

TAIWAN CENTER DI UGM DIRESMIKAN

Sejumlah MoU Diaktivasi Kembali

YOGYA (KR) - Sejumlah Memorandum of Understanding (MoU) di bidang pendidikan yang dilakukan UGM dengan Taiwan diaktivasi kembali. Terlebih, Rabu (23/11) kemarin, telah diresmikan Taiwan Center di Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (MIPA) UGM, akan memperbanyak pelaksanaan MoU.



KR-Primaswolo S

Dekan FMIPA UGM Prof Dr Eng Kwat Triyono MSI (keempat dari kiri bersama Managing Director Taiwan Center Indonesia Arif Misbahul, Huang Wenshen PhD (Universitas I-Shou Taiwan) dan jajaran FMIPA UGM di Ruang Taiwan Center yang diresmikan.

"Setelah diresmikan, tinggal melengkapi officenya," ujar Dekan FMIPA UGM, Prof Dr Eng Kwat Triyono kepada KR. Hadir dalam peresmian Wakil Dekan FMIPA UGM, Dr Fajar Adikusumo, Managing Director Taiwan Center Arif Misbahul dan perwakilan Universitas I-Shou Taiwan, Huang Wenshen PhD. Dikemukakan, dengan adanya Taiwan Center ini menjadi

langkah dalam membangun suasana Internasional di kampus FMIPA UGM. MoU tersebut memberikan kesempatan mahasiswa magang di Taiwan, juga kesempatan mengikuti Double Degree. Selain ku-

liah di UGM selama 3 tahun, dilanjutkan 1 tahun di Taiwan dengan magang. Ini dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa International Undergraduate Program (IUP) UGM. Di samping itu juga Profesor

dari Taiwan bisa mengajar di UGM. Demikian juga sebaliknya. Sehingga terbangun suasana internasional.

Dalam pertemuan tersebut, juga terbuka kesempatan membangun sinergi dalam riset. Misalnya hasil riset di UGM bisa masuk ke industri di Taiwan. Sehingga hasil riset bisa digunakan.

Arif Misbahul mengungkapkan bahwa setelah pertemuan ini, maka banyak langkah lanjut yang akan dilakukan. Banyak perguruan tinggi di Taiwan yang dapat bekerja sama. Selain itu, meski di Taiwan Center berada di FMIPA UGM, namun juga dapat juga mengakomodir kerja sama yang dilakukan oleh jurusan, atau fakultas lainnya di UGM. Bahkan dengan pihak lain. (Jon)-d

MILIKI 8 JUTA PENGGUNA

Supertext Jembatani Kesenjangan Digital

YOGYA (KR) - Supertext, platform perpesanan Swedia-Indonesia telah melayani setidaknya 8 juta pengguna di seluruh daerah pedesaan dan pedalaman Indonesia lebih dari sewindu. Teknologi hybrid Supertext merupakan aplikasi messenger 2G hingga 4G yang memungkinkan pengguna di seluruh Indonesia berkomunikasi dari pulau serta daerah terpencil hingga pusat kota dengan dan tanpa Internet.



KR-Istimewa

Martin Jacobson

Pengguna Supertext berasal dari beragam komunitas, seperti petani, nelayan, guru, pelajar dan semua lapisan masyarakat. Bahkan, pengguna di wilayah tanpa internet, platform 2G dapat menggunakan layanan Supertext dengan Telkomsel secara gratis alias mengirim dan menerima pesan tanpa biaya.

"Ini adalah upaya Supertext untuk menyediakan layanan digital bagi mereka yang tidak mampu. Penetrasi layanan Supertext akan tetap fokus mengembangkan fitur komunitas guna mendukung komunikasi teman-teman komunitas di Tanah Air. Hal ini sekaligus merupakan salah satu cara Supertext mendukung

transformasi digital Indonesia seperti yang dibagikan dalam acara B20 dan G20 di Bali pekan lalu," tutur CEO Supertext Martin Jacobson secara daring, Rabu (23/11).

Martin menyatakan, penetrasi tersebut sesuai misi Supertext yang mendukung komunitas di seluruh kepulauan Indonesia dengan menjembatani kesenjangan digital di antara warganya, baik yang memiliki internet maupun yang tidak. "Kami memiliki banyak pengguna Supertext di DIY, salah satunya kami bekerja sama dengan Kwarda DIY untuk mensupport event mereka. Kami juga mendukung komunikasi penyuluh dengan komunitas petani di Purworejo, Jawa Tengah yang mayoritas masih menggunakan handphone jadul," imbuhnya. (Ira)-f

Kelaparan

Karena krisis energi tersebut akan juga saling bergandengan dengan cuaca usahatani dan datangnya musim dingin di belahan lain.

