

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI ILMIAH: STUDI KASUS UKDW

Umi Probeykti¹⁾, Restyandito²⁾

^{1, 2)} Fakultas Teknologi Informasi Universitas UKDW Yogyakarta
Jl. Dr. Wahidin S no 5-25, Yogyakarta 55224
Email : othie@si.ukdw.ac.id¹⁾, dito@ti.ukdw.ac.id²⁾

Abstrak

Komunikasi ilmiah menjadi bagian dari kegiatan para akademisi. Kegiatan-kegiatan dalam komunikasi ilmiah dapat dilakukan dengan dukungan berbagai layanan online, salah satunya media sosial. Fokus penelitian ini adalah mengetahui pemanfaatan media sosial untuk kegiatan komunikasi ilmiah oleh akademisi yang melakukan penelitian. Topik yang dibahas dalam tulisan ini adalah hasil analisis awal penelitian yang dilakukan. Langkah-langkah penelitian adalah mengidentifikasi kebutuhan data, menyusun kuesioner yang mengadopsi dari survei Springer, mengumpulkan data, menganalisis data dengan Anova dan Correlation, dan menyusun temuan.

Fokus pembahasan adalah Profil responden. Penggunaan media sosial dan layanan online untuk kepentingan pribadi dan profesional. Penggunaan media sosial sebagai sumber informasi mendukung komunikasi ilmiah. Kegiatan-kegiatan terkait komunikasi ilmiah yang dilakukan dengan layanan online/media sosial. Setuju-tidaknya dengan pernyataan-pertanyaan terkait karya ilmiah dan media sosial..

Berdasarkan hasil analisis awal terhadap 35 dosen UKDW, responden cenderung menggunakan media sosial sebagai media untuk berbagi informasi dan berkolaborasi. Komunikasi ilmiah dilakukan tidak melibatkan media sosial baik untuk berbagi karya, mempromosikan karya atau pun mendapatkan sumber informasi ilmiah.

Kata kunci: komunikasi ilmiah, media sosial, layanan online, dosen UKDW

1. Pendahuluan

ALA mendefinisikan komunikasi ilmiah atau *scholarly communication* sebagai *the system through which research and other scholarly writings are created, evaluated for quality, disseminated to the scholarly community, and preserved for future use. The system includes both formal means of communication, such as publication in peer-reviewed journals, and informal channels, such as electronic listservs* [1]. Penulisan, evaluasi, penyebaran, dan pemeliharaan karya ilmiah adalah kegiatan komunikasi ilmiah. Dalam kegiatan-

kegiatan tersebut layanan *database* jurnal elektronik, repositori universitas, publikasi tercetak, pertemuan ilmiah berperan agar proses penulisan, evaluasi, penyebaran dan pemeliharaan karya ilmiah dapat dilakukan dengan efisien dan efektif. Selain layanan yang telah disebutkan, media sosial telah menjadi salah satu layanan untuk mendukung komunikasi ilmiah.

Media sosial didefinisikan sebagai layanan berbasis web yang memfasilitasi pada individu untuk (1) membangun profil secara publik atau semi publik dalam batasan sistem (2) menyajikan daftar pengguna lain yang berbagi koneksi dan (3) melihat daftar koneksinya dan koneksi pengguna lain dalam sistem [2]. Koneksi antar pengguna memungkinkan adanya berbagi informasi dan karya. Fasilitas ini yang memungkinkan untuk mendukung komunikasi ilmiah. Fokus penelitian ini adalah mengetahui pemanfaatan media sosial untuk kegiatan komunikasi ilmiah oleh akademisi yang melakukan penelitian. Topik yang dibahas dalam tulisan ini adalah hasil analisis dari penelitian. Fokus pembahasan adalah media sosial yang digunakan oleh responden dan penggunaan media sosial terkait komunikasi ilmiah oleh responden. Karena penelitian masih berlangsung, hasil yang dibahas belum mencakup analisis secara keseluruhan.

