

PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @BOBBYNST TERHADAP CITRA POSITIF
GUBERNUR SUMATERA UTARA DI KALANGAN GEN Z KELURAHAN
DWIKORA KECAMATAN MEDAN HELVETIA

Tania Syah Putri¹

Ridwan Nasution²

¹Alumni Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Islam Sumatera Utara

²Dosen Tetap Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Islam Sumatera Utara

eMail: tania.putrie@fisip.uisu.ac.id

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi politik dan pemerintahan, terutama dalam membangun citra pemimpin di kalangan masyarakat. Instagram menjadi salah satu platform yang banyak dimanfaatkan oleh pejabat publik untuk menyampaikan informasi, memperlihatkan aktivitas pemerintahan, serta membangun kedekatan dengan masyarakat. Salah satu akun yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik adalah akun Instagram @bobbynst milik Gubernur Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten akun Instagram @bobbynst terhadap citra positif Gubernur Sumatera Utara di kalangan Generasi Z di Kelurahan Dwikora, Kecamatan Medan Helvetia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang berlandaskan pada teori Uses and Gratification. Populasi penelitian adalah Generasi Z berusia 17–19 tahun yang berdomisili di Kelurahan Dwikora. Sampel penelitian berjumlah 93 responden yang ditentukan menggunakan teknik simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi Pearson Product Moment, koefisien determinasi, dan regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten akun Instagram @bobbynst memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan citra positif Gubernur Sumatera Utara di kalangan Generasi Z. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,540 yang menunjukkan hubungan sedang dan positif, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,284 menunjukkan bahwa konten akun Instagram @bobbynst memberikan kontribusi sebesar 28,4% terhadap pembentukan citra positif Gubernur Sumatera Utara, sedangkan sisanya sebesar 71,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten Instagram yang informatif, autentik, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z mampu membentuk serta meningkatkan citra positif pemimpin daerah di era komunikasi digital.

Kata Kunci: Instagram, Citra Positif, Generasi Z, Gubernur Sumatera Utara.

1. PENDAHULUAN

Gubernur adalah kepala daerah dan kepala pemerintahan di tingkat provinsi. Bertanggung jawab penuh dalam menyelenggarakan pemerintahan daerah sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan

bersama Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) provinsi. Selain itu, gubernur juga merupakan wakil pemerintah pusat di daerah, yang bertugas mengawasi dan mengkoordinasikan penyelenggaraan urusan pemerintahan di

tingkat kabupaten/kota dalam wilayah provinsinya. Gubernur memiliki kewenangan untuk menetapkan Peraturan Daerah Provinsi (Perdapro) dan mengelola anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD) provinsi.

Sebelum memasuki jabatannya sebagai gubernur, Bobby Nasution sebelumnya menjabat sebagai Walikota Medan (2020-2025), Selama masa jabatannya sebagai Walikota, Bobby Nasution dikenal dengan beberapa inisiatif yang berfokus pada pembangunan infrastruktur dan peningkatan pelayanan publik. Dalam hal pelayanan publik, Bobby Nasution berusaha membangun citra sebagai pemimpin yang responsif dan dekat dengan masyarakat. Bobby Nasution sering terlihat turun langsung ke lapangan untuk meninjau proyek-proyek pembangunan dan berinteraksi dengan warga. Hal ini memperkuat citra dirinya sebagai pemimpin yang peduli dan proaktif.

Bobby Nasution Memutuskan untuk maju dalam Pemilihan Gubernur Sumatera Utara (Pilgub Sumut) tahun 2024. Memasuki ranah politik provinsi, citra yang telah dibangun selama menjabat sebagai Walikota Medan menjadi modal penting dalam perjalanannya menuju kursi Gubernur Sumatera Utara. Dengan dukungan dari berbagai partai politik dan kemampuan komunikasinya, Bobby Nasution berhasil membangun citra sebagai pemimpin muda yang energik dan memiliki visi pembangunan yang jelas.

