

Kegiatan *Media Monitoring* pada Media *Online* Biro Administrasi Pimpinan

Tasya Nur Kholida^{1*}, Encep Dulwahab

¹Jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung
*Email : tasyanurkholida@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami kegiatan media *monitoring* yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan di Provinsi Jawa Barat, berdasarkan konsep tahapan *media monitoring* dari Iswandi Syahputra. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif kualitatif, yang melibatkan observasi partisipatif pasif dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *media monitoring* mencakup tiga tahapan utama yang *pertama* Data Mining, melibatkan penentuan kata kunci dan pengumpulan data dari media *online*. *Kedua*, Pengolahan Data, di mana data mentah diubah menjadi format yang siap dianalisis, termasuk identifikasi *tone* berita. *Ketiga*, Analisis dan Pelaporan, yang menganalisis serta melaporkan data berdasarkan kurun waktu tertentu untuk menjaga citra pimpinan dan lembaga.

Kata Kunci : Citra Pimpinan, Media *Monitoring*, *Tone* Berita

ABSTRACT

This research aims to understand the media monitoring activities carried out by the Bureau of Leadership Administration in West Java Province, based on the concept of media monitoring stages from Iswandi Syahputra. This research uses the constructivism paradigm with a qualitative approach and qualitative descriptive method, which involves passive participatory observation and in-depth interviews. The results showed that media monitoring activities include three main stages, the first being Data Mining, which involves determining keywords and collecting data from online media. Second, Data Processing, where raw data is converted into a format ready for analysis, including the identification of news tones. Third, Analysis and Reporting, which analyzes and reports data based on a certain period of time to maintain the image of leaders and institutions.

Keywords: Leader Image, Media *Monitoring*, News *Tone*

PENDAHULUAN

Media *monitoring* merupakan salah-satu aktivitas dalam manajemen *public relations* (PR) yang berfungsi sebagai bentuk pengelolaan media dan pengumpulan informasi mengenai tanggapan masyarakat terhadap pesan yang disampaikan oleh perusahaan. Aktivitas ini melibatkan proses pengumpulan dan evaluasi data dari berbagai sumber media massa terkait peristiwa, kebijakan, serta dampaknya terhadap publik. Selain itu, media *monitoring* juga berfungsi untuk memprediksi kejadian yang mungkin terjadi di masa depan. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mendukung analisis dan pengukuran reputasi perusahaan dengan mengidentifikasi apakah hasil liputan media bersifat netral, positif, atau negatif.

Kemajuan teknologi informasi secara signifikan mempengaruhi cara masyarakat mengonsumsi berita. Masyarakat awalnya bergantung pada media konvensional seperti televisi, majalah, dan koran untuk mendapatkan informasi. Kini, dengan berkembangnya *platform digital* dan *media online*, akses berita menjadi jauh lebih cepat dan mudah. Masyarakat kini cenderung mengandalkan internet dan *platform digital* untuk mendapatkan berita terkini dan informasi lain. Hal ini mengubah lanskap media dan membuat media *monitoring* menjadi semakin penting.

Bagi seorang *Public Relations Officer* (PRO), citra dan reputasi perusahaan merupakan indikator utama keberhasilan. Media *monitoring* menjadi alat penting dalam mengumpulkan data terkait citra dan reputasi perusahaan tersebut. PRO harus terus menerus mengelola dan memperbaiki citra perusahaan, terutama di era digital di mana informasi menyebar dengan sangat cepat. Kemampuan PRO untuk memahami dan merespons berita serta opini publik secara efektif sangat penting dalam menjaga reputasi perusahaan.

Media *monitoring* juga berfungsi sebagai alat untuk mendeteksi tren media yang berkembang. Dengan memanfaatkan teknologi seperti *machine learning* dan *sentiment analysis*, media *monitoring* dapat mengidentifikasi pola-pola tertentu dalam pemberitaan yang mungkin mempengaruhi citra atau kebijakan publik perusahaan. Teknologi ini memungkinkan Biro Administrasi Pimpinan untuk lebih proaktif dalam menangani potensi krisis media sebelum masalah tersebut berkembang menjadi lebih besar. Oleh karena itu, laporan hasil media *monitoring* menjadi sangat berharga dalam mengevaluasi dan menyesuaikan strategi komunikasi yang telah diterapkan, agar lebih efektif dalam menghadapi dinamika media yang cepat berubah.

Menurut data pra-penelitian yang diterbitkan oleh economy.okezone.com pada 16 Maret 2016, mayoritas penduduk Indonesia kini lebih memilih untuk mengonsumsi berita melalui *platform online* dibandingkan surat kabar. Temuan ini didukung oleh riset dari lembaga global GFK dan *Indonesian Digital Association*

(IDA) yang dilakukan di lima kota besar di Indonesia sepanjang tahun 2015. Riset tersebut menunjukkan bahwa konsumsi berita online meningkat hingga 96 persen, mencerminkan perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses informasi.

Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Jawa Barat memiliki peran utama dalam perencanaan kebijakan umum, koordinasi aspek administratif terkait tugas lembaga daerah, serta penyediaan layanan administratif yang mencakup komunikasi pimpinan, protokoler, dan rumah tangga. Data pra-penelitian dari akun Instagram @biroadpimjabar menunjukkan bahwa Biro Administrasi Pimpinan meraih penghargaan "*FYP of The Year*" pada akun TikTok @biroadpimjabar dalam acara Humas Jabar Award 2023. Penghargaan ini diberikan dalam acara yang berlangsung dari 21 Juli hingga 13 Agustus, dengan pengumuman pemenang dilakukan secara *virtual* pada 2 September 2023.

Penelitian ini fokus pada kegiatan media *monitoring* yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Barat. *Media monitoring* dilakukan setiap hari dengan memantau pemberitaan di media online mengenai isu-isu terkini di Provinsi Jawa Barat. Hasil dari media *monitoring* dikategorikan berdasarkan berita positif, negatif, sensitif, dan netral. Kegiatan ini melibatkan kerja sama dengan pengembang *web* Kurasi Media, yang menyediakan isu-isu media setiap hari khusus untuk wilayah Provinsi Jawa Barat.