Fasilitas Media Sosial untuk Komunikasi Ilmiah

Menyajikan dan menyebarkan publikasi ilmiah termasuk dalam komunikasi ilmiah. Dua kegiatan ini merupakan fasilitas utama media sosial yang menghubungkan antar individu yang menjadi sumber informasi. Setiap media sosial mendukung kegiatan tersebut dengan cara masing-masing sehingga menghasilkan pengalaman pengguna yang berbeda.

Media sosial berfungsi sebagai sumber hiburan, berbagi informasi dan bersosialisasi [3, 4]. Informasi tersaji secara cepat dan langsung lewat pesan yang dibagikan [5]. Media sosial memfasilitasi keterhubungan sesama akademisi untuk dapatkan informasi dan berbagi informasi [6], dan bangun identitas atau promosi diri [7].

Melalui fasilitas berbagi informasi dalam berbagai format, media sosial menyediakan alat untuk publikasi karya ilmiah baik secara publik maupun dalam grup terbatas. Keterbatasan dalam grup pun dapat dilalui dengan mudah dengan membagikan informasi tersebut ke ruang publik. Twitter sediakan fitur *retweet* dan *reply*

untuk membagikan konten dari individu lain. Facebook memiliki fitur berbagi atau *share* untuk membagikan informasi pihak lain ke publik yang berbeda. Sementara Academia.edu dan Researchgate menekankan pada promosi karya ilmiah individu lain melalui fasilitas *bookmark* dan *recommend*.

Alasan para akademisi menggunakan Academia.edu adalah untuk terhubung dengan peneliti lain, menyebarkan hasil penelitian dan dapatkan informasi aktifitas peneliti [6]. Sementara Researchgate menyajikan layanan bagi para peneliti untuk menyebarkan ide dan publikasi ilmiahnya, berkolaborasi dengan peneliti lain di seluruh dunia, mengelola publikasinya, dan bertanya-jawab dengan peneliti lain yang terhubung serta menerima informasi jika ada publikasi baru dari peneliti lain yang terkoneksi dengannya [8]. Sementara *blog* dimanfaatkan sebagai media untuk membangun identitas akademik secara *online*. Jurnal akademik beberapa kali mendukung *blog* dengan menyediakan media *online platform* untuk berbagi hasil penelitian dan ide penelitian sebelum dipublikasikan di jurnal [7]. Kjellberg, Haide dan Sundin mencatat bahwa penggunaan media sosial didominasi oleh Facebook, Wiki, Youtube dan Twitter. Media sosial lainnya adalah LinkedIn, Academia.edu, Mendeley dan Researchgate [9].

Kegiatan Akademisi dalam Komunikasi Ilmiah di Media Sosial

Dermentzi, Papagiannidis, Toro, & Yannopoulou menemukan bahwa kegiatan akademisi di media sosial adalah membangun dan memelihara koneksi, mencari informasi dan mempromosikan diri. Koneksi dibangun dengan orang-orang yang belum dikenal tetapi sebidang ilmu, sementara pemeliharaan koneksi dilakukan dengan orang-orang yang sudah dikenal. Pencarian informasi untuk mendukung pekerjaan cenderung menggunakan *online technology* seperti Wikipedia, news feed, dan website dari pada media sosial. Sementara promosi diri dilakukan di media sosial dengan melengkapi profil diri [10]. Namun demikian tidak semua media sosial cocok untuk promosi diri. Media sosial Twitter, justru dianggap kurang sesuai untuk promosi diri [11], tapi lebih untuk mendapatkan informasi dan berbagi informasi secara cepat dan langsung lewat pesan yang dibagikan [5].

Dalam penelitian Gruzd & Goertzen [12] terhadap para peneliti, penggunaan media sosial untuk kebutuhan keseharian dan akademis. Peneliti muda lebih sering gunakan media sosial diseminasi publikasi ilmiah lewat media sosial dibanding peneliti senior [9]. Namun demikian penggunaan layanan-layanan media sosial untuk publikasi ilmiah berpotensi tidak maksimal ketika para peneliti atau akademisi terkoneksi dengan kurang dari 10 akademisi atau peneliti lain [6]. Jumlah koneksi mempengaruhi jangkauan publikasi ilmiah untuk dikenali, direkomendasikan dan ditandai oleh peneliti atau akademisi lainnya.

