

Framing Gemoy Paslon Prabowo-Gibran untuk Meningkatkan Ketertarikan Pemilih Pemula **(Studi Kasus di Desa Kalang, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi)**

Frans Togu Sihombing^{1*}, Yakobus Ndona²

¹⁻² Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Universitas Negeri Medan

Email: franstogusihombing@gmail.com^{1*}, yakobusndona@unimed.ac.id²

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia 20221

*Penulis Korespondensi

Abstract. This study examines the "Gemoy" (adorable) framing strategy applied to the Prabowo-Gibran candidate pair in the context of Indonesia's General Election, focusing on efforts to increase the interest of first-time voters. The study aims to analyze the potential of using a lighter, more relaxed, and relatable image as an alternative approach to political campaigning. The initial findings suggest that the "Gemoy" framing can bridge the perception gap between senior politicians like Prabowo and the 17-21 age demographic, while positioning Gibran as a representation of youth aspirations. This approach helps soften Prabowo's image, which is typically seen as stern and rigid, and makes him more approachable. Gibran, on the other hand, symbolizes the connection to the younger generation. This framing strategy has proven effective in making the once tense and formal image of the candidate pair more simple and engaging for the youth demographic. The research uses a field research method with a qualitative approach. The study focuses on first-time voters in Desa Kalang, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi, as key informants. Data was gathered through primary and secondary sources, including in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The key informants included first-time voters, community leaders, campaign team members, and political communication academics. Data analysis followed three stages: data reduction, data presentation, and verification/conclusion. The study results show that the "Gemoy" framing strategy for the Prabowo-Gibran pair was highly effective in increasing the interest of first-time voters in Desa Kalang. It successfully simplified their image from initially appearing tense and rigid into one that is more relatable and appealing through the "Gemoy" framing.

Keyword: First-time Voters; Framing; Gemoy; Political Campaign; Politician Image

Abstrak. Penelitian ini mengkaji strategi Framing "Gemoy" (menggemaskan) yang diterapkan pada pasangan calon (paslon) Prabowo-Gibran dalam konteks Pemilihan Umum di Indonesia, dengan fokus utama pada upaya meningkatkan ketertarikan pemilih pemula. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi penggunaan citra yang lebih ringan, santai, dan relatable sebagai pendekatan alternatif dalam kampanye politik. Framing "Gemoy" diharapkan dapat menjembatani kesenjangan persepsi antara politisi senior seperti Prabowo dan demographic pemilih berusia 17-21 tahun, yang cenderung lebih mengutamakan kedekatan emosional dan citra yang lebih mudah diterima. Hasil temuan awal menunjukkan bahwa Framing "Gemoy" efektif dalam menarik perhatian pemilih pemula, dengan Prabowo yang selama ini dikenal sebagai politisi senior yang tegas, diposisikan dalam citra yang lebih mudah didekati. Sementara itu, Gibran diposisikan sebagai representasi aspirasi kaum muda, yang berfungsi sebagai simbol keterhubungan dengan generasi muda. Pendekatan ini berfungsi untuk mengurangi kesan tegas dan kaku dari Prabowo, serta memperkuat citra kedekatan antara pasangan paslon dengan pemilih muda. Jenis penelitian yang digunakan adalah riset lapangan (field research) dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini melibatkan pemilih pemula di Desa Kalang, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi, sebagai informan kunci. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Informan yang diwawancarai meliputi pemilih pemula, tokoh masyarakat, tim kampanye, dan akademisi komunikasi politik. Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi Framing "Gemoy" pada paslon Prabowo-Gibran di Desa Kalang sangat efektif dalam meningkatkan ketertarikan pemilih pemula, dengan menjadikan citra pasangan tersebut lebih sederhana, menarik, dan dapat diterima oleh kalangan muda.

Kata Kunci: Citra Politisi; Framing; Gemoy; Kampanye Politik; Pemilih Pemula

1. PENDAHULUAN

Framing dalam kampanye politik pemilu merupakan instrumen strategis yang membentuk realitas narasi dan persepsi publik tentang kandidat dan isu-isu politik. Sebagai mekanisme komunikasi kompleks, *Framing* tidak sekedar menyampaikan informasi, melainkan membentuk perspektif strategis yang mempengaruhi cara pemilih memahami dan mengevaluasi kontestan politik. (Pangeran Siagian dan Mara Untung Ritonga, 2024). Proses *Framing* melibatkan seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas politik, yang dirancang untuk menciptakan sudut pandang spesifik. Melalui pemilihan bahasa, simbolisasi, dan narasi strategis, kandidat berupaya membangun citra diri yang positif sambil mendefinisikan lawan politik dalam kerangka yang kurang menguntungkan.

Pemilihan umum 2024 di Indonesia tidak hanya merupakan kontestasi program dan visi-misi, tetapi juga pertarungan narasi dan *Framing*. Pemilihan Presiden (Pilpres) juga merupakan salah satu momen paling penting di tingkat nasional dimana seluruh rakyat terlibat. Kandidat yang berpartisipasi dalam pilpres tidak bisa lepas dari citra dan dukungan partai-partai yang menjadi kesadaran politik mereka. (Halking, Rahmawati, 2024). Tiga pasangan calon presiden dan wakil presiden—Prabowo-Gibran, Anies-Muhaimin, dan Ganjar-Mahfud—masing-masing hadir dengan strategi *Framing* yang berbeda untuk menarik berbagai segmen pemilih. Pemilih pemula, sebagai salah satu kelompok elektoral terbesar yang mencapai sekitar 20% dari total pemilih, menjadi sasaran utama dari berbagai strategi komunikasi politik ini. Dari ketiga *Framing* yang dominan—"*Framing Gemoy*" (Prabowo-Gibran), "*Framing* anak abah" (Anies-Muhaimin), dan "*Framing* rambut putih" (Ganjar-Mahfud)—*Framing Gemoy* terbukti paling efektif dalam meraih simpati pemilih muda.

