

## Menyiasati Peluang

### Lapisan Penemuan Metaverse: Apple (4)

LAPISAN Penemuan Metaverse berikutnya dari Apple adalah Iklan Penelusuran Apple (Apple Search Ad), yang membantu orang menemukan aplikasi Anda di App Store, mencocokkan pelanggan dengan aplikasi Anda pada saat yang tepat. Iklan Penelusuran Apple dirancang untuk mengubah niat ke dalam unduhan. Dorong visibilitas dan unduhan aplikasi Anda di seluruh App Store, di mana pun 600 juta orang berselancar setiap minggu untuk menemukan dan mengunduh aplikasi. Selama lebih dari satu dekade, ini terbukti menjadi tempat yang aman dan tepercaya bagi orang-orang untuk menemukan dan mengunduh aplikasi seperti milik Anda. Saat orang pertama kali tiba, cari sesuatu yang spesifik, atau aplikasi penelitian, iklan Penelusuran Apple membantu mereka menemukan aplikasi di seluruh kunjungan App Store mereka. Iklan Penelusuran Apple memudahkan pengelolaan kampanye Anda. Tidak ada minimum belanjaan, dan Anda dapat berinvestasi sebanyak atau sedikit yang Anda inginkan. Dengan biaya per ketuk atau cost-per-tap (CPT), Anda hanya membayar bila pelanggan terlibat dengan iklan Anda.

Apple percaya, iklan harus didasarkan pada dasar privasi, transparansi, dan kontrol data prinsip-prinsip yang membuat Apple dipercaya oleh orang-orang di seluruh dunia. Itulah mengapa layanan periklanan Apple dirancang dengan privasi konsumen bawaan, sekaligus memberikan kinerja dan nilai terdapat di industri bagi pengiklan. Pendekatan Apple sederhana: untuk menyediakan platform di mana orang dapat menemukan apa yang mereka pedulikan dan pengiklan dapat mengembangkan bisnis mereka. Relevansi pribadi memandu kita. Apple bekerja keras untuk mencocokkan produk dan layanan yang Anda tawarkan dengan minat dan niat pelanggan.

Teknologi cerdas Apple memberikan hasil terdepan di industri dengan harga yang Anda pilih. Apple memberikan perlindungan yang kuat terhadap penipuan untuk membantu Anda mencapai hasil yang nyata. Apple menampilkan iklan Anda dalam konten yang aman bagi merek sambil memberikan transparansi dan kontrol kepada pengguna. Apple melakukan semua ini dengan privasi bawaan, sehingga pelanggan merasa aman terlibat dengan merek Anda.

Setiap aplikasi di App Store ditinjau menggunakan keamanan, kinerja, bisnis, desain, dan pedoman hukum. Ini memberikan pengalaman yang aman bagi pengguna dan lingkungan yang dapat diandalkan untuk pengiklan. Integrasi perangkat keras, perangkat lunak, dan layanan Apple yang mulus memungkinkan untuk memberikan perlindungan yang kuat terhadap penipuan iklan, melindungi pemasaran Anda investasi sambil memberikan hasil yang dapat Anda percayai. Apple percaya bahwa iklan dapat membantu orang menemukan aplikasi, produk, dan layanan sambil menghormati privasi pengguna. Iklan Penelusuran Apple telah dibuat dari awal untuk melindungi informasi pelanggan. Apple menawarkan teknologi cerdas yang memungkinkan Anda mengukur dampak, sekaligus memberikan pilihan kepada orang-orang tentang cara Apple menggunakan informasi mereka untuk iklan.

