

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Instagram merupakan media baru yang memungkinkan penggunanya untuk dapat mengakses berbagai jenis konten (Umaimah Wahid dalam Santoso et al., 2020). Instagram pada dasarnya diciptakan untuk mengunggah aktivitas pribadi dalam bentuk foto dan video, serta memungkinkan pengguna untuk berinteraksi melalui fitur-fitur yang disediakan. Instagram terus mengembangkan fitur sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam, menyebabkan Instagram pada akhirnya tidak hanya menjadi platform sarana hiburan, melainkan sarana bagi masyarakat sebagai pengelola akun untuk dapat membagikan informasi mengenai berita terkini, memasarkan produk, hingga informasi mengenai edukasi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Arceneaux & Dinu (2018), penyampaian informasi akan lebih mudah diingat apabila disajikan secara visual dibandingkan disajikan secara tekstual (dibandingkan dengan platform Twitter). Sementara itu dalam ranah edukasi, Junco (2012) menyatakan bahwa media sosial nyata dapat secara efektif meningkatkan hasil belajar didasari pada sumber daya psikologis yang mumpuni. Dalam platform Instagram dan segala fitur yang dimilikinya, pendidikan dapat dipadukan dengan sistem sosialisasi serta dikemas dalam bentuk hiburan dengan cara yang tepat untuk mengikutsertakan mahasiswa sebagai pengguna aktif (Darvis et al., 2014 dalam Arceneaux & Dinu, 2018). Pengelolaan media sosial dan konten tersebut, dengan tujuan edukasi, dilakukan oleh pihak-pihak tertentu seperti tenaga pendidik.

Sebagian tenaga pendidik dapat menggunakan Instagram sebagai medium untuk bertukar ide dan pengalaman. Seperti yang dinyatakan dalam penelitian Carpenter et al., (2020), sebanyak 87.7% tenaga pendidik menyatakan alasan mereka menggunakan Instagram yaitu karena mereka dapat melihat konten pembelajaran dari tenaga pendidik lain dan 84.3% menyatakan alasan tersebut menjadi alasan utama karena mereka dapat saling mempelajari pemikiran dan

pengalaman yang dibagikan oleh tenaga pendidik lainnya. Selain dalam ranah akademis, penggunaan Instagram sebagai medium edukasi juga dilakukan oleh banyak pihak untuk memberikan pengetahuan lainnya seperti *softskill* dan kemampuan berkomunikasi.

Parentalk merupakan sebuah komunitas yang berfokus untuk memberikan konten edukasi *parenting* yang ditujukan untuk orang tua milenial. Salah satu platform yang digunakan untuk membagikan konten-konten tersebut adalah Instagram (akun Instagram @parentalk.id), yang hingga saat ini (Juni, 2023) memiliki 1,1 juta *followers*. Beberapa konten edukasi *parenting* tersebut disajikan dalam bentuk *carousel*, video, dan *Live* Instagram (Pratiwi, 2020). Contoh lain seperti @improveenglishcourse dan @englishwithgabby, kedua akun tersebut menjadikan Instagram sebagai sarana untuk mengedukasi khalayak dalam hal pembelajaran Bahasa Inggris. Pengemasan konten lebih banyak menggunakan format video (*Reels*) karena kreator akan menjelaskan materi secara langsung untuk menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan cara pengucapan dan penggunaan kata dalam Bahasa Inggris. Akun Instagram @pemimpin.indonesia menjadi salah satu akun yang memanfaatkan Instagram sebagai medium edukasi dalam hal kepemimpinan.

Pemimpin.id (akun Instagram @pemimpin.indonesia) merupakan sebuah *social startup* yang memiliki visi untuk membangun ekosistem kepemimpinan yang lebih baik bagi para pemuda di Indonesia. Sejak 2019, Pemimpin.id aktif menyelenggarakan program pelatihan serta berpartisipasi dalam kegiatan komunitas anak muda dengan tujuan mengedukasi masyarakat mengenai kepemimpinan dan pengembangan diri. Pemimpin.id bekerja sama dengan berbagai komunitas penggerak kebaikan seperti Pondok Inspirasi, Ganara Art, Indorelawan, Everidea Education, serta dengan beberapa perusahaan yang memiliki *concern* yang sama – dalam hal kepemimpinan dan pengembangan diri. Dalam ranah digital, Pemimpin.id menggunakan Instagram sebagai salah satu medium untuk memperluas jangkauan dan untuk menyebarkan konten-konten edukasi serta informasi acara pelatihan mengenai kepemimpinan. Hingga Juni 2023, akun Instagram @pemimpin.indonesia telah memiliki lebih dari 370 ribu pengikut, menjadikannya komunitas kepemimpinan terbesar di Indonesia. Berdasarkan riset