Data pra-penelitian tambahan diperoleh dari wawancara dengan Bayu, staf Biro Administrasi Pimpinan, pada 9 November 2023. Bayu menjelaskan bahwa selama periode 1-30 Oktober 2023, kegiatan media *monitoring* berhasil mencatat 11.142 berita terkait Provinsi Jawa Barat dengan berbagai sentimen pemberitaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam bagaimana kegiatan media *monitoring* pada media *online* dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan, terutama dalam kerjasama dengan Kurasi Media.

Penelitian terdahulu menjadi referensi penting dalam penelitian ini. Pertama, Mia Rizki Maulida dan Tresna Wiwitan (2020) melakukan penelitian tentang aktivitas media *monitoring* di Biro Humas Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan teori *Excellence*. Kedua, Ida Ayu Putri Astiti, Eksa Rusdiyana, dan Beywiyarno (2020) meneliti aktivitas media *monitoring* di PT. Bisnis Indonesia Konsultan dengan metode kualitatif dan analisis SWOT. Ketiga, Raihan Falah dan Erik Setiawan (2022) membahas aktivitas *monitoring* di *Financial Management Agency Haji Republic Indonesia* dengan metode kualitatif dan teori *two-way asymmetric*. Keempat, Veronica Maureein, Otto Bambang Wahyudi, dan Titi Vidyarini (2020) mempelajari proses aktivitas *media relations* di WWF-Indonesia dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Kelima, Siti Sekar Ayu Fadilah dan

Dwi Kartikawati (2020) melakukan penelitian tentang aktivitas *media relations* di Konsultan *Public Relations* Media *Buffet* menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus.

Penelitian ini mengisi gap yang ada dalam studi sebelumnya dengan fokus pada praktik media *monitoring* dengan objek penelitian Biro Administrasi Pimpinan Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Barat. Berbeda dari penelitian terdahulu yang umumnya menggunakan analisis SWOT, penelitian ini memperkenalkan penggunaan teknologi terbaru seperti *machine learning* dan *sentiment analysis* untuk analisis data pada aktivitas media *monitoring* pada sebuah lembaga. Penelitian ini juga menyoroti kerjasama dengan pengembang media untuk memperoleh informasi yang lebih relevan dan terkini, sehingga memberikan kontribusi baru dalam pemahaman tentang pengelolaan citra publik dan evaluasi sentimen berita secara lebih terperinci.

Penelitian ini berfokus pada proses *data mining*, pengolahan data, analisis, dan pelaporan dalam kegiatan media *monitoring* di Biro Administrasi Pimpinan. Metode deskriptif kualitatif digunakan pada penelitian ini, diharapkan memberikan kontribusi yang berharga bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang kehumasan. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman praktis mengenai tahapan media *monitoring* yang efektif, sesuai dengan konsep yang dikembangkan oleh Iswandi Syaputra.

Secara keseluruhan, media *monitoring* tidak hanya berfungsi untuk mengumpulkan informasi tetapi juga untuk menganalisis dan merespons berita serta opini publik dengan cara yang efektif. Aktivitas ini memungkinkan organisasi untuk menjaga dan meningkatkan reputasi mereka dengan cara yang proaktif, terutama dalam era digital di mana informasi dapat menyebar dengan sangat cepat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang praktik dalam media *monitoring*, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas kegiatan ini dalam konteks Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Jawa Barat.

LANDASAN TEORITIS

Teori dan konsep ini memberikan dasar pemahaman mengenai aktivitas media *monitoring* dalam mengevaluasi efektivitas kegiatan *media relations*. *Media relations* berfungsi sebagai alat komunikasi sebagai sarana yang efisien dalam berkomunikasi dengan publik. *Media relations* memainkan peran krusial dalam praktik *public relations* dengan membangun dan memelihara hubungan baik dengan media massa. Media massa berperan sebagai jembatan utama antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat, sehingga keterlibatan yang efektif dengan media menjadi sangat penting dalam menyampaikan informasi, mengelola citra, dan membangun hubungan yang baik.

Menurut Iriantara (2019:44), *media relations* sebagai alat komunikasi sangat penting dan efisien dalam menyampaikan pesan kepada publik secara luas. Hal ini diperjelas oleh Averill (1997) yang menyatakan bahwa *media relations* bagian tak terpisahkan dari *public relations* yang berfungsi sebagai strategi utama dalam membangun dan memelihara hubungan baik dengan media massa. *Media relations* merupakan elemen kunci yang harus dikelola secara cermat dan strategis untuk mencapai efektivitas dalam menyampaikan pesan dan informasi.

Syahputra (2019:3) mengemukakan bahwa *media relations* melibatkan keterkaitan sistematis dan terarah antara *public relations* dan perusahaan media. Hubungan ini harus memiliki arahan yang jelas serta kesepakatan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Melalui strategi sistematis, hubungan ini memungkinkan praktisi PR untuk menyampaikan pesan klien secara efektif melalui media massa, sementara media juga memperoleh akses yang lebih baik terhadap informasi yang relevan.

Tujuan utama dari *media relations* adalah membangun pengetahuan dan pemahaman serta menyebarkan informasi untuk mencapai citra positif di kalangan masyarakat. Iriantara (2019:19) menjelaskan bahwa selain publikasi kegiatan lembaga, tujuan *media relations* meliputi peningkatan dan pemeliharaan citra lembaga melalui publikasi strategis serta mendukung pencapaian tujuan lembaga dengan memanfaatkan liputan media massa untuk memperkuat visibilitas dan reputasi lembaga. Andjani (2019) menambahkan bahwa tujuan *media relations* mencakup memperoleh publisitas yang luas, mendapatkan perhatian media yang menguntungkan, memperoleh *feedback* dari masyarakat, menyediakan informasi untuk evaluasi, dan menciptakan relasi yang konsisten dan berkelanjutan.

