

PENGEMBANGAN MEDIA KARIER BERBASIS INSTAGRAM TERHADAP PILIHAN KARIER SISWA SMP TINGKAT IX

Ririn Nuri Inggriana¹, Siti Fatimah², Rima Irmayanti³

¹ririnnuri2000@gmail.com, ²sitifatimah432@gmail.com, ³rima16o5@gmail.com

Program Studi Bimbingan dan Konseling
Fakultas Ilmu Pendidikan
IKIP Siliwangi

Abstract

One of the services of Counseling Guidance is in the career field. The purpose of this study is to develop an Instagram-based career media for the career choices of junior high school students at level IX. . The subjects in this study were 35 grade IX students and 3 validator experts to test the feasibility of Instagram media. This study uses the R&D (Research and Development) method which is limited to 7 stages. The data analysis used is a feasibility test to determine the feasibility of Instagram to be used for students' career choices and a t-test used to determine the effectiveness of Instagram on students' career choices. Based on the results of the product feasibility test expert, it was stated that Instagram was in the "very feasible" category to be used as a medium for implementing guidance and counseling services with a percentage score of 80% from material experts, 94% from media experts, and 93% from expert practitioners (teachers). guidance and counseling). In addition, the test results on the student response questionnaire obtained a good percentage score of 93%. Based on the results that have been described, Instagram can be used as a medium for implementing guidance and counseling services in schools to help guidance and counseling teachers when providing services. Seeing the results of the effectiveness test on students' career choices also had significant results $0.00 < 0.05$, which means that through Instagram media, students' career choices were found to increase after giving Instagram media.

Keywords: *Students, Career Choice, Instagram*

Abstrak

Salah satu Layanan dari Bimbingan Konseling terdapat pada bidang karier. Tujuan dari penelitian ini untuk mengembangkan media karier berbasis Instagram terhadap pilihan karier siswa SMP tingkat IX. . Subjek pada penelitian ini adalah 35 siswa kelas IX dan 3 orang ahli validator untuk menguji kelayakan media instagram. Penelitian ini menggunakan metode R&D (*Research and Development*) yang terbatas sampai dengan 7 tahap. Analisis data yang digunakan ialah uji kelayakan untuk mengetahui kelayakan instagram yang akan digunakan terhadap pilihan karier siswa dan uji t-test yang digunakan untuk mengetahui efektivitas instagram terhadap pilihan karier siswa. Berdasarkan hasil dari ahli uji kelayakan produk menyatakan bahwa instagram berada pada kategori "sangat layak" untuk digunakan sebagai media pelaksanaan layanan bimbingan dan konseling dengan perolehan skor presentase 80% dari ahli materi, 94% dari ahli media, dan 93% dari ahli praktisi (guru bimbingan dan konseling). Selain itu hasil uji coba pada angket respon siswa memperoleh skor presentase yang baik yakni 93%. Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan, instagram dapat digunakan sebagai media pelaksanaan layanan bimbingan dan

konseling disekolah untuk membantu guru bimbingan dan konseling saat pemberian layanan. Melihat hasil uji efektivitas terhadap pilihan karier siswa juga memiliki hasil signifikan $0,00 < 0,05$ yang berarti melalui media instagram, pilihan karier siswa ditemukannya peningkatan setelah pemberian media Instagram.

Kata Kunci: Siswa, Pilihan Karier, Instagram

PENDAHULUAN

Setiap jenjang pendidikan akan berakhir, dan diharapkan setiap siswa dapat melanjutkan studinya dari SD hingga SMP, dari SMP hingga SMA/SMK/MA, yang akan menjadi pintu masuk baginya untuk memenuhi cita-citanya. Menurut Wardhani (2020), setiap siswa harus mengambil keputusan untuk melanjutkan jalur karir pendidikan yang sesuai dengan minat dan bakatnya di akhir setiap jenjang pendidikan, yang merupakan pintu gerbang pertama bagi siswa untuk menentukan pilihan pendidikannya.

