

BAB I

PENDAHULUAN

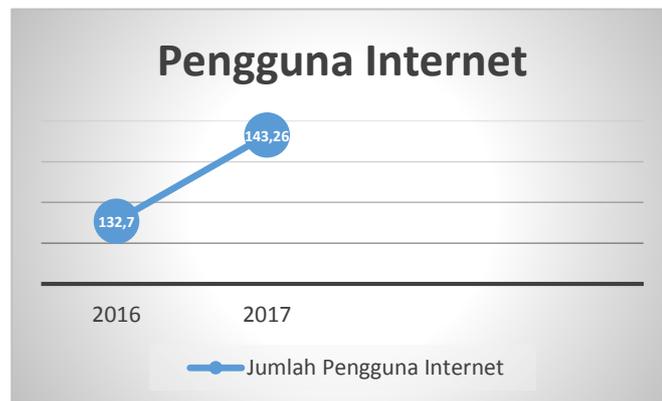
1.1. Latar Belakang Masalah

Generasi Z merupakan individu yang lahir pada kurun waktu tahun 1995 sampai dengan tahun 2010. Generasi Z atau Generasi Internet adalah mereka yang hidup pada masa digital, dapat disebut juga dengan iGeneration atau Generasi Net. Generasi ini lahir saat internet mulai masuk dan berkembang pesat dalam kehidupan manusia. Generasi Z berjumlah 18% dari penduduk yang ada di dunia (Muhazir & Ismail, 2015:13). Generasi Z terbiasa berteman dengan orang banyak melalui media sosial. Namun, mereka tidak terlalu memiliki kecakapan yang baik untuk bersosialisasi secara langsung. Karena semua informasi yang dibutuhkan dapat dipenuhi dari layar yang ada di depannya, maka generasi Z cenderung individualistik (Muhazir & Ismail, 2015:17). Berkomunikasi dengan orang lain secara nyata, tidak membuat generasi Z meninggalkan *smartphone* dari tangannya. Hampir tiap menit pandangannya tertuju pada benda logam yang digenggamnya. Jadi bisa dikatakan, perilaku *phubbing* (fokus kepada *gadget*) telah menjadi karakter dan ciri khas generasi gadget ini (Bhakti, 2017).

Jika generasi sebelumnya yaitu generasi Y masih mengalami transisi teknologi hingga menuju internet, maka generasi Z lahir saat teknologi tersebut sudah tersedia. Hal itulah yang membuat generasi ini memiliki karakter yang menggemari teknologi, fleksibel, lebih cerdas dan toleransi pada perbedaan budaya. Menurut survey yang dilakukan Parent Survey (Slaek dan Grabinger,

2014), 34% generasi Z berhubungan dengan berbagai kenalan dikota lain dan 13% di negara yang berbeda. Mereka saling berbagi foto, video, pesan. Menyampaikan berbagai informasi dan situasi yang sedang terjadi di sekitarnya ke seluruh dunia. Inilah yang kemudian menjadi kekhawatiran berbagai pihak karena generasi Z ini dianggap rentan terhadap kejahatan *cyber*.

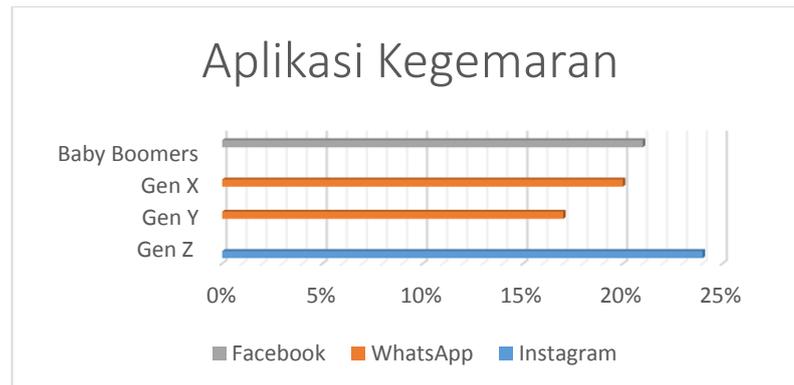
Hasil penelitian yang dilakukan Asosiasi Jasa Internet Indonesia (APJII) bekerjasama dengan Teknopreneur Indonesia pada tahun 2017 menunjukkan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia meningkat.