Media *monitoring* menjadi fokus dalam *media relations* karena pentingnya evaluasi terhadap kegiatan *media relations*. Wardhani (2008:139) menyatakan bahwa evaluasi melalui media *monitoring* diperlukan untuk menilai efektivitas dan efisiensi strategi yang dijalankan serta memastikan tercapainya tujuan *media relations*. Ardianto (2007:98) menambahkan bahwa media *monitoring* penting untuk menganalisis liputan media massa dan memberikan masukan dalam pengambilan keputusan. Sukmayani & Jamroji (2021) menjelaskan bahwa media *monitoring* membantu mengevaluasi efektivitas aktivitas *media relations* dengan fokus pada hasil dan umpan balik dari media massa.

Media *monitoring* mencakup pengumpulan data tentang lembaga yang dimanfaatkan dalam merancang strategi komunikasi. Ayun (2018:6) menjelaskan bahwa media *monitoring* bertujuan untuk memahami jenis dan jumlah liputan mengenai lembaga, serta bagaimana reputasi lembaga terbentuk melalui liputan tersebut. Comcowich (2010:4) menambahkan bahwa tujuan *media monitoring*

adalah mencari, mendeteksi, dan mengantisipasi hal-hal terkait lembaga yang mungkin muncul dari liputan media. Soemirat dan Ardianto (2010:99) menekankan bahwa media *monitoring* membantu menilai efektivitas *media relations* dan pembuatan kebijakan.

Tahapan dalam media *monitoring* meliputi *data mining*, pengolahan data, analisis, dan pelaporan. Syahputra (2019:155) menjelaskan bahwa *data mining* adalah proses pengumpulan data secara *online* menggunakan kata kunci terkait lembaga untuk menemukan informasi. Pengolahan data melibatkan penentuan *tone* berita positif, negatif, atau netral seperti diuraikan oleh Wardhani (2008:139). Proses analisis dan pelaporan bertujuan untuk menganalisis data yang telah disusun dan dikelompokkan serta menyampaikan hasil kepada perusahaan untuk pengambilan keputusan yang tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biro Administrasi Pimpinan berperan penting dalam merumuskan kebijakan umum, koordinasi administratif, serta memberikan layanan administratif di bidang administrasi pimpinan. Berdasarkan wawancara, terungkap bahwa Biro ini juga melakukan evaluasi dan pelaporan atas pelaksanaan tugas-tugasnya, dengan fokus pada perumusan kebijakan dan pengendalian administrasi. Aktivitas media *monitoring* yang dilakukan mencakup analisis pemberitaan yang relevan dengan Provinsi Jawa Barat, menggambarkan keterlibatan mereka dalam menjaga informasi yang akurat dan *up-to-date*.

Informasi dari wawancara juga mengungkapkan bagaimana Biro Administrasi Pimpinan berkolaborasi dengan *web developer* untuk mengelola dan menyajikan informasi melalui situs web mereka. Nama-nama informan yang diwawancara dalam penelitian ini yaitu Sopyan Permana Putra, Ketua Tim Analisis Sentimen Berita; Bayu Aditya, Tenaga Teknis Isu Media Biro Administrasi Pimpinan; Irnanda Hana Widia, Tenaga Teknis Isu Media Biro Administrasi Pimpinan; dan Shinta Puspitasari, Tenaga Teknis Isu Media Biro Administrasi Pimpinan. Keempat informan ini memberikan wawasan yang berharga mengenai proses *data mining*, pengolahan data, serta analisis dan pelaporan dalam kegiatan media *monitoring* di Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Jawa Barat.

Kegiatan media *monitoring* adalah salah satu tugas krusial yang dilakukan oleh humas untuk mengawasi dan menganalisis segala bentuk publikasi dan pemberitaan yang berkaitan dengan lembaganya. Dengan memanfaatkan topik atau kata kunci tertentu, humas bertugas mencari dan membaca dengan cermat setiap publikasi yang dikeluarkan oleh media. Hasil dari *monitoring* ini kemudian diidentifikasi, dianalisis, dan disimpan untuk keperluan strategis lembaga. Biro Administrasi Pimpinan, sebagai salah satu lembaga pemerintahan di Provinsi

Jawa Barat, juga menjalankan kegiatan media *monitoring* yang bertujuan untuk menganalisis berita-berita yang beredar di wilayah tersebut.

Salah satu aspek paling penting adalah memastikan bahwa lembaga tersebut selalu dipersepsikan secara positif oleh masyarakat. Media *monitoring* berperan penting dalam mengawasi publikasi atau pemberitaan di media sosial yang berkaitan dengan lembaga, memastikan bahwa semua konten bersifat positif dan menguntungkan bagi lembaga. Kegiatan media *monitoring* yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan Provinsi Jawa Barat berjalan dengan baik dan terstruktur, dengan setiap tahap pelaksanaan kegiatan dirancang secara cermat dan optimal. Tanggung jawab ini berada pada praktisi humas di Biro Administrasi Pimpinan yang bekerja sama dengan *web developer*, memastikan pelaksanaan *monitoring media online* berjalan maksimal.

Berdasarkan wawancara mendalam, diketahui bahwa praktisi humas di Biro Administrasi Pimpinan menjalankan media *monitoring* dengan mengikuti tahapan yang digagas oleh Iswandi Syahputra (2019). Tahapan ini meliputi penambangan data (*data mining*), pengolahan data, serta analisis dan pelaporan. Setiap tahap memerlukan penggunaan instrumen yang tepat untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan valid dan dapat diandalkan. Dengan pendekatan ini, Biro Administrasi Pimpinan berhasil mengelola dan memantau citra lembaga secara efektif melalui media *monitoring* yang terstruktur dan terarah.

