


Frequently Asked Questions (FAQ)
IABC INDONESIA AWARD 2026

GENERAL QUESTIONS (FAQ)		
Pertanyaan/ Questions	Jawaban (Bahasa Indonesia)	Answer (Eng)
<p>Siapa penyelenggara IABC Indonesia Awards 2026?</p>	<p>IABC Indonesia Awards diselenggarakan oleh asosiasi non-profit dan independen, yaitu International Association of Business Communicators (IABC) - Indonesia Chapter.</p>	<p>IABC Indonesia Awards is organized by a non-profit and independent association called the International Association of Business Communicators (IABC) - Indonesia Chapter.</p>
<p>Who is the host of IABC Indonesia Awards 2026?</p>	<p>IABC Indonesia Chapter merupakan bagian dari IABC yang berpusat di Chicago, Illinois, Amerika Serikat, yang telah didirikan lebih dari 50 tahun, terdiri dari >5000 anggota mewakili >40 negara, termasuk di Indonesia.</p> <p>IABC Indonesia Chapter juga merupakan bagian dari IABC Asia Pacific, antara lain terdiri dari Indonesia, Singapore, Phillipina, Australia, New Zealand, Jepang, India, Malaysia, dan lainnya.</p> <p>Secara legal, IABC Indonesia Chapter berada di bawah naungan Perkumpulan Komunikasi Internasional Indonesia (PERKOMII).</p>	<p>The IABC Indonesia Chapter is part of the official IABC chapter based in Chicago, Illinois, United States, which has been established for over 50 years. It comprises more than 5,000 members representing over 40 countries, including Indonesia.</p> <p>The IABC Indonesia Chapter is also part of IABC Asia Pacific, which comprises neighboring countries such as Singapore, the Philippines, Australia, New Zealand, Japan, India, Malaysia, and others.</p> <p>Legally, the IABC Indonesia Chapter is under the Indonesian International Communication Association.</p>

<p>Seperti apa jangkauan IABC secara global?</p> <p><i>How big is our association on a global scale?</i></p>	 <ul style="list-style-type: none"> 5,000+ members 40+ countries represented 50+ industries 67% manager level or above 49% represent companies with >1000 employees 69% serve global or national markets 64% have input to marketing budgets for their companies 25% have \$500K+ annual budget
<p>Apa itu IABC Indonesia Awards 2026?</p> <p><i>What is the IABC Indonesia Awards 2026?</i></p>	<p>IABC Indonesia Awards adalah sebuah ajang kompetisi PR yang diselenggarakan oleh IABC (International Association of Business Communicators) - Indonesia Chapter, dalam rangka mendukung perkembangan industri komunikasi dan PR serta mengapresiasi kesuksesan, kerja keras, dan kinerja kehumasan/PR yang unggul dari korporasi/instansi di seluruh Indonesia.</p> <p>The IABC Indonesia Awards is a PR competition event organized by the IABC (International Association of Business Communicators) - Indonesia Chapter. This event aims to support the development of the communications and PR industry, appreciate the success, hard work, and notable PR performance of corporations and agencies throughout Indonesia.</p>

<p>Apa perbedaan antara ICOMMA dan IMPRA dalam IABC Indonesia Awards?</p> <p><i>What is the difference between the ICOMMA and IMPRA categories in the IABC Indonesia Awards?</i></p>	<p>Impactful Communications Awards (ICOMMA) ditujukan bagi kinerja komunikasi secara lebih luas, tidak hanya public relations. Cakupannya termasuk marketing communications, integrated marketing communications, dan digital communications yang terkait langsung dengan target penjualan.</p> <p>Selain itu, ICOMMA mencakup program lain yang bukan tanggung jawab public relations seperti employee engagement, sustainability, yang dalam beberapa perusahaan, tidak berada di bawah public relations, namun tetap berada di ranah komunikasi secara keseluruhan.</p> <p>Impactful Public Relations Awards (IMPRA) berfokus pada kinerja kehumasan, cakupannya tidak terkait langsung dengan penjualan/pemasaran, namun seringkali terkait stakeholder relations, program edukasi dan awareness, serta reputasi secara keseluruhan.</p>	<p>The Impactful Communications Award (ICOMMA) is intended to recognize achievements in the broader field of communications, not limited to public relations. Its scope includes marketing communications, integrated marketing communications, and digital communications that are directly related to sales targets. In addition, ICOMMA also covers programs that may not fall under the direct responsibility of public relations, such as employee engagement and sustainability. In some organizations, these areas are managed outside the PR function but are still integral to the overall communication domain.</p> <p>The Impactful Public Relations Awards (IMPRA) focuses specifically on public relations performance. Its scope is not directly related to sales or marketing, but rather often centers around stakeholder relations, educational and awareness campaigns, and overall reputation management.</p>
---	--	--