Kelanjutan jenjang karier Pendidikan yang paling dibutuhkan siswa ada pada SMP, karena salah satu karakteristik siswa SMP ini adalah mampu memperkirakan masa depan, satu diantaranya adalah Karier. Hal ini sejalan dengan pendapat Ningsih (2018) yang menyatakan masa smp saatnya mencocokkan pekerjaan dengan kemampuan, bakat, dan minat mereka sehingga di masa depan diharapkan sekolah atau program studi lanjut yang mereka pilih akan membantu mereka bukan menjadi penghalang. Fenomena salah memilih jurusan yang sering terjadi akan terminimalisir oleh pengetahuan dan kesadaran diri akan potensi, bakat, dan minat masing-masing individu serta karir terbaik bagi mereka.

Demikian dengan jenjang Pendidikan SMP, Siswa SMP tingkat IX merupakan Siswa remaja yang akan menentukan pilihan kariernya dimana informasi karier akan mereka cari dan mereka butuhkan agar kariernya sesuai yang diharapkan. Sejalan dengan penelitian Irmayanti (2019) yang menunjukkan bahwa siswa SMP memiliki kapasitas untuk terlibat dalam mencari informasi tentang jalur pendidikan mereka.

Maka dari itu siswa SMP tingkat IX tergolong remaja yang pada saat ini merupakan waktu yang tepat untuk siswa dapat menentukan pilihan kariernya. Namun pada kenyataannya masih terdapat siswa SMP yang memiliki kesulitan dalam pengambilan pilihan kariernya, terutama Siswa SMP yang berada pada tingkat IX. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan peneliti di SMPN 5 Cimahi melalui Wawancara dan Observasi kepada Siswa kelas IX dan Guru BK, diperoleh bahwa terdapat beberapa kasus siswa yang sulit untuk membuat pilihan kariernya dan masih

banyak siswa yang minim informasi, mereka membuat pilihan karena ikut-ikutan teman atau mengikuti kemauan orangtuanya.

Dari fenomena diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat Siswa SMP tingkat IX yang masih kesulitan mengambil pilihan kariernya serta masih banyak siswa yang minim informasi karier. Sesuai dengan pendapat Rossalina (2019) bahwa pada kenyataannya pengambilan pilihan karier bukanlah hal yang mudah, mengingat banyak sekali alternatif pilihan yang dapat diambil oleh siswa.

Bagi siswa SMP yang berada pada tahap transisi memerlukan Bimbingan dalam pengembangan Pilihan Kariernya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh lingkungan sekitar terutama sekolah adalah diadakannya layanan yang dapat membantu meningkatkan Pilihan karier siswa dan pemberian informasi karier Siswa SMP. Salah satu komponennya yaitu Layanan Bimbingan dan Konseling dalam bidang karier (Bimbingan Karier), menurut Sapriyanto (2018), Bimbingan karir adalah proses membantu orang memahami dan memanfaatkan sepenuhnya peluang pendidikan, profesional, dan pribadi yang saat ini mereka miliki atau dapat kembangkan. Ini juga mengacu pada bantuan metodis yang diberikan kepada siswa dalam proses bimbingan karir untuk membantu mereka mendapatkan akomodasi yang diperlukan. baik untuk kehidupan maupun sekolah.

Layanan pada bidang karier yang dapat membantu mengembangkan pilihan karier siswa yaitu dengan menggunakan Media. Salah satu media yang digunakan yaitu Instagram. Instagram merupakan aplikasi berbagi informasi baik itu berupa tulisan, gambar maupun video yang dapat dijangkau dengan mudah dan efektif digunakan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azis (2018), menunjukkan bahwa terdapat peningkatan kepercayaan diri siswa setelah mendapatkan Layanan Informasi berbasis Instagram. Hal ini terbukti setelah membandingkan hasil antara sebelum diberikan treatment (*pre-test*) dan setelah diberikan treatment (*post-test*) yang menghasilkan nilai lebih tinggi. Dengan demikian membuktikan bahwa Media Sosial Instagram efektif dalam memberikan Layanan Informasi untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa.