Framing Gemoy yang diusung pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka menghadirkan fenomena politik yang menarik. Istilah "*Gemoy*" yang merupakan adaptasi dari kata "gemas" dalam bahasa gaul generasi Z, berhasil menciptakan citra yang kontras dengan persona politik sebelumnya, terutama untuk Prabowo yang sebelumnya dikenal dengan citra tegas dan militeristik.

Strategi *Framing Gemoy* ini memiliki beberapa karakteristik utama. Pertama, transformasi citra Prabowo dari sosok yang "keras" menjadi figur yang "lembut" dan "menggemaskan". Video-video yang menampilkan Prabowo sedang menari, tersenyum lebar, atau berinteraksi dengan kucing peliharaannya beredar luas di media sosial. Kedua, pemanfaatan popularitas Gibran yang masih muda untuk menjembatani kesenjangan generasi. Ketiga, penggunaan bahasa dan konten yang selaras dengan selera pemilih muda, termasuk meme, konten ringan, dan format-format digital yang interaktif.

Framing Gemoy tidak hanya berhenti pada tingkat estetika, tetapi juga melibatkan penyederhanaan pesan-pesan politik kompleks menjadi konten yang mudah dicerna. Program-program ekonomi dan kesejahteraan dikemas dalam narasi sederhana dan relatable bagi generasi muda, seringkali menggunakan analogi dan contoh yang dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka.

Pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar mengembangkan *Framing* yang dapat disebut sebagai "*Framing* Anak Abah". Strategi ini mengandalkan legitimasi dan dukungan dari tokoh-tokoh senior atau figur otoritas yang dihormati, terutama di kalangan konstituen religius dan tradisional. *Framing* ini termanifestasi dalam bentuk dukungan dari tokoh-tokoh agama dan pemimpin organisasi Islam yang sering disebut sebagai "abah" oleh komunitas mereka. Sementara untuk Muhaimin, identitasnya sebagai ketua umum PKB membawanya pada warisan politik Abdurrahman Wahid (Gus Dur) yang merupakan figur "abah" dalam konteks politik Nahdlatul Ulama.

Pasangan Ganjar Pranowo dan Mahfud MD mengusung apa yang dapat disebut sebagai "*Framing* rambut putih", yang menonjolkan aspek pengalaman, kedewasaan, dan track record dalam pemerintahan. "Rambut putih" menjadi simbol visual dari kebijaksanaan dan pengalaman yang dimiliki keduanya. Ganjar, dengan pengalamannya sebagai gubernur Jawa Tengah dua periode, dan Mahfud MD, dengan latar belakangnya sebagai Ketua Mahkamah Konstitusi dan Menteri Koordinator Politik, Hukum, dan Keamanan, memosisikan diri sebagai pasangan yang telah teruji dalam mengelola pemerintahan. Slogan "Ganjar-Mahfud: Berpengalaman Membangun Negeri" merefleksikan inti dari *Framing* ini.

Dilihat dari konteks teoritis, *Framing Gemoy* dapat dipahami sebagai manifestasi dari teori konstruksi sosial. Kejadian politik dalam hal ini, tidak lagi dilihat sebagai sesuatu yang sudah pasti, tetapi sebagai proses yang terus-menerus dalam memaknai sebuah peristiwa. Melalui pendekatan ini, Prabowo-Gibran tidak sekadar menawarkan program politik, melainkan menciptakan narasi kolektif yang memungkinkan pemilih pemula merasa menjadi bagian integral dari proses demokratisasi. Kompleksitas *Framing Gemoy* juga tercermin dalam memanfaatkan estetika digital dan budaya populer. Penggunaan meme, konten interaktif, dan bahasa gaul menjadi instrumen strategis untuk mendestruksi batasan formal dalam komunikasi politik, sambil secara simultan membangun koneksi emosional yang mendalam dengan basis pemilih muda (Sihabudin, 2023).

Partisipasi pemilih pemula memiliki peran yang sangat strategis dalam menentukan arah masa depan bangsa. Pemilih pemula yang aktif dan memiliki kesadaran politik yang tinggi dapat mempengaruhi hasil Pemilu dan kualitas demokrasi yang diterapkan (Ivanna, dkk., 2024). Fenomena *Framing Gemoy* yang diusung oleh pasangan calon Prabowo-Gibran tetap

memiliki perbedaan pandangan berbagai kalangan yang memandang strategi ini sebagai pendekatan politik yang problematik dan berpotensi merusak kualitas demokrasi di Indonesia. Kritik paling mendasar terhadap *Framing Gemoy* adalah degradasi substansi politik menjadi sekadar hiburan dan komodifikasi citra. Para pengamat politik melihat bahwa pendekatan ini secara sistematis mengalihkan perhatian publik dari isu-isu fundamental kenegaraan seperti kemiskinan, pengangguran, korupsi, dan kesenjangan sosial. Penggunaan strategi komunikasi yang bersifat entertaint dan viral, pasangan Prabowo-Gibran dinilai telah mereduksi kompleksitas persoalan bangsa menjadi sekadar tontonan ringan. Demokrasi yang sehat mensyaratkan keterlibatan warga negara untuk mampu berpikir kritis, informed, dan dapat melakukan evaluasi mendalam terhadap pilihan politiknya. Namun, strategi *Framing Gemoy* justru bekerja sebaliknya. *Framing* ini menciptakan semacam kedok intelektual yang menutupi kelemahan substansial melalui hiburan dan pendekatan emosional. Generasi muda yang seharusnya menjadi lokomotif perubahan dan pembaruan politik justru disuguhi narasi yang mereduksi kompleksitas persoalan bangsa menjadi sekadar pertunjukan *entertainment*.