<p>Apa saja sub-kategori dari penjurian ICOMMA?</p> <p><i>What are the sub-categories that fall under ICOMMA?</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Best Sustainability Communications 2. Best Public Interest Communications 3. Best Integrated Marketing Communications 4. Best Digital and Social Media Campaign 5. Best Employee Engagement Program 6. Best Diversity, Equity, Inclusion Program 7. Best Leadership Program 8. Best Website 	
<p>Apa saja sub-kategori dari penjurian IMPRA?</p> <p><i>What are the sub-categories that fall under IMPRA?</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Best Creative PR Campaign 2. Best Media Relations Program 3. Best Social Media Campaign 4. Best Digital Public Relations Program 5. Best Internal Communications Program 6. Best PR Podcast 7. Best Research in PR 	
<p>Siapa dewan juri untuk penjurian IABC Indonesia Awards?</p> <p><i>Who will be the judges for this award ceremony?</i></p>	<p>Dewan juri terdiri dari para pakar di bidangnya, profesional yang telah memiliki kompetensi terkait subkategori penjurian.</p>	<p>Our judges are experts in their field, with professional experience in judging the following subcategories.</p>

<p>Apakah kami bisa registrasi ke lebih dari satu kategori?</p> <p><i>Can we register under more than one category or sub-category?</i></p>	<p>Ya, setiap perusahaan dan institusi dapat mendaftar lebih dari satu (1) kategori, bahkan dapat mendaftar ke seluruh sub-kategori.</p>	<p>Yes, each company or institution can register for more than one category. Registering in all sub-categories is also allowed.</p>
<p>Bagaimana cara untuk registrasi ajang ini?</p> <p><i>How do we register to this competition?</i></p>	<p>Registrasi menggunakan g-form yang tautannya tersedia pada Entry Kit, yang dapat diunduh dari website</p> <p><i>You can register through our Google Form. A link to the Google form is included in the entry kit attached below. You can also find our entry kit on our website.</i></p> <p>Entry Kit Download Link: https://bit.ly/EntryKitIABCIndonesiaAwards2026</p>	
<p>Apakah ada deadline untuk registrasi IABC Indonesia Awards?</p> <p><i>Is there a deadline to register for this award?</i></p>	<p>Batas akhir pendaftaran adalah Minggu, 31 Mei 2026. Batas akhir pengumpulan materi adalah Senin, 15 Juni 2026 pukul 23.59 WIB.</p> <p>Bagi perusahaan/institusi yang ingin perpanjangan waktu, dapat menghubungi tim IABC Indonesia Awards:</p> <p>Malvin: +6285156337189 atau Email: info@iabcindonesia.com</p>	<p>Registration deadline on Sunday, May 31, 2026. Deadline material submission: Monday, June 15, 2026, 23:59 WIB.</p> <p>For companies/institutions that want an extension, please contact the IABC Indonesia Awards team:</p> <p>Malvin: +6285156337189 atau Email: info@iabcindonesia.com</p>