Veletsianos & Kimmons mencatat pemanfaatan media sosial seperti Facebook untuk mendukung pengajaran. Para akademisi terkoneksi dengan mahasiswa atau muridnya di media sosial secara profesional untuk berbagi informasi, dan cek keadaan koneksinya termasuk mahasiswa. Adapun tantangan yang dihadapi adalah membangun batasan hubungan di media sosial dan menjaganya tetap profesional [13].

2. Pembahasan

Responden dan pilahannya

Penelitian ini bersifat deskriptif. Menurut Gay & Diehl sampel haruslah sebesar-besarnya. Pendapat Gay dan Diehl ini mengasumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil maka akan semakin representatif dan hasilnya dapat digeneralisir. Namun ukuran sampel yang diterima akan sangat bergantung pada jenis penelitiannya. Jika penelitiannya bersifat deskriptif, maka sampel minimum adalah 10% dari populasi. Jika penelitiannya korelasional, sampel minimumnya adalah 30 subjek. Apabila penelitian kausal perbandingan, sampelnya sebanyak 30 subjek per group. Apabila penelitian eksperimental, sampel minimumnya adalah 15 subjek per group [14].

Dalam penelitian ini, Responden adalah para dosen UKDW sebanyak 35 orang berusia produktif, 30-55 tahun, dengan variasi bidang ilmu : Ilmu Biologi, Ilmu Biomedis, Rumpun Ilmu Komputer dan Informatika, Ilmu Sosial dan Humaniora, dan, Arsitektur dan desain. Total responden 35 orang, ini berarti sekitar 20% dari total calon responden yaitu 168 dosen, sehingga cukup untuk memenuhi syarat minimum 10% dari populasi dalam penelitian deskriptif. Jumlah 35 responden mewakili masing-masing fakultas dalam memperlihatkan kegiatan komunikasi ilmiah. Responden dibagi menjadi 2 pilahan: strata pendidikan dan bidang ilmu. Menurut strata pendidikan : S2 sebanyak 24 orang dan 11 sisanya S3. Menurut pilahan bidang ilmu : 5 sains, 11 sosial dan 19 teknik.

Metodologi penelitian

Langkah-langkah penelitian adalah identifikasi kebutuhan data, menyusun kuesioner, mengumpulkan data, menganalisis data, dan menyusun temuan. Penyusunan kuesioner didukung oleh survei yang dilakukan oleh Springer. Kuesioner yang disusun oleh Springer dalam rangka mendapatkan gambaran penggunaan layanan jurnal elektronik dan kegiatan yang didukung oleh sumber informasi elektronik juga mengandung beberapa pertanyaan terkait sumber informasi dari media sosial. Karena itu beberapa pertanyaan mengadopsi dari kuesioner yang disusun oleh Springer.

Pertanyaan-pertanyaan yang diadopsi dari Springer adalah tentang :

1. Profil responden
2. Penggunaan media sosial dan layanan online untuk kepentingan pribadi dan profesional
3. Penggunaan media sosial sebagai sumber informasi mendukung komunikasi ilmiah
4. Kegiatan-kegiatan terkait komunikasi ilmiah yang dilakukan dengan layanan online/media sosial: berbagi informasi, cari kerja, komentar karya, baca informasi, berkolaborasi, perubahan kebijakan, ikut *workshop*, cari beasiswa, cari konferensi, cari publikasi, cari info baru, dan berbagi karya.
5. Setuju-tidaknya dengan pernyataan-pertanyaan terkait:
 - a. Kegiatan hidup saya tersaji di media sosial
 - b. Saya perlu tahu apa yang dikerjakan orang lain yang sebidang ilmu dengan saya
 - c. Saya ingin karya atau hasil pekerjaan saya dilihat/dibaca oleh sebanyak mungkin orang-orang sebidang ilmu
 - d. Saya menggunakan saluran/channel yang berbeda-beda untuk belajar lebih dan terkoneksi dengan rekan sebidang ilmu

Setelah data dikumpulkan, maka analisis Anova Single Factor dan Correlation digunakan untuk menemukan pengaruh pada variabel tertentu dan menemukan hubungan antara beberapa variabel.

