

**ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIUM  
EDUKASI KEPEMIMPINAN (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM  
@PEMIMPIN.INDONESIA)**

**Myranda Fae**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jakarta  
myrandaf@upnvj.ac.id

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji peran media sosial Instagram sebagai medium edukasi. Peneliti berfokus pada kasus akun Instagram @pemimpin.indonesia sebagai salah satu platform digital yang memberikan edukasi kepemimpinan. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa Instagram merupakan media sosial yang memberikan informasi, pemasaran, dan bisnis (Isya et al., 2021; Puspitarini & Nuraeni, 2019). Dalam riset ini, peneliti berasumsi bahwa pengguna Instagram dapat memanfaatkan platform ini sebagai medium edukasi, terutama dalam hal kepemimpinan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dengan tujuan untuk mengidentifikasi kekayaan Instagram sebagai medium edukasi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram pada akun @pemimpin.indonesia berada pada golongan Medium dalam klasifikasi media yang dibuat Kaplan dan Haelin, dimana terdapat fitur yang memungkinkan audiens mendapatkan kesegaran informasi dan timbal balik (*immediacy*), memungkinkan khalayak memahami edukasi dalam berbagai bentuk seperti foto dan video (*multiple cues*), memungkinkan khalayak memperoleh informasi dengan bahasa yang bervariasi (*variety language*), serta mewadahi khalayak untuk mendapatkan pesan yang bersifat *personal* (*personal focus*). Dalam konteks lembaga sebagai pengelola akun, Instagram tidak menempati posisi *high* karena pengelola tidak menggunakan fitur tatap muka (*face to face*) *video call* untuk berkomunikasi, sehingga tidak memungkinkan audiens mendapatkan timbal balik secara langsung. Namun, kritik yang dikemukakan para tokoh terhadap Teori Kekayaan Media mampu menunjukkan bahwa Instagram dapat menjadi medium yang kaya tergantung dari kebutuhan pengelola dan pengguna.

**Kata kunci:** Instagram, kepemimpinan, *media richness theory*, medium edukasi.

**ANALYSIS OF UTILIZING INSTAGRAM AS A MEDIUM FOR  
LEADERSHIP EDUCATION (A CASE STUDY ON THE INSTAGRAM  
ACCOUNT @PEMIMPIN.INDONESIA)**

**Myranda Fae**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jakarta  
myrandaf@upnvj.ac.id

**ABSTRACT**

*This study examines the role of Instagram social media as an educational medium. Researchers focus on the case of the Instagram account @pemimpin.indonesia as one of the digital platforms providing leadership education. Previous studies have explained that Instagram is a social media platform that offers information, marketing, and business opportunities (Isya et al., 2021; Puspitarini & Nuraeni, 2019). In this research, it is assumed that Instagram users can utilize this platform as an educational medium, especially for leadership topics. The study employs a qualitative approach with a case study method to identify the richness of Instagram as an educational medium. Data collection techniques include interviews, observations, and documentation. The research findings show that the Instagram account @pemimpin.indonesia falls into the Medium category according to Kaplan and Haelin's media classification. It provides features that allow the audience to receive timely information and feedback (immediacy), understand education through various forms such as photos and videos (multiple cues), access information in various languages (variety language), and receive personalized messages (personal focus). In the context of the account's management, Instagram does not occupy a high position since face-to-face video call features are not used for communication, which hinders direct feedback from the audience. However, criticisms from experts regarding the Media Richness Theory demonstrate that Instagram can become a rich medium depending on the needs of the managers and users*

**Keyword:** *Instagram, leadership, media richness theory, education medium.*