

BAB II

KERANGKA TEORITIS DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Deskripsi Teoritis

1. Poster

a. Definisi Poster

Poster adalah kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna, dan pesan yang bertujuan untuk menangkap perhatian orang yang lewat (Sudjana & Rivai, 2010). Musfiqon (2012) menyatakan poster merupakan penggambaran yang ditunjukkan sebagai pemberitahuan, peringatan, maupun pengunggah selera yang biasanya berisi gambar-gambar. Adapun menurut Moeliono (Sukiman, 2012) poster secara bahasa diartikan sebagai gambar maupun tulisan yang ditempel di dinding, tembok, dan tempat-tempat umum untuk menyampaikan pengumuman atau iklan kepada khalayak luas.

Poster merupakan suatu gambar yang mengombinasikan unsur-unsur visual seperti garis, gambar dan kata-kata yang bermaksud menarik perhatian serta mengkomunikasikan pesan secara singkat (Anitah, 2008). Osa dan Musser (2004) menyatakan bahwa poster menggambarkan konsep atau sesuatu yang memiliki beberapa kegunaan.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa poster adalah kombinasi unsur-unsur visual seperti garis, gambar, warna, kata-kata serta pesan yang biasa ditempel di dinding, tembok dan tempat umum untuk menarik perhatian serta mengkomunikasikan pesan secara singkat.

b. Manfaat Poster

Anitah (2008) menyatakan beberapa manfaat poster adalah (1) sebagai penggerak perhatian, (2) sebagai petunjuk, (3) sebagai peringatan, pengalaman kreatif, dan (4) untuk kampanye.

Menurut Sudjana dan Rivai (2010) secara umum poster memiliki kegunaan, yaitu: (1) memotivasi peserta didik, (2) peringatan, tentang aturan hukum, sekolah, atau sosial, kesehatan bahkan keagamaan, (3) mendorong pengalaman kreatif.

Berdasarkan pemaparan diatas manfaat poster yaitu sebagai petunjuk, penggerak perhatian, peringatan (aturan hukum, sekolah, sosial, kesehatan bahkan keagamaan) dan juga dapat memotivasi serta mendorong pengalaman kreativitas peserta didik.

c. Prinsip-prinsip Pembuatan Poster

Menurut Sanaky (Sukiman, 2012) proses pembuatan poster harus memperhatikan prinsip-prinsip tertentu agar dihasilkan poster yang baik, diantaranya adalah: (1) direkayasa sedemikian

rupa sehingga poster tersebut seakan-akan bersuara “lihatlah aku”, (2) gambar yang disajikan harus memperhatikan komposisi warna yang pas, (3) kalimat yang digunakan harus diutarakan dalam bahasa yang sederhana, populer, familiar, dan akrab, (4) bentuk huruf harus sederhana dan tidak aneh-aneh, (5) ukuran sesuai dengan kondisi tempat dan isi pesan, (6) poster juga harus mampu mempengaruhi dan memotivasi tingkah laku orang yang melihatnya, (7) poster dapat dibuat diatas kertas, triplek, kain, batang kayu, seng dan bahan-bahan lain semacam itu, (8) pemasangan dapat dikelas, diluar kelas, dan juga dimajalah atau koran.

Berdasarkan pemaparan diatas bahwa prinsip pembuatan poster yaitu bentuk sederhana, tulisan jelas, ukuran sesuai dengan kondisi tempat dan dapat menarik perhatian orang yang melihat.

2. Stereotip Etnis

a. Stereotip

Stereotip merupakan kombinasi dan ciri-ciri yang sering digunakan oleh suatu kelompok terhadap kelompok lain, atau seseorang terhadap orang lain (Kamanto, 1993). Warnaen (Susetyo, 2010) mengelompokan setidaknya ada dua jenis stereotip yaitu:

- 1) Stereotip peranan, yaitu kepercayaan yang bertahan dan mengkonsepsi tentang orang-orang yang mempunyai peranan tertentu. Misalnya, stereotip pada polisi, politisi, guru, dan sebagainya.
- 2) Stereotip etnis, yaitu kepercayaan yang bertahan dan mengkonsepsikan tentang orang-orang dari golongan etnis tertentu.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa stereotip adalah kepercayaan, keyakinan atau generalisasi atas sekelompok orang yang menganut budaya atau peranan tertentu.