Gambar 1.1. Grafik Pengguna Internet di Indonesia

Dalam grafik di atas pengguna internet mengalami kenaikan sebesar 54,68% dari 262 juta jiwa penduduk Indonesia (APJI, 2017). Riset menunjukkan mayoritas pengguna internet berusia 19-34 tahun atau sebanyak 49,52%. Dari data tersebut dapat terlihat bahwa hampir sebagian pengguna internet di Indonesia adalah *digital natives* atau orang-orang yang lahir di era teknologi setelah tahun 1980: Generasi Y (1980-1994) dan Generasi Z (1995-2010).

Pusparisa (2021:8) mengatakan bahwa dalam survei Global WebIndex (GWI), tiap generasi memiliki media sosial yang paling digemari. GWI menyebar survei pada 180.852 pengguna internet berusia 16-64 tahun pada kuartal tahun 2020.

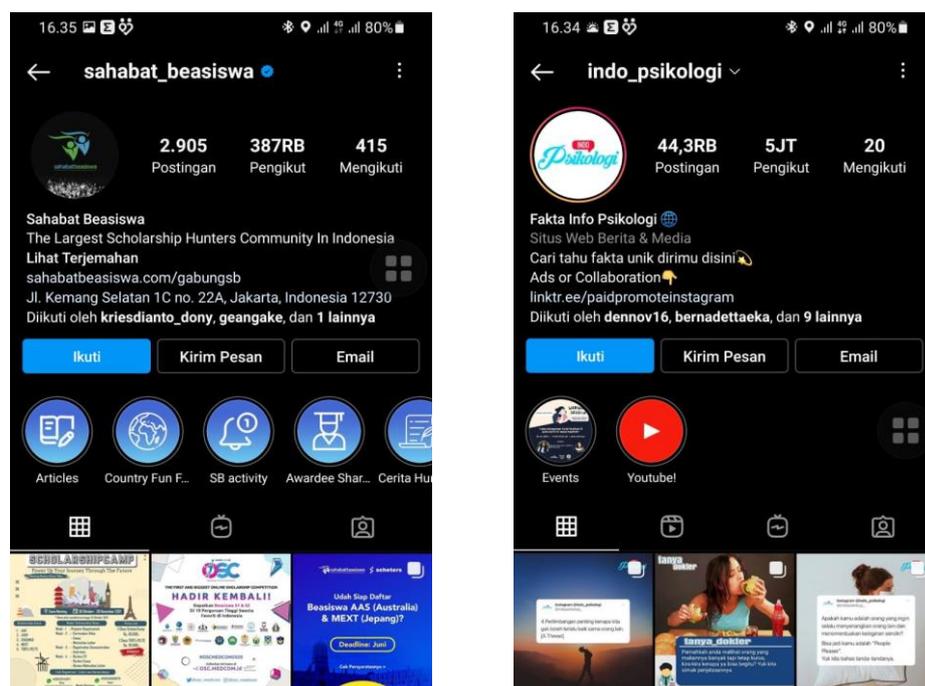


Gambar 1.2. Aplikasi Kegemaran Setiap Generasi.

Dalam diagram di atas dapat disimpulkan bahwa generasi Z menduduki peringkat pertama dalam mengakses media sosial instagram.

Kebutuhan manusia dapat terpenuhi dengan hanya mengandalkan *smartphone* yang di dalamnya terdapat beberapa aplikasi yang mendukung dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu media sosial yang banyak diakses adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial yang berkembang pada tahun 2012, aplikasi ini bisa diakses oleh semua kalangan termasuk kalangan remaja. Dengan adanya instagram, individu dapat dengan mudah untuk mengunggah foto, video dan mempublikasikannya agar terpampang pada *feed* pengguna lain. Sistem pertemanan yang ada di instagram menggunakan *follow* (pengikut) dan *following* (orang yang diikuti), terdapat juga fitur *like*, *comment*, *share*, *vote*, ajukan pertanyaan dll, sehingga antar pengguna lain dapat berinteraksi satu sama lain.