Framing Gemoy menjadi sebuah upaya melanggengkan budaya politik dangkal yang telah lama menjadi permasalahan sistem demokrasi Indonesia. Pendekatan yang mengedepankan sentuhan emosional dan hiburan ini dianggap sebagai strategi untuk menutupi ketiadaan gagasan substantif. Dengan membangun narasi *Gemoy* yang lucu dan menghibur, pasangan ini secara tidak langsung mendorong masyarakat, terutama pemilih pemula, untuk tidak kritis dan hanya menerima apa yang ditampilkan. Kajian mendalam dari para akademisi politik menunjukkan bahwa *Framing* semacam ini berpotensi membentuk budaya politik yang tidak sehat. Ketika humor dan gaya komunikasi ringan dijadikan senjata utama dalam berkampanye, maka yang terjadi adalah proses depolitisasi. Masyarakat dialihkan dari diskusi mendalam tentang program kerja, visi misi, dan kemampuan memimpin, menuju ruang komunikasi yang superfisial dan tidak bermakna. (Nuraliza et al., 2024)

Dampak paling berbahaya dari *Framing Gemoy* adalah potensi pembentukan generasi pemilih yang tidak kritis. Ketika pemilih pemula dipaksa untuk menerima konstruksi citra yang sangat artifisial, mereka kehilangan kesempatan untuk melakukan evaluasi mendalam terhadap kapasitas kepemimpinan. Demokrasi yang sehat mensyaratkan adanya partisipasi aktif dan kesadaran kritis dari warga negara, namun strategi komunikasi semacam ini justru cenderung mematikan potensi tersebut.

Pemilih pemula yang belum memiliki pengalaman sebelumnya dalam mengikuti pencoblosan dan kali pertamanya diberi kesempatan memilih dan saat itu juga menggejolak emosi lebih dari anak muda yang didominasi perilaku anak muda cenderung sentimen dan terprovokasi serta menyukai terciptanya onarona politik misalnya di penyebaran hoax untuk

menyudutkan buruknya performa calon maupun aktivis atau pegiat politik lainnya di Media Sosial karena isu ini dianggap sebagai lelucon yang disemarakkan bukan keseriusan yang harus diperhatikan (Windawati dan Sihite, 2024).

Desa Kalang, sebagai representasi wilayah perdesaan di Kabupaten Dairi, menghadapi kompleksitas transformasi politik yang signifikan. Pemilih pemula menjadi kelompok strategis yang memiliki potensi besar namun seringkali terabaikan dalam proses demokratisasi. Fenomena *Framing Gemoy* oleh pasangan Prabowo-Gibran muncul sebagai respons inovatif terhadap tantangan partisipasi politik generasi muda. Respons pemilih pemula di Desa Kalang terhadap *Framing* ini tidaklah seragam. Sebagian melihatnya sebagai upaya menyegarkan komunikasi politik, di mana bahasa dan pendekatan yang digunakan lebih cair, lebih manusiawi, dan mengurangi kesan elitisme yang selama ini melekat dalam perpolitikan Indonesia. Bagi kelompok ini, *Gemoy* bukan sekadar permainan bahasa, melainkan representasi dari semangat kedekatan dan aksesibilitas pemimpin dengan rakyat. Namun, tidak sedikit pula pemilih pemula yang justru memandang *Framing "Gemoy"* sebagai strategi populis yang dangkal. Mereka lebih tertarik pada substansi program, kapasitas kepemimpinan, dan track record individual dari Prabowo dan Gibran. Bagi kelompok kritis ini, permainan bahasa dan branding personal tidaklah cukup untuk meyakinkan mereka dalam menentukan pilihan politik.

Perpindahan dukungan basis massa Jokowi dari PDIP menuju Prabowo-Gibran merupakan fenomena menarik dalam dinamika politik Indonesia. Narasi *Gemoy* yang melekat pada sosok Prabowo Subianto telah menciptakan pergeseran persepsi yang signifikan di mata publik, khususnya pendukung setia Jokowi. Transformasi citra Prabowo menjadi figur yang "menggemaskan" atau "*Gemoy*" tidak terjadi secara alamiah. Perubahan ini merupakan hasil dari strategi komunikasi politik yang terencana, didukung oleh kekuatan media sosial dan dukungan langsung dari Presiden Jokowi. Fenomena ini semakin diperkuat dengan pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai wakil presiden yang merupakan putra sulung Jokowi. Sebagai putra Jokowi, Gibran membawa legitimasi tersendiri yang membuat pendukung Jokowi merasa bahwa mendukung Prabowo-Gibran sama dengan tetap setia pada jalur politik Jokowi. Kombinasi antara citra *Gemoy* Prabowo dan figur Gibran menciptakan formula yang efektif untuk menarik simpati basis pendukung Jokowi. Dampak dari fenomena ini terlihat dari pergeseran dukungan yang signifikan dari basis massa Jokowi yang awalnya identik dengan PDIP menuju kubu Prabowo-Gibran. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *Framing Gemoy* bukan hanya berhasil mengubah citra Prabowo, tetapi juga mampu mentransformasi loyalitas politik yang sudah terbangun bertahun-tahun.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Framing Gemoy Paslon Prabowo-Gibran untuk Meningkatkan Ketertarikan Pemilih Pemula (Studi Kasus di Desa Kalang Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi)*”.