Media sosial: kebutuhan profesional dan pribadi

Para peneliti menganggap media sosial bagian dari kehidupan profesional [15]. Namun demikian dari hasil survei didapati responden menggunakan berbagai layanan online dan media sosial untuk kebutuhan pribadi dan profesional. Layanan online e-mail, *messenger* dan mesin pencari paling banyak digunakan untuk keperluan pribadi dan profesional. Sementara website, media sosial dan telpon adalah layanan online berikutnya untuk kedua keperluan tersebut.

Line, Google+, Youtube, dan Facebook paling banyak digunakan untuk kebutuhan profesional dan pribadi. Secara spesifik, Facebook paling banyak digunakan untuk kebutuhan pribadi, sementara Youtube digunakan untuk kebutuhan profesional. Hal ini sesuai dengan survei pada 2 universitas di India, ditemukan bahwa Facebook merupakan media sosial yang paling sering digunakan untuk kegiatan pribadi [16, 17].

Pada penelitian ini, pilahan layanan *online* berdasarkan layanan yang dapat digunakan sebagai media bersosialisasi yaitu *email*, *messenger*, media sosial dan *blog*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *email*, *messenger*, media sosial dan *blog* digunakan untuk kebutuhan profesional dan pribadi.

Email digunakan paling banyak untuk kebutuhan profesional, sebanyak 34 pengguna, 97% dari total responden. Untuk kebutuhan pribadi, *messenger* paling banyak digunakan responden, yaitu 31 orang, 88% dari total responden, lalu *email* sebanyak 29 orang atau 82%

dari total responden, dan media sosial 28 orang atau 80% dari total responden.

Didapati juga bahwa *messenger*, 31 pengguna, 91% dari total responden, lebih banyak digunakan untuk kebutuhan profesional dibanding media sosial, yaitu 26 pengguna, 74% dari total responden. Penggunaan *blog* paling rendah untuk kedua kebutuhan: 22.85% untuk kebutuhan profesional dan 31.43% untuk kebutuhan pribadi dari total 35 responden. Secara lengkap ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Penggunaan layanan online

Kebutuhan Profesional				
	email	messenger	media sosial	blog
Pengguna	34	31	26	8
%Pengguna	97.14	91.17	74.28	22.85
Kebutuhan Pribadi				
	email	messenger	media sosial	blog
Pengguna	29	31	28	11
%Pengguna	82.85	88.5	80.00	31.42

Dengan nilai $r = 0.05$ analisis Anova menunjukkan bahwa bidang ilmu mempengaruhi penggunaan email dengan nilai $P = 0.044$, sementara layanan online lainnya tidak dipengaruhi oleh bidang ilmu maupun pendidikan

Tabel 2. Pengaruh pilahan pada layanan online

$\alpha = 0.05$	Profesional		Pribadi	
Layanan Online	Bidang Ilmu	Pendidikan	Bidang Ilmu	Pendidikan
Email	0.04475 7501	0.5065667 82	0.97221 0459	0.0719147 79
Messenger	0.09415 4198	0.4101895 58	0.09415 4198	0.4101895 58
Media Sosial	0.70567 9024	0.3436526 69	0.98372 0897	0.4811475 23
Blog	0.07605 4612	0.6669344 53	0.78511 5696	0.2661868 74

Tabel 2 menunjukkan pilahan bidang ilmu dan pendidikan pada layanan online untuk kebutuhan profesional dan pribadi secara keseluruhan.