Seiring dengan berjalannya waktu sepanjang tahun 2015 hingga 2021 banyak bermunculan akun instagram yang dimanfaatkan sebagai akun bisnis, dakwah, hiburan, resmi perusahaan dan penyedia jasa lainnya. Instagram bukan hanya digunakan untuk membagikan foto atau video di *feed*, melainkan juga dapat digunakan sebagai ladang bisnis dan informasi. Contohnya Akun Indo_Psikologi sebagai media informasi tentang psikologi dengan memiliki pengikut sebanyak 3,3 juta pengikut, Akun sahabat_basiswa dengan memiliki pengikut sebanyak 194 ribu pengikut yang mana akun tersebut berisikan tentang portal informasi dan pembinaan tentang beasiswa.



Gambar 1.3. Contoh Akun Instagram dengan Konten Karir.

Generasi Z memiliki kebiasaan dan karakter unik dan sangat berbeda dengan karakter yang dimiliki oleh generasi sebelumnya. Pengaruh teknologi yang sangat kuat ini dapat digambarkan dengan ketergantungan generasi Z

dengan *gadget* dan durasi konsentrasi yang singkat (Ozkan & Solmaz, 2015). Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi lainnya, di mana internet mulai berkembang dan tumbuh sejalan dengan perkembangan media digital di generasinya. Generasi Z ini lahir dari perpaduan dari dua generasi sebelumnya, yaitu Generasi X dan Generasi Y (Handayani, 2019). Seseorang pada masa generasi ini adalah mereka yang dilahirkan dan dibesarkan pada era digital, di mana beraneka macam teknologi telah berkembang semakin banyak dan canggih. Bisa disimpulkan bahwa seseorang dalam dunia pendidikan yang masuk dalam kategori generasi Z adalah siswa kelas 2 SD sampai dengan mahasiswa semester 4. Dalam rentan jenjang pendidikan tersebut, bahwa siswa SMA termasuk dalam kategori generasi Z. Masa SMA yang memiliki rentan usia 15-18 tahun bisa dikatakan merupakan masa peralihan seseorang dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa atau lebih sering kita kena dengan istilah masa remaja (Fagan, 2006 : 13). Masa Remaja merupakan suatu tahap transisi menuju ke status yang lebih tinggi yaitu status sebagai orang dewasa. Berdasarkan teori perkembangan, masa remaja adalah masa saat terjadinya perubahan-perubahan yang cepat, termasuk perubahan fundamental dalam aspek kognitif, emosi, sosial dan pencapaian.

Memilih pekerjaan dan mempersiapkan diri untuk bekerja merupakan salah satu tugas masa remaja pada perkembangannya (Hurlock, 2002: 209). Orientasi masa depan remaja pada dasarnya adalah pekerjaan ataupun karir, untuk memasuki dunia karir sangat dibutuhkan pendidikan. Pendidikan dipandang sebagai langkah awal untuk mendapatkan penguasaan pengetahuan

dan keterampilan dalam pencapaian karir yang selama ini dicita-citakan. Besarnya minat seseorang pada pendidikan sangat dipengaruhi oleh minat pada pilihan pekerjaan.

Siswa SMA mulai bersungguh-sungguh dalam memikirkan masa depan, minat pada karir menjadi hal yang seringkali dipikirkan mereka. Siswa SMA mulai mencari bekal pengetahuan dan keterampilan melalui pendidikan formal dan non formal, untuk mempersiapkan masa depan hidupnya. Agar dapat merencanakan masa depan, siswa SMA harus membuat keputusan untuk mencapai tujuannya. Pemilihan karir merupakan suatu keputusan penting yang dibuat mereka. Sedang membuat keputusan dalam pemilihan karir biasanya mempertimbangkan nilai-nilai kehidupan, intelegensi, minat, bakat, sifat kepribadian, keadaan fisik, serta pengetahuan yang dimilikinya dan juga pengaruh dari masyarakat (lingkungan sosial), pendidikan sekolah serta pergaulan teman sebaya, sehingga mereka dapat memutuskan pilihan karirnya dengan baik. Untuk membantu siswa SMA menentukan karir yang tepat, sekolah melalui layanan BK harus menyediakan layanan BK karir yang kreatif/sesuai karakter siswanya.

