

## ABSTRAK

**Wina Meliana: *Teknologi Mereduksi Kemiskinan (Penelitian tentang Media Sosial sebagai Digital Branding Insan Bumi Mandiri (IBM) dalam Menanggulangi Kemiskinan di Nusa Tenggara Timur)***

Penelitian ini berangkat dari permasalahan keraguan masyarakat terhadap Insan Bumi Mandiri (IBM) sebagai lembaga sosial yang bergerak untuk menanggulangi masalah kemiskinan di Nusa Tenggara Timur (NTT). Saat ini teknologi informasi banyak digunakan oleh lembaga-lembaga sosial sebagai tempat penggalangan dana. Salah satu contohnya seperti lembaga IBM yang melakukan gerakan donasi *campaign* untuk keberlangsungan program menanggulangi kemiskinan di NTT melalui media sosial. Keraguan masyarakat terhadap IBM dapat berpotensi menghambat keberhasilan IBM dalam menanggulangi kemiskinan di NTT.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses yang dilakukan IBM dalam membangun citra yang positif di masyarakat melalui *digital branding*. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan IBM dalam menarik donatur dan relawan sehingga gerakan yang dilakukan IBM untuk memberdayakan masyarakat pedalaman di NTT dapat terealisasi. Tujuan lainnya dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui keberhasilan *digital branding* dalam menanggulangi kemiskinan di NTT.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Data penelitian diperoleh melalui observasi dan wawancara semi terstruktur kepada anggota IBM dengan teknik penentuan informan melalui *purposive sampling* atau menggunakan kriteria tertentu. Peneliti memilih kriteria informan dengan jabatan tertinggi seperti ketua yayasan IBM dan posisi yang sesuai dengan penelitian ini seperti tim konten, tim program serta tim CR.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori gerakan sosial baru yakni proses *framing* dan struktur mobilisasi sumber daya. Gerakan sosial baru adalah gerakan yang memusatkan pada isu perhatian yang baru seperti kualitas hidup masyarakat, identitas kelompok tertentu, memperluas ruang kehidupan, perjuangan masyarakat sipil dan bersifat non-ekonomi. Gerakan sosial baru timbul atas reaksi masalah politik, teknologi, ekonomi, dan birokrasi yang mempengaruhi seluruh aspek kehidupan masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *digital branding* IBM di kalangan masyarakat belum populer. Sedangkan mekanisme program dan *digital branding* nya lebih dititikberatkan kepada upaya penanggulangan kemiskinan di NTT di antaranya informasi peta data yang disajikan di media sosial. Informasi tersebut membuat IBM berhasil mendapatkan kepercayaan dari donatur sehingga program IBM untuk menanggulangi kemiskinan di NTT dapat terealisasi.

**Kata Kunci:** *Digital branding*, Kemiskinan, Penanggulangan Kemiskinan di NTT