendalam. Dengan demikian dalam temuan ini terlihat bahwa dosen memiliki efikasi diri yang berkaitan dengan terlaksananya perilaku berbagi pengetahuan di universitas.

Selanjutnya temuan yang menunjukkan bahwa pemanfaatan komunikasi *virtual* memperkuat hubungan efikasi diri dengan perilaku berbagi pengetahuan sejalan dengan studi Heller (2009) yang menyatakan komunikasi *virtual* akan mereduksi berbagai hambatan dalam perilaku berbagi pengetahuan yang dilaksanakan secara langsung. Temuan ini juga sejalan dengan hasil wawancara pendahuluan kepada beberapa dosen universitas negeri, swasta, keagamaan, dan kedinasan di Jakarta (2016) yang menyatakan bahwa pembuatan grup komunikasi *virtual* seperti grup *WhatsApp* akan membuat dosen lebih aktif dalam melakukan berbagi pengetahuan dengan rekan dosen, serta membuat dosen lebih percaya diri dalam

membagi pengetahuannya dibanding jika dilaksanakan dengan tatap muka. Hal tersebut terjadi karena komunikasi *virtual* mereduksi hambatan yang terkait faktor sosial budaya (Heller, 2009). Berbagi pengetahuan dengan tatap muka yang terjadi secara spontan tentu membuat dosen banyak mempertimbangkan aspek-aspek sosial seperti apakah dirinya pantas untuk membagi pengetahuan kepada rekan yang memiliki jenjang pendidikan lebih tinggi, juga adanya budaya nasional kolektif yang memungkinkan dosen untuk melakukan *high context* ketika berhadapan dengan rekan dosen secara langsung. Hal-hal tersebut tentu akan mengurangi efikasi diri dosen dalam melakukan berbagi pengetahuan, terutama berbagi pengetahuan yang dilaksanakan secara tatap muka.

Kemudahan akses dalam komunikasi *virtual* yang menembus hambatan jarak, waktu dan hambatan sosial (Heller, 2009; Schwartz, 2007) membuat dosen lebih memiliki keleluasaan dalam melakukan berbagi pengetahuan. Hal tersebut tentu meningkatkan efikasi diri dalam melaksanakan perilaku berbagi pengetahuan. Dengan komunikasi *virtual*, semua yang terlibat dalam kegiatan berbagi pengetahuan seakan setara atau egaliter (Schwartz, 2007). Adanya kesempatan melakukan *delay* dalam menjawab pertanyaan melalui komunikasi *virtual* juga lebih meningkatkan kepercayaan diri seseorang dalam melakukan berbagi pengetahuan, terutama berbagi pengetahuan yang memerlukan umpan balik seperti diskusi (Heller, 2009). Peningkatan efikasi diri dosen dalam berbagi pengetahuan dengan perangkat komunikasi *virtual* juga ditemukan dalam wawancara pendahuluan yang peneliti lakukan terhadap beberapa dosen di Jakarta (2016) yang menyatakan bahwa sering ditemukan adanya dosen yang tidak aktif berbagi pengetahuan dalam kegiatan di universitas, namun aktif saat membagi pengetahuan dan berdiskusi dalam grup *WhatsApp*. Dengan demikian, sejalan dengan temuan dalam studi ini, bahwa