Krisis itu sudah nyerep Indonesia dengan ditandai semakin mahalnya harga beberapa komoditas. Salah satu yang sangat populer adalah apa yang terjadi dengan tepung terigu yang berlari sangat kencang. Seriusnya krisis itu pun sempat ditandai oleh *ceblang-ceblung* para menteri RI beberapa waktu terakhir. Menanggapi kenaikan harga terigu Menteri memprediksi bahwa harga mi instan bisa naik tiga kali lipat, 300%. Sementara Mendag membantahnya dan menyatakan kenaikan itu tidak mungkin karena ada panen di Australia, Canada dan Amerika.

Menarik disimak pengalaman bemegara kita. Bagaimana kenaikan harga terigu ini direspons oleh Pemerintah, sebelum era Jokowi. Waktu itu harga terigu masih seputar Rp 7.000/kg. Krisis cuaca ketika itu membuat gagal panen di beberapa negara produsen gandum. Akibatnya harga gandum naik dan tentu naik pula harga

terigu Indonesia sampai menyentuh angka Rp 7.000 lebih dan terus naik. Kenaikan harga terigu direspons positif oleh pemda-pemda untuk melakukan pengolahan singkong menjadi Mocaf, Modified Cassava Flour, yang menjadi layak produksi dengan harga Rp 4.000/kg. Harga ini bisa berlaku kalau harga terigu naik diatas Rp 7.000. Dan Bupati pun bersemangat karena ada PPN, pajak pertambahan nilai, dari perusaha mocaf yang dibentuknya sebagai PAD.

Tetapi apa lacur? Protes pun semakin gencar dari industri dan pengrajin makanan kecil se-Indonesia. Pemerintah pun bingung. Keputusan yang sangat mengejutkan dan melupakan pangan lokal telah diambil dengan kebijakan pembebasan cukai menjadi nol persen. Masih belum puas dengan proteksi ini, PPN pun dihapuskan untuk proses gandum jadi terigu: istilahnya, DTP, ditanggung pemerintah.

Betul-betul lupa pada singkong milik rakyat tani kita sendiri. Ketika itu langsung habis, matilah industri Mocaf. Tanpa ampun!. Ironinya yang perlu dicatat : mocaf sa-

ja kena ppn, kok terigu: dtp? Nalarnya sangat *melengse niki?*

Menghadapi krisis pangan mutakhir, pelajaran DTP dan PPN itu pantas disimak, terlebih ketika mentan sudah bunyi 300%. Kejadiannya bisa jauh lebih parah kalo hari ini pemerintah juga makrum rezim sebelumnya dengan mengadopsi cukai-nol untuk imporasi gandum, dan PPN nol untuk gandum-menjadi-terigu, istilahnya diperhalus menjadi DTP, ditanggung pemerintah.

Tentu akan menjadi super parah lagi kalau saja kebijakan Pemerintah ditambah lagi dengan kebijakan baru: PPN terigu-mi instan juga di-nol-kan atau DTP. Dalihnya, agar supaya harga mi-instan menjadi lebih murah dan semakin terjangkau masyarakat banyak yang daya belinya terbatas. Jangan sampai lah ya, masa mau membahagikan konsumen dengan harga murah dengan serta merta membunuh si kecil : para petani singkong. *na'udzu billaah min dzalik..... (Penulis adalah Guru Besar Agroindustri/Ketua Dewan Guru Besar UGM)-d*

Sambungan hal 1

Tiga

Namun Azka berhasil ditemukan Rabu, pukul 11.15 WIB di rumahnya yang runtuh. Anak tersebut warga Kampung Rawa Cina Desa Nagrak Kecamatan Cugenang Kabupaten Cianjur. Adapun Kecamatan Cugenang merupakan wilayah paling parah terdampak gempa yang terjadi Senin lalu.

Untungnya, bangunan rumahnya yang ambruk itu tidak menimpa Azka dan menimbulkan luka. Karena, tembok yang runtuh di rumah Azka masih tertahan oleh bangunan yang setengahnya telah ambruk, sehingga menciptakan ruang sempit, bagi Azka untuk bertahan.

Kini Azka telah selamat dan menjalani perawatan medis di RSUD Cianjur yang terletak di Tenda C. Pasien korban gempa memang dirawat di luar gedung untuk mengantisipasi gempa susulan yang hing-

ga kemarin masih terasa.