b. Etnis

Etnis adalah kelompok sosial dalam sistem sosial atau kebudayaan yang mempunyai kedudukan tertentu karena keturunan, adat, agama, bahasa, dan sebagainya (Suyono, 1985). Sementara itu, menurut Koentjaraningrat (2002), etnis atau suku bangsa adalah suatu golongan manusia yang terikat oleh kesadaran dan identitas akan “kesatuan kebudayaan”, sedangkan kesadaran dan identitas tidak seringkali (tetapi tidak selalu) dikuatkan oleh kesatuan bahasa. Etnis adalah cara yang lebih kontemporer untuk menunjukkan budaya dan asal yang berbeda (Zack, 2005).

Menurut Undang-Undang (UU) No. 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis pasal 1 angka 3, etnis adalah penggolongan manusia berdasarkan kepercayaan, nilai, kebiasaan, adat istiadat, norma bahasa, sejarah, geografis dan hubungan kekerabatan. Maguire, Jarvie, Mansfield & Bradley (2002) menjelaskan bahwa istilah etnis menjadi sebuah kata yang tepat untuk memandang orang dari berbagai asal-usul. Berikut merupakan tabel mengenai jumlah penduduk menurut etnis di Indonesia:

Tabel 2.1 Jumlah Penduduk Menurut Etnis yang ada di Indonesia.

No.	Etnis	Jumlah Pendudukan (dalam ribuan)	%
1.	Jawa	94.843	40.06
2.	Sunda	36.705	15.51
3.	Melayu	8.754	3.70
4.	Batak	8.467	3.58
5.	Madura	7.179	3.63
6.	Betawi	6.808	2.88
7.	Minang	6.463	2.73
8.	Bugis	6.415	2.71
9.	Banten	6.642	1.96
10.	Banjar	4.127	1.74
11.	Bali	3.925	1.66
12.	Aceh	3.404	1.44
13.	Dayak	3.220	1.36
14.	Sasak	3.175	1.34
15.	Tionghoa	2.833	1.20
16.	Lainnya	35.769	15.11
17.	Total	236.729	100.00

Adapun faktor pendorong stereotip etnis menurut Partini (2014), yaitu:

1) Teman Sebaya

Memiliki pengaruh besar pada stereotip anak pada masa prasekolah. Teman sebaya mendorong anak untuk memperlakukan orang dengan etnis yang minoritas berbeda dengan etnis yang mayoritas.

2) Masyarakat

Masyarakat mempengaruhi orang untuk memandang orang lain sesuai dengan persepsinya. Etnis minoritas selalu menjadi bahan pembicaraan dan masyarakat lain hanya akan menerima informasi tanpa mencari kebenarannya.

3) Media Massa

Adanya tayangan-tayangan sensitif mengenai etnis, seperti halnya tayangan mengenai politik yang membedakan antara etnis mayoritas yang selalu benar berbeda dengan etnis minoritas yang mengikuti etnis mayoritas.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat dua istilah yaitu etnis dan kelompok etnis. Etnis adalah suatu kumpulan manusia yang terikat oleh ikatan kesamaan

kebudayaan. Kelompok etnis merupakan suatu kelompok manusia yang memiliki jalan kehidupan dan memiliki sifat serta karakteristik yang menarik. Untuk membedakan etnis yang satu dengan etnis yang lainnya biasanya dengan mengamati latar belakang adat kebiasaan, bahasa atau agama yang dianut.

1) Etnis Tionghoa

Etnis Tionghoa merupakan etnis minoritas di Indonesia namun mendapat perhatian dari pemerintah Indonesia dan memberikan sumbangsih dalam perekonomian Indonesia. Etnis Tionghoa Indonesia terlihat memiliki kesatuan seperti yang tercermin dalam filosofi budaya Tionghoa (Akelba, 2017). Orang dengan etnis Tionghoa di Indonesia secara kultural dibagi menjadi dua kelompok etnis, yaitu peranakan dan totok. Orang dengan etnis Tionghoa peranakan adalah warga lama di Indonesia yang sebagian berasimilasi ke dalam budaya. Semua adalah orang etnis Tionghoa yang lahir di Indonesia, dengan beberapa orang yang memiliki keturunan Indonesia. Mereka pada umumnya berbicara bahasa Indonesia dalam kehidupan sehari-hari dan berperilaku seperti penduduk asli (Coppel, 2005). Orang Tionghoa totok adalah pendatang baru, biasanya generasi Tionghoa pertama atau kedua yang