Media Sosial sebagai sumber informasi

Media sosial berpotensi sumber informasi ilmiah yang digunakan karena hadirnya media sosial ilmiah Academia.edu, Researchgate dan LinkedIn. Dalam penelitian ini didapati bahwa media sosial tidak signifikan sebagai sumber informasi. Dari 5 pilihan media sosial : web komunitas, Academia.Edu, ResearchGate, Mendeley dan LinkedIn, Web komunitas paling banyak digunakan oleh 42.85% dari total responden, di bawah 50%. Sementara Academia.Edu dipilih oleh 12 responden atau 34.28% dari total

responden. ResearchGate 28.57%, LinkedIn 20%, dan terakhir Mendeley 11.4%, masing-masing dari total 35 responden.

Tabel 3. *Persentase pengguna sumber informasi*

	Pengguna	% Pengguna
Web komunitas	15	42.85
Academia.edu	12	34.28
Researchgate	10	28.57
Mendeley	4	11.42
LinkedIn	7	20

Tabel 4. *Anova pada Pengaruh pilihan pada sumber informasi*

Sumber Informasi Ilmiah	Bidang Ilmu	Strata Pendidikan
Web Komunitas	0.976779723	0.218808344
Academia.edu	0.221647565	0.184402927
ResearchGate	0.284297719	0.088812836
Mendeley	0.584264536	0.159220706
LinkedIn	0.170777839	0.046698045

Pada Tabel 4, dari ke 5 pilihan media sosial, hanya linkedIn yang dipengaruhi oleh strata pendidikan dengan nilai $p = 0.046$ dan $\alpha = 0.05$.

Tabel 5. *Korelasi antar media sosial*

	a	b	c	d
c	0.9966158	0.9966158	1	
d	0.8660254	0.8660254	0.8219949	1
e	0.9332565	0.9332565	0.9596252	0.6286185

Tabel 5, memperlihatkan hubungan antara web komunitas (a), Academia.Edu (b), ResearchGate(c), Mendeley(d) dan LinkedIn (e). Responden menggunakan lebih dari 1 media sosial, ke 5 media sosial menunjukkan nilai korelasi yang kuat dengan minimal 0.821 untuk ResearchGate dan Mendeley, dan maksimal nilai 1 untuk Academia.Edu dan Web Komunitas.

Kegiatan komunikasi ilmiah di media sosial

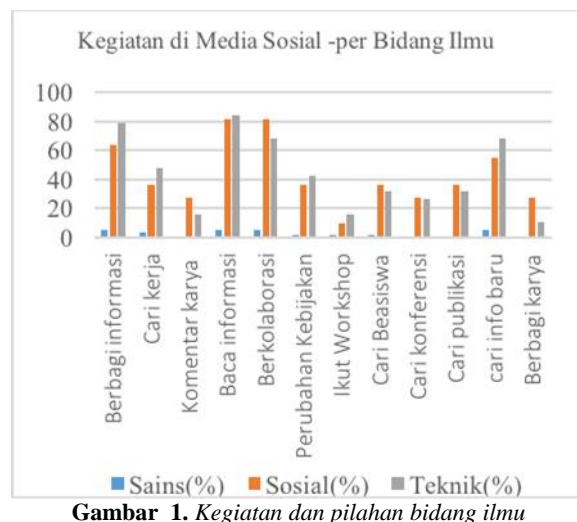
Hasil survei CIBER kegiatan-kegiatan dalam rangka penelitian dengan memanfaatkan media sosial adalah (1) identifikasi kesempatan penelitian; (2) menemukan rekan kolaborasi; (3) mengamankan dukungan dana; (4) review literature; (5) mengumpulkan data penelitian; (6) analisis data penelitian; (7) menyebarkan temuan; (8) mengelola proses penelitian [18]. Sementara, Nandez & Borrego menyatakan bahwa penggunaan secara penuh fasilitas Academia.edu belum dilakukan untuk mencapai tujuan, karena tidak unggah dokumen dan mengikuti kurang dari 10 akademisi [6]. Penelitian lain

menunjukkan penggunaan media sosial oleh para akademisi di Inggris untuk mendukung pekerjaan dan kebiasaan membaca. Walaupun kebanyakan responden menggunakan media sosial untuk bekerja, kontribusi konten di media sosial terbatas. Penggunaan lebih kepada membaca, melihat situasi atau berpartisipasi pada situasi yang disediakan oleh media sosial [19].