<p>Apakah ada deadline untuk registrasi IABC Indonesia Awards dengan promo Early Bird?</p> <p><i>Is there a deadline for registration for the IABC Indonesia Awards with the Early Bird promo?</i></p>	<p>Batas akhir pendaftaran IABC Indonesia Awards untuk promo <i>Early Bird</i> adalah Minggu, 10 Mei 2026.</p>	<p>The Early Bird registration deadline for the IABC Indonesia Awards is Sunday, May 10, 2026, 23:59 PM.</p>
<p>Apakah ada biaya registrasi untuk mengikuti penjurian ini?</p> <p><i>Is there a registration fee to participate in these awards?</i></p>	<p>Biaya registrasi per sub kategori adalah Rp. 3,500,000. Contoh, jika memilih mengikuti kompetisi di tiga sub-kategori, maka biayanya Rp.10,500,000,-</p> <p>Terdapat promo Early Bird sebesar Rp. 3,200,000/sub-kategori hingga Minggu, 10 Mei 2026,</p>	<p>The registration fee per sub-category is Rp. 3,500,000. (For example, if you chose to participate in three sub-categories, the total fee would be Rp. 10,500,000,-)</p> <p>An Early Bird promotion is available at IDR 3,200,000 per sub-category until Sunday, May 10, 2026.</p>

<p>Apakah dengan membayar biaya registrasi maka kami pasti dapat menang?</p> <p><i>Does paying the registration fee guarantee a win?</i></p>	<p>IABC Indonesia dengan bangga menyelenggarakan acara ini sebagai asosiasi nirlaba yang berkomitmen untuk memberdayakan industri komunikasi. Biaya pendaftaran bukan untuk keuntungan komersial dan tidak mempengaruhi penilaian penjurian. Sebaliknya, hal ini merupakan kontribusi untuk mempertahankan misi berkelanjutan kami, yang mencakup bimbingan, platform berbagi pengetahuan, program pengakuan, dan acara profesional dan manajemen pengetahuan yang disubsidi.</p> <p>Dengan mengikuti acara ini, para peserta tidak hanya akan mendapatkan paparan berharga atas pencapaian dan peningkatan reputasi mereka, tetapi juga mendukung inisiatif mulia yang merayakan pentingnya komunikasi dalam pekerjaan profesional kita.</p>	<p>IABC Indonesia proudly organizes this event as a non-profit association committed to empowering the communications industry. The registration fee is not for commercial gain and does not affect the judging assessment. Instead, it is a contribution to sustain our ongoing mission, which includes mentorship, knowledge-sharing platforms, a recognition program, and subsidized professional and knowledge management events.</p> <p>By joining this event, participants will not only earn valuable exposure for their achievements and an enhanced reputation but also support a noble initiative that celebrates the importance of communication in our professional work.</p>
<p>Apakah materi final wajib dilampirkan saat submission?</p> <p><i>Is it mandatory to attach final materials during submission?</i></p>	<p>Anda tidak perlu mengirimkan dokumen final saat ini. Dokumen dan link dapat diinfokan selambatnya Senin, 15 Juni 2026. Dokumen dan link final, diberikan selambatnya H-2 sebelum tanggal penjurian yang akan kami umumkan sebelum tanggal penjurian tersebut. Contoh, penjurian ditentukan tanggal 17 Juni 2026, maka dokumen final kami terima selambatnya 15 Juni 2026.</p>	<p>You do not need to submit final documents at this time. Documents and links must be provided by Monday, June 15, 2026. Final documents and links must be submitted no later than H-2, before the judging date, which will be announced before the judging. For example, the judging is determined on June 17, 2026, then we will receive the final documents no later than June 15, 2026.</p>

<p>Pengumuman pemenang jatuh pada tanggal berapa?</p> <p><i>What date will the winner be announced?</i></p>	<p>Pengumuman pemenang rencananya akan dikirimkan tanggal Senin, 06 Juli 2026 melalui email resmi IABC (info@iabcindonesia.com). Acara penganugerahan penghargaan akan dilaksanakan pada bulan July 2026.</p> <p>Kami akan informasikan ke seluruh peserta apabila ada perubahan waktu dalam proses penilaian, penjurian, pengumuman pemenang, dan acara awarding night.</p>	<p>The announcement of the winners is planned to be sent on Monday, July 06, 2026, via the official IABC email (info@iabcindonesia.com). The award ceremony will be held in July 2026.</p> <p>We will inform all participants of any changes to the timing of the assessment process, judging, announcement of winners, and the awarding night.</p>
<p>Kapan proses penjurian dilaksanakan?</p> <p><i>When does the judging process take place?</i></p>	<p>Proses penjurian rencananya akan dilaksanakan secara daring (online) pada rentang waktu Rabu, 17 Juni 2026 hingga Sabtu, 20 Juni 2026. Kami akan informasikan apabila terdapat perubahan.</p>	<p>The judging process is planned to be carried out online from Wednesday, June 17, 2026, to Saturday, June 20, 2026. We will inform you if there are any changes.</p>