METODE

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode R&D (*Research and Development*). R&D merupakan jenis penelitian yang menghasilkan suatu produk dan

menguji keefektifan produk tersebut (Sugiyono, 2013). Salah satu produk yang akan dikembangkan dalam penelitian berupa instagram terhadap pilihan karier siswa SMP kelas IX. Penelitian ini dilakukan secara terbatas dengan melibatkan satu kelas atau dengan jumlah 35 siswa yang dipilih berdasarkan karakteristik yang sesuai, yakni rendah dalam aspek pilihan karier.

Penelitian ini juga melibatkan tiga orang validator untuk memvalidasi produk yang telah dikembangkan yaitu satu orang validator ahli media, ahli materi dan satu orang lagi ahli praktisi. Hasil data kemudian diolah menggunakan *microsoft excel* untuk mengetahui uji kelayakan instagram, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menjelaskan proses pengembangan media instagram serta menggunakan SPSS untuk menguji efektivitas instagram terhadap pilihan karier.

Langkah-langkah pada penelitian ini mengacu pada langkah yang dikemukakan oleh Borg & Gall (Sugiyono, 2013) yang dilakukan terbatas hanya sampai tahap 7, diantaranya adalah: (1) potensi dan masalah, (2) mengumpulkan informasi, (3) desain produk, (4) validasi desain ahli, (5) revisi desain I, (6) uji coba terbatas, (7) revisi produk II.

Populasi dalam penelitian ini yakni kelas IX SMPN 5 Cimahi yang berjumlah 280 orang dan sampel diambil berdasarkan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (Lenaini, 2021) *purposive sampling* merupakan metode pengambilan data dengan beberapa pertimbangan tertentu bertujuan supaya informasi yang diperoleh akan lebih *representative*. Dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah kelas yang memiliki kriteria yang dibutuhkan, maka sampel dalam penelitian ini yakni kelas IX-F yang berjumlah 35 siswa yang telah dipilih oleh guru bimbingan dan konseling berdasarkan kriteria tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, pengembangan media instagram telah melalui beberapa tahapan dalam pembuatannya sehingga media instagram ini dapat digunakan kepada siswa SMP.

Hasil penelitian mengacu pada tujuan penelitian. Dalam proses penelitian dan pengembangan ini didapatkan hasil dari tiap langkah yang dilakukan yakni:

- 1) Potensi dan Masalah, Untuk mengetahui potensi atau masalah yang ada pada tahap ini peneliti menyebarkan angket pilihan. Hasil dari angket tersebut diketahui bahwa Aspek Kepribadian Individu, pada indikator Realistis 8,2%, Investigatif 9,5%, Artisik 10,8%, Sosial 10%, Enterprising 8,8%, Conventional 10%. Dan Aspek Lingkungan Individu, pada indikator Realistis 5,3%, Investigatif 7,1%, Artisik 6,8%, Sosial 7,9%, Enterprising 6,9%, Conventional 6,2%. Hasil tersebut akan peneliti gunakan dalam pengembangan media, dilihat dari aspek dan indikator yang rendah, sehingga masalah dan potensi dapat ditemukan lalu dikembangkan.
- 2) Mengumpulkan informasi, ini peneliti mengumpulkan informasi yang dapat digunakan sebagai media pelaksanaan layanan bimbingan dan konseling di sekolah. berdasarkan hasil studi literatur, studi pendahuluan dan observasi peneliti tertarik untuk mengembangkan media karier berbasis instagram terhadap pilihan karier siswa SMP tingkat IX.
- 3) Desain Produk, Adapun Langkah awal dalam merancang media instagram yakni (1) menetapkan tujuan pembuatan media instagram (2) membuat nama pengguna (3) membuat logo yang memiliki arti (4) menyusun materi berdasarkan aspek yang telah dikembangkan (5) membuat desain tampilan awal, isi, kolom evaluasi dan *instastory*.
- 4) Validasi Desain Ahli, validasi desain dilakukan kepada 3 orang ahli, Adapun hasil dari uji validasi instagram yang telah dilakukan kepada beberapa validator pada bidangnya masing-masing, pada ahli materi instagram berada pada kategori “sangat layak” dengan perolehan skor presentase sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Validasi Ahli Materi