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini termasuk riset langsung pada lapangan/field research yaitu dengan mencari data - data yang langsung dari sumber. Penelitian lapangan dilakukan untuk mendapatkan data akurat dari sumber – sumber yang ada di lokasi penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah. Pemilihan metode kualitatif untuk penelitian tentang *Framing Gemoy paslon Prabowo-Gibran* sangat tepat karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap kompleksitas proses komunikasi politik dan persepsi pemilih pemula di lokasi penelitian. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Masyarakat Pemilih Pemula di Desa Kalang, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari lapangan (Moleong, 2010). Dalam upaya mendapatkan data primer untuk penelitian tentang *Framing "Gemoy " Paslon Prabowo-Gibran*, peneliti akan melakukan serangkaian kegiatan pengumpulan data langsung dari sumber utama di Desa Kalang. Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya. Data ini umumnya berasal dari perpustakaan, laporan penelitian sebelumnya, atau dokumen lain yang relevan. Dalam konteks penelitian ini, sumber data sekunder mencakup buku-buku, peraturan perundang-undangan, artikel dari surat kabar yang berkaitan dengan topik *Framing* dalam meningkatkan ketertarikan pemilih pemula.(Moleong, 2010)

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis data wawancara yang telah dilakukan dengan 15 narasumber pemilih pemula di Desa Kalang, Kabupaten Dairi, dapat ditarik kesimpulan mengenai efektivitas strategi *framing gemoy* Prabowo-Gibran dalam Pemilu 2024.

Konteks teori *framing* Robert Entman dalam strategi *gemoy* yang diterapkan pasangan Prabowo-Gibran telah berhasil melakukan keempat fungsi utama *framing* secara efektif. Pertama, fungsi problem definition tercapai melalui identifikasi masalah komunikasi politik yang selama ini menjadi hambatan antara kandidat dan pemilih muda, yakni citra politik yang kaku, serius, dan menakutkan yang membuat generasi muda merasa jauh dari dunia politik.

Kedua, fungsi causal interpretation diimplementasikan dengan menunjukkan bahwa jarak antara pemimpin dan rakyat, khususnya generasi muda, disebabkan oleh pendekatan komunikasi politik yang terlalu formal dan tidak relevan dengan budaya digital anak muda. Ketiga, fungsi moral evaluation direalisasikan dengan memposisikan pendekatan *gemoy* sebagai cara yang lebih humanis, dekat, dan demokratis dalam berkomunikasi dengan rakyat. Keempat, fungsi treatment recommendation diwujudkan melalui penggunaan bahasa gaul, konten visual yang menggemaskan, dan pemanfaatan platform media sosial sebagai solusi untuk menjembatani kesenjangan komunikasi politik.

Efektivitas strategi *framing gemoy* dalam menarik perhatian pemilih pemula terbukti sangat tinggi berdasarkan testimoni seluruh narasumber yang menyatakan bahwa pendekatan ini berhasil mengubah persepsi mereka terhadap politik. Keberhasilan ini tidak terlepas dari kesesuaian strategi dengan karakteristik pemilih pemula yang aktif di media sosial, rentan terhadap tren visual, dan menyukai konten yang ringan serta menghibur. *framing gemoy* berhasil mentransformasi citra Prabowo dari sosok militer yang tegas dan menakutkan menjadi figur yang lucu, menggemaskan, dan dapat didekati, sehingga menciptakan kedekatan emosional yang sebelumnya tidak ada.

Media sosial, terutama TikTok, berperan sebagai medium utama dalam amplifikasi dan penyebaran *framing gemoy* ini. Platform digital menjadi ruang di mana konten-konten kampanye dapat dengan mudah viral dan menjangkau target audiens secara masif. Algoritma media sosial yang mendukung konten ringan dan menghibur semakin memperkuat efektivitas strategi ini, menciptakan efek bola salju yang membuat citra *gemoy* semakin mengakar dalam benak pemilih muda. Penggunaan teknologi AI untuk menciptakan visualisasi yang menggemaskan, video joget-joget, dan konten interaktif lainnya menunjukkan adaptasi kampanye terhadap budaya digital generasi Z dan milenial.

Analisis data juga mengungkapkan berbagai macam respon pemilih pemula terhadap strategi ini. Pendapat di satu sisi, hampir semua narasumber mengakui efektivitas *framing gemoy* dalam menarik perhatian dan menciptakan ketertarikan awal terhadap kandidat. Strategi ini berhasil mengurangi jarak psikologis antara pemimpin dan rakyat, membuat politik menjadi lebih accessible dan tidak menakutkan bagi generasi muda. Di sisi lain, sebagian narasumber menunjukkan kekhawatiran bahwa pendekatan ini dapat mengurangi keseriusan dalam proses pemilihan dan berpotensi mengabaikan aspek substansial seperti visi-misi, program kerja, dan rekam jejak kepemimpinan.