Penjelasan Singkat Sub-Kategori dalam ICOMMA/ Brief Information about Sub-Category Under ICOMMA

<p>“Best Sustainability Communications”</p>	<p>Mengedepankan program/kampanye komunikasi tentang keberlanjutan secara keseluruhan, antara lain terkait LST (Lingkungan, Sosial, Tata Kelola) atau yang sering disebut ESG (Environment, Social, Governance), juga DEI (Diversity, Equity, Inclusion), dan hal-hal terkait lainnya. Contohnya, perusahaan yang secara holistik melakukan integrasi pemilahan sampah, memerangi climate change, usaha pencapaian Net Zero Emission (NZE), memperjuangkan inklusivitas, kesetaraan gender, disabilitas, women empowerment, dan seterusnya.</p>	<p>This subcategory prioritizes communication programs and campaigns regarding sustainability as a whole, including those related to ESG (Environmental, Social, Governance) or what is often referred to as ESG (Environment, Social, Governance), as well as DEI (Diversity, Equity, Inclusion) and other related matters. For example, companies that holistically integrate waste sorting, combat climate change, achieve Net Zero Emissions (NZE), and fight for inclusivity, gender equality, disability, and women's empowerment, among other causes.</p>
<p>“Best Public Interest Communications”</p>	<p>Mengedepankan program/kampanye komunikasi yang menjadi kepentingan publik atau masyarakat luas. Contohnya, program/kampanye berhenti merokok, pelarangan aborsi, himbuan bahaya pernikahan dini, sosialisasi peraturan/kebijakan baru dari perusahaan atau pemerintah, bahaya pinjaman online terselubung (pinjol), bahaya judi online, literasi keuangan, bahaya penggunaan produk merkuri pada wajah, bahaya minuman keras saat berkendara, pemakaian helm, dan seterusnya.</p>	<p>This subcategory prioritizes communication programs and campaigns that focus on the public interest or the well-being of society. For example, smoking cessation programs/campaigns, prohibiting abortion, warning about the dangers of early marriage, socializing new regulations/policies from companies or the government, the dangers of disguised online loans, the dangers of online gambling, financial literacy, the dangers of mercury as an ingredient for skin-related products, the dangers of alcohol when driving, wearing a helmet, and so on.</p>

<p>“Best Integrated Marketing Communications”</p>	<p>Mengedepankan program/kampanye komunikasi pemasaran yang mengintegrasikan berbagai kanal dan strategi komunikasi untuk mencapai tujuan bisnis secara efektif. Contohnya, kampanye peluncuran produk baru yang menggabungkan iklan digital, media sosial, public relations, dan experiential marketing; strategi omnichannel untuk meningkatkan loyalitas pelanggan; kampanye pemasaran berbasis data yang mengoptimalkan customer journey; integrasi pemasaran influencer dengan kampanye offline; serta komunikasi pemasaran terpadu dalam event sponsorship atau program loyalitas pelanggan.</p>	<p>This category recognizes marketing communication programs or campaigns that effectively integrate various channels and strategies to achieve business objectives. Examples include product launch campaigns that combine digital advertising, social media, public relations, and experiential marketing; omnichannel strategies to enhance customer loyalty; data-driven marketing campaigns that optimize the customer journey; influencer marketing integrated with offline campaigns; and comprehensive marketing communications, such as event sponsorship or customer loyalty programs.</p>
<p>“Best Digital and Social Media Campaign”</p>	<p>Kategori ini mengapresiasi program atau kampanye komunikasi yang memanfaatkan platform digital dan media sosial secara inovatif dan strategis untuk mencapai tujuan komunikasi dan bisnis. Kampanye dalam kategori ini harus menunjukkan pemanfaatan optimal berbagai kanal digital, seperti media sosial, website, email marketing, digital advertising, serta teknologi interaktif seperti AR/VR, AI, atau chatbot. Penilaian berfokus pada kreativitas, engagement, efektivitas dalam menjangkau target audiens, serta dampak nyata terhadap brand awareness, reputasi, atau konversi bisnis.</p>	<p>This category recognizes communication programs or campaigns that strategically and innovatively utilize digital and social media platforms to achieve communication and business objectives. Campaigns in this category should demonstrate the optimal use of various digital channels, including social media, websites, email marketing, digital advertising, and interactive technologies such as augmented reality (AR), virtual reality (VR), artificial intelligence (AI), or chatbots. Evaluation focuses on creativity, engagement, effectiveness in reaching target audiences, and measurable impact on brand awareness, reputation, or business conversions.</p>

