

Mengkomunikasikan filantropi dalam menjembatani kesenjangan digital : analisis SWOT dari program Microsoft Indonesia "generasi bisa!" = Communicating philanthropy in overcoming digital divide : SWOT analysis on Microsoft Indonesia's "generasi bisa!"

Mutiara Azka, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468720&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kesenjangan digital masih dapat ditemukan di Indonesia, ini dapat dilihat salah satunya melalui data statistic dari Indonesia Investments 2016 yang menyatakan bahwa masih ada sekitar 150 juta penduduk Indonesia yang hidup tanpa akses internet. Generasi Bisa! platform merupakan upaya dari Microsoft untuk membuktikan komitmen perusahaan, dalam menutup kesenjangan digital yang menjadi permasalahan di jaman modern, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Untuk mengoptimalkan fungsi dari platform tersebut, menkomunikasikan platform secara efektif adalah suatu keharusan. Dengan mengambil data melalui wawancara mendalam dengan pihak Microsoft Indonesia, dan mengambil beberapa data sekunder dari berbagai sumber, diskusi dalam jurnal review ini akan meliputi tentang bagaimana strategi komunikasi dari tim Humas Microsoft Indonesia dalam memperkenalkan filantropi perusahaan yang bergerak untuk mengatasi kesenjangan digital, dalam hal ini Generasi Bisa!.

ABSTRACT

Digital Divide can still be found in Indonesia, this could be seen through the statistic from Indonesia Investments 2016 which mentioned that there are still about 150 million people still live without internet in Indonesia. Generasi Bisa Platform is one of Microsoft's efforts to express its commitment to closing the digital divide, which has become a social concern in developing countries, particularly in Indonesia. To optimize the function of this platform, effective communication strategy is necessary. By collecting data through conducting an in depth interview session with one of Microsoft Indonesia's employees, and collecting secondary data through other additional resources, the discussion within this journal review will revolve around how the Public Relations team of Microsoft Indonesia developed their communication strategy to introduce this philanthropy program to march themselves in closing the digital divide.