Pembentukan citra positif melalui *framing gemoy* menghasilkan persepsi yang kompleks dan beragam. Mayoritas narasumber memandang strategi ini sebagai inovasi komunikasi politik yang kreatif dan relevan dengan zamannya, yang berhasil menciptakan

emotional engagement dan mengurangi stereotip negatif terhadap kandidat. Transformasi citra dari "garang" menjadi *gemoy* dinilai sebagai strategi yang cerdas dalam menghadapi tantangan komunikasi politik di era digital. Namun, beberapa narasumber juga menyatakan keprihatinan bahwa fokus berlebihan pada aspek hiburan dapat mengaburkan substansi politik dan membuat pemilih lebih tertarik pada kemasan daripada isi.

Pembahasan

A. Ketertarikan Minat Pemilih Pemula

Strategi pembingkai atau *framing gemoy* yang diusung oleh pasangan Prabowo - Gibran dalam Pemilihan Umum 2024 merepresentasikan sebuah inovasi yang sangat berarti dalam pendekatan komunikasi politik. Strategi ini dirancang secara cermat untuk memikat perhatian segmen pemilih pemula yang berada di Desa Kalang, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan kemampuan beradaptasi terhadap dinamika media sosial kontemporer yang berkembang pesat, tetapi juga menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang psikologi komunikasi massa dan perubahan perilaku pemilih di era digital yang terjadi secara spesifik di Desa Kalang. Istilah *gemoy* yang pada awalnya populer di kalangan warganet sebagai ekspresi kekaguman terhadap sesuatu yang lucu dan menggemaskan, secara strategis diadopsi dan diperkuat oleh tim kampanye dengan tujuan yang sangat jelas membangun citra kandidat yang lebih akrab, humoris, dan mudah dijangkau oleh masyarakat pemilih Desa Kalang. Selain itu, strategi ini juga bertujuan untuk mengubah persepsi publik terhadap Prabowo, dari figur yang sebelumnya dikenal tegas dan berlatar belakang militer menjadi sosok yang lebih santai, humanis, dan menyenangkan di mata penduduk Desa Kalang.

Implementasi strategi pembingkai *gemoy* dapat dianalisis secara komprehensif melalui kerangka teori pembingkai Robert Entman yang terdiri dari empat fungsi utama. Dalam aspek *define problems* (mendefinisikan masalah), tim kampanye secara implisit mendefinisikan "masalah" dalam arena politik konvensional sebagai sesuatu yang kaku dan membosankan bagi pemilih muda di Desa Kalang. Hal ini menciptakan kesenjangan atau ketidaksesuaian (*disconnect*) antara generasi politik lama dengan aspirasi dan cara komunikasi generasi baru. Pada tahapan *diagnose causes* (mendiagnosis penyebab), penyebab dari masalah tersebut diidentifikasi sebagai citra politisi yang terlalu formal dan jauh dari keseharian anak muda, termasuk citra militeristik Prabowo yang tegas dan berpotensi menciptakan intimidasi psikologis bagi pemilih di Desa Kalang. Dalam *make moral judgments* pembingkai *gemoy* secara halus menyampaikan penilaian moral bahwa politik tidak harus selalu serius dan menakutkan, melainkan bisa menyenangkan dan humanis tanpa mengurangi esensi

kepemimpinan. Pesan ini sangat diterima dengan baik oleh masyarakat Desa Kalang. Solusi yang ditawarkan adalah transformasi gaya komunikasi politik menjadi lebih santai, humoris, dan mudah dihubungkan melalui pembingkaiian *gemoy* yang diterapkan secara efektif di Desa Kalang.

Penelitian oleh Airlangga Pradipta Adhitama, (2016) sama halnya dengan penelitian *framing gemoy* ini. Metode yang digunakan pada jurnal ini adalah metode Analisis *framing* dari Pan dan Kosicki. Hasil dari penelitian ini adalah dapat ditarik kesimpulan bahwa pembingkaiian berita Citra Soemarmo Hadi Saputro Menjelang Pemilihan Walikota Semarang Tahun 2015 menampilkan kemenonjolan unsur siapa dan unsur apa pada judul berita. Hal ini dapat dilihat dari struktur skrip yang terdapat dalam setiap berita yang terdiri dari 5W+1H, penggunaan bahasa dalam penulisan berita juga menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Keterkaitan mendasar terletak pada penggunaan metode analisis *framing* Pan dan Kosicki yang memungkinkan identifikasi struktur pembingkaiian melalui elemen-elemen seperti skrip, tematik. Penelitian Adhitama menunjukkan bahwa pembingkaiian efektif terjadi ketika unsur "siapa" dan "apa" ditonjolkan dalam struktur berita dengan menggunakan formula 5W+1H, sementara *framing gemoy* mengeksplorasi bagaimana strategi komunikasi politik dapat mempengaruhi persepsi dan ketertarikan kelompok demografis spesifik yaitu pemilih pemula. Pentingnya penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti dalam komunikasi politik, sebagaimana yang ditemukan Adhitama dalam analisis berita Soemarmo Hadi Saputro. Hal ini sejalan dengan konsep yang menggunakan pendekatan komunikasi yang lebih *casual dan relatable* untuk menjangkau pemilih muda. *framing gemoy* memperluas pemahaman tentang bagaimana adaptasi gaya komunikasi dapat disesuaikan dengan karakteristik audiens sasaran, khususnya pemilih pemula yang memiliki preferensi komunikasi yang berbeda dari kelompok pemilih yang lebih dewasa.