<p>“Best Employee Engagement Program”</p>	<p>Kategori ini mengapresiasi program keterlibatan karyawan yang dirancang untuk meningkatkan motivasi, keterlibatan, dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Program dalam kategori ini harus menunjukkan strategi komunikasi internal yang efektif, inovatif, dan berkelanjutan dalam membangun budaya kerja yang positif, meningkatkan kepuasan kerja, serta memperkuat hubungan antara karyawan dan manajemen. Penilaian berfokus pada efektivitas program dalam menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif, meningkatkan produktivitas, serta dampak nyata terhadap retensi dan kepuasan karyawan.</p>	<p>This category recognizes employee engagement programs designed to enhance employee motivation, involvement, and loyalty. Programs in this category should demonstrate effective, innovative, and sustainable internal communication strategies that foster a positive workplace culture, improve job satisfaction, and strengthen relationships between employees and management. Evaluation focuses on the program’s effectiveness in creating a collaborative work environment, enhancing productivity, and delivering tangible benefits to employee retention and satisfaction.</p>
<p>“Diversity, Equity, Inclusion Program”</p>	<p>Kategori ini mengapresiasi program yang dirancang untuk mendorong keberagaman, kesetaraan, dan inklusi (DEI) di lingkungan kerja atau masyarakat. Program dalam kategori ini harus menunjukkan strategi yang berdampak dalam menciptakan lingkungan yang lebih inklusif, memastikan kesempatan yang setara bagi semua individu, serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman terhadap keberagaman budaya, gender, disabilitas, atau aspek lain dari inklusivitas. Penilaian berfokus pada efektivitas program dalam menciptakan perubahan positif, membangun budaya yang menghargai perbedaan, serta dampak nyata terhadap organisasi dan komunitas yang dilayani.</p>	<p>This category recognizes programs designed to promote diversity, equity, and inclusion (DEI) in the workplace or community. Programs in this category should demonstrate impactful strategies in fostering a more inclusive environment, ensuring equal opportunities for all individuals, and increasing awareness and understanding of cultural, gender, disability, or other aspects of inclusivity. Evaluation focuses on the program’s effectiveness in driving positive change, fostering a culture that values differences, and delivering tangible impacts on the organization and the communities it serves.</p>

<p>“Best Leadership Program”</p>	<p>Mengedepankan program atau kampanye komunikasi kepemimpinan perusahaan ke pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. Misalnya, program CEO dan direksi perusahaan ke kantor cabang seluruh Indonesia, atau program CEO visit to media, program CEO dan direksi sharing session ke pabrik-pabrik, dan seterusnya.</p>	<p>Prioritize company leadership communication programs or campaigns to both internal and external stakeholders. For example, a CEO and company directors program to branch offices throughout Indonesia, a CEO visit to the media program, a CEO and directors sharing session program to factories, and so on.</p>
<p>“Best Website”</p>	<p>Kategori ini mengapresiasi website perusahaan atau organisasi yang dirancang dan dikelola secara strategis sebagai kanal komunikasi utama untuk menyampaikan pesan, membangun reputasi, serta mendukung pencapaian tujuan bisnis. Website dalam kategori ini harus menunjukkan keunggulan dalam aspek user experience (UX), user interface (UI), kualitas konten, kemudahan navigasi, serta integrasi dengan kanal komunikasi digital lainnya. Penilaian berfokus pada efektivitas website dalam menyampaikan informasi yang relevan dan kredibel, meningkatkan engagement dengan audiens, serta memberikan dampak nyata terhadap brand awareness, kepercayaan publik, dan/atau konversi bisnis.</p>	<p>This category recognizes corporate or organizational websites that are strategically developed and managed as a primary communication platform to convey key messages, build reputation, and support business objectives. Entries in this category should demonstrate excellence in user experience (UX), user interface (UI), content quality, ease of navigation, and integration with other digital communication channels. Evaluation focuses on the website’s effectiveness in delivering relevant and credible information, enhancing audience engagement, and generating measurable impact on brand awareness, public trust, and/or business conversion.</p>