Citra positif Bobby Nasution terbangun dari kombinasi antara fokus pada pembangunan infrastruktur, upaya peningkatan pelayanan publik, dan kemampuan untuk membangun kedekatan dengan masyarakat. Namun, tantangan

dan kritik juga menjadi bagian dari perjalanan politiknya, yang akan terus memengaruhi citra publiknya.

Membangun citra positif seorang Gubernur itu penting untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat. Untuk membangun citra positif sebagai Gubernur Sumatera Utara, Bobby Nasution memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram. Dengan menggunakan Instagram, Gubernur bisa menunjukkan transparansi, akuntabilitas, dan keterlibatan dalam kegiatan masyarakat. Konten yang menarik dan informatif, seperti foto, video, atau cerita tentang program-program yang sedang berjalan, Dengan menggunakan konten yang menarik dan relevan, Bobby Nasution Wali Kota Medan, yang secara aktif memanfaatkan Instagram @bobbyst sebagai saluran komunikasi dengan masyarakat, khususnya gen Z.

Gen Z, sebagai kelompok perkembangan yang tumbuh besar dalam era digital, memiliki karakteristik unik dalam hal kecenderungan media dan gaya komunikasi. Mereka cenderung lebih visual, interaktif, dan kritis terhadap informasi yang mereka terima. Oleh karena itu, konten yang disajikan di Instagram memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan opini gen Z terhadap seorang tokoh publik, termasuk Gubernur. Konten yang menarik, relevan, dan autentik dapat membangun citra positif di mata gen Z, sementara konten yang kurang berkualitas atau tidak sesuai dengan harapan mereka dapat berdampak negatif pada citra Gubernur.

Sebagai kepala daerah, citra positif seorang Gubernur sangat penting untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, terutama dari generasi muda yang

merupakan pemilih masa depan. Konten yang diunggah di akun Instagram @bobbyst berperan dalam menyampaikan informasi mengenai program, kegiatan, dan pencapaian selama masa kepemimpinannya. Oleh karena itu penting untuk menganalisis bagaimana konten tersebut dapat mempengaruhi persepsi dan sikap gen Z terhadap sosok walikota.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi masyarakat. Kehadiran media digital, khususnya media sosial, telah menggeser cara individu memperoleh informasi, berinteraksi, serta membentuk persepsi terhadap realitas sosial dan politik. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana hiburan, melainkan telah berkembang menjadi ruang publik baru yang memiliki peran strategis dalam pembentukan opini, sikap, dan citra tokoh publik (Hidayat et al., 2024).

Dalam konteks komunikasi publik dan politik, media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan langsung antara pemimpin dan masyarakat. Tokoh publik kini dapat menyampaikan pesan tanpa melalui perantara media massa konvensional, sehingga komunikasi menjadi lebih personal dan cepat. Hal ini menjadikan media sosial sebagai instrumen penting dalam membangun citra, kepercayaan, dan legitimasi seorang pemimpin di mata publik (Rangkuti & Rangkuti, 2021).

Salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang memungkinkan penyampaian pesan melalui foto, video, dan narasi singkat. Karakteristik visual

dan interaktif Instagram menjadikannya sangat populer di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Z (Hidayat & Ginting, 2018). Generasi ini dikenal sebagai digital natives yang tumbuh dan berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital serta memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi.

Generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi dan referensi dalam membentuk pandangan terhadap isu sosial, politik, dan figur publik. Mereka cenderung kritis, selektif, dan aktif dalam menilai konten yang dikonsumsi. Persepsi Generasi Z terhadap tokoh publik sangat dipengaruhi oleh bagaimana tokoh tersebut menampilkan diri, berkomunikasi, dan berinteraksi melalui media sosial. Oleh karena itu, konten media sosial memiliki peran penting dalam membentuk citra seorang pemimpin di kalangan Generasi Z.