hanya memiliki keturunan Tionghoa dan masih bisa berbahasa Mandarin (Pekerti, 2008).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa orang dengan etnis Tionghoa merupakan etnis minoritas di Indonesia yang memiliki dua kelompok yaitu peranakan dan totok. Banyak masyarakat pribumi yang mengalami kesalahan bahwa orang dengan etnis Tionghoa semua kaya raya, namun pada nyatanya kebanyakan orang dengan etnis Tionghoa adalah kelas menengah yang sebagian besar adalah pedagang kecil atau pemilik toko eceran di Indonesia.

2) Stereotip Etnis Tionghoa

Menurut Pekerti (2008), pandangan masyarakat pribumi tentang perspektif orang dengan etnis Tionghoa rantau di Indonesia, adalah masyarakat pribumi sebagai berikut:

- a) Adanya filosofi dalam bekerja yaitu *“Sukses berawal dari kerja keras, hemat, dan pandai mengatur keuangan”* (Maharani, 2013).
- b) Etnis Tionghoa merasa yakin dengan kemampuan bekerja yang dimiliki, di daerah perkotaan mayoritas

menggeluti bidang bisnis atau membuka usaha pribadi (Wang, 2006).

- c) Memiliki sikap pekerja keras, namun egois dalam berwirausaha (Ekosiswoyo, Joko, dan Suminar, 2009).
- d) Dalam karier etnis Tionghoa, wirausaha adalah satu-satunya pilihan karier. Hal ini terjadi karena masih banyaknya orang dengan etnis Tionghoa yang mengalami diskriminasi sehingga pemilihan kariernya terbatas (Pekerti, 2008).
- e) Cenderung bersikap tertutup dalam berpendapat dengan etnis lain (Ekosiswoyo, Joko, dan Suminar, 2009).
- f) Lebih sopan dan ramah dalam berinteraksi dengan etnis lain (Maharani, 2013).

Berbeda dengan Maharani (2013) yang merupakan salah satu dari masyarakat pribumi, ia menganggap bahwa orang dengan etnis Tionghoa memiliki keberhasilan di dalam dunia karier. Hal itu terjadi karena keberhasilan orang dengan etnis Tionghoa dalam berwirausaha yang tidak lepas dari (1) etos kerjanya yang tinggi, (2) pekerja keras.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa etnis Tionghoa didalam berbisnis orang dengan

etnis Tionghoa memiliki keberhasilan di dalam berwirausaha. Ramah dan sopan di dalam berinteraksi dengan orang lain.

3) Etnis Jawa

Etnis Jawa merupakan salah satu bentuk sosietas manusia Indonesia yang tergolong dalam kelompok Budaya yang ditandai dengan adanya kesamaan identitas yang khas dibandingkan dengan kelompok budaya lain yang ada di Indonesia (Siswanto, 2010).

Pengertian “Jawa” dimaksudkan dalam “Etnis Jawa” adalah masyarakat yang hidup dalam budaya Jawa (Siswanto, 2009). Selanjutnya, untuk menyebut “Etnis Jawa” tidak lepas dari apa yang disebut “orang Jawa”. “Orang Jawa” inilah yang dengan segala interaksinya, dengan segala adat-istiadatnya, dengan sistem moralnya dan dengan segala aspek budayanya akan membentuk “Etnis Jawa”. Menurut Suseno (1985), yang dimaksud “orang Jawa” adalah:

- a) Orang yang berbahasa Jawa, yang masih berakar di dalam kebudayaan dan cara berpikir sebagaimana terdapat di daerah pedalaman Jawa, dari sebelah Barat Yogyakarta sampai daerah Kediri ke Timur.

b) Yang sekaligus tidak secara eksplisit berusaha untuk hidup di atas dasar agama Islam.