Penjelasan Singkat Sub-Kategori dalam IMPRA/ Brief Information about Sub-Category under IMPRA		
“Best Creative PR Campaign”	Menekankan pada kreativitas pengelolaan pesan inti kepada target audience mengenai suatu produk, misalnya sosialisasi BI Fast dengan cara-cara kreatif dengan animasi atau role play, atau dengan metafora, bisa juga dengan tagline kreatif, atau gabungan keseluruhannya.	Emphasizes creativity in managing the core message to the target audience regarding a product. For example, disseminating BI Fast creatively through animation, role-play, or metaphors; it can also be accompanied by a creative tagline or a combination of the two.
“Best Media Relations Program”	Kategori ini mengapresiasi program hubungan media yang dirancang untuk membangun, memperkuat, dan mempertahankan hubungan yang efektif antara organisasi dan media guna mendukung tujuan komunikasi dan reputasi. Program dalam kategori ini harus menunjukkan strategi yang sistematis dan terukur dalam menjalin kemitraan dengan media, mengelola pemberitaan, serta memastikan penyampaian pesan yang konsisten dan kredibel kepada publik. Penilaian berfokus pada efektivitas strategi media relations dalam meningkatkan eksposur positif, membangun kepercayaan dengan jurnalis dan media, serta dampak nyata terhadap citra dan reputasi organisasi.	This category recognizes media relations programs designed to build, strengthen, and maintain effective relationships between an organization and the media, thereby supporting communication and reputation objectives. Programs in this category should demonstrate a systematic and measurable strategy in engaging with the media, managing news coverage, and ensuring the consistent and credible delivery of key messages to the public. Evaluation focuses on the effectiveness of media relations strategies in enhancing positive exposure, fostering trust with journalists and media outlets, and delivering tangible impacts on the organization’s image and reputation.

<p>“Best Social Media Campaign”</p>	<p>Kategori ini mengapresiasi kampanye komunikasi yang secara strategis dan kreatif memanfaatkan media sosial untuk membangun hubungan dengan audiens, meningkatkan kesadaran merek, serta memperkuat reputasi organisasi. Kampanye dalam kategori ini harus menunjukkan pemanfaatan optimal berbagai platform media sosial dengan strategi konten yang relevan, interaktif, dan berbasis data untuk mencapai tujuan komunikasi yang ditetapkan. Penilaian berfokus pada efektivitas kampanye dalam menciptakan keterlibatan (engagement), memperluas jangkauan audiens, serta dampak nyata terhadap persepsi dan citra organisasi.</p>	<p>This category recognizes communication campaigns that strategically and creatively utilize social media to engage audiences, enhance brand awareness, and strengthen an organization’s reputation. Campaigns in this category should demonstrate the optimal use of various social media platforms, utilizing relevant, interactive, and data-driven content strategies to achieve defined communication objectives. Evaluation focuses on the campaign’s effectiveness in driving engagement, expanding audience reach, and delivering tangible impacts on the organization’s perception and image.</p>
<p>“Best Digital Public Relations Program”</p>	<p>Kategori ini mengapresiasi program kehumasan yang secara strategis memanfaatkan platform digital untuk membangun, mengelola, dan meningkatkan reputasi organisasi serta keterlibatan dengan pemangku kepentingan. Program dalam kategori ini harus menunjukkan pendekatan inovatif dalam penggunaan berbagai kanal digital, seperti website, media sosial, podcast, video, digital storytelling, hingga analitik berbasis data untuk mengukur dampak komunikasi. Penilaian berfokus pada efektivitas strategi digital dalam membangun kepercayaan, meningkatkan visibilitas, serta menciptakan interaksi yang bermakna dengan audiens yang ditargetkan.</p>	<p>This category recognizes public relations programs that strategically leverage digital platforms to build, manage, and enhance an organization’s reputation and stakeholder engagement. Programs in this category should demonstrate innovative approaches to utilizing various digital channels, including websites, social media, podcasts, videos, digital storytelling, and data-driven analytics, to measure the impact of communication. Evaluation focuses on the effectiveness of digital strategies in fostering trust, increasing visibility, and creating meaningful interactions with target audiences.</p>

