

PELATIHAN LITERASI INFORMASI

“Tutorial Google dan Google Scholar”



Oleh :

Tim Literasi Informasi Perpustakaan UMY

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2016

1. Prolog

Tidak dipungkiri, saat ini para mahasiswa lebih suka mencari informasi/referensi tugas kuliah melalui internet, dibandingkan mencarinya di perpustakaan secara fisik. Untuk bisa berselancar di internet, maka dibutuhkan suatu alat mesin pencari, atau yang biasa dikenal dengan sebutan *search engine*.

Banyak sekali *search engine* yang telah berkembang sampai saat ini, diantaranya adalah google, google scholar, bing, yahoo, lycos, ask, altavista, dst.



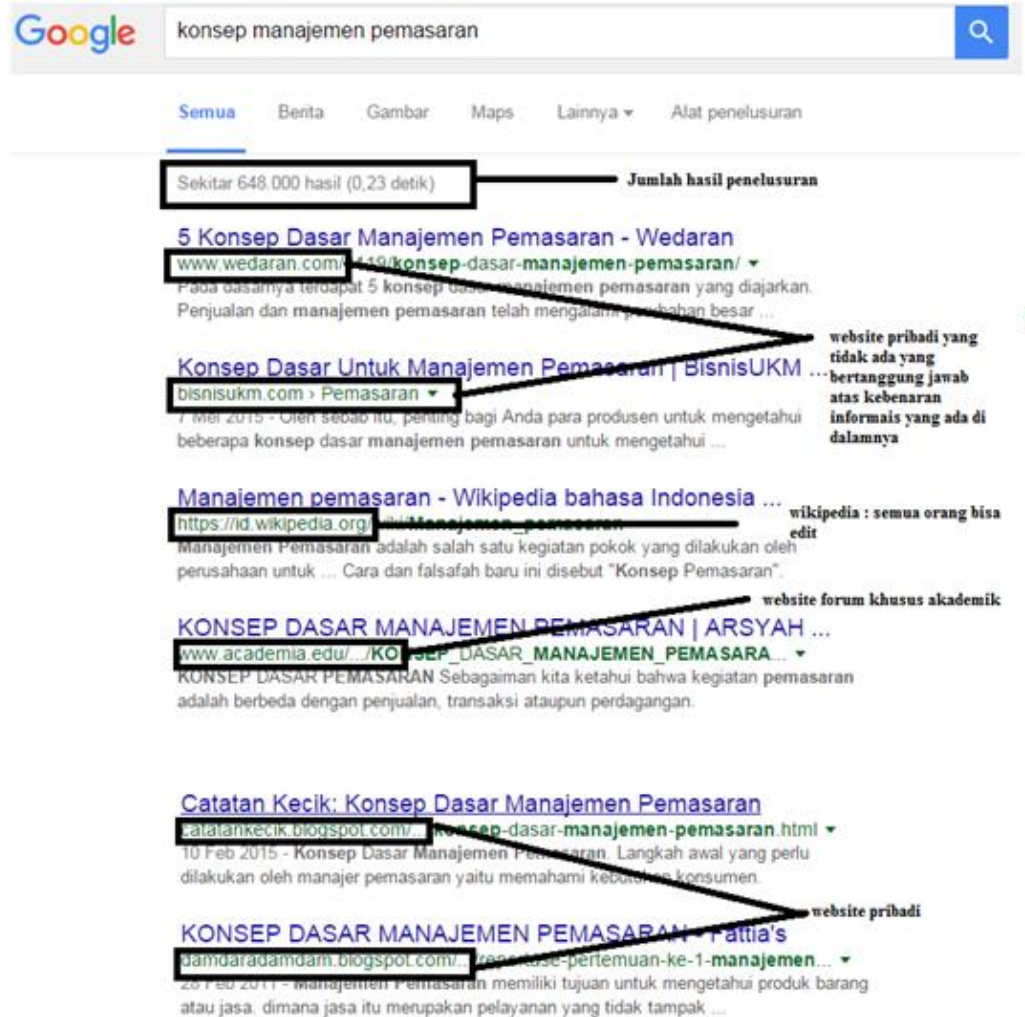
Sumber : <http://bit.ly/1Ke1Fwf>, diakses pada tanggal 28 Januari 2016 Pukul 09.50 WIB..