Banyak fenomena permasalahan yang muncul di lapangan di setiap jenjang pendidikan, diantaranya siswa masih bingung tentang studi lanjut setelah lulus sekolah, bingung tentang macam-macam jurusan yang ada di jenjang lanjutan, mayoritas siswa memilih studi lanjut karena terpengaruh teman sebaya, setelah lulus dari sekolahnya siswa tidak melanjutkan ke perguruan tinggi dan mayoritas siswa hanya mengetahui bahwa jenjang SMK

adalah pasti cepat kerja, sehingga pengetahuan tentang jurusan-jurusan yang ada di jenjang sekolah menengah atas seperti SMA, SMK masih sedikit (Anita, 2014: 127). Dengan minimnya pengetahuan tentang studi lanjut akan berpengaruh pada masa depan siswa, kebingungan terhadap proses pembelajaran, hingga yang sering terjadi adalah salah jurusan, putusnya sekolah karena tidak sesuai dengan keinginan dan berdampak buruk pada sumber daya manusia. Untuk itu salah satu upaya untuk membantu siswa adalah siswa perlu mendapatkan informasi tentang studi lanjut dan hal tersebut yang terkait dengan fenomena yang terjadi sehingga peneliti ingin memberikan layanan informasi tentang studi lanjut berbasis instagram untuk memberikan akses informasi terkait tentang studi lanjut setelah lulus dari sekolahnya.

Pemberian layanan informasi yang diberikan juga masih berupa pesan singkat melalui *WhatsApp* sebagai sarana informasi bagi siswa. Dan setelah dilakukan penelusuran di instagram masih sedikit akun instagram yang memposting dan mengupdate secara lengkap dan konsisten tentang informasi seputar studi lanjut setelah lulus sekolah. Sangat disayangkan seharusnya siswa juga mendapatkan informasi mengenai studi lanjutan secara penuh karena mayoritas siswa menghabiskan waktunya dengan menggunakan media sosial berupa instagram.

Karena itulah Guru BK atau konselor sebagai tokoh sentral dalam pengembangan diri siswa dituntut kreatif dalam memberikan layanan Bimbingan dan Konseling. Guru BK tidak cukup hanya mengandalkan pengetahuan serta karakter kepribadian yang menarik, tetapi juga dituntut

untuk memiliki *skill* atau keterampilan dan kreativitas agar dapat menjadi sumber inspiratif dan mampu memberdayakan potensi diri peserta didik menjadi pribadi yang mampu mengembangkan dirinya dalam kehidupan sosial, pribadi, belajar, karir dan agamanya serta kehidupan keluarga. Untuk itulah, berbagai media harus dapat dimaksimalkan penggunaannya, untuk membantu layanan bimbingan dan konseling yang optimal. Walaupun kenyataannya, masih banyak guru BK yang belum memaksimalkan penggunaan media teknologi dalam layanan bimbingan dan konseling. Banyak hal yang menjadi alasan kenapa masih belum maksimal. Seperti kemampuan personil BK itu sendiri yang belum maksimal, atau karena sekolah belum mampu menyediakan fasilitas yang selaras dengan tuntutan perkembangan ilmu dan teknologi yang sangat cepat. Dua hal inilah yang seringkali menjadi alasan klasik. Sehingga sedikit banyak berdampak pada profesionalisme guru BK dan akhirnya mempengaruhi hasil layanan BK yang diberikan.

Konsekuensi inilah yang menuntut layanan bimbingan dan konseling menggunakan media adalah dalam rangka mengikuti kemajuan era globalisasi untuk mengimbangi pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, agar dapat memberikan bantuan yang maksimal bagi permasalahan yang dihadapi konseli. Apalagi pemerintah juga telah merespon kondisi global tersebut dengan penyempurnaan kurikulum pendidikan yang menekankan pada basis kompetensi dasar dalam rangka meningkatkan kualitas mutu pendidikan di Indonesia yang dapat merespon tuntutan perubahan global, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta seni dan budaya.

Berbagai hal di atas, memperjelas gambaran bahwa memang keberadaan media teknologi sebagai sarana dalam implementasi layanan Bimbingan dan Konseling di sekolah harus mendapat perhatian penuh, sehingga mampu memenuhi tuntutan standar layanan bimbingan konseling yang harus responsif terhadap perubahan global. Apalagi dalam pelaksanaannya layanan bimbingan dan konseling sering menemui kendala, seperti terbatasnya waktu tatap muka, serta karakteristik siswa yang enggan mengutarakan permasalahan-permasalahan yang dihadapi secara langsung, belum lagi jumlah personil guru BK yang terbatas jika dibandingkan dengan rasio siswa yang diasuhnya.