Saat upaya penyelamatan, Tim SAR melakukan pencarian yang difokuskan di empat titik di Kecamatan Cugenang. Di lokasi itu diduga masih banyak korban yang tertimbun oleh bangunan maupun longsor tanah.

Tim SAR itu merupakan gabungan terdiri dari personel Basarnas, TNI, Polri, hingga petugas pemadam kebakaran dan para relawan kebencanaan. Tim tersebut menyisir kawasan Cugenang, tak terkecuali Kampung Rawa Cina.

Kemudian sejumlah personel Tim SAR berkoordinasi dengan warga untuk menunjukkan titik kemungkinan adanya korban yang tertimbun. Paman Azka, Wahyudin (29), saat itu menunjukkan kepada personel Tim SAR di mana Azka diperkirakan berada terakhir kalinya sebelum gempa terjadi. Menurut Wahyudin, Azka berada di ka-

janya ketika gempa terjadi.

Akhirnya para personel Tim SAR mencoba membobol tembok kamar yang telah ambruk di rumah Azka. Ditemukan kayu lapis atau tripleks dan saat itu pula ditemukan ada tanda-tanda kehidupan. Azka mulai melihat cahaya dan tangan-tangan petugas Tim SAR yang berusaha meraihnya. Akhirnya Azka berhasil dikeluarkan dari reruntuhan bangunan dan langsung diserahkan ke pamannya.

Suasana bahagia sekaligus haru menyelimuti detik-detik penyelamatan Azka sebagai titik harapan warga lainnya. Pasalnya, di desa tersebut bukan hanya Azka yang dinyatakan hilang. Anak ini pun langsung dilarikan ke RSUD Cianjur secepat mungkin menggunakan ambulans untuk mendapatkan perawatan medis, ditemani paman beserta bibinya. (Ant)-f

Sambungan hal 1

Disiapkan

Teknologi RISHA adalah perwujudan sebuah rumah dengan desain modular yaitu konsep yang membagi sistem menjadi bagian-bagian kecil (modul) dengan ukuran yang efisien agar dapat dirakit menjadi sejumlah besar produk yang berbeda-beda. Desain bangunan rumah dengan sistem modular ini dapat diubah atau dikembangkan sesuai keinginan atau kebutuhan dari penghuninya. Selain itu pembangunan rumah dengan teknologi RISHA sangat cepat.

"Kita punya RISHA, makanya misal ada yang rumah-rumah tahan gempa seperti ini, kita akan pakai. Saya sudah minta Dirjen Perumahan, beliau sudah stok, sudah membuat dulu modul-modul rumahnya, jadi sekarang tinggal angkut, tergantung pada Pemda karena Pemda harus menyiapkan tanahnya, nanti kita lakukan *land clearing* dan kita bangun," ujar Basuki.

Berdasarkan data Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Jabar, hingga Rabu (23/11) total korban meninggal akibat gempa Cianjur sebanyak 284 orang, 122 di antaranya sudah teridentifikasi. Sedangkan warga Cianjur yang dinyatakan hilang 151 orang, korban luka 1.858 jiwa dan 58.362 jiwa yang mengungsi. Total rumah perinciannya, rumah rusak ringan 8.634 unit, sedang 3.723 dan berat 14.811. Data tersebut terus diperbarui setiap hari dan direkap pada sore hari di posko darurat yang dipusatkan di Pendopo Cianjur.

Pencarian korban di reruntuhan bangunan dan tanah longsor terus dilakukan tim search and rescue (SAR) gabungan di empat lokasi yang menjadi pusat gempa.

Kepala Badan SAR Nasional (Basarnas) Bandung Jumaril sekaligus SAR Mission

Coordinator mengatakan, Basarnas telah menyusun rencana operasi SAR pada hari ketiga pencarian ini. "Rencana operasi SAR kemarin dibagi menjadi dua, *search plan* bagi potensi SAR dan *search plan* bagi Tim Basarnas," kata Jumaril.

Kepala BMKG, Dwikorita Kamawati meminta masyarakat tak perlu takut dengan gempa susulan. Ia menyebut, kondisi kegempaan saat ini semakin melemah. Tercatat pada data yang termonitor pukul 17.00, gempa susulannya sudah terjadi 145 kali. "Namun tidak perlu dicemaskan, karena gempa-gempa susulan itu sebagian besar tidak dirasakan, yang bisa tercatat adalah alat," ujarnya.