Adapun pepatah yang mencerminkan etnis Jawa menurut Mulder (1973), yaitu:

1. *Sepi ing pamrih rame ing gawe, amemayu ayuning buwana*, yang artinya masyarakat Jawa ingin bekerja keras tanpa mencari keuntungan untuk diri sendiri, manusia berusaha untuk memajukan dan mengindahakan dunia.
2. *Mangan ora mangan waton kumpul*, yang artinya makan tidak makan asalkan berkumpul dengan keluarganya. Masyarakat Jawa selalu menghendaki tetap bersatunya dan tetap utuhnya seluruh keluarga, bahkan seluruh masyarakat.
3. *Ana dina ana upa*, artinya setiap hari atau ada hari pasti ada nasi. Masyarakat Jawa dalam ungkapan ini selalu berserah pada Dzat Yang Maha Tinggi ataupun pada sesamanya, bahwa mereka percaya tidak akan kekurangan makan. Demikian juga hal ini berlaku bahwa setiap anak yang lahir itu membawa rejeki sendiri-sendiri.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa etnis Jawa merupakan masyarakat yang hidup dalam kebudayaan Jawa. Orang dengan etnis Jawa ingin bekerja keras tidak hanya untuk kepentingan sendiri, melainkan kepentingan dunia. Walaupun Orang Jawa di dalam bekerja sedikit lambat asalkan tercapai apa yang di harapkan.

4) Stereotip Etnis Jawa

Stereotip umum terhadap etnis Jawa menurut (Susetyo, 2009):

- a) *Alon-alon waton kelakon*, artinya biarpun lambat bekerjanya asalkan tercapai yang diharapkan yang merupakan filosofi kerja bagi orang Jawa (Mulder 1973).
- b) Dalam dunia kerja, etnis Jawa merasa kurang yakin dengan prestasi kerja yang dimiliki dan tingkat ambisius di dalam bekerja rendah (Nugroho, 2012).
- c) Memiliki sikap penurut dan pekerja keras di dalam bekerja (Mardiandi, 2013).
- d) Kebanyakan etnis Jawa bekerja sebagai karyawan dan pedagang (Mardiandi, 2013).
- e) Etnis Jawa cenderung diam dan tidak membantah apabila terjadi perbedaan pendapat (Susetyo, 2009).

- f) Memiliki pandangan sukubangsa yang sopan dan halus, tetapi mereka juga terkenal sebagai suku bangsa yang tertutup dan tidak mau berterus terang (Susetyo, 2009).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa stereotip terhadap orang Jawa adalah cenderung diam jika terjadi perdebatan di dalam bekerja, sopan dan halus namun bersikap tertutup dan tidak mau berterus terang.

5) Etnis Batak

Batak adalah salah satu suku bangsa yang ada di Indonesia. Suku Batak tidak hanya satu saja tetapi terdiri dari beberapa sub suku. Suku bangsa yang dikategorikan sebagai Batak antara lain Batak Toba, Batak Karo, Batak Mandailing-Angkola, Batak Pakpak, Batak Simalungun (Kozok, 1999). Menurut mitos yang masih hidup hingga sekarang, leluhur pertama suku Batak bernama Siraja Batak (Simanjuntak, 2015).

Sistem kekerabatan keluarga Batak tidak dapat dipisahkan dari falsafah hidupnya yang disebut dengan *Dalihan Na Tolu*. *Dalihan Na Tolu* mengandung nilai kekerabatan, religi, hagabeon (banyak keturunan, panjang umur, kepatuhan, ilmu pengetahuan, keberanian),

hasangapon (kewibawaan), hamoraon (kekayaan dan pengayoman) (Siagian, 1992).

Etnis Batak memiliki budaya di dalam bersosialisasi yaitu budaya *Low Context* dan budaya *Masculinity*, yaitu memiliki karakteristik dalam suatu pertemuan tatap muka tanpa basa-basi dan langsung pada tujuan, sedangkan dalam dunia kerja lebih berambisi dan merasa yakin dengan prestasi kerja (Nugroho, 2012).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa etnis Batak memiliki falsafah hidup yang disebut dengan *Dalihan Na Tolu*. Etnis Batak dalam bersosialisasi memiliki budaya yaitu budaya *Low Context* dan budaya *Masculinity*.