Aspek	Presentase	Kategori
Kepribadian Individu	80%	Layak
Lingkungan Individu	80%	Layak

Berdasarkan tabel diatas nilai dari kedua aspek menunjukkan kategori layak, dengan persentase 80% untuk aspek kepribadian individu dan 80% lingkungan individu. Selain memvalidasi instagram secara materi peneliti juga melakukan validasi media yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Validasi Ahli Media

Aspek	Indikator	Presentase	Kategori
Media	Pendaftaran Akun	100%	Sangat Layak
	Pembuatan Isi Konten	94%	Sangat Layak
	Pengiriman	88%	Sangat Layak

Berdasarkan tabel diatas nilai dari ketiga aspek menunjukkan kategori sangat layak, dengan persentase 100% untuk indikator pendaftaran akun, 94% pembuatan isi konten dan 88% pengiriman. Dengan skor keseluruhan 94%. Dilakukannya juga validasi oleh ahli praktisi agar mengetahui kelayakan media berdasarkan aspek materi dan media yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Validasi Ahli Materi

Aspek	Presentase	Kategori
Kepribadian Individu	96%	Sangat Layak
Lingkungan Individu	90%	Sangat Layak
Pendaftaran Akun	100%	Sangat Layak
Pembuatan Isi Konten	81%	Sangat Layak
Pengiriman	100%	Sangat Layak

Dapat dilihat dari tabel diatas nilai validasi yang dilakukan oleh ahli praktisi (Guru Bimbingan dan Konseling) mendapatkan perolehan skor 96% pada Kepribadian Individu, 90% pada Lingkungan Individu, 100% pada Pendaftaran akun, 81% pada pembuatan isi konten dan 100% pada pengiriman, hasil presentase keseluruhan mencapai 93%.

Berdasarkan hasil uji validasi untuk melihat kelayakan yang telah dilakukan kepada tiga validator ahli pada bidangnya masing-masing media instagram berada pada kategori “sangat layak” sehingga dapat digunakan sebagai media untuk pelaksanaan layanan bimbingan dan konseling di sekolah pada bidang karier.

- 5) Revisi Desain, pada tahap ini tidak dilakukannya revisi karena tidak ditemukannya kekurangan pada penilaian oleh ketiga orang ahli.

- 6) Uji Coba Produk, pada tahap ini peneliti melakukan uji kelayakan pada siswa secara terbatas, hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah siswa dapat memahami isi media instagram dan dapat menentukan pilihan kariernya. Uji kelayakan ini siswa mengisi sebuah angket respon terhadap materi dan media, hasil dari angket respon siswa dalam uji coba terbatas sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Validasi Ahli Materi

Aspek	Presentase	Kategori
Kepribadian Individu	95%	Sangat Dipahami
Lingkungan Individu	91%	Sangat Dipahami
Pendaftaran Akun	87%	Sangat Dipahami
Pembuatan Isi Konten	94%	Sangat Dipahami
Pengiriman	97%	Sangat Dipahami

Dari hasil diatas dapat dilihat nilai respon angket yang dilakukan oleh siswa mendapatkan perolehan skor 95% pada Kepribadian Individu, 91% pada Lingkungan Individu, 87% pada Pendaftaran akun, 94% pada pembuatan isi konten dan 97% pada pengiriman, total keseluruhan presentase skor yakni 93% dengan kategori “Sangat Layak”.

- 7) Revisi Desain II, pada tahap ini pun tidak dilakukannya perubahan pada media karena revisi atau kekurangan tidak ditemukan, sehingga media dapat digunakan.