yang dilakukan oleh Napoleon Cat, pengguna mayoritas Instagram di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun yaitu 37,3%% (NapoleonCat dalam Kompas Tekno, 2019). Hal ini selaras dengan target utama Pemimpin.id yaitu masyarakat yang berperan sebagai pelajar dan mahasiswa. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada kepemimpinan karena kepemimpinan menjadi salah satu *skill* yang sangat penting untuk diimplementasikan dalam berbagai aspek seperti aspek sosial, pendidikan, hingga politik.

Tahun 2024 mendatang, masyarakat akan dihadapkan pada pemilihan umum atau Pemilu, dimana beberapa kandidat calon Presiden dan calon Wakil Presiden serta jajaran pemerintahan akan berlomba menyampaikan visi misi dan rencana terobosan untuk Indonesia yang lebih baik. Dalam riset yang dilakukan oleh Katadata Media Network (*Katadata Media Network, 2022*), terdapat beberapa karakter pemimpin yang diminati oleh anak muda untuk Pemilu 2024. Rician karakter beserta persentasenya antara lain: 34,8% responden menginginkan pemimpin yang jujur atau tidak korupsi; 15,9% menginginkan pemimpin yang merakyat atau sederhana; 12,4% menginginkan pemimpin yang tegas dan berwibawa; 11,6% mengutamakan pemimpin yang memiliki prestasi dan kinerja yang baik; 10,1% menginginkan pemimpin yang berpengalaman dalam memimpin; 6,7% responden menginginkan pemimpin yang cakap; 4,1% menginginkan pemimpin yang taat beragama; 3,6% menginginkan pemimpin yang cerdas atau pintar; 0,3% menjawab dengan kriteria lain, dan; 0,5% tidak tahu atau tidak menjawab. Rasminto, Dosen Geografi Politik FKIP Unisma, juga beropini bahwa salah satu ciri pemimpin yang dibutuhkan saat ini adalah pemimpin futuristik, dimana pemimpin tersebut harus memiliki dasar pemikiran untuk menciptakan tujuan yang jelas, memiliki imajinasi dan berorientasi ke depan (*Media Indonesia, 2023*). Hal tersebut menandakan bahwa edukasi mengenai kriteria seorang pemimpin yang baik harus digaungkan lebih masif agar masyarakat dapat bijak memilih.

Kepemimpinan sendiri menurut C. F Rauch dan O. Behling (dalam Summerfield, 2014), merupakan proses mempengaruhi sebuah aktivitas dalam organisasi untuk mencapai sebuah tujuan. Garry Wills (Garry, 1994) mengartikan pemimpin sebagai seseorang yang memiliki kemampuan untuk menggerakkan

sebuah tim untuk mencapai tujuan bersama. Marcus Buckingham (Buckingham, 2005) mendefinisikan, seorang pemimpin yang baik menggerakkan orang-orang (anggotanya) untuk keadaan atau kondisi yang lebih baik. Tod Sorensen (Sorensen et al., 2010) dan Jeff Immelt sepakat bahwa seorang pemimpin dapat menciptakan perubahan yang baik dan positif. Menurut Sutrisno (2015:213), “Kepemimpinan adalah suatu proses kegiatan seseorang untuk menggerakkan orang lain dengan memimpin, membimbing, mempengaruhi orang lain untuk melakukan sesuatu agar tercapai hasil yang diharapkan” (Basuki, 2018).