Namun yang familiar di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum adalah google.

2. Perbedaan google dan google scholar

Untuk mengetahui perbedaan antara keduanya, silakan lihat gambar di bawah ini, dalam gambar tersebut akan dipraktekkan dalam mencari informasi di google dan google scholar dengan kata kunci yang sama.

- Pencarian informasi di google menggunakan kata kunci *konsep manajemen pemasaran*



Sumber : <http://bit.ly/1nSlsaz>, diakses pada tanggal 28 Januari 2016, Pukul 10.00 WIB.

- Pencarian informasi di google scholar menggunakan kata kunci *konsep manajemen pemasaran*

Google

Cendekia Sekitar 33.500 hasil (0,05 dtk)

Artikel (PERNYATAAN) **Manajemen Pemasaran: dasar, konsep dan strategi**
S Assauri - 1999
Dirujuk 535 kali Artikel terkait Kutip Simpan

Koleksiku

Kapan saja (PERNYATAAN) **Manajemen Periklanan: konsep dan aplikasinya di Indonesia**
R Kasali - 1992 - Grafiti, dengan bantuan Pusat Antar ...
Dirujuk 451 kali Artikel terkait Kutip Simpan

Sejak 2016

Sejak 2015

Sejak 2012

Rentang khusus... (PDF) **Prinsip-prinsip pemasaran**
P Kotler, G Armstrong - Jakarta: Erlangga, 2001 - idyo.staff.gunadarma.ac.id
... 2 Pemasaran dalam Dunia yang Sedang Berubah • meneliti, menganalisis, dan mendiskusikan konsep inti pemasaran • Mendefinisikan manajemen pemasaran dan menguji bagaimana pemasar mengatur permintaan dan membangun hubungan dengan ...
Dirujuk 1353 kali Artikel terkait 4 versi Kutip Simpan Lainnya

Urutkan menurut relevansi

Urutkan menurut tanggal

sertakan paten

mencakup kutipan

(PERNYATAAN) **Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi**
A Sofjan - Jakarta: Penerbit PT Rajagrafindo Persada, 2010
Dirujuk 44 kali Artikel terkait Kutip Simpan

(PERNYATAAN) **Manajemen pemasaran: dasar, konsep dan strategi**
S Assauri - 1987 - CV Rajawali
Dirujuk 27 kali Artikel terkait Kutip Simpan

(PERNYATAAN) **Political marketing: strategi memenangkan pemilu: sebuah pendekatan baru kampanye pemilihan DPR, DPD, Presiden**
A Nursal - 2004 - Gramedia Pustaka Utama
Dirujuk 41 kali Artikel terkait Kutip Simpan

(PERNYATAAN) **Komunikasi pemasaran**
A Hermawan - 2012
Dirujuk 59 kali Artikel terkait Kutip Simpan

Experiential marketing (sebuah pendekatan pemasaran)
F Andreani - Jurnal **Manajemen Pemasaran**, 2009 - ced.petra.ac.id
... Jurusan **Manajemen Pemasaran**, Fakultas Ekonomi - Universitas Kristen Petra http://puslit.petra.ac.id ... kinerja **pemasarannya** disamping untuk menarik pelanggannya agar berpikir lebih luas dan berbeda ... ini bukan merupakan hal yang baru karena **konsep pemasaran** seperti ini ...
Dirujuk 34 kali Artikel terkait 7 versi Kutip Simpan

Buat lansiran

Googoooooooooogle >
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Berikutnya

Sumber : <http://bit.ly/1PE2N8p>, diakses pada tanggal 28 Januari 2016, Pukul 10,20 WIB.

Dari gambar di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa google.com (google biasa :red) adalah *search engine* yang menelusur informasi di internet ke semua website, entah itu website resmi, website pribadi, menelusur website yang bisa dipertanggungjawabkan ataupun website yang tidak ada yang bertanggungjawab terkait isinya, biasanya ketika menelusur informasi di google.com, website yang banyak muncul adalah website yang berdomain .com, .blogspot.com, dan Wikipedia, padahal secara akademis website – website tersebut tidak bisa digunakan sebagai referensi/kutipan tugas kuliah. Tapi kalo sekedar dibaca – baca diperbolehkan. Sehingga ketika menelusur informasi di google.com, harus pintar pintar menganalisis, dan memilih website yang memang bisa dipertanggungjawabkan isinya.