Setelah instagram dinyatakan sangat layak sebagai media karier, kemudian peneliti menguji efektivitas pada instagram. Pada proses ini peneliti menggunakan angket pilihan karier untuk mengetahui hasil sebelum dan sesudah diberikan layanan. Peneliti melakukan pengolahan data menggunakan SPSS versi 26.0 dengan melakukan uji normalitas dan uji t terhadap data *pretest* dan *posttest* yang telah dilakukan. Hasil dari uji eketifitas adalah sebagai berikut:

A. Uji Normalitas

Dasar pengambilan pilihan uji normalitas pada penelitian ini dengan *Shapiro Wilk* yaitu jika nilai signifikansi > 0.05 maka data penelitian bisa dikatakan berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi < 0.05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal. Adapun hasil dari uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Normalitas *Pretest* dan *Posttest*
Tests of Normality

Kelas	Kolmogorov-Smirnov ^a		Shapiro-Wilk					
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.		
Hasil Pilihan Karier		PreTest	.124	60	.022	.982	60	.528
		Post Test	.153	60	.001	.950	60	.016

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan tabel hasil uji Normalitas dapat dilihat bahwa signifikansi yang dihasilkan $0,85 > 0,05$ untuk *Shapiro-Wilk* dan $0,20 > 0,05$ untuk *Kolmogorov-Smirnov* sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data dinyatakan memiliki normalitas yang signifikan.

B. Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat apakah adanya perbedaan sebelum dan sesudah diberikan layanan karier berbasis media instagram terhadap pilihan karier siswa. Dasar pengambilan pilihan uji t yaitu jika nilai sig. (2-tailed) < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai sig. (2-tailed) > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi H_0 yaitu tidak terdapat perbedaan, dan H_a yaitu terdapat perbedaan. Perbedaan yang dimaksud adalah hasil dari pemberian layanan dan setelah siswa mempelajari media karier berbasis instagram. Adapun hasil dari uji t sebagai berikut:

Tabel 6. Uji t *Pretest* dan *Posttest*
Paired Samples Test

		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
P ai r l	Pre Test -	-	6.196	.800	-	-9.916	-	59	.000
	Post Test	11.517			13.117		14.398		

Berdasarkan hasil output pada Uji t *pretest* dan *posttest* diketahui nilai sig. (2-tailed) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan rata-rata antara hasil *pretest* dengan *posttest* yang artinya media instagram yang dikembangkan efektif dalam pilihan karier siswa SMP tingkat IX. Jadi dapat disimpulkan setelah dilakukannya uji validasi kepada 3 ahli, respon siswa dan uji efektifitas maka media karier berbasis instagram terhadap pilihan karier siswa dinyatakan “Sangat Layak” digunakan untuk media bantu guru bimbingan dan konseling terhadap layanan yang diberikan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil proses pengembangan yang telah dilakukan, peneliti mengikuti proses sesuai dengan prosedur penelitian Sugiyono (2013) yang mengadaptasi dari model pengembangan R&D Borg and Gall (2003) yang hanya terbatas sampai 7 tahap yakni (1) Potensi dan masalah (2) mengumpulkan informasi (3) desain produk (4) validasi desain ahli, (5) revisi desain I, (6) uji coba terbatas, (7) revisi produk II. Pada tahap pembahasan kali ini peneliti membagi menjadi 4 bahasan yaitu sebagai berikut:

1. Proses Pengembangan Media Karier berbasis Instagram terhadap Pilihan Karier Siswa

Hasil dari proses pengembangan media karier berbasis instagram terhadap keputusan karier siswa SMP tingkat IX yakni, tahap yang pertama dilakukan adalah potensi dan masalah, pada saat peneliti melakukan studi pendahuluan dalam hal ini ditemukan suatu masalah pada siswa terhadap pilihan kariernya, dimana siswa kurang mendapatkan informasi studi lanjut, masih ikut-ikutan temannya, mengikuti saran orang tua dan juga belum terfikirkan untuk membuat pilihan kariernya, Sejalan dengan