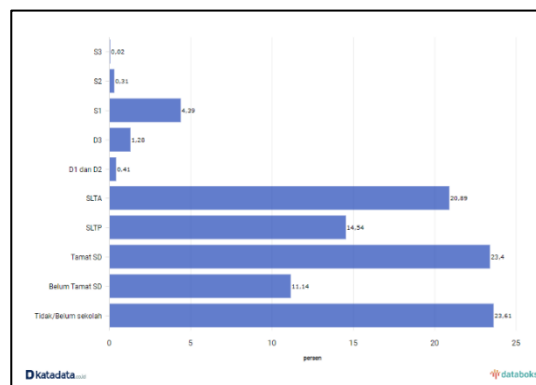
Kepemimpinan merupakan sikap atau kemampuan yang mampu menggerakkan dan mempengaruhi aktivitas kelompok untuk mengerjakan segala sesuatu berorientasi kepentingan dan tujuan bersama. Dalam (Madeyski & Biela, 2008), seorang pemimpin memiliki kapabilitas dalam membantu timnya untuk berkembang setiap hari, bukan memaksa untuk berkembang. Fungsi kepemimpinan itu sendiri memiliki 2 (dua) dimensi yang dikemukakan oleh Veithzal (2003) yaitu dimensi kemampuan untuk mengarahkan dan dimensi kemampuan untuk mendukung dan melibatkan anggota untuk dapat melakukan tugas pokok kelompok atau organisasi. Rician pengetahuan serta turunan materi mengenai kepemimpinan tersebut dapat disajikan dengan berbagai cara, salah satunya melalui susunan rencana yang dibentuk dalam kurikulum pembelajaran.

Di Indonesia, lembaga pendidikan perguruan tinggi menjadikan kepemimpinan sebagai salah satu mata kuliah dengan silabus tersendiri di setiap fakultas. Salah satu perguruan tinggi tersebut adalah Universitas Pendidikan Indonesia Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis. Fakultas tersebut menjadikan mata kuliah Kepemimpinan dan Pengambilan Keputusan sebagai mata kuliah wajib bagi mahasiswa. Mata kuliah ini bertujuan untuk mengedukasi mahasiswa mengenai perbedaan berbagai tipe, tugas, fungsi, dan peran pemimpin serta teknik pengambilan keputusan (Silabus MKPP/MK301 Universitas Pendidikan Indonesia). Sama halnya dengan UPI, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Pembangunan juga menjadikan kepemimpinan sebagai mata kuliah wajib di setiap fakultas, salah satunya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, program studi Ilmu Komunikasi. Dalam Rencana Pembelajaran Semester (RPS), mata kuliah kepemimpinan membahas mengenai tipe kepemimpinan dalam komunikasi. Di

jenjang perguruan tinggi, mahasiswa juga bisa lebih leluasa mengeksplor kegiatan kemahasiswaan atau organisasi mahasiswa untuk melatih dan mengembangkan kemampuan kepemimpinan. Kegiatan berorganisasi dapat mengasah mahasiswa untuk lebih memahami makna dan praktik dari kepemimpinan itu sendiri (Sahadi et al., 2020). Sayangnya, tidak banyak jumlah masyarakat Indonesia yang melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

Persentase masyarakat di Indonesia yang menempuh pendidikan di lembaga perguruan tinggi hanya 6.41%, dengan rician sebagai berikut: mahasiswa yang berpendidikan D1 dan D2 sebanyak 0,41%, D3 sebanyak 1,28%, S1 sebanyak 4,39%, S2 sebanyak 0,31%, dan S3 hanya sejumlah 0,02% (Katadata Media Network, 2022). Minimnya kemampuan masyarakat untuk mengakses pendidikan dalam perguruan tinggi menyebabkan adanya masalah kualitas kepemimpinan dalam berbagai aspek.

Gambar 1. Grafik persentase masyarakat Indonesia yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi



Sumber: (Katadata Media Network, 2022)

Boston Consulting Group pada tahun 2015 (dalam Murniati et al., 2018) menyatakan bahwa Indonesia memiliki masalah dalam hal pengelolaan sumber daya manusia dan pengembangan pendidikan kepemimpinan. Kurangnya kualitas pemimpin serta adanya *gap* antara pemahaman kepemimpinan lokal dan global menyebabkan Indonesia menempati tangga 90 dari 109 negara dalam indeks INSEAD Global Talent Competitiveness, singkatnya Indonesia memiliki kualitas sumber daya dalam kepemimpinan yang masih sangat rendah. Kurangnya minat masyarakat Indonesia dalam mempelajari dan memahami ilmu kepemimpinan menyebabkan banyak pemimpin di Indonesia kurang kritis dalam menghadapi dan

mengatasi masalah organisasi, terutama masalah global. Selain itu, kualitas kepemimpinan yang inklusif dan berorientasi pada solusi masih terbilang rendah. Banyak kasus di mana pemimpin lebih cenderung memprioritaskan kepentingan pribadi atau kelompok daripada kepentingan masyarakat secara keseluruhan. Akibatnya, masalah seperti ketimpangan sosial dan ekonomi, korupsi, dan ketidakadilan masih menjadi isu yang sulit diatasi.