Keefektifan pembingkaiian *gemoy* dalam memikat minat pemilih pemula di Desa Kalang terbukti sangat tinggi dan menunjukkan dampak psikologis yang signifikan. Data empiris mengindikasikan bahwa strategi ini berhasil mengubah persepsi Prabowo dari sosok yang kaku dan menakutkan menjadi figur yang lebih ceria dan menghibur di mata masyarakat Desa Kalang. Perubahan persepsi ini tidak hanya bersifat dangkal atau superfisial, tetapi menciptakan keterlibatan emosional yang mendalam melalui humor. Hal ini secara efektif mengurangi jarak psikologis antara calon pemimpin dan pemuda di Desa Kalang. Fenomena viralitas dan rasa takut ketinggalan (*Fear of Missing Out* atau *FOMO*) menjadi pendorong keefektifan yang sangat kuat di Desa Kalang. Konten *gemoy* yang menyebar luas di media sosial memicu rasa ingin tahu dan partisipasi yang masif, menciptakan efek domino di mana keterlibatan satu individu mempengaruhi jaringan sosialnya secara eksponensial di Desa

Kalang. Namun, data juga mengindikasikan bahwa daya tarik awal ini perlu diikuti dengan substansi program yang kuat agar tidak hanya bersifat sementara dan dangkal. Ini menunjukkan bahwa pembingkai *gemoy* lebih efektif sebagai strategi pembuka daripada sebagai fondasi utama kepemimpinan politik jangka panjang di Desa Kalang.

Namun, era kepemimpinan Prabowo-Gibran menghadirkan paradoks menarik yang termanifestasi dalam sederet kebijakan kontroversial dalam 100 hari pertama pemerintahan. Kenaikan PPN menjadi 12 persen yang diberlakukan mulai Januari 2025 menjadi sorotan utama, terutama karena digunakan untuk membiayai program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang ironisnya merupakan janji kampanye populis mereka. Kebijakan penghematan anggaran melalui Instruksi Presiden Nomor 1 Tahun 2025 yang menargetkan pemangkasan belanja negara hingga Rp306,69 triliun juga mengejutkan publik yang terbiasa dengan citra "baik hati" hasil *framing gemoy*. Fenomena yang lebih mengkhawatirkan adalah pola kebijakan yang berulang kali menimbulkan kontroversi kemudian direvisi setelah mendapat resistensi publik, menunjukkan ketidakmatangan dalam perumusan kebijakan. Hal ini membuktikan bahwa *framing*, meski powerful dalam membentuk persepsi, memiliki keterbatasan ketika berhadapan dengan realitas governance yang kompleks. Pemimpin yang terpilih melalui *framing* tertentu tidak selalu konsisten dengan frame yang mengantarkan mereka ke kursi kekuasaan. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan fundamental tentang sustainability *framing* dalam praktik kepemimpinan. Ketika kebijakan kontroversial seperti kenaikan PPN yang justru membebankan rakyat untuk membiayai program populis mulai bermunculan, frame *gemoy* dapat menjadi boomerang yang merugikan kredibilitas pemimpin. Masyarakat yang awalnya tertarik dengan citra lucu dan menghibur merasa "tertipu" ketika menghadapi kenyataan bahwa program makan gratis yang dijanjikan ternyata dibiayai dari kantong mereka sendiri melalui pajak yang lebih tinggi. Ironi semakin terasa ketika pemerintah harus berulang kali merevisi kebijakan setelah mendapat perlawanan publik, menunjukkan bahwa kepemimpinan memerlukan keputusan-keputusan yang matang, bukan sekadar reaksi terhadap tekanan massa.

Kasus Prabowo-Gibran membuktikan kekuatan sekaligus bahaya *framing* dalam politik modern. Pemerintah kekeh menaikkan PPN menjadi 12 persen lantaran pemerintah butuh uang untuk program baru yang siap dieksekusi di tahun depan seperti Makan Bergizi Gratis (MBG), menunjukkan bagaimana *framing* populis dapat menjebak pemimpin dalam kontradiksi kebijakan. Teori Entman terbukti relevan dalam menjelaskan bagaimana konstruksi realitas dapat mempengaruhi pilihan politik masyarakat, namun juga mengekspos kelemahan *framing* ketika berhadapan dengan kompleksitas penyelenggaraan negara. Era ini mengajarkan bahwa pemimpin hasil produk *framing* harus mampu mengelola transisi dari citra kampanye menuju realitas governance, atau mereka akan menghadapi krisis legitimasi ketika frame yang mereka

bangun bertabrakan dengan tuntutan kepemimpinan yang sebenarnya. Kemunculan Presiden Prabowo untuk menyelesaikan kontroversi yang berulang menunjukkan bahwa perumusan kebijakan publik tidak memiliki dasar kajian dan manajemen risiko yang memadai, membuktikan bahwa *framing* tanpa substansi akan menghasilkan pemimpin yang reaktif, bukan proaktif dalam menghadapi tantangan bangsa.

B. Pengaruh Literasi Politik dan Akses Media Sosial

Pengaruh literasi politik dan akses terhadap media sosial merupakan dua variabel yang sangat penting secara signifikan membentuk dinamika dan keberhasilan kampanye pembungkaman *gemoy* Prabowo - Gibran di Desa Kalang, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi. Dalam konteks komunikasi politik digital di Desa Kalang, kedua variabel ini tidak beroperasi secara independen, melainkan saling berinteraksi dan memperkuat dalam menciptakan ekosistem komunikasi politik yang kompleks. Media sosial, khususnya platform seperti TikTok, telah menjadi arena utama bagi penyebaran dan amplifikasi pembungkaman ini di Desa Kalang. Sementara itu, tingkat literasi politik di kalangan pemilih pemula turut menentukan bagaimana informasi yang disajikan diproses, diinterpretasikan, dan pada akhirnya mempengaruhi keputusan politik mereka di Desa Kalang.