Banyak penelitian terkait teknologi media sosial dalam implementasi bimbingan dan konseling di sekolah. Dan kenyataannya dari sekian banyak penelitian tersebut ternyata teknologi media sosial memang sangat efektif dan efisiensi dalam membantu bimbingan dan konseling. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mendalami “Efektivitas Layanan Bimbingan Karir Berbantuan Instagram dalam Meningkatkan Kematangan Karir Generasi Z” dengan tujuan agar hasil penelitian ini dapat membantu mencari solusi tentang masalah yang ada.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

- 1.2.1. Bagaimana gambaran kematangan karir Generasi Z di SMAK St. Bonaventura Kota Madiun sebelum melaksanakan layanan bimbingan karir berbantuan instagram?

- 1.2.2. Bagaimana gambaran kematangan karir Generasi Z di SMAK St. Bonaventura Kota Madiun setelah melaksanakan layanan bimbingan karir berbantuan instagram?
- 1.2.3. Bagaimana efektivitas layanan bimbingan karir berbantuan instagram dalam meningkatkan kematangan karir Generasi Z?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah di atas maka kegiatan penelitian ini memiliki tujuan untuk:

- 1.3.1. Mengetahui kematangan karir Generasi Z sebelum melaksanakan layanan bimbingan karir.
- 1.3.2. Mengetahui keefektifan layanan bimbingan karir Generasi Z dalam meningkatkan kematangan karir Generasi Z.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Teoritis

Hasil penelitian pada nantinya diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan khususnya bidang Bimbingan dan Konseling.

1.4.2. Praktis

1.4.2.1. Bagi Konselor

Sebagai masukan Konselor atau Guru BK untuk mengembangkan media bimbingan dan konseling di sekolah.

1.4.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk memperdalam ilmu dan dapat menjadi bahan masukan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.

1.4.2.3. Bagi siswa

Dapat membantu siswa dalam menentukan karir, menghindari kesalahan-kesalahan dalam pemilihan karir, bertanggung jawab atas pilihannya, dan dapat berprestasi dalam karir yang telah dipilihnya.

1.5. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian tanpa memerlukan pembuktian. Asumsi penelitian ini mengatakan bahwa bimbingan karir berbantu instagram efektif untuk meningkatkan kematangan karir Generasi Z.

1.6. Kerangka Teoritis

Hal yang akan dibahas meliputi:

1.6.1. Bimbingan Karir

1.6.1.1. Pengertian Bimbingan Karir

1.6.1.2. Tujuan Bimbingan Karir

1.6.1.3. Paket dalam Bimbingan Karir

1.6.1.4. Faktor Pendorong dan Penghambat Bimbingan Karir

1.6.1.5. Strategi Pelaksanaan Bimbingan Karir

1.6.1.6. Manfaat Layanan Bimbingan Karir

1.6.2. Instagram

1.6.2.1. Pengertian Instagram

1.6.2.2. Pengguna Instagram

1.6.2.3. Dampak Instagram

1.6.2.4. Fitur-fitur Instagram

1.6.3. Kematangan Karir

1.6.3.1. Pengertian kematangan karir

1.6.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kematangan Karir

1.6.3.3. Ciri-ciri Individu telah Memiliki Kematangan Karir

1.6.3.4. Hambatan dalam Kematangan Karir

1.6.3.5. Upaya dalam Peningkatan Kematangan Karir

1.6.4. Generasi Z

1.6.4.1. Pengertian Generasi Z

1.6.4.2. Karakteristik Generasi Z

1.6.4.3. Tugas Perkembangan Generasi Z

1.7. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.7.1. H_0 = Layanan bimbingan karir berbantuan instagram efektif dalam meningkatkan kematangan karir Generasi Z.

1.7.2. H_1 = Layanan bimbingan karir berbantuan instagram tidak efektif dalam meningkatkan kematangan karir Generasi Z.

1.8. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

1.8.1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi oleh 2 variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas adalah suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikat. Sedangkan variabel terikat yang diakibatkan atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel bebas : Bimbingan Karir (X)

Variabel terikat : Kematangan Karir Generasi Z (Y)

1.8.2. Batasan Penelitian

Suatu pembatasan masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan dan pelebaran suatu pokok masalah agar dalam penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan dari penelitian tersebut dapat tercapai.