Tahap *Data Mining* (Penambangan Data) dalam Kegiatan Media *Monitoring* pada Media Online yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan

Data mining merupakan bagian dari proses kegiatan media *monitoring* yang dilakukan oleh *public relations*. Syahputra (2019) mengemukakan bahwa *data mining* merupakan tahapan pertama dalam konsep media *monitoring* yang diterapkan pada *media online* oleh Biro Administrasi Pimpinan. Pada tahap ini, praktisi humas menentukan kata kunci atau *keyword* yang akan digunakan sebagai pedoman dalam proses pencarian data. Setelah kata kunci ditetapkan, praktisi humas dapat dengan mudah mencari data di *media online* berdasarkan kata kunci tersebut. Proses ini mencakup pencarian pada artikel atau portal berita dan *media online*, yang kemudian dikumpulkan untuk menghasilkan data mentah. Proses pencarian ini mencakup semua aspek berita, termasuk judul dan isi berita yang berkaitan dengan lembaga pemerintahan. Setelah data mentah terkumpul, langkah selanjutnya yaitu melakukan penyaringan dan klasifikasi informasi. Praktisi humas akan mengevaluasi relevansi setiap artikel atau publikasi yang ditemukan, memastikan bahwa data yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan kata kunci yang telah ditetapkan dan relevan dengan kebutuhan lembaga pemerintahan.

Data yang telah disaring kemudian diorganisir berdasarkan kriteria tertentu, seperti sumber media, tanggal publikasi, dan topik yang dibahas.

Proses ini juga melibatkan identifikasi sentimen untuk menentukan apakah konten tersebut bersifat positif, negatif, atau netral terhadap lembaga pemerintahan. Analisis sentimen ini membantu praktisi humas memahami persepsi publik terhadap lembaga tersebut dan mengidentifikasi isu-isu yang perlu mendapatkan perhatian khusus. Setelah data diklasifikasikan, data ini siap untuk diolah lebih lanjut dan digunakan dalam tahap analisis, yang akan menghasilkan laporan media *monitoring* yang lebih terstruktur dan informatif. Syahputra (2019:156) menjelaskan bahwa proses *data mining* dalam media *monitoring* merupakan proses mencari semua informasi dari publikasi yang berbasis internet dengan menggunakan kata kunci serta perangkat teknologi informasi tertentu yang relevan untuk mengumpulkan data yang disebut data mentah. Proses ini secara cepat akan mencari, menemukan, dan memantau informasi yang tersedia berdasarkan sumber yang diperoleh dari internet dan sepenuhnya bergantung pada informasi yang ditemukan di internet.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa Biro Administrasi Pimpinan dalam kegiatan media *monitoring* menggunakan tahap *data mining* dengan fokus pada tiga aspek utama. Aspek pertama adalah menentukan kata kunci pada proses pengumpulan data media *monitoring*. Data mining dalam kegiatan media *monitoring* yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan diawali dengan menentukan kata kunci (*keyword*) yang akan digunakan sebagai panduan dalam pencarian data. Kata kunci yang digunakan merupakan kata-kata pendek yang dapat diingat oleh publik, yang berkaitan dengan kegiatan atau profil lembaga. Reitz (2004:361) menyatakan bahwa kata kunci (*keyword*) adalah kata-kata pendek dan mencolok yang dapat menggambarkan isi suatu artikel atau dokumen *online*, sehingga memungkinkan untuk menemukan semua entri yang mengandung kata kunci tersebut. Kata kunci (*keyword*) mempunyai beberapa fungsi, antara lain mempermudah proses pencarian konten yang sesuai atau relevan dengan portal saat mencari informasi yang dibutuhkan, meningkatkan efisiensi, dan membuat hasil pencarian lebih akurat. Berdasarkan penjelasan tersebut, kata kunci (*keyword*) menjadi relevan dalam aspek *data mining* pada kegiatan media *monitoring* oleh Biro Administrasi Pimpinan, digunakan sebagai pedoman pengumpulan data media *monitoring*. Sugiyono (2015:130) menambahkan bahwa pengumpulan data merupakan proses sistematis untuk mengumpulkan dan mengukur informasi dari berbagai sumber untuk mendapatkan gambaran lengkap dan akurat tentang suatu informasi yang dibutuhkan. Penjelasan tersebut merupakan proses pengumpulan data yang terstruktur untuk memperoleh informasi yang lengkap dan akurat dari berbagai sumber.

Aspek kedua dalam *data mining* adalah penggunaan *web developer* yang bekerja sama dengan Biro Administrasi Pimpinan. *Web developer* ini merupakan vendor perancang aplikasi kurasi yang digunakan untuk mengumpulkan data pemberitaan. Syahputra (2019:157) menjelaskan bahwa untuk memudahkan kegiatan media *monitoring*, lembaga sering kali menggunakan jasa konsultan media yang menyediakan layanan media *monitoring* dengan menggunakan perangkat dan keahlian sebagai analisis media. Hal ini menjelaskan bahwa lembaga menggunakan jasa konsultan untuk memudahkan kegiatan media *monitoring*. Jasa konsultan ini menjadi sorotan karena memiliki relevansi terkait *web developer* yang dimaksud dalam data mining pada kegiatan media *monitoring* Biro Administrasi Pimpinan. Aplikasi kurasi yang digunakan memiliki kriteria dan fitur tertentu yang terbaik di antara banyak fitur yang ada. Arikunto (2010:45) menyatakan bahwa kriteria merupakan standar atau ukuran yang digunakan untuk menilai atau mengevaluasi sesuatu, dan fitur merupakan elemen atau karakteristik khusus yang dimiliki oleh sesuatu dan dapat dijadikan dasar untuk perbandingan. Dalam hal ini, kriteria dan fitur aplikasi kurasi tersebut memiliki karakteristik yang menarik dan mudah digunakan dalam kegiatan media *monitoring*. Berdasarkan penjelasan tersebut, aplikasi kurasi yang digunakan oleh Biro Administrasi Pimpinan, yang merupakan hasil kerja sama dengan *web developer*, dipilih karena memiliki karakteristik yang menarik dan mudah dalam penggunaannya, sehingga sangat membantu dalam kegiatan media *monitoring*.