<p>“Best Internal Communications Program”</p>	<p>Best Internal Communication Program adalah penghargaan atau istilah yang merujuk pada program komunikasi internal terbaik dalam sebuah organisasi yang berhasil meningkatkan keterlibatan karyawan, menyampaikan informasi secara efektif, serta membangun budaya kerja yang kuat dan selaras. Program ini biasanya strategis, konsisten, menggunakan berbagai saluran komunikasi (seperti newsletter, town hall, atau video), bersifat dua arah, menjangkau seluruh level karyawan, dan memiliki ukuran keberhasilan yang jelas. Pengakuan ini sering diberikan dalam ajang profesional seperti PR Awards atau HR Excellence Awards sebagai bentuk apresiasi atas inovasi dan dampak nyata dalam komunikasi internal.</p>	<p>The Best Internal Communication Program is an award or term referring to the best internal communications program within an organization that successfully increases employee engagement, conveys information effectively, and builds a strong and harmonious work culture. These programs are typically strategic, consistent, use multiple communication channels (such as newsletters, town halls, or videos), are two-way, reach all levels of employees, and have clear success metrics. This recognition is often given at professional events such as the PR Awards or HR Excellence Awards as a form of appreciation for innovation and tangible impact in internal communications.</p>
<p>“Best PR Podcast”</p>	<p>Kategori ini mengapresiasi program podcast yang digunakan sebagai alat komunikasi strategis untuk menyampaikan pesan, membangun keterlibatan audiens, serta memperkuat reputasi organisasi. Podcast dalam kategori ini harus menunjukkan kreativitas dalam penyampaian konten, kualitas produksi yang baik, serta pendekatan yang berbasis data untuk menjangkau dan memengaruhi target audiens. Penilaian berfokus pada efektivitas podcast dalam menciptakan dampak komunikasi yang kuat, meningkatkan kesadaran publik, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan pendengar melalui narasi yang menarik dan relevan.</p>	<p>This category recognizes podcast programs utilized as a strategic communication tool to deliver messages, engage audiences, and strengthen an organization’s reputation. Podcasts in this category should demonstrate creativity in content delivery, high production quality, and a data-driven approach to reaching and influencing target audiences. Evaluation focuses on the podcast’s effectiveness in creating a strong communication impact, increasing public awareness, and fostering closer relationships with listeners through compelling and relevant storytelling.</p>

<p>“Best Research in PR”</p>	<p>Kategori ini mengapresiasi riset yang dilakukan dalam bidang kehumasan untuk memahami opini publik, mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi, serta menginformasikan pengambilan keputusan berbasis data. Riset dalam kategori ini harus menunjukkan metodologi yang kuat, analisis yang mendalam, serta relevansi dalam meningkatkan praktik public relations yang lebih efektif dan strategis. Penilaian berfokus pada kontribusi riset terhadap pemahaman audiens, pengukuran dampak komunikasi, serta bagaimana hasil riset diterapkan untuk mendukung tujuan organisasi dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan.</p>	<p>This category recognizes research conducted in the field of public relations to understand public opinion, evaluate the effectiveness of communication strategies, and inform data-driven decision-making. Research in this category should demonstrate strong methodology, in-depth analysis, and relevance in enhancing more effective and strategic public relations practices. Evaluation focuses on the research’s contribution to audience insights, measurement of communication impact, and how the findings are applied to support organizational goals and foster better relationships with stakeholders.</p>
-------------------------------------	---	--