Karena penelitian ini dilaksanakan di tengah-tengah pandemi Covid-19 maka penelitian ini juga terkendala dengan keadaan yang sekarang ini diharuskan tidak bertatap muka secara langsung, yang mengakibatkan peneliti sulit untuk berinteraksi dengan sampel yaitu generasi Z dan sulit juga untuk mengumpulkan data untuk di olah dalam penelitian ini.

1.9. Batasan Istilah

1.9.1. Secara Konseptual

1.9.1.1. Bimbingan karir adalah pendidikan yang merupakan layanan terhadap siswa agar: mengenal dirinya sendiri, mengenal dunia kerja, dapat memutuskan apa yang diharapkan dari pekerjaan dan dapat memutuskan bagaimana bentuk kehidupan yang diharapkannya disamping pekerjaan untuk mencari nafkah (Wetik B, 2011:57).

1.9.1.2. Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna smartphone. Nama Instagram diambil dari kata „Insta“ yang asalnya „Instan“ dan „gram“ dari kata „telegram“ (Miliza Ghazali, 2016 : 8).

1.9.1.3. Kematangan karir adalah kemampuan individu untuk membuat pilihan karir yang tepat, termasuk kesadaran tentang hal yang dibutuhkan untuk membuat keputusan karir dan tingkat dimana pilihan individu tersebut realistis dan konsisten (dalam Utami, 2012:13).

1.9.1.4. Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah generasi Y. Kumpulan orang yang termasuk ke dalam generasi ini adalah mereka yang lahir di tahun 1995 sampai dengan 2010 (Bencsik dan Machova, 2016: 39).

1.9.2. Secara Operasional

1.9.2.1. Layanan Bimbingan Karir berbantuan instagram adalah layanan yang diberikan Guru BK atau Konselor melalui media sosial instagram kepada siswa untuk mencapai kematangan kariri siswa.

1.9.2.2. Kematangan Karir adalah suatu pencapaian atau keberhasilan seseorang dalam menyelesaikan tugas perkembangan berupa:

- a. Siswa dapat menentukan tujuan tentang keberhasilan masa depan karir melalui pengumpulan informasi yaitu informasi yang mencakup diri, penggunaan kemampuan, dan melakukan konsultasi dengan orang lain.
- b. Menghubungkan pemilihan kelas dengan tujuan-tujuan karir.
- c. Mengidentifikasi persyaratan pendidikan yang spesifik sesuai kebutuhan untuk mencapai keberhasilan.
- d. Mengklarifikasi nilai-nilai tentang diri ketika mereka menghubungkan dengan karir atau waktu luang.

1.9.2.3. Generasi Z adalah generasi yang lahir diantara tahun 1998 hingga 2009. Generasi Z yang dimaksud dalam penelitian ini adalah siswa kelas X dan XI SMA yang lahir di tahun 2002 hingga 2003 dengan rentang usia 16 tahun hingga 17 tahun.

1.10. Organisasi Penulisan

Organisasi skripsi ini diuraikan dengan uraian sebagai berikut:

1.10.1. BAB I Pendahuluan

- 1.10.1.1. Latar Belakang Masalah
- 1.10.1.2. Rumusan Masalah Penelitian
- 1.10.1.3. Tujuan Penelitian
- 1.10.1.4. Manfaat Penelitian
- 1.10.1.5. Asumsi Penelitian
- 1.10.1.6. Kerangka Teoritis
- 1.10.1.7. Hipotesis
- 1.10.1.8. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian
- 1.10.1.9. Batasan Istilah
- 1.10.1.10. Organisasi Penulisan

1.10.2. BAB II Kajian Pustaka

- 1.10.2.1. Landasan teori
- 1.10.2.2. Penelitian terdahulu

1.10.3. BAB III Metodologi Penelitian

- 1.10.3.1. Rancangan Penelitian
- 1.10.3.2. Populasi Dan Sampel
- 1.10.3.3. Variabel Penelitian
- 1.10.3.4. Instrumen Penelitian
- 1.10.3.5. Prosedur Pengumpulan Data
- 1.10.3.6. Teknik Analisis Data

1.10.4. BAB IV Analisis dan Pembahasan

1.10.4.1. Analisis Data

1.10.4.2. Pembahasan

1.10.5. BAB V Kesimpulan dan Saran

1.10.5.1. Kesimpulan

1.10.5.2. Saran