Aspek ketiga dalam *data mining* adalah pengumpulan data pada media *online* yang dilakukan Biro Administrasi Pimpinan. Pengumpulan data ini melibatkan pencarian artikel pada media *online* serta portal berita. Arikunto (2010:134) menyatakan bahwa pengumpulan data merupakan proses sistematis dan standar yang melibatkan berbagai teknik dan metode untuk memperoleh data yang diperlukan secara akurat dan terpercaya. Proses ini biasanya mencakup langkah-langkah seperti perencanaan, pemilihan alat pengumpulan data, pelaksanaan, dan pengolahan data, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan. Berdasarkan penjelasan tersebut, pengumpulan data dalam aspek *data mining* pada kegiatan media *monitoring* Biro Administrasi Pimpinan dilakukan sesuai kebutuhan yang bekerja sama dengan *vendor*. *Vendor* tersebut merupakan *web developer* yang menyediakan fitur aplikasi kurasi untuk mengumpulkan data pemberitaan. Biro Administrasi Pimpinan melakukan proses pengumpulan data media *monitoring* melalui aplikasi kurasi yang sudah ditentukan kata kuncinya (*keyword*). Hartono (2015:87) menyebutkan bahwa kata kunci (*keyword*) merupakan istilah atau frasa yang digunakan untuk mencerminkan inti dari suatu topik atau konten, sehingga memudahkan pencarian informasi yang relevan. Proses pengumpulan data dilakukan dengan membuka aplikasi kurasi dan mencari berdasarkan kata kunci (*keyword*). Kata kunci digunakan untuk memfilter

data agar pemberitaan di luar provinsi Jawa Barat tidak masuk ke dalam aplikasi tersebut.

Pengumpulan data media *monitoring* tidak hanya mengumpulkan data pemberitaan dari media *online* saja, tetapi juga dari media cetak dan televisi. Data yang sudah terkumpul diunggah dalam format *Excel* untuk dianalisis lebih lanjut. Format *Excel* ini memudahkan tim dalam mengelola dan memproses data, memungkinkan analisis mendalam terkait tema, sentimen, dan distribusi media. Data yang diunggah dalam format *Excel* memungkinkan berbagai fitur analisis data seperti pengelompokan, penyaringan, dan penggunaan rumus untuk menghitung frekuensi kemunculan tema tertentu atau distribusi sentimen di berbagai media. *Excel* juga memungkinkan visualisasi data melalui grafik dan tabel pivot, yang membantu tim melihat pola dan tren secara lebih jelas. Selain itu, data yang telah diolah dalam *Excel* memudahkan tim untuk melakukan *cross-referencing* antara berbagai sumber dan mengidentifikasi hubungan antara topik yang dibahas dan respon media. Hasil analisis ini kemudian disusun menjadi laporan yang memberikan wawasan mendalam, mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat, serta membantu tim humas dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif.

Tahap Pengolahan Data dalam Kegiatan Media *Monitoring* pada Media *Online* yang Dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan

Tahap pengolahan data merupakan proses mengolah data mentah yang diperoleh dari *data mining* dan mentransformasinya untuk analisis lebih lanjut. Tujuan dari proses ini adalah untuk mentransformasi data mentah agar dapat dianalisis lebih mendalam. Selain itu, pada tahap ini biasanya ditentukan nada atau *tone* dari setiap berita yang telah dikumpulkan, dengan kategori *tone* positif, negatif, sensitif, dan netral. Proses ini bertujuan untuk mengelompokkan atau mengategorikan data media *monitoring* agar praktisi dapat lebih mudah membaca dan menganalisis data. Syahputra (2019:161) mengemukakan bahwa data mentah yang telah diperoleh kemudian dikelola dan disusun sesuai dengan kategori masing-masing lembaga. Pada tahap ini, biasanya akan ditentukan *tone* dari masing-masing berita yang diperoleh, apakah berita itu positif, negatif, sensitif, atau netral. Proses ini bertujuan untuk mengolah data mentah yang sebelumnya didapatkan dari proses *data mining*. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa Biro Administrasi Pimpinan dalam kegiatan media *monitoring* melakukan pengolahan data berdasarkan dua aspek, yaitu mentransformasi data mentah menjadi format yang siap dianalisis dan menentukan cara mengidentifikasi *tone* berita positif, negatif, sensitif, dan netral.

Tahap pengolahan data pada media *monitoring* yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan dimulai dengan mentransformasi data mentah yang

sebelumnya diperoleh dari tahap *data mining*. Pada tahap transformasi ini, data mentah yang awalnya tidak teratur dan sulit dipahami diubah menjadi informasi yang siap digunakan untuk berbagai tujuan analisis. Transformasi data merupakan proses penting dalam pengolahan informasi, di mana data mentah yang telah dikumpulkan diubah menjadi bentuk yang lebih terstruktur dan siap untuk dianalisis lebih lanjut. Nugroho (2019:85) mengemukakan bahwa transformasi data adalah proses mengubah data mentah menjadi format yang sesuai untuk dianalisis, dengan langkah-langkah seperti pembersihan, penyaringan, penggabungan, dan pengkodean ulang data untuk memastikan bahwa data tersebut siap untuk dianalisis.