Dalam konteks kepemimpinan daerah, citra pemimpin menjadi faktor yang krusial karena berkaitan dengan kepercayaan publik dan dukungan masyarakat. Citra tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses komunikasi yang berkelanjutan dan konsisten. Media sosial memberikan ruang bagi pemimpin daerah untuk membangun citra tersebut melalui penyajian aktivitas, program kerja, serta nilai-nilai kepemimpinan yang ingin ditampilkan kepada publik.

Gubernur Sumatera Utara memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi publik untuk menyampaikan berbagai aktivitas pemerintahan, program pembangunan, serta interaksi dengan masyarakat. Akun Instagram @bobbyst menjadi media

resmi yang digunakan untuk membangun komunikasi dengan publik, khususnya generasi muda. Melalui konten visual dan narasi yang ditampilkan, akun tersebut berpotensi membentuk persepsi dan citra Gubernur Sumatera Utara di kalangan pengikutnya.

Namun, efektivitas penggunaan Instagram sebagai media komunikasi tidak hanya ditentukan oleh intensitas unggahan, tetapi juga oleh bagaimana audiens menggunakan dan memaknai konten tersebut. Teori Uses and Gratification memandang khalayak sebagai pihak yang aktif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, identitas diri, interaksi sosial, dan hiburan. Dalam hal ini, Generasi Z secara sadar memilih dan mengonsumsi konten Instagram berdasarkan kebutuhan dan kepuasan yang mereka cari.

Berdasarkan uraian tersebut, penting untuk mengetahui sejauh mana konten Instagram @bobbynst mampu memenuhi kebutuhan Generasi Z dan bagaimana hal tersebut berpengaruh terhadap pembentukan citra Gubernur Sumatera Utara. Penelitian ini menjadi relevan karena Generasi Z merupakan kelompok pengguna media sosial yang dominan dan memiliki potensi besar dalam membentuk opini publik di era digital. Pemahaman mengenai hubungan antara penggunaan media sosial dan pembentukan citra pemimpin di kalangan Generasi Z diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam kajian komunikasi serta menjadi bahan evaluasi bagi strategi komunikasi publik pemerintah daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara konten media sosial dan citra publik, serta

bagaimana hal ini dapat berdampak pada dukungan masyarakat terhadap kepemimpinan, dengan fokus menganalisis pengaruh konten akun Instagram (@bobbynst) terhadap citra positif Gubernur Sumatera Utara di kalangan gen Z Kelurahan Dwikora Kecamatan Medan Helvetia. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada gen Z yang signifikan di wilayah tersebut, serta potensi Instagram sebagai media yang efektif untuk menjangkau mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana konten Instagram dapat digunakan untuk membangun dan memelihara citra positif seorang pemimpin di era digital, khususnya di kalangan gen Z.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei untuk menguji hubungan antara variabel motivasi penggunaan media sosial, gratifikasi yang diperoleh, dan persepsi positif pengguna terhadap konten Instagram @bobbynst berdasarkan teori Uses and Gratification. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengumpulan data terukur, analisis statistik yang objektif, dan pengujian hipotesis dengan presisi.

Metode ini menempatkan peneliti sebagai pihak yang mengumpulkan data numerik melalui instrumen seperti kuesioner yang disebarkan kepada responden sasaran, yaitu generasi Z di Kelurahan Dwikora yang aktif menggunakan Instagram (Sugiyono, 2015). Teknik sampling digunakan untuk memilih responden yang relevan dengan tujuan penelitian. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan alat statistik

seperti regresi dan korelasi guna mengidentifikasi hubungan kausalitas antar variabel secara kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi Z (berusia 17-19 tahun) yang berdomisili di Kelurahan Dwikora, Kecamatan Medan Helvetia. Sampel akan dipilih menggunakan teknik *simple random sampling* untuk memastikan representasi yang baik dari populasi. Ukuran sampel akan ditentukan menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Diketahui : N = 1370 orang e : 10%

$$\begin{aligned} \text{Maka } N &= \frac{1370}{1 + (1370 (0,1)^2)} \\ &= \frac{1370}{1 + (1370 (0,01)^2)} \\ &= \frac{1370}{1 + (13,70)} \\ &= \frac{1370}{(14,70)} = 93 \text{ orang} \end{aligned}$$

Jadi, dari jumlah populasi sebesar 1370, maka jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 93 orang dari rentang umur 17-19 tahun.

