

ABSTRAK

Diva Aulia Salsabila: Aktivitas Media Monitoring PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Memantau Opini Publik

Media Monitoring merupakan sebuah aktivitas pemantauan berita atau informasi yang dilakukan pada berbagai media. Pemberitaan tentang PT KAI (Persero) banyak sekali tersebar di berbagai media setiap harinya, sehingga perlu untuk dilakukan pemantauan agar tidak memunculkan opini atau perspektif negatif dari berita atau informasi yang tidak sesuai. Penelitian ini berfokus pada aktivitas Media Monitoring yang dilaksanakan oleh Unit *Public Relations* PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam memantau opini publik.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana proses “*to find*” (menemukan) seluruh pemberitaan tentang KAI di berbagai media, “*to detect*” (mendeteksi) kategori dan kebenaran seluruh pemberitaan tentang KAI dan “*to deter*” (mencegah) pemberitaan negatif atau hoax tentang KAI.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Konsep yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu menggunakan konsep Media Monitoring menurut William J Comcowich yaitu *to find*, *to detect* dan *to deter*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Kereta Api Indonesia (Persero) melakukan tahap “*to find*” dengan cara laporan dari konsultan dan pencarian manual. Tahap “*to detect*” dilakukan dengan mendeteksi klasifikasi tone pemberitaan, cross-checking pemberitaan atau isu, dan evaluasi. Tahap “*to deter*” dilakukan dengan *early warning system*, responsif, koordinasi serta konten counter issue. Aktivitas Media Monitoring ini sejalan dengan konsep media monitoring yang dikemukakan oleh William J. Comcowich, yang menekankan pentingnya proses identifikasi, analisis, dan evaluasi terhadap pemberitaan serta membantu perusahaan menjaga citra positif dan merespons isu publik secara strategis.

Kata Kunci: Media Monitoring, Public Relations, Opini Publik, PT Kereta Api Indonesia, Strategi Komunikasi

ABSTRACT

Diva Aulia Salsabila: *Media Monitoring Activities of PT Kereta Api Indonesia (Persero) in Monitor Public Opinion*

Media Monitoring is a news or information monitoring activity carried out on various media. There is a lot of news about PT KAI (Persero) spread across various media every day, so it is necessary to monitor it so as not to give rise to negative opinions or perspectives from inappropriate news or information. This research focuses on Media Monitoring activities carried out by the Unit Public Relations PT Kereta Api Indonesia (Persero) in monitoring public opinion.

The aim of this research is to find out how the process of “to find”(find) all the news about KAI in various media, “to detect” (detect) the category and truth of all news about KAI and “two of these” (prevent) negative news or hoaxes about KAI.

The method applied in this research is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews. The concept applied in this research is using the Media Monitoring concept according to William J Comcowich, namely to find, to detect And two of these.

The research results show that PT Kereta Api Indonesia (Persero) is carrying out the “to find” by means of reports from consultants and manual searches. Stage “to detect” This is done by detecting news tone classification, cross-checking news or issues, and evaluation. Stage “two of these” done with early warning system, responsiveness, coordination and counter issue content. This Media Monitoring activity is in line with the media monitoring concept put forward by William J. Comcowich, which emphasizes the importance of the process of identification, analysis and evaluation of news as well as helping companies maintain a positive image and respond strategically to public issues.

Keywords: *Media Monitoring, Public Relations, Public Opinion, PT Kereta Api Indonesia, Communication Strategy*