Kisah sukses MARVEL Future Revolution dapat menjadi contoh yang baik. Menjelang rilis MARVEL Future Revolution di seluruh dunia, tim di Netmarble perlu mendorong kesadaran dan visibilitas aplikasi. Mereka ingin menarik minat di App Store untuk game role-playing serta terhubung dengan penggemar setia Marvel. Selain mempertahankan laba atas belanja iklan yang kuat di seluruh pasar, tim berfokus pada memaksimalkan unduhan dalam minggu pertama peluncuran jangka waktu paling kritis untuk akuisisi dengan sebagian besar game baru. MARVEL Future Revolution, pemain bisa berubah menjadi superhero di Marvel Universe. Selama peluncuran aplikasi, penerbit Netmarble memaksimalkan unduhan global sekaligus meningkatkan pendapatan, retensi, dan laba atas belanja iklan atau return on ad spend (ROAS).

Prof Dr M Suyanto, Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.

## Kompetensi Komunikasi Wartawan Tak Muncul Tiba-tiba

SOLO (KR) - Kompetensi komunikasi wartawan tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi melalui proses morfologi budaya jurnalisisme. Sri Syamsiyah LS, Dosen Universitas Semarang (USM) menandakan hal itu saat mempertahankan disertasinya untuk meraih gelar doktor Ilmu Komunikasi di Universitas Sebelas Maret (UNS) Solo, Selasa (15/11). Ujian terbuka ini dipimpin Prof Dr Ir Ahmad Yunus MSi.

Mengangkat judul disertasi 'Morfologi budaya jurnalisisme: pembentukan kompetensi komunikasi pada wartawan', Sri Syamsiyah melakukan penelitian di empat daerah yakni Yogyakarta, Medan, Jakarta dan Semarang. Ia menemukan morfologi budaya jurnalisisme terdiri nilai-nilai jurnalisisme dan praktik jurnalistik terbentuk dari interplay tiga faktor, yakni faktor mikro, meso dan makro.

Syamsiyah menjelaskan, faktor mikro merupakan individual seperti latar belakang pendidikan, motivasi dan faktor keluarga. Kemudian faktor meso, faktor yang ada pada media dimana wartawan tersebut bekerja dan faktor makro merupakan lingkungan luar seperti politik, ekonomi-politik, bisnis media, budaya setempat dan faktor teknologi.

"Pada morfologi nilai-nilai jurnalisisme, ketiga faktor tersebut



Dr Sri Syamsiyah

memunculkan nilai yang cenderung bersifat universal," ujar dosen yang juga wartawan Suara Merdeka ini.

Dari penelitian yang dilakukan, nilai-nilai yang muncul setidaknya ada empat kelompok, yakni

nilai yang merupakan fungsi pers, nilai yang menjadi tujuan jurnalisisme, nilai yang merupakan cara mencapai tujuan jurnalisisme dan nilai yang terkait konteks ruang dan waktu.

Morfologi nilai-nilai jurnalisisme membentuk kompetensi komunikasi yang bersifat kognitif dan afektif, yaitu berupa pengetahuan dan pemahaman pada diri wartawan tentang peran wartawan yang mereka laksanakan dan selanjutnya menimbulkan kesadaran untuk menjalankan perannya sebagai wartawan.

Dr Syamsiyah lulus dengan predikat sangat memuaskan dengan Indeks Prestasi 3,95. "Ia sebenarnya lulus cumlaude. Karena masa studinya 6 tahun, maka sangat memuaskan," jelas Prof Yunus. (Qom)

## SD Muh Wonokromo II Siaga Bencana

BANTUL (KR) - Begitu terdengar suara sirine tanda bahaya, siswa, guru dan karyawan serta mahasiswa PPL berhamburan keluar dari dalam gedung SD Muhammadiyah Wonokromo II Pleret Bantul. Peristiwa itu merupakan simulasi siaga bencana di sekolah tersebut, Selasa (15/11).

"Ada 144 siswa dari kelas 1 sampai 6 yang mengikuti simulasi siaga bencana," jelas Kepala SD Muhammadiyah Wonokromo II Hayuning Utami SPd.

Menurutnya, simulasi ini dimaksudkan, supaya seluruh warga SD Muhammadiyah Wonokromo II siaga jika sewaktu-waktu terjadi bencana. Apalagi ketika terjadi gempa bumi Mei 2006 pusatnya di Kapanewon Pleret.