Kuesioner akan digunakan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Kuesioner akan berisi pertanyaan-pertanyaan tertutup dengan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap konten Instagram @bobbynst dan citra positif Gubernur Sumatera Utara.

1. STS : Sangat Tidak Setuju = Skor 1
2. TS : Tidak Setuju = Skor 2
3. KS : Kurang Setuju = Skor 3
4. S : Setuju = Skor 4
5. SS : Sangat Setuju = Skor 5

Teknik analisis data adalah proses sistematis untuk mengolah dan menginterpretasikan data numerik

sehingga menjadi lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan. Teknik analisis data terbagi dalam beberapa tahap ,yaitu :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian penting untuk menentukan apakah distribusi data mendekati distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dapat diketahui dengan tabel One Sample Kolmogorov-Smirnov test, yaitu jika signifikansi data <0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Sedangkan jika signifikansi data >0,05, maka data tersebut berdistribusi normal.

b) Regresi Linear Sederhana

Regresi linear digunakan untuk mengukur hubungan antara ada atau tidaknya korelasi antarvariabel. Tujuannya untuk memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (dependent) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independent). Pada uji regresi linear sederhana ini. Peneliti menggunakan product moment menggunakan SPSS for Windows 20. persamaan regresinya dapat ditulis dalam dua bentuk sebagai berikut :

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

a = konstanta

b = koefisien regresi

Y= variabel tidak bebas (dependent)

X = variabel bebas (independent)

Dari kedua bentuk persamaan regresi linear di atas, yang paling umum digunakan adalah persamaan yang berbentuk $Y = a + bX$, dan untuk persamaan regresi ini menentukan a dan b dapat ditentukan dengan rumus berikut :

$$a = \frac{(\sum Y) (\sum x^2) - (\sum X)(\sum XY)}{(n) (\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(n)(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{(n)(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

c) Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih atau juga dapat menentukan arah dari kedua variabel. Nilai korelasi (r) = $(-1 \leq r \leq 1)$. Nilai koefisien korelasi antara -1 dan 1 yaitu menyatakan kekuatan hubungan, sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-). Uji validitas di dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi product moment :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

- Rxy : Koefisien korelasi
- N : Jumlah sampel
- X : Variabel Bebas
- Y : Variabel terikat

Instrumen dalam penelitian ini disusun khusus sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik variabel yang hendak diteliti, yaitu pengaruh konten Instagram @bobbynst terhadap citra positif Gubernur Sumatera Utara di kalangan generasi Z di Kelurahan Dwikora. Oleh karena itu, instrumen yang dipakai berupa angket atau kuesioner tertutup yang memuat pertanyaan-pertanyaan terstruktur yang mengukur motivasi penggunaan, gratifikasi, dan persepsi positif pengguna Instagram.

Penggunaan angket sebagai instrumen sangat tepat untuk penelitian kuantitatif ini karena memungkinkan pengumpulan

data numerik yang dapat dianalisis secara statistik guna menguji hipotesis yang diajukan. Setiap pertanyaan disusun menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan secara rinci dan terukur.

