

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh citra selebriti kontroversial, Vicky Prasetyo, terhadap persepsi pemilih pemula dalam Pilkada Kabupaten Pemalang 2024. Teori citra dari Frank Jefkins menjadi dasar analisis, dengan indikator citra yang meliputi kesan, kepercayaan, reputasi, pemberitaan, dan respons masyarakat. Persepsi pemilih dianalisis berdasarkan teori Robbins dengan indikator penerimaan dan evaluasi. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa generasi Z di ITB Adias Pemalang, yang mencakup 24 persen dari Data Pemilih Tetap (DPT). Dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei, data dari 86 responden diperoleh melalui kuesioner berbasis skala Likert. Hasil analisis menunjukkan citra Vicky Prasetyo berpengaruh signifikan terhadap persepsi pemilih pemula, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 77,2 persen. Faktor utama yang memengaruhi persepsi adalah kepribadian, pemberitaan media, dan respons masyarakat terhadap kontroversi kandidat. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan studi komunikasi politik mengenai pengaruh citra selebriti, serta menjadi panduan strategis bagi tim kampanye dalam merancang komunikasi politik yang efektif bagi pemilih pemula.

Kata kunci: Citra selebriti, Vicky Prasetyo, persepsi pemilih pemula, generasi Z, indikator citra.

ABSTRACT

This study analyzes the influence of the controversial celebrity image of Vicky Prasetyo on the perception of first-time voters in the 2024 Pemalang Regency Election. Frank Jefkins' image theory serves as the analytical foundation, with image indicators encompassing impression, trust, reputation, media coverage, and public response. Voters' perceptions are examined using Robbins' theory, focusing on acceptance and evaluation indicators. The study targets Generation Z students at ITB Adias Pemalang, representing 24 percent of the Permanent Voter List (DPT). Employing a quantitative approach and survey method, data from 86 respondents were collected through a Likert-scale-based questionnaire. The analysis results show that Vicky Prasetyo's image significantly influences first-time voters' perceptions, with a determination coefficient (R^2) of 77.2 percent. Key factors influencing perception include personality, media coverage, and public response to the candidate's controversies. This research contributes to the development of political communication studies on the impact of celebrity image and serves as a strategic guide for campaign teams in designing effective political communication for first-time voters.

Keywords: Celebrity image, Vicky Prasetyo, first-time voters' perception, Generation Z, image indicators.