Media sosial memegang peranan yang sangat dominan dalam menyebarkan dan memperkuat pembungkaman *gemoy* melalui berbagai mekanisme yang canggih di Desa Kalang. Data empiris menunjukkan bahwa TikTok diidentifikasi sebagai platform utama, di mana tim sukses menampilkan konten joget-joget *gemoy* dan lagu viral yang dimodifikasi menjadi lagu kampanye. Hal ini menciptakan konten hybrid yang menggabungkan hiburan dengan pesan politik yang relevan bagi audiens di Desa Kalang. Karakteristik viralitas konten menjadi kunci sukses penyebaran pembungkaman ini, di mana konten *gemoy* memiliki potensi tinggi untuk menjadi viral karena sifatnya yang menghibur, mudah dibagikan dan mudah direproduksi oleh pengguna lain di Desa Kalang.

Tingkat literasi politik di kalangan pemilih pemula di Desa Kalang memiliki dampak yang signifikan dan multidimensional terhadap bagaimana mereka memproses dan merespons pembungkaman *gemoy*. Data menunjukkan bahwa pemilih pemula di Desa Kalang cenderung lebih mudah terpengaruh oleh aspek sensasi dan hiburan dibandingkan dengan substansi politik yang lebih mendalam. Ini mengindikasikan adanya kesenjangan dalam kecanggihan politik yang dapat mempengaruhi kualitas keputusan demokratis mereka. Fokus pada sensasi daripada substansi menjadi pola yang konsisten, menunjukkan bahwa pemilih pemula di Desa Kalang mungkin belum memiliki bekal literasi politik yang memadai untuk menganalisis program dan visi-misi kandidat secara kritis dan komprehensif. Kerentanan terhadap tren visual dan narasi

ringan menjadi karakteristik yang menonjol di kalangan pemilih pemula di Desa Kalang, di mana mereka lebih responsif terhadap kemasan daripada isi, gaya daripada substansi. Meskipun pembingkai *gemoy* terbukti efektif dalam menarik perhatian awal dan menciptakan keterlibatan awal di Desa Kalang, data juga menekankan bahwa ini hanyalah pintu masuk yang harus diikuti dengan kelanjutan berupa program nyata dan substansi politik yang solid untuk menciptakan dukungan politik yang berkelanjutan.

Pengaruh media sosial dan literasi politik terhadap pembingkai *gemoy* dapat dijelaskan lebih komprehensif melalui lensa teori Entman yang mengintegrasikan proses pembingkai dengan efek media (*media effects*) di Desa Kalang. Media sosial berfungsi sebagai saluran utama untuk membingkai pesan *gemoy* kepada audiens yang luas di Desa Kalang. Media sosial melakukan priming dengan secara konsisten menampilkan konten *gemoy* sehingga audiens menjadi lebih akrab dan cenderung memproses informasi politik melalui bingkai tersebut. Proses ini menciptakan aksesibilitas kognitif di mana bingkai *gemoy* menjadi lebih mudah diakses dalam memori dan digunakan sebagai heuristik (jalan pintas mental) dalam penilaian politik di Desa Kalang.

Literasi politik pemilih pemula di Desa Kalang, di sisi lain, secara fundamental mempengaruhi proses penetapan agenda dan penonjolan dalam pemahaman politik. Bagi pemilih dengan tingkat literasi politik yang rendah di Desa Kalang, aspek *gemoy* menjadi sangat menonjol dan mendominasi agenda mereka dalam menentukan pilihan politik, seringkali mengesampingkan isu-isu substansial seperti program ekonomi, kebijakan sosial, atau rekam jejak kandidat. Sebaliknya, pemilih dengan literasi politik yang lebih tinggi di Desa Kalang mungkin tetap tertarik oleh pembingkai *gemoy* sebagai daya tarik awal dan pemecah kebekuan namun tidak menjadikannya satu-satunya dasar pengambilan keputusan. Mereka justru mencari informasi lebih lanjut mengenai visi, misi, dan program kandidat. Interaksi antara media sosial dan literasi politik menciptakan jalur yang berbeda dalam pemrosesan informasi politik di Desa Kalang. Media sosial dapat berfungsi sebagai gerbang untuk keterlibatan politik bagi pemilih dengan literasi rendah, sementara bagi pemilih dengan literasi tinggi, media sosial menjadi titik awal untuk penyelidikan politik yang lebih mendalam. Dinamika ini menunjukkan kompleksitas dalam strategi komunikasi politik yang harus mengakomodasi heterogenitas audiens dengan tingkat kecanggihan politik yang bervariasi di Desa Kalang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai strategi *framing gemoy* pasangan Prabowo-Gibran dalam meningkatkan ketertarikan pemilih pemula di Desa Kalang, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi, dapat disimpulkan bahwa strategi ini merupakan inovasi yang signifikan dalam komunikasi politik. Pembingkaian *gemoy* berhasil menarik perhatian pemilih pemula dengan cara yang lebih akrab, humoris, dan mudah dijangkau, yang sangat relevan dengan karakteristik generasi muda yang tumbuh di era digital. Melalui penggunaan bahasa gaul, elemen visual yang menarik, dan interaksi santai, strategi ini mampu mengubah persepsi publik terhadap Prabowo dari sosok yang tegas menjadi lebih humanis dan menyenangkan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pembingkaian ini tidak hanya menciptakan keterlibatan emosional yang mendalam, tetapi juga memanfaatkan media sosial.