Sedangkan ketika menelusur informasi yang ada di google scholar, maka yang muncul adalah website website yang memang sudah ada yang bertanggungjawab atas kebetaran isinya, jadi ketika seseorang belum bisa membedakan mana website yang resmi atau tidak, disarankan untuk menggunakan google scholar

3. Penentuan kata kunci dalam penelusuran informasi/referensi di internet

Relevan tidaknya hasil penelusuran dipengaruhi oleh kata kunci yang digunakan, untuk itu dalam menelusur informasi di internet, perlu strategi dalam menggunakan kata kunci, yang perlu diingat adalah kata kunci merupakan inti dari informasi yang akan kita cari, bukan judul tugas dari dosen.

Berikut dijelaskan teori – teori tentang penggunaan kata kunci

- a. Penggunaan tanda kutip (“kata kunci”) : dengan menggunakan tanda kutip, maka hasil temuannya akan berisi satu frase dari kata kunci yang diketikkan, missal kita mencari informasi dengan kata kunci “konsep manajemen perbankan syariah”, dengan menggunakan tanda kutip tersebut maka hasil temuannya akan mengindeks web yang ada tulisan konsep manajemen perbankan syariah, lengkap dalam satu frase. Akan tetapi jika tanda kutip tersebut dihilangkan, maka hasilnya bisa jadi hasil temuannya hanya memuat kata konsep saja, atau memuat kata konsep manajemen saja, atau bahkan hanya memuat kata syariah saja.
- b. Penggunaan or
Missal kita mengetikkan kata kunci **manajemen pemasaran or sdm**, maka hasil temuannya adalah website yang didalamnya menjelaskan manajemen pemasaran, atau website yang menjelaskan manajemen sdm (salah satu)
- c. Penggunaan strip (-)
Ketika kita menggunakan tanda strip (-) dalam melakukan penelusuran, maka yang terjadi adalah meniadakan kata setelah strip (-) pada hasil temuannya, missal kata kunci yang diketikkan adalah **manajemen**

pemasaran –sdm, hasil temuannya adalah website yang membahas tentang manajemen pemasaran, yang didalamnya sama sekali tidak membahas manajemen sdm

d. Filetype:pdf

Metode ini digunakan untuk membatasi hasil temuannya berupa file pdf, sebagai contoh kita mengetikkan kata kunci “manajemen pemasaran” filetype:pdf, maka secara otomatis hasil temuannya adalah website yang membahas manajemen pemasaran yang dikemas pada file pdf.

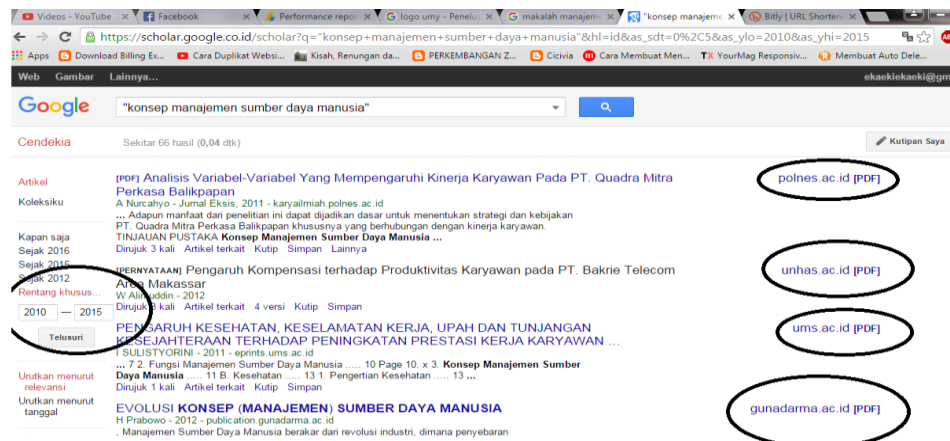
e. Language:Indonesia

Metode ini digunakan untuk membatasi bahasa hasil temuan, jika menginginkan hasil temuannya berupa bahasa Indonesia maka, akhirnya ditulis Indonesia, jika menginginkan bahasa lain, maka ditulis bahasa tersebut.