Ia menjelaskan, beberapa yang dirasakan paling besar gempa susulan adalah magnitudo 4,2 dan yang paling kecil 1,2. (Ati/Ant/Obi)-f

Sambungan hal 1

Rintangan

Pelatih ini sukses membawa Serbia lolos dari babak kualifikasi zona UEFA menuju Piala Dunia Qatar 2022 dengan tak terkalahkan dan menjadi juara Grup A, mengalahkan Portugal. Keberhasilan Stojkovic yang merupakan mantan gelandang Red Star dan Olympique Marseille saat masih aktif sebagai pemain ini tak lepas adanya sejumlah pemain berkualitas di timnya.

Setidaknya dari seluruh skuat yang dibawa *The Eagles* ke Qatar, terdapat lima pemain bintang yang diandalkan. Mulai trio gelandang Sergej Milinkovic-Savic, Dusan Tadic dan Filip Kostic, hingga duet penyerang tua dan muda Aleksandar Mitrovic dan Dusan Vlahovic.

Generasi pemain Serbia kali ini dianggap paling menjanjikan dalam beberapa generasi terakhir dan potensial meraih hasil maksimal asal mereka semua bekerja sama di lapangan. "Saya yakin

mereka akan siap dan kami telah bekerja ke arah itu. Saya berharap semuanya akan berjalan dengan baik," kata Dragan Stojkovic dikutip laman resmi FIFA.

Meski berpotensi dapat merintang perjalanan Brasil merebut gelar juara, dari sisi catatan sejarah menang tim *Samba* lebih diunggulkan. Kedua kesebelasan tercatat sudah pernah 2 kali berjumpa. Laga pertama berstatus pertandingan persahabatan, Juni 2014 yang berkesudahan 1-0 untuk Brasil. Pertemuan kedua saat fase grup Piala Dunia 2018, yang juga dimenangi Brasil 2-0.

Tak hanya dari rekor pertemuan, di atas kertas Brasil juga memiliki komposisi pemain lebih baik ketimbang Serbia. Atas dasar itulah dalam laga pembuka Grup G ini *Selecao* di bawah asuhan pelatih Tite, lebih diunggulkan untuk merebut tiga poin. (Hit)-d

Sambungan hal 1

Kejutan,

Jepang sempat membobol gawang Jerman lewat serangan balik cepat delapan menit pertandingan berjalan. Namun, gol tak dianggap karena Daizen Maeda lebih dulu offside.

Jerman membuat peluang pada menit ke-20. Bola sepakan rebound Ilkay Guendogan masih belum menemui sasaran.

Jerman mendapat hadiah tendangan 12 pas setengah jam pertandingan berjalan. David Raum dijatuhkan kiper Jepang, Shuichi Gonda, di kotak terlarang.

Guendogan yang maju sebagai eksekutor penalti Jerman sukses menjalankan tugasnya dengan sempurna. Jerman memimpin 1-0 yang bertahan hingga turun minum.

Jual beli serangan dilancarkan kedua kesebelasan memasuki babak kedua. Bola sepakan Guendogan pada menit ke-60 membentur tiang gawang.

Penyelamatan gemilang dilakukan Shuichi Gonda menit ke-71. Kiper Jepang itu membendung dua peluang emas Serge Gnabry. (Jon)-d

Dua menit berselang giliran Manuel Neuer yang melakukan penyelamatan gemilang. Penjaga gawang Jerman tersebut menepis bola tendangan on target Wataru Endo.

Jepang kemudian menyamakan kedudukan pada menit ke-75. Ritsu Doan menyambar bola muntah tepisan Neuer. Kemudian Jepang membalikkan keadaan delapan menit berselang. Takuma Asano mendapat bola lambung, sebelum menaklukkan Neuer dari sudut sempit.

Jerman berusaha menyamakan skor di sisa waktu yang ada, tapi upaya mereka gagal membuahkan hasil. Laga tuntas untuk kemenangan Jepang 2-1.

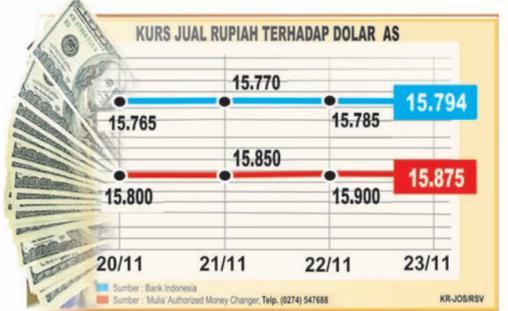
Pertandingan sebelumnya, Kroasia melawan Maroko berlangsung ketat. Sekalipun mendominasi penguasaan bola, Kroasia kesulitan menembus pertahanan kokoh Maroko dan sebaliknya Maroko beberapa kali membahayakan gawang Kroasia ketika kedua timimbang 0-0 di Stadion Al Bayt dalam pertandingan Grup F. (Jon)-d

Guru

Sambungan hal 1

atas se-DIY mengikuti kegiatan itu yang digelar di Aula Kantor Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama (PWNU) DIY, Jalan MT Haryono Yogyakarta, Rabu (23/11).