Penggunaan media sosial oleh pemilih pemula di Desa Kalang sebagai platform utama strategi *framing gemoy* menunjukkan adaptasi yang cerdas terhadap realitas komunikasi politik di daerah pedesaan. Pemilih pemula di Desa Kalang memiliki akses yang cukup memadai terhadap platform digital seperti Instagram dan TikTok yang memungkinkan penetrasi konten *gemoy* secara efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembingkaian ini tidak hanya menciptakan keterlibatan emosional yang mendalam, tetapi juga memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama untuk menyebarkan pesan kampanye. Strategi ini tentunya sangat efektif dalam menarik perhatian awal, namun penting untuk diingat bahwa daya tarik ini harus diimbangi dengan substansi program yang kuat agar dapat menciptakan dukungan politik yang berkelanjutan. Selain itu, literasi politik pemilih pemula dan akses terhadap media sosial menjadi faktor penting yang memengaruhi bagaimana informasi diproses dan diterima, sehingga perlu diperhatikan dalam strategi komunikasi politik ke depan. Strategi *framing gemoy* di Desa Kalang dengan demikian telah membuktikan kemampuannya dalam mentransformasi komunikasi politik tradisional menjadi pendekatan yang lebih inklusif dan relevan bagi generasi digital, sekaligus membuka peluang baru dalam membangun kedekatan emosional antara calon pemimpin dengan pemilih, khususnya pemilih pemula.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, S., & Amanda, Z. B. (2024). Prosiding seminar nasional manajemen analisis kualitas pelayanan ramah di kantin Bude Sahlan SDN Pejaten Barat 08 pagi Jakarta Selatan. 3(2), 1563–1570.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>

- Budi Ali Mukmin, O. A. S. (2024). Pendidikan kewarganegaraan transformatif: Menuju warga negara berpikir politis. *10(2)*, 170–196.
<https://doi.org/10.21776/ub.transformative.2024.010.02.2>
- Deddy Mulyana, Mulyana & M.A, Eriyanto, E. (2009). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*.
- Dr. H. Zuhri Abdussamad, S.IK., M. S. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Fathul, M. N. (2024). Pembingkai (Framing) Fox News pada kebijakan tarif Donald Trump dalam perang dagang Amerika Serikat-Tiongkok. *Ayan*, *15(1)*, 37–48.
- Fatmawati. (2022). *Kampanye Politik*. Researchgate.Net.
https://www.researchgate.net/profile/Adrian-Wijanarko/publication/352471771_Branding_Konsep_dan_Studi_Merek_Lokal/links/60caa9ae299b1cd71d53502/Branding-Konsep-dan-Studi-Merek-Lokal.pdf
- Halking, Chintya, A., Cindy, S., Dedek, N., Loficha, H., & Br. (2024). Analisis tingkat pendidikan dalam menentukan pilihan politik pada pemilihan umum presiden 2024 di Desa Ketaren Kabupaten Karo. *1(2)*, 668–673.
- Halking, Rahmawati, S. (2024). Pengaruh tingkat status sosial ekonomi terhadap pemahaman pemilu pemilih pemula pada Pilpres 2024 di Desa Suka Mulia Kecamatan Secanggang Kabupaten Langkat. *16(2)*.
- Halking, Safitri, I., & Sitompul, K. P. (2025). Partisipasi generasi muda dalam komunikasi politik pada pemilu 2024 di Desa Medan Estate Kecamatan Percut Sei Tuan. *6(2)*, 960–964.
- Halking, M. A. R. (2022). Persepsi pemilih pemula terkait kampanye politik di media sosial Tiktok pada Pilpres 2024 (Studi mahasiswa PPKn Unimed Stambuk 2023). *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, *9(4)*, 1483–1490.
- Handayani, H. (2024). Analisis framing terhadap citra gemoy dalam portal berita online. *Multiverse: Open Multidisciplinary Journal*, *3(1)*, 70–81.
<https://doi.org/10.57251/multiverse.v3i1.1427>
- Heriyanto, D. G. gun. (2021). *Strategi Literasi Politik*. Ircisod.
- Pan, K., & Stephen, Oscar, G. (2001). *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*.
- Rosdiawan, R. (2022). Respon Muslim terhadap War on Terror. *IAIN Pontianak Press*.
- Rujakat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*.

- Suryana, H. C., Zarkasih, M. A. F. M. H. H. M., & Amelia, M. A. H. N. I. K. N. (2019). Rekonstruksi partai politik dalam sistem politik. In *UIN Sunan Gunung Djati Bandung* (Vol. 11, Nomor 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Venus, D. A. (2018). *Manajemen Kampanye*. Simbiosis Rekatama Media.
- Moleong, L. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Windawati, P., Nisa, C., Natasya, E., Sitepu, B., Mindo, J., & Joy. (2025). Persepsi pemilih pemula tentang pentingnya partisipasi dalam Pilkada 2024 di SMA Swasta Bina Siswa. 4(1), 427–436.
- Windawati, P., & Sihite, S. (2024). Pembekalan pendidikan politik Medan menjadi pemilih rasional menjelang Pilkada 2024. 7, 18669–18673.
- Yunita, S., Zahra, A., & Aliyyah, N. (2023). Urgensi politik identitas terhadap demokrasi negara Pancasila. *JERUMI: Journal of Education Religion Humanities and Multidiciplinary*, 1(2), 713–717. <https://doi.org/10.57235/jerumi.v1i2.1476>