Penjelasan ini relevan dengan transformasi data dalam pengolahan data pada kegiatan media *monitoring* Biro Administrasi Pimpinan. Data mentah yang berada di aplikasi kurasi di-*download* dan menjadi format *Excel*, kemudian dilakukan pembersihan dan penyaringan data untuk mengidentifikasi sentimen positif, negatif, sensitif, atau netral. Analisis sentimen merupakan bagian penting dalam proses media *monitoring*. Smith (2020:45) mengungkapkan bahwa sentimen pemberitaan merujuk pada analisis perasaan atau opini yang terkandung dalam konten berita, yang dapat bersifat positif, negatif, sensitif, atau netral. Berdasarkan penjelasan ini, relevansinya adalah analisis sentimen pada data pemberitaan di aplikasi kurasi untuk menjadi format yang siap untuk dianalisis pada tahap berikutnya. Transformasi data pada media *monitoring* Biro Administrasi Pimpinan dimulai dari data di aplikasi kurasi, kemudian diekspor ke format Excel dan didownload. Pemindahan data mentah ke *Excel* bertujuan untuk mengidentifikasi sentimen negatif, positif, netral, atau sensitif. Data tersebut yang awalnya tidak terstruktur dirapikan dan diedit untuk dijadikan laporan harian. Transformasi ini dilakukan untuk memudahkan praktisi humas dalam melakukan analisis pada hasil media *monitoring*.

Tahap pengolahan data selanjutnya adalah menentukan cara mengidentifikasi *tone* berita positif, negatif, sensitif, dan netral. Proses menentukan nada atau *tone* berita pada kegiatan media *monitoring* yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan merupakan tahap untuk menganalisis data mentah yang telah dikumpulkan sebelumnya melalui proses *data mining*. Setiap berita kemudian dianalisis untuk menentukan nada atau *tone* pemberitaannya. Perkasa (2023:45) menjelaskan bahwa *tone* pemberitaan merujuk pada cara untuk mengidentifikasi emosi yang mungkin dirasakan audiens terhadap suatu objek setelah membaca, melihat, atau mendengar berita. *Tone* pemberitaan ini diklasifikasikan sebagai positif, negatif, sensitif, atau netral berdasarkan analisis konten berita. Berdasarkan penjelasan ini, relevansinya adalah menentukan *tone* pemberitaan berdasarkan analisis judul dan isi pemberitaan, dengan tujuan untuk

mengetahui apakah berita yang dipublikasikan memberikan dampak positif atau negatif bagi lembaga.

Tone berita mencerminkan evaluasi subjektif terhadap konten berita, yang dapat mempengaruhi persepsi dan penilaian masyarakat terhadap suatu isu, individu, produk, atau peristiwa yang diliput. Syahputra (2019:162) mengemukakan bahwa *tone* berita dibagi menjadi tiga, yaitu positif, negatif, dan netral. *Tone* positif dalam berita mencerminkan penyampaian yang memberikan kesan baik terhadap lembaga, *tone* netral mengacu pada berita yang sekadar melaporkan data dan fakta yang ada, dan *tone* negatif ditunjukkan dalam berita yang menyoroti aspek negatif atau kurang menguntungkan bagi lembaga. Berdasarkan penjelasan ini, relevansinya adalah penentuan *tone* berita pada kegiatan media *monitoring* Biro Administrasi Pimpinan dibagi menjadi empat kategori, yaitu positif, negatif, sensitif, dan netral. Tone ini ditentukan berdasarkan analisis judul dan isi pemberitaan. Jika pemberitaan mengandung nilai baik bagi pemerintah dan masyarakat, maka akan dinilai sebagai berita dengan *tone* positif. Jika pemberitaan tidak secara jelas baik atau buruk bagi pemerintah dan masyarakat, maka akan dinilai sebagai *tone* netral. Pemberitaan yang berisi tuntutan atau kritik terhadap kinerja pemerintah atau dinas pemerintah akan dinilai sebagai *tone* negatif, sementara *tone* sensitif merujuk pada pemberitaan yang mempengaruhi Pemerintah Daerah Kabupaten atau Kota di Jawa Barat.

Tahap Analisis dan Pelaporan Data dalam Kegiatan Media *Monitoring* pada Media *Online* yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan

Tahap akhir dalam kegiatan media *monitoring* merupakan analisis dan pelaporan setelah melaksanakan tahap *data mining* sebagai proses pengumpulan data dari media *monitoring* serta tahap pengolahan data dalam media *monitoring*. Tahap analisis dan pelaporan bertujuan untuk menganalisis hasil dari penilaian nada atau *tone* berita yang telah dilakukan sebelumnya. Syahputra (2019:115) mengemukakan bahwa analisis yang dilakukan dapat membantu lembaga dalam menetapkan kebijakan yang akan diambil berikutnya untuk menjaga citra positif di masyarakat serta membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan penerbit berita atau wartawan. Hasil analisis yang dilakukan juga dapat disampaikan kepada pimpinan dan seluruh staf sebagai bentuk evaluasi terhadap proses komunikasi lembaga dengan pihak eksternal. Tahap ini melibatkan penggunaan data dari media *monitoring* untuk merumuskan strategi dan kebijakan lembaga. Analisis ini memerlukan data yang telah diproses dan dikategorisasi yang kemudian dianalisis dengan berbagai instrumen untuk memenuhi kebutuhan lembaga, khususnya praktisi humas. Biro Administrasi Pimpinan melakukan beragam jenis analisis untuk memperoleh informasi menyeluruh dari hasil media *monitoring*.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa Biro Administrasi Pimpinan melakukan tahapan analisis dan pelaporan berdasarkan dua aspek, yaitu Proses Hasil Data berdasarkan Berbagai Instrumen dan Pelaporan Data berdasarkan Kurun Waktu. Pada tahap analisis, Biro Administrasi Pimpinan melakukan evaluasi terhadap data media *monitoring* yang sudah dikategorisasi dan disusun, yang kemudian dianalisis secara menyeluruh dari judul berita hingga isi berita menggunakan berbagai instrumen. Analisis ini sangat penting karena data dari media *monitoring* memiliki dampak terhadap citra lembaga Biro Administrasi Pimpinan. Maka dari itu, penting untuk melakukan analisis mendalam terhadap data yang diperoleh. Kegiatan media *monitoring* yang dilakukan Biro Administrasi Pimpinan bukan hanya mencari dan memantau pemberitaan tentang lembaga, tetapi juga harus dianalisis agar data tersebut dapat memberikan manfaat bagi lembaga. Wilcox dan Cameron (2021:223) mengemukakan bahwa media *monitoring* yang efektif sangat penting untuk memahami bagaimana sebuah organisasi atau lembaga dipersepsi oleh publik. Analisis media *monitoring* tidak hanya mencakup pemantauan sederhana, tetapi juga melibatkan evaluasi mendalam terhadap pemberitaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, relevansi kegiatan media *monitoring* dapat dilakukan seefektif mungkin dengan tujuan agar publik dapat menilai lembaga dengan pandangan yang positif. Untuk itu, pelibatan evaluasi pada tahapan media *monitoring* perlu dilakukan.