Gambaran kegiatan komunikasi ilmiah responden UKDW di media sosial adalah sebagai berikut: kegiatan yang paling banyak sering dilakukan oleh responden terkait komunikasi ilmiah di layanan online/media sosial adalah baca informasi (80%), berbagi informasi (71.42%) dan berkolaborasi(71,42%) seperti pada Tabel 6.

Tabel 6. *Penggunaan media sosial untuk berbagai kegiatan*

Kegiatan	Pengguna	%Pengguna
Berbagi informasi	25	71.42
Cari kerja	15	42.85
Komentar karya	6	17.14
Baca informasi	28	80
Berkolaborasi	25	71.42
Perubahan Kebijakan	13	37.14
Ikut Workshop	5	14.28
Cari Beasiswa	11	31.42
Cari konferensi	8	22.85
Cari publikasi	10	28.57
cari info baru	22	62.85
Berbagi karya	5	14.28



Gambar 1. *Kegiatan dan pilihan bidang ilmu*

Responden di bidang ilmu teknik paling aktif dalam membaca informasi, Gambar 1, yaitu 84%, dan berbagi informasi, 78.9%, masing-masing dari 19 responden. Sementara responden bidang ilmu sosial sebanyak 81% dari 11 orang, paling aktif dalam berkolaborasi. Namun demikian, tidak ada pengaruh bidang ilmu dalam ketiga kegiatan ini.

Dari Tabel 7, didapati strata pendidikan berpengaruh pada kegiatan berbagi informasi ($\alpha= 0.05$, $P=0.02$) dan cari kerja ($\alpha=0.05$, $P=0.04$).

Tabel 7. Anova kegiatan komunikasi ilmiah

Kegiatan	Pendidikan	Bidang ilmu
Berbagi informasi	0.020822299	0.579436877
Cari kerja	0.047345713	0.845987498
Komentar karya	0.407109508	0.418679536
Baca informasi	0.481147523	0.500150776
Berkolaborasi	0.142522889	0.633036488
Perubahan kebijakan	0.950366341	0.68029116
Ikut workshop	0.108006262	0.827847747
Cari beasiswa	0.266186874	0.821477405
Cari konferensi	0.200047824	0.443951611
Cari publikasi	0.371780286	0.319113221
Cari info baru	0.950366341	0.760107417
Berbagi karya	0.108006262	0.295486378

Sebanyak 83.3%, dari 24 S2, dan 45.4%, dari 11 S3, berbagi informasi, sementara 54.1% S2 dan 18.1% S3 cari kerja di media sosial/layanan *online*. Sementara, kegiatan yang paling jarang dilakukan oleh responden terkait komunikasi ilmiah di layanan *online*/media sosial adalah ikut *workshop* (14,2%) dan berbagi karya (14,2%)

Media sosial dan karya ilmiah

Sosial media berperan sebagai alat untuk membangun citra profesional secara *online* [20]. Sebuah kajian lain tentang Mendeley menunjukkan bahwa motivasi meningkatkan profil professional dan berbagi karya ilmiah lebih kuat bagi pengguna yang bergabung pada banyak grup [21].

Terkait menyajikan karya ilmiah sebagai bagian dari profil profesional, dalam penelitian ini responden merespon pernyataan berikut

1. Kegiatan hidup saya tersaji di media sosial
2. Saya perlu tahu apa yang dikerjakan orang lain yang sebidang ilmu dengan saya
3. Saya ingin karya atau hasil pekerjaan saya dilihat/dibaca oleh sebanyak mungkin orang-orang sebidang ilmu
4. Saya menggunakan saluran/*channel* yang berbeda-beda untuk belajar lebih dan terkoneksi dengan rekan sebidang ilmu

Analisis Anova, pada Tabel 8, dengan nilai $\alpha=0.05$, menunjukkan bahwa strata pendidikan tidak mempengaruhi 4 pernyataan, dan bidang ilmu hanya mempengaruhi pernyataan tentang perlunya mengetahui hasil kerja orang lain yang sebidang ilmu.