pendapat Rossalina (2019), Banyak siswa SMP yang memilih studi lanjut karena memang nilainya bagus padahal ia belum tentu berminat disitu, mengikuti jurusan yang diambil oleh teman, mengikuti rekomendasi dari gurunya, atau saran orang tua. Padahal pilihan karier ini sangat penting dimiliki setiap siswa, dan juga pada masa ini mereka akan mencari tahu informasi-informasi untuk masa depannya. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irmayanti (2019) yang menunjukkan bahwa siswa SMP memiliki kemampuan untuk terlibat dalam mencari informasi karier pendidikannya. Dapat diketahui juga terdapat potensi yang dapat dimanfaatkan guru BK dalam hal memberikan layanan agar kebutuhan karier siswa ini terpenuhi dengan menciptakan layanan pada bidang karier yang dapat membantu mengembangkan pilihan karier siswa yaitu dengan menggunakan Media. Salah satu media yang digunakan yaitu Instagram. Sejalan dengan hasil penelitian Zakkiyah & Wiryosutomo (2019) kepada siswa kelas VIII di SMPN 46 Surabaya membuktikan bahwa Instagram efektif dalam pemberian layanan informasi kepada siswa mengenai studi lanjutannya yang mana produk ini mendapatkan penilaian sebanyak 97,4 % dengan kriteria sangat baik.

Kemudian pada tahap selanjutnya peneliti melakukan pengumpulan informasi, menurut Sugiyono (2019) pada tahap ini peneliti meminta pertimbangan kepada informan untuk mengetahui produk seperti apa yang perlu ada untuk membantu mengatasi masalah. Dengan hasil dari studi lapangan dan observasi diperoleh bahwa siswa belum mengenal tipe kepribadiannya sehingga sulit untuk membuat pilihan kariernya. Maka setelah tanya jawab dan observasi dengan siswa maupun guru, diperoleh bahwa peneliti harus memngembangka media yang berbeda yang kreatif dan mudah digunakan oleh siswa. Maka peneliti tertarik untuk mengembangkan media karier berbasis instagram terhadap pilihan karier siswa SMP tingkat IX.

Tahap selanjutnya adalah tahap desain produk, adapun dalam membuat rancangan produk dilakukan untuk menghasilkan media yang baik dan tersusun sesuai dengan kebutuhan siswa, sejalan dengan penelitian Septiani (2021) Perancangan ini dilakukan untuk menghasilkan media pembelajaran yang baik, menarik, serta fleksibel digunakan kapan pun dan dimana pun oleh siswa dan guru. Yang menjadi pokok bahasan dalam rancangan media ini yaitu aspek kepribadian individu dan lingkungan individu yang dikemukakan oleh John Holland yang terbagi tiap aspek menjadi 6

indikator yang disingkat RIASEC. Pada tahap desain produk peneliti menggunakan kertas, word dan aplikasi editing canva.

Tahap selanjutnya yakni tahap keempat dan kelima yaitu validasi desain dan perbaikan desain. Pada tahap ini setelah selesai dilakukan pengembangan rancangan produk, produk tersebut di uji kelayakannya/validasi kepada ahli materi, ahli media, dan praktisi konselor sekolah, selanjutnya hasil penilaian dianalisis dan produk direvisi sesuai dengan saran validator ahli.

Tahap keenam uji coba produk secara terbatas, dalam tahap ini peneliti melakukan uji coba produk secara terbatas kepada 35 siswa kelas IX. Pada pelaksanaannya peneliti memberikan layanan bimbingan dan konseling berbantu media karier berbasis instagram, karena siswa smp tidak boleh membawa hp maka media instagram ditayangkan melalui layer infokus yang telah tersedia didalam kelas. Setelah pemberian media karier berbasis instagram siswa diberikan angket respon produk untuk mengetahui kelayakan produk yang berisi pernyataan, saran dan komentar. Tahap yang terakhir yakni revisi produk ke II, jika ditemukannya kekurangan pada saat pemberian media ini peneliti merevisi produk sehingga produk dapat digunakan secara sempurna.

2. Kelayakan Media Karier berbasis Instagram terhadap Pilihan Karier Siswa berdasarkan Uji Validasi Ahli Materi, Ahli Media dan Ahli Praktisi