komunikasi *virtual* akan meningkatkan efikasi diri dosen untuk melakukan kegiatan berbagi pengetahuan di universitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penting bagi institusi perguruan tinggi untuk mengembangkan serta menyebarkan pengetahuan dalam organisasinya, khususnya dengan meningkatkan efikasi diri dosen serta menginisiasi pembuatan akses komunikasi *virtual* dalam organisasi. Dengan demikian pengetahuan yang menjadi aset berharga bagi organisasi juga akan menjadi modal untuk berkompetisi. Usaha dalam peningkatan pengetahuan para dosen harus dilaksanakan secara berkala agar dosen terus berkembang pengetahuannya dan memiliki efikasi diri untuk membagi pengetahuannya. Cara termudah dalam meningkatkan efikasi diri bagi para dosen adalah dengan memberikan berbagai pelatihan, *workshop*, serta diskusi terbuka mengenai topik terkini dalam bidang keilmuan agar dosen terus meningkat pengetahuannya. Selanjutnya menanggapi kecenderungan publikasi ilmiah yang terus meningkat, organisasi juga harus membekali para dosen dengan pengetahuan tentang metodologi penelitian, sehingga efikasi diri dosen dalam hal melakukan publikasi ilmiah terus meningkat, sehingga organisasi terus berkembang dengan meningkatnya kuantitas dan kualitas publikasi ilmiah yang dihasilkan. Dengan demikian kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi dapat terlaksana dengan baik, bukan hanya terlaksana dalam hal pengajaran saja.

Selanjutnya peningkatan efikasi diri karena adanya faktor komunikasi *virtual* juga harus ditanggapi institusi perguruan tinggi dengan

terus membukakan akses dan menginisiasi komunikasi *virtual* dalam fakultas dan juga mendorong terjadinya pertukaran pengetahuan maupun diskusi dalam komunikasi *virtual*. Namun dalam hal pemanfaatan komunikasi *virtual*, yang perlu diperhatikan organisasi adalah harus memastikan bahwa semua dosen sudah terakses dengan komunikasi *virtual* dan memberikan pelatihan bagi dosen yang masih terkendala dalam kemampuan mengoperasikan komunikasi *virtual*. Dengan demikian maka pengetahuan dalam organisasi terus berkembang dan tersebar tidak hanya di dalam organisasi, namun juga ke luar organisasi, yang pada akhirnya organisasi akan menghasilkan banyak pengetahuan berkualitas.

Kebaharuan dalam temuan studi ini juga memiliki beberapa keterbatasan dan evaluasi untuk studi serupa selanjutnya. Pertama, penelitian ini masih memiliki sedikit responden. Studi selanjutnya diharapkan dapat menjangkau responden yang lebih banyak dan lebih beragam latar belakang organisasinya, sehingga akan memperkaya temuan dan data yang dihasilkan. Kedua, studi selanjutnya dapat dilakukan dengan melihat kekhususan jenis perguruan tinggi seperti hanya mengambil responden dari salah satu jenis perguruan tinggi negeri, swasta, kedinasan ataupun keagamaan. Dengan demikian akan terlihat kecenderungan berbagi pengetahuan pada institusi tertentu. Ketiga, studi selanjutnya akan lebih menarik jika menguji maupun menambah faktor individu dan faktor organisasi lainnya, untuk lebih memperkaya topik perilaku berbagi pengetahuan dalam institusi perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandura, A., (1997). *Self-Efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman..
- Bock, G. W., & Kim, Y.G (2002). Breaking the myths of reward: An Exploratory study of attitudes about knowledge sharing. *Information Resources Management Journal*, 15, 14-21
- Bock, G., Lee, . & Kim, Y. G. (2005). Behavioral intention formation in knowledge sharing:

- Examining the roles of extrinsic motivators, social psychological forces, and organizational climate. *MIS Quarterly*, 29, 87-111.
- Brown, Stephen., Cron, W., & Slocum Jr. (1998). Effects of trait competitiveness and perceived intraorganizational competition on salesperson goals setting and performance. *American Marketing Associations*. 4, 88-98
- Cabrera, A. Collins., & Salgado (2006). Determinan of individuals on engagement in knowledge sharing. *International Journal of Human Resources Management*, Vol. 17, 2, 245-264.
- Castells, Manuel. (2010). *End of Millenium*. Oxford: Willey-Blackwell.
- Cavaliere, V., & Lombardi, S., (2015). Exploring different cultural configurations : How do they affect subsidiaries' knowledge sharing behaviors? ". *Journal of Knowledge Management*, 2, 141-163.
- Cho, Namjae., Li, Z.G., Su, J.C., (2007). An empirical study on the effect of individual factors on knowledge sharing by knowledge type. *Journal of Global business and technology*. 3, 2.
- Chong, W.C., Yuen, Y.Y., Geok, Chew., (2014). Knowledge sharing of academic staff: A comparasion between public and private university in Malaysia. *Journal of Library Review*, 3, 203-233
- Conelly, Catherina., Ford, Dianne., Turel, O., Gallup, B., & Zweigh, David., (2014). Im bussy (and competitive) Atencendents of knowledge sharing under pressure. *Knowledge Management Research and Practice*. 12, 74-85.
- Dalkir, K. (2005). *Knowledge management in theory and practice*. Burlington, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Endress, M.L., Endress, S, P., (2007). Tacit knowledge sharing, self-efficacy Theory, and Application to The Open Source Community. *Journal of Knowledge Management*.
- Fan, Jinyan., C., Witchfield, Islam, S., Alexander, M., Liu, Cong., Kulviwat, S., (2013). Workplace Social Self-Efficacy: Concept, measure, and initial validity evidence. *Journal of Career Assesment*, 21, 91-110.
- Goldberg, L., R., (1992). The development of markers for the big five factor structure. *Journal of Personality and social Psychology*, 59, 1216-1229.
- Gupta, B., (2008). Role of personality in knowledge sharing and knowledge acquisitions behavior. *Journal of Indian Academic Aplied Psychology*, 34, 134-149
- Gyamfi, F., Boenteng, H., & Dzandu, D, M., (2016). Knowledge Sharing among Teacher; The role of big five personality traits. *Journal of Knowledge Management*, 46, 64-86.
- Heller, Rebecca. (2009). A cost-benefit analysis of face-to-face and virtual communication: Overcoming the challenges. *Management Reaserch News*.
- Hoff, B., & Weenen., (2004). Committed to share: commitment and CMC use as antecedent of knowledge sharing. *Knowledge and process management*. 11, 13- 24
- Hysman, Marleen., Wit, de, Dirk., (2002). *Knowledge Sharing in Practice*. New York: Springer.
- I., Ajzen, Fishben., (1975). *Understanding attitude and predictive social behavioral*. Englewood

Cliffs, NJ: Prentice Halls.

- Ipe, M. (2003). Knowledge sharing in organization: A conceptual framework. *Human Resource Development Review*, 2, 337-359.
- Jian, Yuang, & Chen, Chao. (2016). Integrating knowledge activities for team innovation: Effect of Transformational Leadership. *Journal of Management*, 10, 1-29
- Jiacheng, W., Lu, Liu, & Calabrese, F. (2010). A Cognitive model of Intra –organizational Knowledge Sharing Motivations in the view of Cross-Culture”. *International Information Management*, 30, 220-230.
- Jolaei, A., Nor, K., Khani, N., & Yusoff, Rosman, M.D. (2013). Factor affecting knowledge sharing intention among academic staff. *International Journal of Educational Manager*, 28, 413-431.
- Kataria, A., Gaarg, P., & Rastogi, M. (2013). Does Psychological Climate Augment OCBs ? Mediating of role work engagement. *The Psychologist-Manager Journal*, 16, 217-242
- Kim, Seonghee, & Ju, Boryung. (2008). An analysis of faculty perception: Attitude toward knowledge sharing and collaboration in academic institution. *Library and Information research*, 30, 282-290.
- Kishore, K.J., Sandhu, S.M., & Goh, S.,K. (2015). Organizational Climate, trust and knowledge sharing: insight from Malaysia. *Journal of Asia Business Studies*, 9, 54-77
- Kompas, (2016). *Komunikasi virtual dalam organisasi*. hhttp: ww.Kompas.com
- Joo, Jun Sung, & Kyoo, Baek,. (2011). Knowledge Sharing: The Influences of Learning Organization Culture, Organization Commitment, and Organization Citizenship Behaviors. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 18, 353-364.
- Liao, Chechen, To, Lai Pu, Hsu, Chih Fang. 2013. *Exploring Knowledge Sharing in Virtual Communities*. *Journal of Online Information Review*, 37, 891-909.
- Law, M, & Guo, J. (2015) Self efficacy with job satisfaction, job stress, and organizational commitment for correctional officer in the Taiwan Prison System. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*. 1, 1-21
- Lee, K., Casimir, G., & Loon, M. (2014). Knowledge sharing; influences of trust, commitment and cost. *Journal of Knowledge Management*, 3, 67-76.
- Lee, Pauline, Gillespie, N. & Man, Leon (2010). Leadership and trust,: The effect on knowledge sharing and team performance. *Management Learning*, 41, 473-491.
- Le, Teh, & Sun, Yi. (2011). Kowladge Sharing, Job Involment and Organisationsal Citizenship Behavior. *Journal of Personnel Review*.
- Lin, S & Shih, L. (2015). Mechanism to Motivate Knowledge Sharing: Integrating the Reward System and Social Network Perspective. *Journal of Knowledge Management* 19, 212-235.
- Loretta, S., & Yun, S. (2015). The effect of co-worker knowledge sharing on performance and its boundary conditions; An interactional perspective. *Journal Aplied Psychology*.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23, 242-266.

- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge creating company: How Japanese company create the dynamic of innovations*. New York: Oxford University Press.
- Polanyi, M. (1966). *The tacit dimension*. London: Routledge Kegan Paul.
- Podsakoff, P. M, MacKenzie, S. B., Moorman, R.H., & Fetter, R., (1988). Transformational leader behaviors and their effect on followers' trust in leader, satisfaction, and OCB. *Leadership Quarterly*, 1, 107-142.
- Qadeer, F., & Jaffery, H., (2014). Mediation of psychological capital between organizational climate and organization citizenship behavior. *Pakistan Journal Commerce and social science*, 8, 453-470
- Rogers, E.M. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press.
- Srivastava, . & Bartol, M., Locke, . (2006). Empowering Leadership in Management Team: Effect on Knowledge Sharing, Efficacy, and Performance. *Academy of Management Journal*, 49, 1239-1251.
- Shahzadi, Irram, . Hameed, R.M., Kashif, A.R., (2015). Individual motivator of optimistic knowledge sharing behavior among university academia. *The Business and Management Review*, 6, 1
- Shrock, W., A., (2016). Self-Oriented competitiveness. Implications of sales managers. *Dissertation*.
- Olatokun, W., & Nwafor, I, C., (2012). The effect of extrinsic and intrinsic motivation on knowledge sharing intention on civil servants in Ebonyi State, Nigeria. *Information Development*, 216-234.
- Organ, D.W. (1988). *Organization Citizenship Behavior: The good soldier syndrome*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Wang, Sheng., & Noe, Raymond, A., (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review*. 20, 115-131.
- Woon, K, Y., & Ko, Jaekwon., (2014). HR practices and knowledge sharing behavior: Focusing on the moderating Effect of trust in supervisor. *Public Personnel Management*, 43, 586-607.
- Xiaojuan, Ou Carol., Sia, L.C., Hui Chun., (2013). Computer mediated communication and social networking tools at work. *Information Technology and People*, 26,2.
- Yang, J.T., (2007). The impact of knowledge sharing on organizational learning and effectiveness. *Journal of Knowledge Management*, 11,2.
- Yu, C., & Chu, T. (2007). Exploring knowledge contribution from an OCB perspective. *Information & Management*, 44, 321-331
- Zhou, Junjie., Zou, Meiyun., Yu, Yan., & Chai, Wen. (2014). How Fundamental and Supplemental Interactions Affects Users' Knowledge Sharing in Virtual Communities? A Social Cognitive Perspective. *Journal of Internet Research* vol. 24, no. 5, 566-586