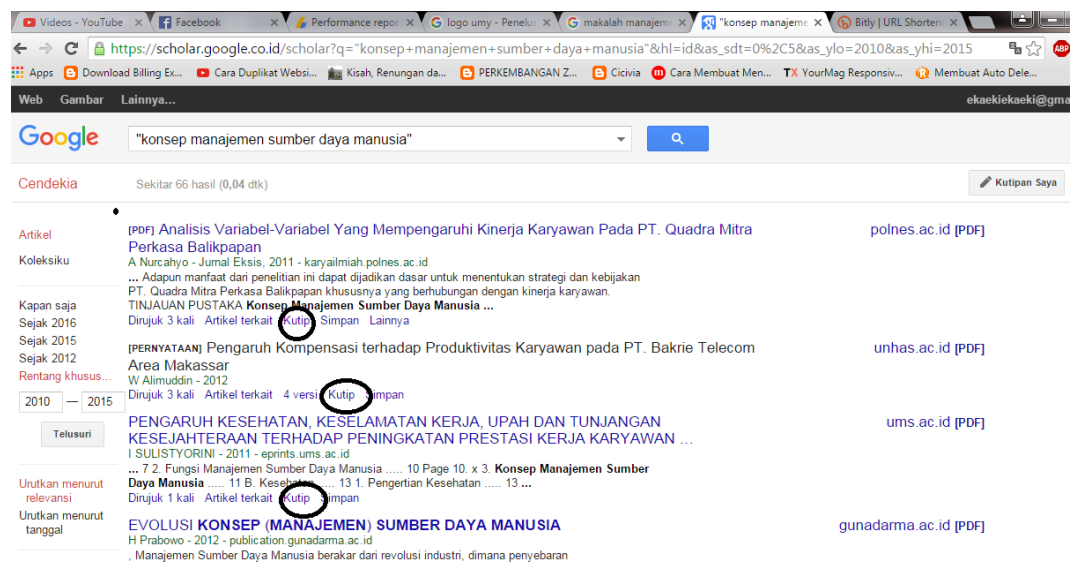
4. Cara membuat kutipan di google scholar

Untuk membuat kutipan melalui google scholar, maka ada beberapa langkah yang bisa dilakukan, yaitu :

a. Ketikkan kata kunci (dengan metode di atas), kemudian batasi rentang waktunya, kenapa? Karena yang namanya ilmu pengetahuan selalu update, sehingga teori (pemasaran misalkan) pada tahun 1995 masih relevan pada saat ini, bisa jadi saat sekarang sudah tidak relevan lagi, maka minimal dibatasi tahunnya 5 tahun kebelakang, lihat gambar di bawah ini :



- b. Setelah itu, pilih satu atau beberapa hasil temuan
- c. Klik kanan pada file pdf, dan buka link pdf yang dipilih.
- d. Kemudian baca beberapa file pdfnya, dan kutip dengan cara membahasakan dengan bahasa kita sendiri,
- e. Lalu jangan lupa cantumkan bodynote/footnote atau daftar pustaka
- f. Untuk membuat daftar pustaka, tinggal klik cite/kutip pada hasil temuan yang kita pilih.



- g. Pilih salah satu tipe bahan pustaka yang digunakan dalam institusi anda, copypastekan di halaman daftar pustaka, ingat yang dicopy paste hanya daftar pustakanya saja, bukan isinya. Dna jangan lupa mencantumkan alamat/link pdf tadi. Kalu linknya panjang, maka harus disingkat, caranya adalah masuk ke website <https://bitly.com/>, kemudian pastekan link pdf yang panjang tadi, habis itu enter, maka setelah itu akan dibuatkan alamat singkatnya.
- h. Copykan disamping daftar pustaka yang tadi

Berikut contohnya :

Nurchahyo, A. (2011). Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada PT. Quadra Mitra Perkasa Balikpapan. Jurnal Eksis, 7(2), 1972-1982. Diakses melalui <http://bit.ly/1NEtMiQ>, pada tanggal 28 Juli 2016, pukul 10.00 WIB.

Kenapa harus dikasih tanggal akses, karena bisa jadi besok, minggu depan atau depannya lagi file pdf tersebut kehapus.