

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS MELALUI MEDIA MONITORING
DALAM MANAJEMEN REPUTASI PT ASURANSI TUGU PRATAMA
INDONESIA TBK**

VIKO RACHMATULLAH PUTRA

ABSTRAK

Pada saat ini media sangat lah berkembang dengan sangat pesat, berbagai macam media pun semakin bermunculan seperti media online atau media internet, media sosial, media konvensional maupun media baru. Perkembangan media tersebut mendorong masyarakat untuk semakin mudah percaya pada hal-hal atau informasi yang disampaikan di media tersebut. Seperti adanya pemberitaan mengenai berbagai perusahaan di media. Masyarakat cenderung selalu percaya dengan apa yang disampaikan oleh media tanpa pikir panjang. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap opini, tingkah laku dan cara pandang masyarakat terhadap suatu perusahaan tersebut. Oleh karena nya, untuk mengetahui berbagai pandangan dan opini masyarakat terhadap perusahaan, maka perusahaan melaksanakan sebuah strategi public relations yakni Monitoring Media. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat seberapa efektif media monitoring dalam membantu PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk manajemen reputasi nya, dan bagaimana kah strategi public relations yang dilakukan oleh PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk. Penelitian ini dilakukan melalui metode penelitian kualitatif dengan studi kasus, serta melakukan wawancara dalam memporel data penelitian yang dibutuhkan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa media monitoring yang dilakukan perusahaan sangat membantu dalam mengevaluasi berbagai strategi public relations yang dilakukan PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk sehingga dapat dikatakan bahwa media monitoring yang dilakukan efektif dalam manajemen reputasi PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk.

Kata Kunci: Strategi, Public Relations, Media Monitoring, Reputasi

**PUBLIC RELATIONS STRATEGY THROUGH MONITORING MEDIA IN
REPUTATION MANAGEMENT OF PT ASURANSI TUGU PRATAMA
INDONESIA TBK**

VIKO RACHMATULLAH PUTRA

ABSTRACT

At this time the media is developing very rapidly, various kinds of media are increasingly emerging such as online media or internet media, social media, conventional media and new media. The development of these media encourages people to more easily believe in things or information conveyed in the media. Like the news about various companies in the media. Society tends to always believe in what is conveyed by the media without thinking. This can affect the opinions, behavior and worldview of the company. Therefore, to find out the various views and opinions of the public towards the company, the company implemented a public relations strategy, namely Media Monitoring. The purpose of this research is to see how effective the monitoring media is in helping PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk to manage its reputation, and how the public relations strategy is carried out by PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk. This research was conducted through qualitative research methods with case studies, as well as conducting interviews in researching needed research data. The results of this study found that media monitoring conducted by the company was very helpful in evaluating various public relations strategies undertaken by PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk so that it can be said that media monitoring carried out effectively in managing the reputation of PT Asuransi Tugu Pratama Indonesia Tbk.

Keywords: Strategy, Public Relations, Media Monitoring, Reputation