Ketua FKPT DIY Drs Bambang Wisnu Handoyo menurukan, guru memegang kendali sukses tidaknya pencegahan terorisme di sekolah yang mengancam generasi muda. Menurutnya, cikal bakal terorisme adalah intoleransi, misalnya sikap tidak bisa menerima perbedaan, sikap tidak mau kalah dan sebagainya. Jika intoleransi ini dibiarkan akan meningkat menjadi paham ekstrimisme dan radikalisme ditandai adanya sikap memaksakan kehendak. (Dev)-f



Prakiraan Cuaca		Kamis, 24 November 2022			
Lokasi	Pagi	Siang	Malam	Suhu C	Kelembaban
Bantul	☁	☁	☁	23-31	70-95
Sleman	☁	☁	☁	23-30	75-95
Wates	☁	☁	☁	23-31	70-95
Wonosari	☁	☁	☁	23-30	70-95
Yogyakarta	☁	☁	☁	23-31	70-95

Peranan Digital Public Relations Bagi Korporat

baru yang digunakan dalam manajemen reputasi perusahaan. Praktek digital Public Relations merupakan salah satu bagian dari kegiatan hubungan masyarakat yang diadaptasi dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi bagi perusahaan. Sudah cukup banyak dalam tingkat nasional maupun internasional yang telah menerapkan digital Public Relations dalam perusahaannya seperti Instansi Pemerintahan, Organisasi Non-Pemerintah, Bank, serta Institusi lainnya yang memiliki website dan media sosial. Pentingnya penyebaran informasi digital begitu dirasakan setiap perusahaan atau instansi pemerintah sehingga kesadaran untuk memenuhi kebutuhan informasi pada media tersebut perlu diterapkan dengan pengelolaan yang sesuai dalam penerapan serta implementasinya.

Pengaruh penggunaan digital Public Relations dirasakan oleh para ahli yang dikumpulkan melalui survey yang telah diselenggarakan oleh Mynewsdesk yang merupakan agensi Digital Public Relations yang bertempat di Kota Stockholm, Swedia pada tahun 2016. Data yang dihipung dari 2.500 Public Relations profesional, utamanya yang menjabat sebagai manajer dan direktur Public Relations di delapan negara. Hasil tersebut menyatakan keterlibatan mereka dalam menggunakan digital Public Relations cukup tinggi. Hal ini tentu mendorong pemahaman mengenai digitalisasi kini menjadi hal yang tidak asing lagi untuk didengar oleh para penggiat bisnis, begitu juga seharusnya dengan para praktisi Public Relations dalam melaksanakan komunikasi perusahaan. Melihat dari betapa dinamisnya perubahan mekanisme informasi tersebut kepada khalayak, Public Relations dituntut untuk menciptakan suatu strategi dan taktik yang memenuhi kebutuhan informasi secara digital kepada masyarakat atau calon pelanggan. Public Relations diharuskan mampu mengkonseptualisasikan serta menerapkan digitalisasi dalam praktiknya dalam menyuplai informasi kepada khalayak secara luas yang diharapkan untuk membuka pasar baru dan mendorong perkembangan perusahaan ditengah gelombang new media yang dirasakan saat ini.

Menurut Bob Julius Onggo (2004: 4) Public Relations melalui media digital mempunyai peranan yang lebih besar dan luas dibandingkan dengan kegiatan Public Relations offline, karena apabila Public Relations offline akan bergantung kepada seorang perantara dalam menyampaikan pesan korporat dengan wawancara, kemudian pesan korporat akan disesuaikan dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 24 jam dalam sehari, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan muatan yang akan diredaksi oleh perusahaan media cetak. Sedangkan dengan menggunakan digital Public Relations, praktisi Public Relations melewati batas antara korporat dengan audiens, sehingga dapat dengan langsung menyampaikan pesan-pesan perusahaan kepada target audiens perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa peranan digital Public Relations bagi perusahaan seperti jangkauan global yang mana jangkauan media digital yang terhubung dengan internet, jangkauan pesan yang akan disebarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih luas jangkauannya. Audiens yang terhubung melalui internet dapat memperoleh akses informasi digital dalam 2