Hasil uji kelayakan oleh validator ahli menyatakan bahwa media instagram berada pada kategori “sangat layak”, dengan nilai presentase rata-rata tiap ahli yakni ahli materi 80%, ahli media 94% dan ahli praktisi 93%. Dari ke 3 penilaian kelayakan oleh Ahli Materi, Ahli Media dan Ahli Praktisi didapati hasil kelayakan media karier berbasis instagram dengan kategori “Sangat Layak” Hasil tersebut merupakan hasil yang sangat diharapkan. Hal ini mengingat proses penyusunan materi dan media sudah dilakukan sedemikian rupa agar sesuai dengan aspek dan kebutuhan siswa. Maka media Instagram terhadap pilihan karier siswa dianggap sangat layak dan dapat digunakan. Sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Mila (2018) pada hasil uji kelayakan dihasilkan nilai persentase rata-rata yang dihasilkan ketiganya menunjukkan nilai >80 maka, media Multi Representasi berbasis Instagram sebagai alternatif pembelajaran daring pada materi suhu dan kalor kelas VIII tersebut dinyatakan sangat layak dan dapat dilanjutkan ketahap selanjutnya.

3. Respon Siswa terhadap Media Karier berbasis Instagram terhadap Pilihan Karier Siswa

Hasil Respon Siswa Uji Coba Produk terhadap media yang telah diberikan yang terbagi menjadi 5 aspek, didapati penilaian Aspek Kepribadian Individu mencapai 95%, Lingkungan Individu mencapai 91%, Pendaftaran Akun mencapai 87%, Pembuatan Isi Konten 94%, dan Pengiriman mencapai 97%. Secara keseluruhan didapatkan hasil dari kelima aspek pada angket respon siswa uji coba produk terbatas mencapai nilai presentase 93% dengan kategori “Sangat Layak”. Maka kesimpulan dari respon siswa secara terbatas dalam penelitian ini didapati kategori “Sangat Layak” yang mana dalam hal ini mengartikan bahwa media karier berbasis instagram mendapatkan nilai respon siswa yang bagus dan baik.

Respon siswa amatlah penting dalam penelitian ini dalam mengetahui ke efektifan dalam penggunaan media, sejalan dengan yang dikatakan oleh R. Heinich Dkk (Umarella, 2018) Tanggapan dari siswa merupakan respons yang dianggap efektif dalam mengetahui tingkat penggunaan media dalam proses pembelajaran. Dengan begitu siswa akan menampilkan partisipasi yang lebih baik. Sesuai dengan pernyataan di atas maka dalam penelitian ini respon siswa sangat efektif untuk mengetahui tingkat penggunaan media karier berbasis instagram terhadap pilihan karier siswa sehingga akan memunculkan representase respon siswa sesuai dengan penilaian yang siswa berikan.

4. Efektifitas Media Karier berbasis Instagram terhadap Pilihan Karier Siswa

Untuk mengetahui efektivitas dari media karier yang dikembangkan dilihat dari hasil *pretest* dan *post test* yang telah dicari nilai Uji T dan Uji normalisasi. Berdasarkan hasil analisis data *pretest* dan *posttest* dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS Versi 26.0, media karier berbasis instagram dalam layanan bimbingan klasikal berpengaruh secara signifikan terhadap pilihan karier siswa kelas IX di SMPN 5 Cimahi. Hal ini dibuktikan dalam uji t-test dengan *Paired Sample T-Test* diperoleh signifikan (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa media karier berbasis instagram efektif terhadap pilihan karier siswa.

Penelitian ini sesuai dengan beberapa penelitian sebelumnya, yakni penelitian yang dilakukan oleh Putro (2021) Hasil uji efektivitas dari penelitian ini adalah adanya peningkatan skala perencanaan pilihan karir siswa melalui layanan informasi karir

berbasis Media Interaktif Inovatif dilihat dari peningkatan hasil skala pemahaman karir siswa sebelum dan sesudah diberi layanan informasi karir berbasis Media Interaktif Inovatif sebesar 27% dan diperkuat melalui uji efektivitas menggunakan t-test yang menunjukkan $-t$ hitung $< -t$ tabel, yaitu $-9,321 < -2,074$ atau data Sig (0,000) $< 0,05$. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Zakkiyah Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zakkiyah & Wiryosutomo (2019) kepada siswa kelas VIII di SMPN 46 Surabaya membuktikan bahwa Instagram efektif dalam pemberian layanan informasi kepada siswa mengenai studi lanjutannya yang mana produk ini mendapatkan penilaian sebanyak 97,4 % dengan kriteria sangat baik.