Tahap analisis media *monitoring* yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan, yang telah diperoleh dan dikategorisasikan, bertujuan untuk dianalisis agar hasil yang diperoleh bermanfaat bagi lembaga. Tahap analisis ini dilakukan dengan berbagai instrumen, seperti analisis isi pemberitaan, analisis *tone* pemberitaan, dan analisis prioritas pemberitaan bagi lembaga. Tahap analisis tersebut kemudian dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu pelaporan hasil data media *monitoring*. Menurut Sugiyono (2016:45), instrumen penelitian merupakan alat yang penting dalam pengumpulan data yang valid; instrumen yang baik akan menghasilkan data yang akurat, yang pada gilirannya memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Berdasarkan penjelasan tersebut, relevansi tahap analisis media *monitoring* yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan sesuai dengan prinsip analisis isi pemberitaan, *tone* pemberitaan, dan analisis prioritas pemberitaan, menekankan pentingnya penggunaan instrumen yang baik untuk menghasilkan data yang akurat dan valid, yang pada akhirnya mendukung penarikan kesimpulan yang valid dan bermanfaat bagi lembaga.

Media *monitoring* menjadi alat penting bagi lembaga untuk memahami representasi mereka di media online. Kegiatan ini, yang melibatkan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data, tidak hanya relevan bagi praktisi

humas tetapi juga bagi seluruh staf lembaga yang berhak mengetahui data yang diperoleh. Syahputra (2019:159) mengemukakan bahwa hasil media *monitoring* akan disampaikan kepada pihak yang berwenang atau terkait dengan kegiatan tersebut, dan didistribusikan sesuai dengan frekuensi yang ditetapkan oleh setiap lembaga. Berdasarkan penjelasan tersebut, relevansi hasil laporan media *monitoring* Biro Administrasi Pimpinan akan diberikan kepada pimpinan dan staf Biro Administrasi Pimpinan untuk dijadikan bahan evaluasi pimpinan pada kegiatan berikutnya. Biro Administrasi Pimpinan melakukan pelaporan hasil media *monitoring* untuk memberikan informasi mengenai pemberitaan lembaga kepada pihak pimpinan dan staf lembaga. Tahap pelaporan data media *monitoring* merupakan tahap di mana data yang telah dikumpulkan, diproses, dan dianalisis disampaikan kepada pimpinan dan staf lembaga. Pelaporan data yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan dibagi menjadi dua, yaitu pelaporan hasil data media *monitoring* harian dan pelaporan hasil data media *monitoring* mingguan.

Pelaporan harian merupakan manajemen yang memastikan bahwa kegiatan berjalan efektif. Menurut Jones (2019:45), pelaporan harian merupakan proses mendokumentasikan dan menyampaikan informasi atau data yang dikumpulkan setiap hari, yang bertujuan untuk memantau dan mengevaluasi perkembangan kegiatan secara terus-menerus. Pelaporan harian berarti penting untuk pemantauan dan evaluasi berkelanjutan yang memungkinkan manajemen mengikuti perkembangan dan membuat keputusan tepat setiap hari. Berdasarkan penjelasan tersebut, relevansi pelaporan harian yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan dilakukan setiap hari untuk memantau dan mengevaluasi perkembangan pemberitaan mengenai Provinsi Jawa Barat. Pelaporan harian hasil data media *monitoring* yang dilakukan Biro Administrasi Pimpinan mulai pukul 00.00 hingga 23.59, data tersebut diambil secara otomatis sesuai kata kunci dan waktu yang ditentukan, hasilnya kemudian disusun dalam bentuk draf dan diubah menjadi paparan resume dalam format PowerPoint.

Pelaporan berkala merupakan kunci untuk memastikan transparansi dan efisiensi; salah satu bentuk pelaporan yang paling umum adalah pelaporan mingguan. Menurut Handoko (2019:125), pelaporan mingguan merupakan proses penyusunan laporan secara berkala setiap minggu, yang mencakup informasi mengenai kemajuan, pencapaian, tantangan, dan rencana kerja untuk minggu selanjutnya. Laporan ini digunakan untuk menjaga komunikasi dan koordinasi antara anggota tim dan pemangku kepentingan. Berdasarkan penjelasan tersebut, relevansi yang dilakukan Biro Administrasi Pimpinan melibatkan pengumpulan dan analisis data harian selama satu minggu penuh; setiap hari pemberitaan dikelompokkan berdasarkan kesamaan, dan kemudian diakumulasikan untuk dijadikan laporan satu minggu. Pelaporan tersebut diberikan kepada pimpinan dan seluruh staf yang bertanggung jawab pada

kegiatan media *monitoring* Biro Administrasi Pimpinan. Laporan mingguan ini tidak hanya merangkum data yang terkumpul selama tujuh hari, tetapi juga memberikan analisis tren yang muncul dari akumulasi data harian tersebut. Dengan mengelompokkan pemberitaan berdasarkan kesamaan, tim dapat mengidentifikasi pola berulang, isu-isu yang mendapatkan perhatian lebih besar, serta perubahan dalam sentimen media dari hari ke hari. Laporan ini menjadi alat penting bagi pimpinan dan staf yang bertanggung jawab untuk memahami dinamika pemberitaan yang memengaruhi citra lembaga. Selain itu, laporan mingguan ini juga digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang telah diterapkan, serta sebagai dasar untuk merancang rencana tindakan yang lebih strategis dan terarah di minggu-minggu berikutnya. Dengan demikian, Biro Administrasi Pimpinan dapat memastikan bahwa mereka selalu siap merespons isu-isu media dengan cepat dan tepat.