Tabel 8. Anova pernyataan dan pilahan responden

Pernyataan	Pendidikan	Bidang Ilmu
1	0.131238127	0.627474424
2	0.621829632	0.009801133
3	0.103178782	0.271108938
4	0.091440543	0.775248037

Secara keseluruhan responden merespon negatif terhadap kegiatan hidup tersaji di media sosial. Responden merespon positif atau setuju bahwa mereka perlu tahu apa yang dikerjakan orang lain yang sebidang ilmu dengannya

Responden setuju bahwa mereka ingin hasil pekerjaannya dilihat/dibaca oleh sebanyak mungkin orang yang sebidang ilmu. Responden setuju bahwa untuk terkoneksi dengan rekan sebidang ilmu dapat menggunakan berbagai macam saluran yang berbeda.

Tabel 9. Korelasi pernyataan

Pernyataan	1	2	3
2	0.692565732	1	
3	0.771074821	0.988243905	1
4	0.448676168	0.916277948	0.902302434

Hasil dari analisis korelasi pada Tabel 9 didapati: keinginan karya dibaca oleh sebanyak mungkin orang lain sebidang ilmu bukan berarti menyajikannya melalui media sosial. Keduanya tidak berkorelasi sama sekali. Responden ingin karyanya dibaca oleh sebanyak mungkin orang sebidang ilmu melalui berbagai macam saluran, tanpa harus menyajikan kegiatan hidupnya di media sosial. Secara keseluruhan, ada korelasi kuat antara mengetahui karya orang lain sebidang ilmu dan keinginan karya dibaca oleh orang yang sebidang ilmu. Korelasi yang kuat, juga terdapat pada keinginan untuk tahu karya orang lain sebidang ilmu dan penggunaan berbagai saluran untuk belajar lebih dan terkoneksi dengan rekan sebidang ilmu. Namun demikian korelasi secara spesifik lemah, 0.2, pada responden bidang ilmu sains. Selain itu, penggunaan berbagai saluran untuk belajar dan terkoneksi dengan rekan sebidang ilmu tidak berkorelasi dengan menyajikan kegiatan hidup di media sosial.

3. Kesimpulan

Responden cenderung menggunakan media sosial sebagai media untuk berbagi informasi dan berkolaborasi. Komunikasi ilmiah dilakukan tidak melibatkan media sosial baik untuk berbagi karya, mempromosikan karya atau pun mendapatkan sumber informasi ilmiah.

Penelitian ini masih berlanjut dengan analisis terhadap kegiatan komunikasi ilmiah secara *offline*, reputasi

profesional terkait publikasi karya ilmiah, dan jenis publikasi yang menjadi pilihan responden.