Maka dapat disimpulkan bahwa media karier instagram efektif dalam pilihan karier siswa juga dapat menjadi alat bantu untuk guru BK dalam pemberian layanan bimbingan dan konseling.

SIMPULAN

Proses pengembangan media karier instagram terhadap pilihan karier siswa tingkat IX dilakukan dengan menggunakan model pengembangan Borg & Gall yang telah dimodifikasi oleh Sugiyono serta disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Sehingga proses pengembangan ini meliputi 9 proses yakni: potensi dan masalah, pengumpulan informasi, desain produk, validasi desain, revisi desain, uji coba produk, revisi produk, uji coba pemakaian, dan revisi produk.

Media karier berbasis instagram terhadap pilihan karier siswa SMP tingkat IX dikategorikan sangat layak digunakan sebagai media layanan bimbingan dan konseling pada bidang karier, dengan melihat penilaian akhir keseluruhan aspek dari ahli materi mencapai %, penilaian akhir keseluruhan aspek dari ahli media mencapai skor persentasenya sebesar 94%, dan penilaian dari praktisi konselor sekolah menunjukkan nilai akhir keseluruhan aspek mencapai 93%.

Efektivitas media karier berbasis instagram terhadap pilihan karier siswa SMP tingkat IX yaitu menunjukkan peningkatan anatara hasil *pretest* dan *posttest*, *pretest* dengan skor 54% dan *posttest* dengan skor 94% yang menunjukkan hasil uji t dengan nilai sig.(2-tailed) $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga media karier instagram yang dikembangkan dalam penelitian ini efektif terhadap pilihan karier siswa.

REFERENSI

- Azis, A. R., & Salam, P. A. (2018). Keefektifan layanan informasi berbasis instagram untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa. *Bimbingan Dan Konseling*, 1(3), 183-191.
- Irmayanti, R. (2019). Perencanaan Karier Pada Peserta Didik SMP. *Quanta*, 3(1), 1-6.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.
- Mila, M. (2018). Pengembangan media multi representasi berbasis Instagram sebagai alternatif pembelajaran daring (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Ningsih, D. R., Dahlan, S., & Utaminingsih, D. (2018). Penggunaan Informasi Bidang Studi dalam Layanan Bimbingan Kelompok untuk Meningkatkan Pemahaman Pilihan Studi Lanjut. *ALIBKIN (Jurnal Bimbingan Konseling)*, 6(2).
- Putro, H. E., & Japar, M. (2021). Penerapan Layanan Informasi Karir Berbasis Media Interaktif Inovatif (Mii) Terhadap Keputusan Perencanaan Karir Siswa. *JBKI (Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia)*, 6(2), 58-65.
- Rossallina, L., & Salim, R. A. (2019). Perilaku eksplorasi karier, dukungan sosial, dan keyakinan dalam pengambilan keputusan karier SMP. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 8(2), 224-239.
- Sapriyanto, S. (2018). Pelaksanaan Bimbingan Karier Untuk Meningkatkan Kemampuan Peserta Didik Mengambil Keputusan Karier Di Smp Wiyatama Bandar Lampung (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Septiani, D. N., Wulandari, A., & Firmadani, F. (2021). Pengembangan Infografis Berbasis Instagram sebagai Media Pembelajaran Teks Berita untuk Siswa Kelas VIII SMP. *Repetisi: Riset Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(2), 82-93.
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Umarella, S., Saimima, M. S., & Husein, S. (2018). Urgensi Media Dalam Proses Pembelajaran. *Jurnal IAIN Ambon*, 1
- Wardhani, N. A., Isti'adah, F. N., & Arumsari, C. (2020). Efektivitas Layanan Informasi dengan Menggunakan Teori Karier John Lewis Holland Terhadap Pengambilan Keputusan Karier Siswa Smp. *QUANTA*, 4(2), 58-68.
- Zakkiyah, N. L., & Wiryosutomo, H. W. Pengembangan Layanan Informasi Studi Lanjut Berbasis Instagram Untuk Siswa Smp Negeri 46 Surabaya.