

ABSTRAK

Citra perusahaan merupakan unsur yang sangat penting dalam prioritas praktisi humas. Sebagai praktisi humas, diharapkan dapat mengelola pandangan masyarakat terhadap perusahaan agar terjaganya citra dari sebuah perusahaan. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah BUMN yang bergerak dalam bidang jasa angkutan penumpang dan barang. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang berbasis layanan masyarakat. Penting bagi humas untuk selalu memantau pandangan masyarakat terhadap perusahaan. Dengan penggunaan teknologi yang meningkat, publik mulai mengungkapkan pandangannya menggunakan media sosial. Fokus penelitian ini adalah bagaimana teknis humas dalam melakukan pemantauan terhadap media sosial instagram perusahaan @keretaapikita yang bertujuan untuk mengetahui pandangan publik terhadap korporasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengambilan data wawancara, observasi dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini adalah proses dari *social media monitoring* adalah mengumpulkan data sesuai komponen, publikasi informasi mengenai kereta api, *scanning* komentar pada setiap post pada instagram, semua data dikumpulkan kedalam *big data social media monitoring* yang nantinya akan dievaluasi bersama dalam menentukan langkah berikutnya pada media sosial instagram, serta melihat efektifitas praktisi humas dalam melakukan *social media monitoring*.

Kata kunci: Pemantauan, citra, media sosial.