Simulasi siaga bencana bekerja sama dengan Taruna Siaga Bencana (Taga-



KR-Warisman

Simulasi siaga bencana SD Muh Wonokromo II.

na) Kabupaten Bantul. Ketua Tagana Kabupaten Bantul Roh Pitutur menyatakan, SD Muhammadiyah Wonokromo II merupakan satuan pendidikan ke-39 yang menggelar simulasi siaga bencana. Selain melayani masyarakat seperti RT, RW dan Karang Taruna.

Roh Pitutur mengingat-

kan, saat terjadi gempa bumi melindungi kepala. Jangan berisik, jangan berlari, jangan mendorong dan jangan kembali ke tempat semula. Usahakan tetap tenang dan tidak panik.

Personel Tagana Bantul terlebih dulu memberikan penjelasan kepada guru dan siswa. Kemudian melakukan simulasi di halaman. (War)

## SERAHKAN DONASI BENCANA MKKS SMA Yoga Kunjungi Trenggalek

YOGYA (KR) - Pengurus MKKS Kota Yogyakarta yang terdiri Drs Herryngroho MPd, Jaka Tumurana MPd, Niken Suwasti SSI, Dr Sri Sulastris MPd dan Rudy Rumanto MPd mengunjungi MKKS SMA Trenggalek Jatim. Kunjungan tersebut untuk menyampaikan donasi yang telah dikumpulkan kepala-kepala SMA yang ada di Kota Yogyakarta untuk membantu siswa dan warga sekolah di lingkungan Dinas Pendidikan di Trenggalek yang terkena musibah tanah longsor dan banjir.

Pengurus MKKS SMA Kota Yoga Jaka Tumurana MPd mengatakan, penyerahan donasi tersebut dilakukan di ruang Dewantara SMA Negeri 2 Trenggalek, Sabtu (9/11) lalu dan diterima Drs Sugeng Riyono MPd, Ketua MKKS SMA Trenggalek.

"Donasi sebesar Rp 24.053.000 tersebut langsung diserahkan ke Dinas Sosial yang menjadi korlap tanggap bencana di Kabupaten Trenggalek," papar Jaka Tumurana.

Selain mengucapkan terima kasih kepada seluruh anggota MKKS SMA Kota Yogyakarta sebagai lembaga resmi pertama yang memberi donasi kepada mereka, ia juga menjelaskan, masih ada daerah terisolir dan tinggal di tenda-tenda darurat yang belum memadai. Sedangkan diprediksi curah hujan masih besar pada satu bulan mendatang.

Selain menyerahkan donasi juga antara MKKS SMA Kota Yogyakarta dengan MKKS SMA Trenggalek dilanjutkan kerja sama untuk saling belajar untuk meningkatkan kapasitas kepala sekolah. (Rar)

## EKONOMI

### INSIDE Nobar Piala Dunia



KR-Juvinartio

Menu istimewa disiapkan menemani tamu nobar di INSIDE.

YOGYA (KR) - Bertempat di Synde Cafe INSIDE by Melia Yogyakarta, hotel berbintang di Jalan Ringroad Utara Maguwo Depok Sleman siap meng-

geber Nonton Bareng (Nobar) Piala Dunia, 20 November hingga 18 Desember 2022. Nobar terbuka untuk umum, dapat dihadiri pengunjung yang tidak

menginap.

"Pengunjung tidak akan bosan menyaksikan pertandingan dari babak penyisihan hingga final karena banyaknya promo makanan dan minuman yang ditawarkan," tutur Restoran Banquet Manager INSIDE Yogyakarta Ayup Eko, Selasa (15/11).

INSIDE juga akan melakukan weekly draw berupa voucher makan dan minum serta voucher kamar.