Dampak lain yang dapat ditimbulkan dari kurangnya kompetensi dan pemahaman akan kepemimpinan yaitu ketidakmampuan dalam menikmati hidup dan pekerjaan, serta ketidakmampuan dalam mengelola stress dan emosi (*burnout*) (Aji & Palupiningdyah, 2016). Menurut data statistik dari riset yang dilakukan oleh Apollo Technical, nyatanya terdapat 35% karyawan yang menyatakan bahwa salah satu sumber stress di tempat kerja berasal dari atasan mereka dan 80% mengatakan perubahan manajemen serta kualitas kepemimpinan juga berdampak pada tingkat stress para karyawan. Masalah kepemimpinan tersebut disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya keterbatasan akses masyarakat terhadap edukasi kepemimpinan itu sendiri.

Saat ini, keterbatasan masyarakat dalam mengenyam dan memperoleh pendidikan, baik dari pendidikan dasar hingga perguruan tinggi, sedikit banyak dapat teratasi dengan kehadiran media sosial. Beberapa penelitian mengenai pemanfaatan Instagram sebagai medium edukasi telah banyak dilakukan sebelumnya, baik akademis dan nonakademis, namun dengan subjek dan metode yang beragam. Dalam penelitian Jennifer Ryan Newton dan Mira Cole Williams (Newton & Williams, 2021), Instagram dimanfaatkan sebagai alat edukasi perkembangan profesional. Penelitian berfokus pada pemanfaatan Instagram bagi para tenaga pendidik (*teachergram*) untuk menciptakan komunitas yang dapat digunakan sebagai tempat berkolaborasi, refleksi, serta sebagai wadah timbal balik antar tenaga pendidik dari berbagai disiplin dan daerah.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Naomi Katherine, Max Scholz, Matthew Alex, Shivani Margaret, Ahmad Elmansouri, Samuel Hall, Scott Border (Douglas et al., 2019) menunjukkan manfaat Instagram sebagai media untuk memperoleh informasi mengenai edukasi anatomi dalam bentuk foto dan video. Mereka menggunakan Instagram sebagai medium edukasi dan memberikan beberapa

manfaat seperti kemudahan dalam mengakses, penggunaan tagar, dan keefektifan dalam menjelaskan topik secara visual. Namun, hal tersebut tetap harus ditimbang untuk mengatasi kondisi seperti pembelajaran yang pasif dan komitmen operator media sosial yang bertugas.

Sekelompok peneliti beranggotakan Jeffrey Carpenter, Scott Morrison, Madeline Craft, dan Michalene Lee (Carpenter et al., 2020) melakukan riset mengenai pemanfaatan Instagram bagi tenaga pendidik dan merangkumnya dalam sebuah penelitian berjudul “*How and Why Educators Using Instagram*”. Hasil dari penelitian tersebut adalah para tenaga pendidik menggunakan Instagram sebagai portal untuk dapat saling bertukar ide dan afirmasi, namun para pendidik juga memiliki peran penting dalam memanfaatkan Instagram dan memahami limitasi yang mungkin akan dihadapi para penikmat edukasi tersebut. Hasil penelitian yang ditemukan Phillip Arceneaux dan Lucian Dinu (Arceneaux & Dinu, 2018) berjudul “*The Social Mediated Age of Information: Twitter and Instagram as Tools for Information Dissemination in Higher Education*” menunjukkan bahwa informasi dapat tersampaikan dan diterima lebih baik apabila disajikan dalam bentuk visual. Hasil penelitian tersebut dapat membantu meningkatkan pemahaman akan kontribusi media sosial sebagai alat informasi, terutama untuk pendidikan tinggi di Amerika. Dari beberapa penelitian di atas, peneliti menemukan kesamaan penelitian terdapat pada objek yang diteliti yaitu media sosial Instagram sebagai medium edukasi untuk pendidikan tinggi. Perbedaan terletak pada fokus penelitian, dimana penulis memfokuskan Instagram sebagai medium edukasi kepemimpinan dengan Pemimpin.id sebagai subjek utama yang dieksplorasi.

