

ABSTRAK

FRANS TOGU SIHOMBING, NIM 3213111007, *Framing Gemoy Paslon Prabowo Gibran Untuk Meningkatkan Ketertarikan Pemilih Pemula (Studi Kasus di Desa Kalang, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi*

Penelitian ini mengkaji strategi *Framing "Gemoy "* (menggemaskan) yang diterapkan pada pasangan calon (paslon) Prabowo-Gibran dalam konteks Pemilihan Umum di Indonesia, dengan fokus pada upaya meningkatkan ketertarikan pemilih pemula. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi penggunaan citra yang lebih ringan, santai, dan relatable sebagai pendekatan alternatif kampanye politik. Temuan awal menunjukkan bahwa *Framing "Gemoy "* dapat menjembatani kesenjangan persepsi antara politisi senior seperti Prabowo dengan demographic pemilih berusia 17-21 tahun, sementara sosok Gibran diposisikan sebagai representasi aspirasi kaum muda. Jenis penelitian yang digunakan riset langsung pada lapangan/field research dengan metode penelitian kualitatif. Narasumber dalam penelitian ini pemilih pemula di Desa Kalang ,Kecamatan Sidikalang,Kabupaten Dairi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder . Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Informan kunci meliputi pemilih pemula, tokoh masyarakat, tim kampanye, dan akademisi komunikasi politik. Analisis data menggunakan analisis Data kualitatif melalui 3 tahapan, antara lain reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan penerapan dari strategi *Framing Gemoy* paslon Prabowo-Gibran dalam meningkatkan ketertarikan pemilih pemula di Desa Kalang sangatlah efektif dan berhasil menyederhanakan penampilan yang awalnya tampak menegangkan dan kaku berubah menjadi sederhana dan menarik melalui *framing gemoy* ini.

Kata Kunci: *Framing, Gemoy , Pemilih Pemula*



ABSTRAC

FRANS TOGU SIHOMBING, NIM 3213111007, *Framing Gemoy Paslon Prabowo Gibran Untuk Meningkatkan Ketertarikan Pemilih Pemula (Studi Kasus di Desa Kalang, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi*

This study examines the *gemoy* (adorable) *Framing* strategy applied to the Prabowo-Gibran candidate pair in the context of the General Election in Indonesia, with a focus on efforts to increase the interest of first-time voters. This study aims to analyze the potential use of a lighter, more relaxed, and relatable image as an alternative approach to political campaigns. Initial findings indicate that *gemoy Framing* can bridge the perception gap between senior politicians such as Prabowo and the demographic of voters aged 17-21 years, while Gibran's figure is positioned as a representation of the aspirations of young people. The type of research used is direct research in the field / field research with qualitative research methods. The sources in this study are first-time voters in Kalang Village, Sidikalang District, Dairi Regency. The data used in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques are carried out through in-depth interviews, participatory observation, and documentation. Key informants include first-time voters, community leaders, campaign teams, and political communication academics. Data analysis uses qualitative data analysis through 3 stages, including data reduction, data presentation, and verification / conclusion. The research results show that the Prabowo-Gibran candidate pair's *Gemoy Framing* strategy was highly effective in increasing the engagement of first-time voters in Kalang Village, successfully simplifying the initially tense and stiff appearance into a simple and engaging one through this *Gemoy framing*.

Keywords: *Framing, Gemoy, First-Time Voters*