Dengan instrumen yang tepat dan sesuai karakteristik penelitian, diharapkan data yang diperoleh valid dan reliabel, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai hubungan antara konten Instagram dengan citra positif figur publik di masyarakat, khususnya di kalangan generasi Z di Kelurahan Dwikora. Jenis-jenis instrumen penelitian, meliputi: Reliabilitas Tes, dan Validitas Tes.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data kuesioner pada variabel X (Konten Akun Instagram @bobbynst), diketahui bahwa mayoritas responden memberikan jawaban Sangat Setuju (SS) pada seluruh pernyataan yang diajukan. Hasil ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan oleh akun Instagram @bobbynst dinilai sangat menarik oleh responden. Responden cenderung lebih sering mengonsumsi konten hiburan yang ditampilkan, aktif membagikan konten yang disukai, serta menjadikan jenis konten sebagai faktor utama dalam keputusan untuk mengikuti akun tersebut. Selain itu, kualitas, relevansi, dan kebermanfaatannya konten yang disajikan oleh akun Instagram @bobbynst dinilai sangat penting dalam menarik perhatian serta meningkatkan keterlibatan pengikut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten akun Instagram @bobbynst memiliki kualitas yang sangat baik dan

berperan signifikan dalam membentuk minat serta keaktifan pengikut dalam mengikuti dan berinteraksi dengan akun tersebut.

Tabel 1.

Pendapat Responden Variabel X
(Konten Akun Instagram @bobbyst)

No Pern yataa n	Frekuensi Jawaban Variabel X									
	SS		S		KS		TS		ST S	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	51	55	30	32	7	8	3	3	2	2
2	44	47	33	35	11	12	0	0	5	5
3	48	52	32	34	9	10	2	2	2	2
4	45	48	41	44	4	4	2	2	1	1
5	44	47	37	40	7	8	3	3	2	2

Sumber: (Olahan Data Peneliti, 2026)

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif yang ditunjukkan melalui persentase jawaban responden, diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban pada kategori Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS) pada seluruh pernyataan yang diajukan. Pada indikator citra akun Instagram, persentase jawaban responden menunjukkan bahwa citra yang ditampilkan pada akun Instagram dinilai berpengaruh terhadap penilaian responden, terasa autentik, serta mampu membentuk citra positif yang meningkatkan kepercayaan terhadap konten dan informasi yang disajikan. Citra positif tersebut juga mendorong ketertarikan responden untuk mengikuti akun Instagram yang bersangkutan.

Pada indikator intensitas penggunaan Instagram, hasil persentase menunjukkan bahwa responden tergolong aktif dalam menggunakan Instagram. Hal

ini ditunjukkan oleh tingginya persentase responden yang menyatakan sering mengakses Instagram setiap hari, rutin melihat konten dari akun favorit, menghabiskan waktu yang cukup lama, serta selalu mengikuti pembaruan konten terbaru. Temuan ini mengindikasikan tingkat keterlibatan pengguna yang tinggi terhadap platform Instagram.

Selanjutnya, pada indikator gaya komunikasi, persentase jawaban responden menunjukkan bahwa gaya komunikasi dalam konten Instagram dinilai mudah dipahami, cenderung bersifat santai, sesuai dengan kebutuhan responden, serta mampu menciptakan kedekatan antara pembuat konten dan pengikut. Gaya komunikasi yang efektif dinilai mampu menyampaikan pesan dengan baik kepada audiens.

Pada indikator interaksi, hasil persentase jawaban responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden aktif berinteraksi melalui Instagram, baik dalam bentuk pemberian like, komentar, maupun diskusi. Interaksi tersebut dinilai mampu memperkuat hubungan sosial, menumbuhkan rasa dihargai ketika mendapatkan respons, serta meningkatkan kepuasan responden dalam menggunakan Instagram. Dengan demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa tingginya persentase jawaban pada kategori Setuju dan Sangat Setuju menunjukkan bahwa citra akun, intensitas penggunaan, gaya komunikasi, dan interaksi di Instagram berperan penting dalam membentuk persepsi positif, keterlibatan, dan kepuasan pengguna.

Tabel 2.