"Kami telah mengantongi hak tayang resmi yang akan membuat pengunjung merasa lebih nyaman saat menonton pertandingan," ujarnya. (Vin)-f

## BANGKITKAN MEDICAL TOURISM INDONESIA Physician Network, Inovasi Bagi RS

YOGYA (KR) - Kesenjangan fasilitas penunjang di setiap rumah sakit, keterbatasan jumlah tenaga medis spesialis, kekurangan sistem manajemen yang terpadu, dan ketidaktersediaan profesional branding menyebabkan layanan rumah sakit di Indonesia menjadi tidak optimal dan relatif rendah. Sehingga menimbulkan ketidakpuasan yang akhirnya mendorong banyak warga Indonesia memilih untuk berobat ke luar negeri.

"Dengan jumlah warga negara Indonesia yang berobat ke luar negeri mencapai kisaran 600.000 hingga satu juta, total arus dana keluar (capital outflow) warga Indonesia yang berobat ke luar negeri dapat mencapai lebih dari Rp 110 triliun setiap tahunnya," ungkap Director & Co Founder Kortex Indonesia Adj Prof Hananiel Prakasya W dalam rilisnya, Selasa (15/11).



KR-Istimewa

Hananiel dalam webinar physician network.

Dijelaskan, inovasi Physician Network di Indonesia diharapkan dapat turut berkontribusi dalam transformasi layanan kesehatan melalui kebangkitan Medical Tourism di Indonesia. Konsep Physician Network tidak hanya mengintegrasikan jejaring dokter, namun juga layanan klinik medis dengan layanan non-medis. "Strategi tersebut dapat mengeliminasi kendala layanan kesehatan di Indonesia selama ini dan mem-

astikan keberlangsungan layanan berkualitas yang memudahkan pengetahuan, tenaga ahli berpengalaman, teknologi canggih, dan sistem manajemen kesehatan terpadu," ujar Hananiel.

Salah satu upaya pengembangan Physician Network di Indonesia diwujudkan melalui kolaborasi Kortex Indonesia dengan Rumah Sakit JIH Yogya berupa layanan JIH Kortex Clinic yang akan mulai buka akhir bulan November. (Has)-f

## SELAMA 30 BULAN BERTURUT-TURUT

### Neraca Perdagangan Indonesia Selalu Surplus

JAKARTA (KR) - Neraca perdagangan Indonesia (NPI) Oktober 2022 mengalami surplus 5,67 miliar dolar AS, terutama berasal dari sektor nonmigas 7,66 miliar dolar AS. Namun tereduksi oleh defisit sektor migas senilai 1,99 miliar dolar AS.

"NPI sampai Oktober 2022, kalau kita lihat ke belakang, membukukan surplus selama 30 bulan. Ini surplus berturut turut sejak Mei 2020," tegas Deputy Bidang Statistik Distribusi dan Jasa Bada Pusat Statistik (BPS) Setianto dalam konferensi pers di Jakarta, Selasa (15/11).

Sementara untuk nilai ekspor Indonesia Oktober 2022, menurut Setianto mencapai 24,81 miliar dolar AS atau naik 0,13 persen dibanding ekspor September 2022 yang mencapai 24,78 miliar dolar AS. Dibanding Oktober 2021 nilai ekspor naik sebesar 12,30 persen dari 22,09 miliar dolar AS.

"Ekspor nonmigas Oktober 2022 mencapai 23,43

miliar dolar AS, turun 0,14 persen dibanding September 2022 yang mencapai 23,47 persen, sementara itu naik 11,45 persen jika dibanding ekspor nonmigas Oktober 2021 yang hanya 21,03 miliar dolar AS," bebernya.

Secara kumulatif, nilai ekspor Indonesia Januari - Oktober 2022 mencapai 244,14 miliar dolar AS atau naik 30,97 persen dibanding periode yang sama tahun 2021 yang mencapai 186,41 miliar dolar AS. Sementara ekspor nonmigas mencapai 230,62 miliar atau naik 30,61 persen dari periode yang sama tahun lalu sebesar 176,57 miliar dolar AS.