6) Stereotip Etnis Batak

Menurut para ahli ada beberapa stereotip etnis Batak, yaitu:

- a) Adanya filosofi "*Dalihan Na Tolu*" yang artinya tungku berkaki tiga yang berarti membutuhkan keseimbangan yang mutlak di dalam hidup (Siagian, 1992).
- b) Dalam dunia kerja, etnis Batak lebih berambisi dan merasa yakin dengan prestasi kerja yang dimiliki, dan

terkadang etnis Batak lebih berani bermain curang di dalam dunia kerja (Nugroho, 2012).

- c) Memiliki sikap tegas, percaya diri, dan kuat dalam mempertahankan argumen di dalam bekerja (Susetyo, 2009).
- d) Cenderung lebih banyak yang bekerja di bidang hukum (Simanjuntak, 2015).
- e) Pemberani dan Agresif, mereka cenderung lebih berani dalam mengemukakan pendapat sendiri di kawasan mayoritas sekalipun, hal itu membuat etnis Batak dominan bekerja di bidang hukum terutama menjadi pengacara (Susetyo, 2009).
- f) Etnis Batak di dalam berkomunikasi lebih menyukai tatap muka tanpa basa-basi dan langsung pada tujuan (Nugroho, 2012).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa Etnis Batak memiliki stereotip yaitu berbicara tegas, berani dalam menghadapi orang baik sesama etnis maupun etnis lainnya, mereka memiliki ambisi yang cukup besar di dalam berprestasi.

c. Strategi untuk Meningkatkan Kesadaran di dalam Keberagaman Etnis

Strategi untuk meningkatkan kesadaran keberagaman dalam mengenalkan stereotip etnis, yaitu:

- 1) Berkomunikasi secara efektif mendengarkan dengan penuh perhatian, bersikap terbuka saat berkomunikasi dengan orang lain, menjadi pendengar yang baik, berbicara dengan level suara yang tenang dan mengajukan pertanyaan dianggap sebagai strategi yang paling efektif (Patrick & Kumar, 2012).
- 2) Peningkatan pengetahuan diperlukan dalam komunikasi antarbudaya agar tidak terjadi konflik (Lagu, 2016).
- 3) Mencari kesamaan makna dalam berkomunikasi (Lagu, 2016).
- 4) Menghindari istilah yang menyoroti kelompok-kelompok tertentu (Patrick & Kumar, 2012).
- 5) Tidak melihat seseorang berdasarkan pakaian, tingkah laku, atau aksen (Patrick & Kumar, 2012).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kesadaran keberagaman dalam dunia kerja yaitu dengan komunikasi dengan baik, melatih diri agar tidak mendiskriminasi perbedaan.

B. Model ADDIE

Menurut Branch (2009), ADDIE merupakan akronim untuk *Analyze* (Analisis), *Design* (Desain), *Develop* (Pengembangan), *Implement* (Implementasi) dan *Evaluate* (Evaluasi). ADDIE adalah konsep pengembangan produk, penerapan ADDIE untuk merancang sistem instruksional memfasilitasi kompleksitas lingkungan belajar yang disengaja dengan merespon banyak situasi, interaksi antar konteks. Model ADDIE dapat digunakan untuk berbagai macam bentuk pengembangan produk seperti model, strategi pembelajaran, metode pembelajaran, media dan bahan ajar.

1. Analyze (Analisis)

Tahap analisis merupakan suatu proses mendefinisikan hal yang akan dipelajari oleh peserta didik, yaitu melakukan *needs assessment* (analisis kebutuhan), mengidentifikasi masalah (kebutuhan), dan melakukan analisis tugas (*task analysis*). Oleh karena itu, output yang akan kita hasilkan adalah berupa karakteristik atau profil calon peserta belajar, identifikasi kesenjangan, identifikasi kebutuhan dan analisis tugas yang rinci didasarkan atas kebutuhan (Branch, 2009).

Analisis adalah menganalisis perlunya pengembangan media/metode pembelajaran baru dan menganalisis kelayakan dan

syarat-syarat pengembangan media pembelajaran baru (Dharmayasa, PudJawan, & Tastra, 2015).

2. Design (Desain)

Tahap ini dikenal juga dengan istilah membuat rancangan. Tahapan yang perlu dilaksanakan pada proses rancangan yaitu: pertama merumuskan tujuan pembelajaran yang SMART (*spesifik, measurable, applicable, dan realistic*). Kemudian menentukan strategi pembelajaran yang tepat harusnya seperti apa untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam hal ini ada banyak pilihan kombinasi metode dan media yang dapat kita pilih dan tentukan yang paling relevan (Branch, 2009).