Pendapat Responden Variabel Y (Citra Positif Gubernur Sumut di Kalangan Gen Z)

No	Frekuensi Jawaban Variabel Y
----	------------------------------

Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	54	58	30	32	66	66	00	00	33	33
2	30	32	45	48	12	13	55	55	11	11
3	49	53	37	40	66	66	00	00	11	11
4	35	38	47	51	91	10	11	11	11	11
5	36	39	49	53	66	66	11	11	11	11
6	55	59	26	28	66	66	44	44	22	22
7	43	46	27	29	15	16	44	44	44	44
8	28	30	38	41	13	14	89	96	66	66
9	34	37	33	35	12	13	910	105	55	55
10	31	33	33	35	19	20	66	66	44	44
11	47	51	36	39	89	92	22	20	00	00
12	43	46	39	42	78	83	33	33	11	11
13	34	37	52	56	66	66	00	00	11	11
14	29	31	50	54	11	12	22	22	11	11
15	49	53	37	40	55	55	11	11	11	11
16	38	41	29	31	20	22	44	44	22	22
17	29	31	50	54	11	12	22	22	11	11
18	45	48	36	39	10	11	22	22	00	00
19	39	42	43	46	91	10	22	22	00	00

20	26	28	40	43	19	20	44	44	44	44
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Sumber: (Olahan Data Peneliti, 2026)

Kemudian, hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara konten akun Instagram @bobbyst terhadap citra positif Gubernur Sumatera Utara di kalangan Generasi Z. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,540 dengan tingkat signifikansi 0,000 (< 0,05) menandakan bahwa hubungan yang terbentuk bersifat positif dan berada pada kategori cukup kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas konten yang disajikan melalui Instagram, maka semakin positif pula citra Gubernur Sumatera Utara yang terbentuk di benak Generasi Z.

Konten Instagram yang ditampilkan melalui akun @bobbyst dinilai mampu menyampaikan informasi mengenai aktivitas, program kerja, serta interaksi Gubernur dengan masyarakat secara visual dan naratif. Penyajian konten yang konsisten, informatif, dan relevan berkontribusi dalam membangun persepsi positif terkait kapabilitas, integritas, dan personalitas pemimpin daerah.

Temuan ini sejalan dengan konsep citra dalam ilmu komunikasi yang menyatakan bahwa citra terbentuk melalui proses komunikasi yang berlangsung secara berulang dan berkesinambungan (Kaharmudzakir & El Qudsi, 2022).

Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui Teori Uses and Gratification yang memandang audiens sebagai pihak yang aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu (Rohmah, 2020; Rubin, 2009).

Generasi Z sebagai responden penelitian secara sadar menggunakan Instagram untuk memperoleh informasi, membangun kedekatan sosial, serta membentuk identitas dan pandangan terhadap figur publik. Konten akun @bobbynst memberikan berbagai bentuk gratifikasi, seperti gratifikasi informasi terkait kegiatan pemerintahan, gratifikasi sosial melalui rasa kedekatan dengan pemimpin, serta gratifikasi personal berupa penguatan kepercayaan dan penilaian positif terhadap Gubernur Sumatera Utara.

Selain itu, karakteristik Generasi Z yang lekat dengan dunia digital turut memperkuat pengaruh konten Instagram terhadap pembentukan citra. Generasi Z dikenal menyukai konten visual yang autentik, gaya komunikasi yang tidak kaku, serta adanya interaksi dua arah. Instagram sebagai media berbasis visual dinilai sesuai dengan preferensi Generasi Z, sehingga pesan yang disampaikan melalui akun @bobbynst lebih mudah diterima dan dipahami. Kesesuaian antara karakteristik audiens dan strategi komunikasi media sosial menjadi faktor penting dalam keberhasilan pembentukan citra positif (Rejeki et al., 2020).