"Peningkatan terbesar ekspor nonmigas Oktober

2022 terhadap September 2022 terjadi pada komoditas lemak dan minyak hewan/nabati sebesar 437,1 juta dolar AS (14,38 persen). Sedangkan penurunan terbesar terjadi pada bijih logam, terak, dan abu sebesar 407,7 juta dolar AS (38,57 persen)," jelasnya.

Adapun negara tujuan ekspor, ekspor nonmigas Oktober 2022 terbesar adalah ke Tiongkok yaitu 6,25 miliar dolar AS, disusul India 2,12 miliar dolar AS dan Amerika Serikat 2,07 miliar dolar AS, dengan kontribusi ketiganya mencapai 44,51 persen. Sementara ekspor ke ASEAN dan Uni Eropa (27 negara) masing-masing sebesar 4,23 miliar dolar AS dan 1,81 miliar dolar AS.

Sementara nilai impor Indonesia Oktober 2022 mencapai 19,13 miliar dolar AS, turun 3,40 persen dibanding September 2022 dari 19,81 miliar dolar AS atau naik 17,44

persen dibanding Oktober 2021 yang hanya 16,29 miliar dolar AS. Impor migas Oktober 2022 senilai 3,36 miliar dolar AS, turun 1,81 persen dibanding September 2022 yang mencapai 3,43 miliar dolar AS atau naik 77,23 persen dibanding Oktober 2021 yang hanya 1,90 miliar dolar AS. Sedangkan impor nonmigas Oktober 2022 senilai 15,77 miliar, turun 3,73 persen dibanding September 2022 yang mencapai 16,38 miliar dolar AS atau naik 9,56 persen dibanding Oktober 2021 yang hanya 14,40 miliar dolar AS.

"Penurunan impor golongan barang nonmigas terbesar Oktober 2022 dibanding September 2022 adalah logam mulia dan perhiasan/permata 196,0 juta dolar AS (35,97 persen). Sedangkan peningkatan terbesar adalah pupuk 114,8 juta dolar AS (48,80 persen)," pungkash Setianto. (Lmg)-f

## XL Axiata Raih Kinerja Solid

JAKARTA (KR) - PT XL Axiata Tbk (XL Axiata) meraih kinerja solid sepanjang sembilan bulan pertama 2022. Pendapatan meningkat 9% lebih tinggi dari periode yang sama tahun sebelumnya (YoY) menjadi sebesar Rp 21,62 triliun. EBITDA juga meningkat sebesar 5% YoY menjadi Rp 10,38 triliun, dengan margin sebesar 48%.

Sementara itu, laba bersih setelah pajak dan kepentingan non pengendali yang dinormalisasi atau normalized profit after tax and minority interest (NPATAMI) meningkat 17% menjadi Rp 976 miliar. Pencapaian solid tersebut tetap ditopang dengan terus meningkatnya kualitas jaringan XL Axiata yang semakin membuat nyaman pelanggan saat menggunakan berbagai layanan



Dian Siswarini

telekomunikasi dan data.

Presiden Direktur dan CEO XL Axiata Dian Siswarini, Selasa (15/11) mengatakan, sejak awal

tahun 2022 bekerja keras untuk mewujudkan internet tercepat dan stabil di seluruh wilayah layanan di Indonesia. Tentu saja ini bukan pekerjaan mudah, tetapi hal ini harus diwujudkan karena internet cepat dan stabil menjadi kebutuhan mendasar bagi pelanggan di semua wilayah.

"Hal ini juga menjadi kunci agar kami bisa tetap bisa bersaing di tengah kompetisi industri yang semakin ketat. Hasilnya cukup bagus, hingga periode sembilan bulan pertama 2022 ini, trafik kami meningkat hingga 26% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Ini berarti pelanggan merasakan semakin baiknya jaringan dan layanan XL Axiata yang kami sediakan," katanya. (Rsv)-f