



RINGKASAN

GREVY LUVENDRIA GRANET. Proses Monitoring Media Cetak di Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *The Process Of Monitoring the Print Media In The Ministry Of Trade Republic Of Indonesia*. Dibimbing oleh BAYU SURIAATMAJA SUWANDA.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sebagai satu-satunya Kementerian dalam pemerintahan Indonesia yang membidangi urusan perdagangan, menjalankan fungsinya untuk melayani segala sesuatu yang berkaitan dengan sektor perdagangan dalam negeri. Kementerian Perdagangan dalam menjalankan fungsinya tersebut perlu menjaga citra baik perusahaan dimata publik maupun media, dengan melakukan monitoring atau pemantauan atas pemberitaan yang tersebar di media massa, salah satunya yaitu media cetak.

Tujuan laporan akhir adalah menjelaskan kegiatan tugas dan fungsi Humas di Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Proses Media Monitoring dan menjelaskan hambatan serta solusi yang dihadapi oleh Humas dalam melakukan proses media monitoring. Adapun metode yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan melakukan pengumpulan data berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data untuk laporan akhir ini dilaksanakan di Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang beralamat di Jl. M.I Ridwan Rais No.5, Gambir, Jakarta Pusat. Waktu pengumpulan data dilaksanakan selama dua bulan pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) terhitung sejak tanggal 18 Juni 2019 sampai dengan 12 Agustus 2019. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan cara berpartisipasi langsung, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sebagai satu-satunya kementerian dalam pemerintahan Indonesia yang membidangi urusan perdagangan, menjalankan fungsinya untuk melayani segala sesuatu yang berkaitan dengan sektor perdagangan dalam negeri. Dalam menjalankan fungsinya tersebut, Kementerian Perdagangan dibantu oleh Divisi humas perlu menjaga citra baik perusahaan dengan cara menjalin komunikasi kepada pihak internal dan eksternal perusahaan. Humas dalam menjalankan tugasnya membagi Divisi menjadi tiga bagian, salah satunya adalah Divisi humas Sub Bagian strategi komunikasi.

Melakukan kegiatan media monitoring menjadi salah satu bagian dari strategi komunikasi Kementerian Perdagangan. Media monitoring adalah kegiatan mencari informasi berupa pemberitaan yang beredar di media massa cetak dan online. Kegiatan tersebut perlu dilakukan untuk mengetahui opini publik yang terbentuk dari khalayak sasaran, sehingga humas dapat menentukan kebijakan dan strategi yang harus dilakukan setelah mengetahui pemberitaan-pemberitaan tersebut, dengan begitu citra dari perusahaan akan tetap terjaga.

Humas dalam melakukan kegiatan media monitoring mengalami beberapa hambatan yang dapat mengganggu pekerjaan humas, namun dari hambatan-hambatan yang dirasakan tersebut, humas memiliki solusi untuk mengatasi beberapa hambatannya agar proses media monitoring tetap berjalan dengan lancar dan tidak mengganggu kegiatan-kegiatan yang lainnya.

Kata Kunci: humas, kementerian perdagangan, media cetak, media monitoring