

**STRATEGI *FRAMING* MEDIA SOSIAL  
DALAM PENGGALANGAN DANA (*FUNDRAISING*)  
OLEH GERAKAN BERBAGI NASI PADANG**

**TESIS**



**PROGRAM MAGISTER SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2022**

**STRATEGI *FRAMING* MEDIA SOSIAL  
DALAM PENGGALANGAN DANA (*FUNDRAISING*)  
OLEH GERAKAN BERBAGI NASI PADANG**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**PROGRAM MAGISTER SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2022**

## ABSTRAK

**MERI SUTRA, 2020811003. Jurusan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas. Judul Tesis: Strategi *Framing* Media Sosial dalam Penggalangan Dana (*Fundraising*) oleh Gerakan Berbagi Nasi Padang. Pembimbing I Dr. Azwar, M.Si, Pembimbing II Dr. Elfitra, M.Si**

Kegiatan *Charity* biasanya diimplementasikan dalam bentuk berderma dan berbagi kepada sesama untuk membantu mengurangi masalah sosial. Dewasa ini praktik derma sudah memiliki banyak inovasi, misalnya memanfaatkan media sosial dalam penggalangan dana (*fundraising*). Salah satu gerakan yang berhasil mempraktikkan cara ini adalah Berbagi Nasi Padang. Selanjutnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi *framing* media sosial dalam penggalangan dana (*fundraising*) oleh gerakan Berbagi Nasi Padang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif dan pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam menganalisis penelitian ini, penulis menggunakan teori *Framing* dari Willim A. Gamson dan Andre Modigliani. Sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan pengumpulan dokumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gerakan Berbagi Nasi Padang menggunakan *condensing symbol* yang dapat berupa uraian, argumentasi, grafik, dan gambar dalam mendukung pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Selain itu pada media sosial Berbagi Nasi Padang juga ditemukan *frame* membangun kesadaran berbagi yang terbagi menjadi 3 bentuk, yaitu *aggregate frame*, *consensus frame*, dan *collective action frame*. Melalui *framing* yang dilakukan, gerakan ini juga berhasil mempengaruhi pandangan anggotanya sehingga terbentuk identitas kolektif yang sama.

**Kata Kunci: Strategi, *Framing*, Media Sosial, Penggalangan Dana, Gerakan, Berbagi Nasi Padang.**