

ABSTRAK

Penelitian ini latar belakangnya oleh fenomena media monitoring yang terjadi pada humas PT. Dirgantara Indonesia yang mengalami perubahan metode media monitoring dari konvensional menjadi digital karena kebijakan BUMN terhadap media monitoring dan publisitas perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui bagaimana humas memanfaatkan *media monitoring* untuk publisitas dan (2) mengetahui bagaimana humas PTDI memenuhi kebutuhan publisitas sesuai dengan media monitoring BUMN. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan konsep *media monitoring* oleh (Broom & Sha, 2013) yang terdiri dari: *defining problem, planning and programming, taking action and communicating*, dan *evaluating the program*. Berdasarkan hasil penelitian (1) Diketahui bahwa PTDI sudah menggunakan *media monitoring* sejak tahun 2015 dengan cara menghasilkan sebuah kliping sebagai laporan bulanan media monitoring dan pasca bergabung dengan BUMN laporan media monitoring disesuaikan dengan kebijakan BUMN yakni dengan bentuk digital yang disebut dengan istilah *scoring* BUMN. (2) Setelah bergabung dengan BUMN PTDI menggunakan *media monitoring* sebagai alat untuk memenuhi kewajiban publisitas setiap perusahaan BUMN. Diketahui juga bahwa *media monitoring* yang dilakukan oleh PTDI diharuskan untuk selalu update setiap harinya hal ini karena BUMN memiliki penilaian berupa “scoring” untuk menilai kinerja humas dalam perusahaan BUMN melakukan *media monitoring*.

Kata kunci : *media monitoring*, publisitas, PT. Dirgantara Indonesia