Design merupakan proses sistematis yang dimulai dari menetapkan tujuan belajar, merancang skenario atau kegiatan belajar mengajar, merancang perangkat pembelajaran, merancang materi pembelajaran dan alat evaluasi hasil belajar (Dharmayasa, PudJawan, & Tastra, 2015).

3. Development (Pengembangan)

Pengembangan adalah proses mewujudkan desain menjadi kenyataan. Mengembangkan konten, menentukan produk yang mendukung, mengembangkan petunjuk penggunaan produk untuk peserta didik dan guru, melakukan evaluasi formatif terhadap produk yang sudah jadi kepada sampel dengan cara *one-to one trial*

(percobaan satu-satu) atau *small group* (kelompok kecil), lalu setelah itu peneliti akan memperbaiki produk dan peneliti akan menguji kembali produk tersebut kepada sampel (Branch, 2009). Menurut Pohan, Atmazaki, dan Agustina (2014) tahap pengembangan yaitu tahap produksi segala sesuatu yang telah dibuat dalam tahapan desain dan diwujudkan.

4. *Implementation* (Implementasi)

Implementation merupakan rancangan media/metode yang telah dikembangkan diterapkan pada kondisi yang sebenarnya (Dharmayasa, PudJawan, & Tastra, 2015). Implementasi adalah langkah nyata untuk menerapkan sistem pembelajaran yang dikembangkan. Pada tahap ini semua yang telah dikembangkan sedemikian rupa sesuai dengan peran atau fungsinya agar bisa diimplementasikan. Hasil dari uji coba ini dijadikan landasan untuk melaksanakan tahap evaluasi (Branch, 2009).

5. *Evaluation* (Evaluasi)

Tujuan dari tahap evaluasi adalah untuk menilai kualitas produk dan proses instruksional, baik sebelum dan sesudah implementasi. Prosedur umum yang terkait dengan fase evaluasi dikaitkan dengan penentuan kriteria evaluasi, memilih alat evaluasi yang tepat, dan melakukan evaluasi. Hasil dari tahap ini adalah rencana evaluasi. Komponen umum dari rencana evaluasi adalah ringkasan yang

menguraikan tujuan, alat pengumpulan data, waktu, dan orang atau kelompok yang bertanggung Jawab untuk tingkat evaluasi tertentu, seperangkat kriteria evaluasi sumatif, dan seperangkat alat evaluasi (Branch, 2009). Menurut Pohan, Atmazaki, dan Agustina (2014) tahap evaluasi dilakukan dalam dua bentuk, yakni formatif dan sumatif.

C. Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian dilakukan oleh Rahmaniati (2015) mengenai penggunaan media poster untuk meningkatkan hasil belajar IPA di Sekolah Dasar (SD). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Tindakan Kelas (PTK). Subjek penelitian berjumlah 23 orang peserta didik. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan tes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) aktivitas peserta didik dalam pembelajaran IPA menggunakan media poster meningkat, hal ini menunjukkan pembelajaran sudah berpusat pada peserta didik, dan pendidik mengurangi dominasinya dalam pembelajaran. Hasil belajar IPA peserta didik kelas kelas VB SDN 6 Langkai Palangkaraya dapat ditingkatkan dengan penggunaan media poster pada materi pesawat sederhana.

Penelitian yang dilakukan oleh Pekerti (2008), mengenai perspektif karier orang Tionghoa di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perspektif karier orang Tionghoa rantau yang berada di Indonesia dengan melihat beberapa faktor seperti budaya, diskriminasi, karier subyektif, dan