Dalam bidang non-eksakta, penelitian mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media edukasi masyarakat juga telah banyak dilakukan. Cahya Assyura, Fitria Ayuningtyas, dan Rizkiya Ayu Maulida (Assyura et al., 2022) mengkaji pemanfaatan Instagram sebagai media edukasi untuk meningkatkan kesadaran akan kesehatan telinga pada akun Instagram @ruangmendengar. Menggunakan pendekatan kualitatif dan metode interviu serta dokumentasi, peneliti menjadikan *followers* sebagai objek yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Ruang Mendengar kuat dan efektif dalam membangun kesadaran akan telinga dan pendengaran melalui Instagram. Penelitian

serupa berjudul “*Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting*” juga dilakukan oleh Dian Nurvita Sari dan Abdul Basit (Sari & Basit, 2020). Dian dan Abdul meneliti manfaat akun @parentalk.id sebagai media edukasi *parenting* dengan *followers* dan aliran informasi dalam implementasi media baru sebagai objek yang diteliti. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa kehadiran akun Instagram @parentalk.id menjadi media rujukan bagi para ibu muda dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai *parenting*. Ali Erarslan (Ph.D) dalam penelitiannya yang berjudul “*Instagram as an Education Platform for EFL Learners*” mengkaji pemanfaatan Instagram sebagai platform belajar Bahasa Inggris (*English as a Foreign Language*) bagi peserta didik pengguna Instagram. Menggunakan pendekatan campuran kuantitatif dan kualitatif, Ali menemukan bahwa Instagram menjadi platform yang paling sering digunakan untuk tujuan belajar Bahasa Inggris. Instagram juga memberi dampak positif karena dapat digunakan sebagai bagian dari pelaksanaan belajar-mengajar berbasis nilai. Penelitian lainnya berjudul “*Literature Review: Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Edukasi Gizi*” dilakukan oleh Deri Andika Putra, Suminah, dan Eti Poncorini Pamungkasari dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Instagram sebagai media edukasi gizi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram dapat digunakan sebagai medium untuk mendapatkan informasi dan edukasi terutama seputar edukasi gizi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Navyani Ainul, Eka Yusuf, dan Weni Adityasning (Husnah et al., 2020), Instagram dapat digunakan sebagai media informasi bagi para karyawan PT Sumber Alfaria Trijaya TBK. Penelitian tersebut menggunakan teori kekayaan media (*media richness theory*) untuk menjabarkan beberapa faktor yang menentukan kekayaan media itu sendiri: kesegeraan informasi, keragaman isyarat, variasi bahasa, dan sumber personal. Hasil dari penelitian tersebut adalah akun Instagram @alfamartgemabudaya mampu memanfaatkan Instagram sebagai media informasi karena sudah sesuai dengan kriteria dalam teori kekayaan media. Penelitian serupa dilakukan oleh Singgih Berlan dan Engga Probi (Kosasi et al., 2022) yang meneliti pemanfaatan Instagram sebagai media informasi bagi masyarakat di Kota Tangerang melalui akun Instagram @bolalobfootball. Penelitian ini juga menggunakan landasan *Media*

Richness Theory untuk mengetahui bagaimana peran akun Instagram @bolalobfootball sebagai media informasi bagi masyarakat. Hasil dari penelitian ini adalah akun @bolalobfootball dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Kota Tangerang seputar sepakbola dengan gaya bahasa dan jenis informasi yang dikemas menggunakan fitur-fitur yang disediakan Instagram.

Berdasarkan uraian rujukan penelitian terdahulu di atas, peneliti menemukan beberapa poin yang membedakan penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Pada penelitian terdahulu, peneliti memperoleh gambaran bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi, informasi, dan edukasi. Dalam penelitian kali ini, peneliti akan fokus pada mengkaji peran Instagram sebagai medium edukasi kepemimpinan dan menjadikan Pemimpin.id sebagai objek yang dieksplorasi. Kebaharuan dapat ditemukan pada belum adanya penelitian yang mengkaji pemanfaatan Instagram sebagai medium edukasi kepemimpinan, padahal pemenuhan informasi dan edukasi kepemimpinan sangat penting bagi masyarakat. Selain itu, kebaruan juga terletak pada tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengelolaan media sosial Instagram untuk dimanfaatkan sebagai media edukasi kepemimpinan, sehingga dapat menghasilkan konten yang mudah diterima dan menarik bagi masyarakat, khususnya yang tidak memiliki akses untuk mempelajari kepemimpinan di perguruan tinggi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Medium Edukasi Kepemimpinan (Studi Kasus pada Akun Instagram @pemimpin.indonesia)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan yang peneliti telah uraikan, Instagram nyatanya tidak hanya digunakan sebagai media hiburan namun dapat digunakan sebagai media edukasi, salah satunya edukasi kepemimpinan. Dengan demikian pertanyaan peneliti seputar pembahasan tersebut yaitu:

1. Bagaimana Pemimpin.id memilih Instagram sebagai medium yang tepat dalam mengomunikasikan edukasi kepemimpinan?
2. Bagaimana Pemimpin.id mengelola konten kepemimpinan pada akun Instagram @pemimpin.indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas adalah mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai medium edukasi kepemimpinan yang dilakukan oleh Pemimpin.id.

1.3.1 Tujuan Praktis

Secara praktis, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pemimpin.id memilih media sosial sebagai media untuk mengedukasi masyarakat dalam hal kepemimpinan. Selain itu, penelitian ini juga akan menjelaskan bagaimana Pemimpin.id mengelola konten dan media sosial sehingga menghasilkan konten edukasi kepemimpinan yang dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat.

1.3.2 Tujuan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bertujuan untuk membahas penggunaan teori kekayaan media (*media richness theory*) dalam menentukan media sosial yang tepat untuk membagikan konten edukasi dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulisan dan penyusunan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis, praktis, dan akademis, dengan penjelasan lebih lanjut :

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangsi kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Peneliti berharap, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan rujukan, serta masukan bagi peneliti yang mengambil topik penelitian serupa. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan peneliti selanjutnya mengenai peran media sosial Instagram sebagai medium edukasi kepemimpinan dan bagaimana pengelolaan implementasi upaya menyebarluaskan konten edukasi tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian mengenai peran Instagram sebagai medium edukasi diharapkan dapat menjadi referensi dan rujukan bagi lembaga pendidikan tinggi dan konten kreator untuk memasifkan penggunaan Instagram sebagai medium edukasi kepemimpinan. Sementara bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mempelajari kepemimpinan serta pemanfaatan Instagram sebagai medium untuk menyampaikan konten edukasi.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian baik secara praktis maupun akademis, serta sistematika penulisan. Bab ini akan menjabarkan permasalahan apa yang akan diteliti dan dikaji secara induktif dan mencantumkan data dan referensi dari penelitian terdahulu.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisi berbagai konsep dan teori yang akan digunakan. Konsep dan teori tersebut nantinya akan digunakan untuk membantu menjelaskan hasil penemuan yang diperoleh melalui berbagai metode dan teknik yang digunakan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab metodologi penelitian akan dijelaskan mengenai objek penelitian, pendekatan penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, serta teknik analisis data yang digunakan. Pada akhir bab juga akan tercantum tabel rencana waktu yang berisi kegiatan serta waktu (bulan dan tahun) dilakukannya penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, peneliti akan menguraikan sumber data yang digunakan, kemudian data akan diolah menggunakan pendekatan penelitian yang telah ditentukan. Nantinya, temuan yang diperoleh akan melalui tahap diskusi dan dikaitkan dengan konsep dan teori yang telah ditentukan. Bab ini akan berisikan diskusi dan analisis data.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kesimpulan dan saran merupakan bagian akhir dari penelitian ini. Pada bab ini, akan dijabarkan rangkuman hasil penelitian dalam pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya. Selain itu, peneliti juga akan menyampaikan saran yang ditujukan kepada lembaga maupun institusi terkait dengan pengembangan di penelitian selanjutnya. Saran yang diberikan akan berupa saran akademis dan praktis.

DAFTAR PUSTAKA

Bab daftar pustaka ini berisi sumber rujukan dan referensi penulis dalam mencari dan menambahkan suatu pernyataan atau definisi mengenai teori dan konsep tertentu. Sumber dan rujukan berasal dari buku, jurnal penelitian, laman *website*, dan portal berita. Penulisan sumber menggunakan format yang telah ditentukan oleh lembaga pendidikan terkait.

LAMPIRAN

Bab lampiran berisi hal-hal berkaitan dengan penelitian dan administrasi yang tidak dimasukkan dalam bab inti skripsi. Lampiran terdiri dari kartu bimbingan skripsi, lembar pengesahan, transkrip wawancara, bukti dokumentasi wawancara, bukti sertifikat keikutsertaan TOEFL dan seminar nasional.