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,284 menunjukkan bahwa konten akun Instagram @bobbynst memberikan kontribusi sebesar 28,4% terhadap pembentukan citra positif Gubernur Sumatera Utara di kalangan Generasi Z, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat meliputi pemberitaan media massa, pengalaman langsung masyarakat, lingkungan sosial, serta dinamika politik yang berkembang.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa Instagram merupakan media komunikasi yang strategis dalam membangun citra pemimpin di era digital, khususnya untuk menjangkau Generasi Z. Pemanfaatan konten yang tepat, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan audiens terbukti mampu memberikan pengaruh positif terhadap citra Gubernur Sumatera Utara. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam komunikasi publik dan politik modern, serta dapat dijadikan sarana efektif dalam membangun hubungan dan kepercayaan antara pemimpin dan masyarakat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Konten Akun Instagram @bobbynst terhadap Citra Positif Gubernur Sumatera Utara di Kalangan Generasi Z, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konten Instagram @bobbynst yang disajikan secara informatif, menarik, dan autentik mampu membentuk persepsi positif Generasi Z terhadap sosok Gubernur Sumatera Utara, baik dari segi kepemimpinan, kedekatan dengan masyarakat, maupun citra personal.
2. Intensitas penggunaan Instagram di kalangan Generasi Z berperan dalam memperkuat pengaruh konten terhadap pembentukan citra positif. Semakin sering responden mengakses dan melihat konten akun @bobbynst, maka semakin positif pula penilaian yang terbentuk. Gaya komunikasi yang santai dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z menjadikan pesan yang disampaikan melalui akun

- Instagram @bobbyst lebih mudah diterima, dipahami, dan dipercaya oleh audiens.
3. Hasil pengujian regresi linear sederhana menunjukkan nilai t hitung $(6,123) > (1,662)$ t tabel, yaitu Terdapat pengaruh yang signifikan antara konten akun Instagram @bobbyst terhadap citra positif Gubernur Sumatera Utara di kalangan Generasi Z. Hal ini dibuktikan melalui hasil analisis data yang menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak.
 4. Terdapat pengaruh persuasif antara konten akun Instagram @bobbyst terhadap citra positif Gubernur Sumatera Utara di kalangan Generasi Z yang dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,540 dan nilai signifikasnsi 0,000 yang mengindikasikan kedua variabel memiliki hasil yang cukup positif.
 5. Berdasarkan nilai koefisien determinasi menunjukkan konten akun Instagram @bobbyst terhadap citra positif Gubernur Sumatera Utara di kalangan Generasi Z bahwa tingkat korelasi atau hubungan antara X (Konten Akun Instagram @bobbyst) terhadap Y (Citra Positif Gubernur Sumut di Kalangan Gen Z) memiliki hubungan yang cukup erat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai adjusted (R^2) adalah 0.284 atau 28,4% dapat dijelaskan oleh variabel. Sedangkan sisanya sebesar 71,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.
- Literasi Media Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa di Kota Medan. *APPPTMA KE-8*, 1–5.
- Hidayat, F. P., Zulfahmi, & Nasution, R. (2024). Exploring the Impact of Social Media on Narcissistic Behavior Among Students in Medan City. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 48–55.
<https://doi.org/10.12928/channel.v12i1.480>
- Kaharmudzakir, I., & El Qudsi, M. I. (2022). Pengaruh konten instagram@interstudioofficial dan opini mahasiswa terhadap citra perguruan tinggi interstudi. *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*, 5(1), 127–140.
- Rangkuti, Z. A., & Rangkuti, M. R. (2021). Komunikasi Kebijakan Publik dalam Implementasi Program e-Parking di Kota Medan. *Kalijaga Journal of Communication*, 3(2), 141–151.
- Rejeki, S., Komalawati, E., & Indriyanti, P. (2020). Penggunaan Instagram terhadap citra diri mahasiswa. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 105–116.
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-Plam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2957/1905>
- Rubin, A. M. (2009). Uses-and-gratifications perspective on media effects. In *Media effects* (pp. 181–200). Routledge.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. CV. Alfabeta.

DAFTAR PUSTAKA

Hidayat, F. P., & Ginting, R. (2018).