Daftar Pustaka

- [1] Association of College and Research Libraries, "Principles and Strategies for the Reform of Scholarly Communication 1," 2003. [Online]. Available: <http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/principlesstrategies>. [Accessed 26 January 2017].
- [2] D. Boyd and N. Ellison, "Social network sites: definition, history, and scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication*, pp. 210-230, 2007.
- [3] M. Ali, R. A. I. R. Yacoob, M. N. A.-A. Endut and N. U. Langove, "Strengthening the academic usage of social media: An exploratory study," *Journal of King Saud University – Computer and Information Sciences*, 2016.
- [4] S. Khan, "Impact of social networking websites on students," *Abasyn J. Social Sci*, pp. 56-77, 2012.
- [5] H. Ferguson and K. L. Wheat, "Early career academic mentoring using twitter: the case of #ECRchat," *Journal of Higher Education Policy and Management*, pp. 3-13, 2015.
- [6] G. Nandez and A. Borrego, "Use of social networks for academic purposes: a case study," *The Electronic Library*, pp. 781-791, 2013.
- [7] L. Matthews-Jones, "Blogging the victorians for the journal of victorian culture," *Journal of Victorian Culture*, pp. 1-10, 2016.
- [8] M.-C. Yu, Y.-C. J. Wu, W. Alhalabi, H.-Y. Kao and W.-H. Wu, "ResearchGate: an effective altmetric indicator for active researchers?," *Computers in Human Behavior*, pp. 1001-1006, 2016.
- [9] S. Kjellberg, J. Haide and O. Sundin, "Researchers' use of social network sites: A scoping review," *Library & Information Science Research*, 2016.
- [10] E. Dermentzi, S. Papagiannidis, C. O. Toro and N. Yannopoulou, "Academic engagement: Differences between intention to adopt Social Networking Sites and other online technologies," *Computers in Human Behavior*, pp. 321 - 332, 2016.
- [11] B. Stewart, "Open to influence: what counts as academic influence in scholarly networked Twitter participation," *Learning, Media and Technology*, pp. 1-23, 2015.
- [12] A. Gruzid and M. Goertzen, "Wired academia: Why social science scholars," *Hawaii International Conference on System Sciences*, 2013.
- [13] G. Veletsianos and R. Kimmons, "Scholars and Faculty Members' Lived Experiences in Online Social Networks," *Internet and Higher Education*, 2012.
- [14] L. R. Gay and P. Diehl, *Research Methods for Business and Management*, New York: MacMillan Publishing, 1992.
- [15] S. Haustein, I. Peters, J. Bar-Ilan, H. Shema and J. Terliesner, "Coverage and adoption of altmetrics sources in the bibliometric community," *Scientometrics*, vol. 101, no. 2, pp. 1145-1163, 2014.
- [16] P. Mahajan, H. Singh and A. Kumar, "Use of SNSs by the researchers in India: A comparative study of Panjab University and Kurukshetra University," *Library Review*, vol. 62, no. 8, pp. 525-546, 2013.
- [17] M. Madhusudhan, "Use of social networking sites by research scholars of the University of Delhi: A study.," *International Information & Library Review*, vol. 44, no. 2, pp. 100-113, 2012.
- [18] Centre for Information Behaviour and the Evaluation of Research (CIBER) University College London and Emerald Group Publishing, "Social media and research workflow," 14 12 2010. [Online]. Available: <http://ciber-research.eu/download/20101111-social-media-report.pdf>.
- [19] C. Tenopir, R. Volentine and D. King, "Social media and scholarly reading," *Online Information Review*, vol. 37, no. 2, pp. 193-216, 2013.
- [20] C. Fieseler, M. Meckel and G. Ranzini, "Professional personae - how organizational identification shapes online identity in the workplace," *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 20, pp. 152-170, 2015.
- [21] W. Jeng, D. He and J. Jiang, "User participation in an academic social networking service: a survey of open group users on Mendeley.," *Journal of the Association for Information Science and Technology*, vol. 66, pp. 890-904, 2015.

Biodata Penulis

Umí Proboyekti, gelar Sarjana Komputer (S.Kom), Jurusan Teknik Informatika Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, lulus tahun 1996. Bergelar Master in Library and Information Science (MLIS) Program Graduate School of Library and Information Science Dominican University, River Forest, IL, tahun 2002. Saat ini Dosen di Universitas Kristen Duta Wacana, Fakultas Teknologi Informasi.

Restyandito bergelar Sarjana Komputer (S.Kom), Jurusan Teknik Informatika Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, lulus tahun 1997. Bergelar Master of Science in Information Science (MSIS) Program Graduate School of Information Science, Pittsburgh University, Pittsburgh, USA, tahun 1999. Gelar PhD diperoleh dari City University of Hong Kong, Hong Kong tahun 2014. Saat ini Dosen di Universitas Kristen Duta Wacana, Fakultas Teknologi Informasi.