struktur bisnis keluarga. Singkatnya di dalam penelitian ini menggambarkan konteks nasional dan budaya Tionghoa di Indonesia sebagai faktor kunci yang berkontribusi pada perspektif karier mereka yang terbatas. Sehingga orang Tionghoa di Indonesia memandang karier sebagai kewajiban dan kontribusi terhadap keluarga dan kelompok budaya, yang bertentangan dengan pandangan dimana banyak teori karier bahwa karier adalah proses aktualisasi diri untuk peningkatan diri, dan kemerdekaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tedjakusuma dan Sutanto (2015) mengenai komunikasi antar karyawan etnis Jawa dan Tionghoa. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang komunikasi horizontal antar karyawan berdasarkan aspek keberagaman etnis, baik dari segi proses komunikasi antar karyawan, hambatan dalam lingkup komunikasi karyawan yang pernah/sedang terjadi dan upaya yang dilakukan oleh karyawan dalam mengatasi konflik komunikasi horizontal akibat dari hambatan tersebut. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara terstruktur dengan *focus group discussion* kepada tiga karyawan beretnis Jawa dan tiga karyawan beretnis Tionghoa. Wawancara dilakukan dengan membagi karyawan menjadi dua kelompok diskusi yang berbeda sesuai etnis karyawan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sama. Implikasi penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa keberagaman etnis karyawan

bukanlah aspek yang mempengaruhi kelangsungan komunikasi horizontal antar karyawan di lingkungan organisasi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sukenda, Falahah, dan Lathanio (2013) mengenai pengembangan aplikasi multimedia pengenalan pemanasan global dan solusinya menggunakan pendekatan ADDIE. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu penyampaian materi menjadi lebih menarik dan memancing pengguna untuk belajar secara mandiri. Teknik dan pendekatan pembuatan media pembelajaran dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan pendekatan ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Pada metode ADDIE, aplikasi pembelajaran berbasis multimedia dikembangkan menurut siklus hidup tertentu dan menyertakan tinjauan terhadap aspek kognitis atas konten aplikasi yang dikembangkan. Penelitian yang dilakukan bersifat eksploratori karena pengembangan aplikasi ini tidak berdasarkan permintaan dari pihak pengguna melainkan berdasarkan inisiatif pengembang. Sebagai studi kasus, konten pembelajaran yang dipilih yaitu tentang isu pemanasan global dan solusinya. Pengujian tingkat kesesuaian antara konten aplikasi dengan ekspektasi pengguna dilakukan melalui survey dengan penyebaran kuisisioner. Hasil akhir penelitian ini adalah dibangunnya aplikasi pembelajaran berbasis multimedia yang dilengkapi dengan game edukatif. Aplikasi yang sudah dibangun kemudian diujikan kepada 20 pengguna

untuk melihat respon terhadap konten aplikasi. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna menyukai menggunakan aplikasi tersebut dan dapat memahami konten pembelajaran yang disediakan aplikasi.

D. Kerangka Berpikir

Menurut Hurlock (2004) pada tahap ini, salah satu tugas perkembangan remaja adalah memilih dan mempersiapkan diri untuk menjalankan suatu pekerjaan, serta membuat keputusan karier. Dalam menentukan pilihan karier, remaja perlu mendapatkan pengetahuan yang mumpuni dari sekolah, seperti keberagaman yang ada di dalam dunia kerja. Sesuai dengan kompetensi *American School Counselor Association* (ASCA), yaitu memperlihatkan suatu pemahaman terhadap keberagaman etnis.

Di dalam keberagaman adanya karakteristik dari setiap individunya. Seperti yang di jelaskan oleh Wulan (2010) pengertian karakteristik individu adalah faktor dalam diri individu seperti misalnya pengetahuan yang telah dimiliki, sikap, keyakinan, motivasi, konsep diri, pengalaman masa lalu, keterampilan, dan perilaku. Adapun dampak positif yaitu peningkatan informasi, kemampuan dalam pemecahan masalah, dan pemahaman terhadap etnis/ budaya yang berbeda. Terdapat dampak negatif keberagaman dalam dunia kerja yaitu adanya pengelompokan

antar etnis, dan stereotip atau pandangan tanpa adanya informasi tambahan.

Adapun strategi untuk meningkatkan kesadaran keberagaman etnis yaitu dengan komunikasi yang baik, melatih diri agar tidak mendiskriminasi perbedaan.

Guru BK dalam memberikan pemahaman mengenai karier di sekolah juga harus memiliki strategi untuk melaksanakan bimbingan klasikal agar dapat dipahami oleh peserta didik. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh guru BK di sekolah dalam melaksanakan bimbingan klasikal adalah dengan menggunakan media yang menarik seperti poster. Di dalam poster akan dibahas mengenai keberagaman etnis untuk peserta didik di SMK.

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir



