

**PENGARUH CITRA POLITIK DAN KOMUNIKASI VISUAL KOMENG  
TERHADAP PERILAKU MEMILIH MASYARAKAT KECAMATAN  
CIBINONG, KABUPATEN BOGOR PADA PILEG 2024**

**ANNISA CAHYAWULAN**

**ABSTRAK**

Fenomena para figur terkenal publik yang masuk ke panggung kontestasi politik telah menjadi sebuah tren di masyarakat. Pada Pileg 2024 lalu, muncul nama Alfiansyah 'Komeng' yang mencetak rekor suara tertinggi sebagai calon DPD Jawa Barat tanpa dukungan partai politik dan minim kampanye di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra politik dan komunikasi visual Komeng terhadap perilaku memilih masyarakat Cibinong, Kabupaten Bogor sebagai wilayah dengan penyumbang perolehan suara tertinggi Komeng. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan 200 responden. Analisis data dilakukan melalui uji regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu citra politik (X1) dan komunikasi visual (X2), berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku memilih (Y), dibuktikan dengan nilai F hitung  $34,935 > F \text{ tabel } 3,04$  dan  $\text{sig } 0,000 < 0,05$ . Secara parsial, X1 memiliki pengaruh sebesar 0,581 dan X2 sebesar 0,793. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi visual Komeng lebih dominan memberikan pengaruh dibandingkan citra politik atas perilaku memilih masyarakat Cibinong.

Kata Kunci: Citra Politik, Komunikasi Visual, Perilaku Memilih, Komeng, Pileg 2024

**THE INFLUENCE OF KOMENG'S POLITICAL IMAGE AND VISUAL  
COMMUNICATION ON THE VOTING BEHAVIOR OF THE PEOPLE  
OF CIBINONG SUB-DISTRICT, BOGOR DISTRICT IN THE 2024  
LEGISLATIVE ELECTIONS**

**ANNISA CAHYAWULAN**

**ABSTRACT**

The phenomenon of well-known public figures entering the stage of political contestation has become a trend in society. In the 2024 legislative election, the name Alfiansyah 'Komeng' appeared, who scored the highest vote record as a West Java DPD candidate without the support of political parties and minimal campaigning in the community. This study aims to determine the effect of Komeng's political image and visual communication on the voting behavior of the Cibinong community, Bogor Regency as an area with the highest vote contributor of Komeng. The research method used is descriptive quantitative with 200 respondents. Data analysis was conducted through multiple linear regression tests. The results show that both independent variables, namely political image (X1) and visual communication (X2), simultaneously have a significant effect on voting behavior (Y), as evidenced by the value of  $F_{\text{count}} 34.935 > F_{\text{table}} 3.04$  and  $\text{sig } 0.000 < 0.05$ . Partially, X1 has an influence of 0.581 and X2 of 0.793. This finding shows that Komeng's visual communication has a more dominant influence than political image on the Cibinong community's voting behavior.

*Keywords: Political Image, Visual Communication, Voting Behavior, Komeng, Pileg 2024*