

## RINGKASAN

**RR SITI FADZHIRA.** 2021. Proses *Media Monitoring* oleh *Public Relation* Terkait PT Kimia Farma Tbk. *Media Monitoring Process by Public Relations Related to PT Kimia Farma Tbk.* Program Studi Komunikasi, Sekolah Vokasi IPB. Dibimbing oleh RACHMAT PAMBUDY.

PT Kimia Farma Tbk merupakan perusahaan Holding BUMN Farmasi di Indonesia. PT Kimia Farma Tbk atau Kimia Farma telah berkembang menjadi perusahaan dengan pelayanan kesehatan (*Healthcare*) yang terintegrasi di Indonesia. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan khususnya bidang penyediaan obat-obatan, tentu memiliki bagian *Public Relation* sebagai bagian manajemen perusahaan yang melakukan segala aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan komunikasi, sekaligus sebagai jembatan antara perusahaan dengan publiknya, baik publik internal maupun publik eksternal.

Dewasa ini, segala informasi dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat dengan memanfaatkan media massa. *Public Relation* PT Kimia Farma Tbk sebagai bagian yang berfungsi untuk menciptakan dan mempertahankan citra yang baik dimata publik, perlu mengawasi dan mengontrol segala informasi dan pemberitaan yang berada di media massa mengenai isu-isu perusahaan. Kegiatan mengawasi dan mengontrol segala isu atau pemberitaan ini dikenal dengan kegiatan *media monitoring*.

Penulisan laporan akhir ini bertujuan untuk menjelaskan tugas dan fungsi *Public Relation* PT Kimia Farma Tbk, lalu bagaimana proses kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh *Public Relation* PT Kimia Farma Tbk dan menjelaskan bagaimana hambatan yang terjadi pada saat kegiatan *media monitoring* berlangsung. Pengumpulan data dilakukan di PT Kimia Farma Tbk yang berlokasi di Jakarta Pusat, DKI Jakarta selama 48 hari kerja terhitung sejak tanggal 22 Februari 2021 sampai 30 April 2021.

Data yang digunakan untuk menyusun laporan akhir ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara secara langsung dengan pihak terkait, observasi secara langsung, partisipasi aktif dalam kegiatan *media monitoring* di PT Kimia Farma Tbk dan studi pustaka dengan membaca beberapa buku referensi yang berkaitan dengan judul laporan akhir.

Kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh *Public Relation* PT Kimia Farma Tbk memiliki tujuan untuk mengawasi isu-isu mengenai perusahaan serta mengevaluasi perusahaan dimata media dan publik. Kegiatan *media monitoring* di PT Kimia Farma Tbk terdiri dari enam tahapan, yaitu tahap membuat *agenda setting*, mencari dan menyeleksi berita, menganalisis berita, pemberian skor, membuat laporan bulanan dan evaluasi. Pada saat melakukan kegiatan *media monitoring* tentu saja terkadang mengalami beberapa hambatan. Hambatan tersebut merupakan hambatan teknis dan non teknis. Hambatan yang terjadi dapat dievaluasi untuk kemudian dipertimbangkan solusi terbaik guna mengatasi hambatan yang dialami.

Kata Kunci: Media massa, *media monitoring*, proses, *public relation*.