PENUTUP

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kegiatan media *monitoring* yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan di media online terdiri dari tiga tahapan utama: penambangan data, pengolahan data, serta analisis dan pelaporan data. Tahap penambangan data merupakan langkah awal yang esensial dalam mengumpulkan informasi dari berbagai portal berita online dengan memanfaatkan kata kunci tertentu. Proses ini dilakukan menggunakan perangkat komputer dan laptop dengan akses internet, di mana data yang relevan dengan lembaga atau topik tertentu diidentifikasi. Biro Administrasi Pimpinan telah mengklasifikasikan proses ini menjadi tiga bagian penting, yaitu penentuan kata kunci, kolaborasi dengan *web developer*, dan pengumpulan data dari media online. Pendekatan ini memungkinkan lembaga untuk memperoleh data yang akurat dan relevan sebagai dasar untuk langkah selanjutnya.

Setelah data dikumpulkan, tahap berikutnya adalah pengolahan data, di mana data mentah yang telah diperoleh diubah menjadi format yang siap untuk dianalisis. Tahap ini tidak hanya berfokus pada transformasi data, tetapi juga pada penentuan nada atau *tone* dari setiap pemberitaan, apakah positif, negatif, sensitif, atau netral terhadap citra lembaga. Proses pengolahan data ini memastikan bahwa lembaga dapat memahami bagaimana berita yang tersebar di media memengaruhi persepsi publik. Dengan demikian, Biro Administrasi Pimpinan mampu memaksimalkan potensi data yang ada untuk menghasilkan analisis yang lebih mendalam dan komprehensif.

Tahap akhir dalam media *monitoring* adalah analisis dan pelaporan, di mana data yang telah dikategorisasi dianalisis secara menyeluruh. Analisis ini mencakup evaluasi dari judul berita hingga dampaknya terhadap lembaga, dengan tujuan untuk memperoleh wawasan yang dapat digunakan dalam

pengambilan keputusan strategis. Biro Administrasi Pimpinan membagi tahap ini menjadi dua kategori, yaitu analisis data berdasarkan berbagai instrumen dan pelaporan data berdasarkan kurun waktu. Proses analisis ini memungkinkan lembaga untuk memahami tren yang berkembang serta dampak dari pemberitaan media terhadap citra lembaga. Pelaporan yang dilakukan secara berkala juga memungkinkan lembaga untuk merespons isu-isu yang muncul dengan lebih cepat dan tepat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kegiatan media *monitoring* yang dilakukan oleh Biro Administrasi Pimpinan telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan konsep yang digagas oleh Iswandi Syahputra. Proses ini tidak hanya dilakukan secara terstruktur dan menyeluruh, tetapi juga rutin, yang memungkinkan lembaga untuk memanfaatkan hasil *monitoring* dengan optimal. Dengan menerapkan pendekatan ini, Biro Administrasi Pimpinan dapat menjaga citra positif lembaga dan membuat keputusan yang lebih tepat berdasarkan data yang akurat. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana teknologi terbaru dapat diintegrasikan ke dalam proses media *monitoring* untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi, serta untuk memahami lebih dalam tentang pengaruh pemberitaan media terhadap kebijakan lembaga.

DAFTAR PUSTAKA

- 96% masyarakat Indonesia konsumsi berita online. (2016, Maret 16). *Okezone*. Diakses pada 5 November 2020 pukul 11.34 dari <https://economy.okezone.com/read/2016/03/16/320/1337230/96-masyarakat-indonesia-konsumsi-berita-online>
- Abdillah, W., & Hartono. (2015). *Partial least square (PLS)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Akbar, A. (2005). *Menguasai internet plus pembuatan web*. Bandung: Penerbit M2S.
- Andjani, M. (2009). Media relations sebagai upaya pembentuk reputasi organisasi. *Sultan Agung*, 45(119).
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- _____. (2014). *Metode penelitian untuk public relations kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Ardianto, E., dkk. (2007). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astiti, R., & Beywiyarno. (2020). Aktivitas media monitoring di PT. Bisnis Indonesia Konsultan (Bisnis Indonesia Intelligence Unit). *Prosiding Seminar*

- Nasional Riset Teknologi Terapan, 1(1).*
- Averill, B. (1997). Media relations for small non-profit organizations. *Interpreter*, Mei 1997.
- _____. Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin, 80*, 286-303.
- Ayun, P. Q. (2015). Fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas. *Jurnal Komunikasi, 3*(2).
- Biro Administrasi Pimpinan. (2023). Website Biro Adpim. Diakses pada 16 Oktober 2023 dari <https://biroadpim.jabarprov.go.id/>
- Comcowich, W. J. (2010). *Media monitoring: The complete guide*. New York: Cyber Alert Inc.
- Creswell, J. W. (2012). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). California: Sage Publishing.
- Fadilah, K. (2020). Aktivitas media relations konsultan public relations Media Buffet dalam membantu pembentukan citra perusahaan klien. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian Program Studi Ilmu Komunikasi, 6*(2), 548-550.
- Falah, S. (2022). The activity of media public relations monitoring financial management agency Haji Republic Indonesia. *Bandung Conference Series, 2*(1), 26.
- Fitz, J. M. (2004). *Dictionary for library and information science*. Westport, Connecticut: Libraries Unlimited.
- Gunawan, A. (2020). Kegiatan media monitoring Humas Pemerintah Kota Cimahi. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 3*(2).
- Hartono. (2015). *Sistem informasi manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Henny Destiana, A. H. A. (2013). Sistem pengolahan data media monitoring berbasis web pada PT. Indoprima Media Pratama. *Pilar Nusa Mandiri, IX*(2), 184–194.
- Iriantara, Y. (2004). *Manajemen strategis public relations*. Jakarta: Ghalia.
- _____. (2019). *Media relations: Konsep, pendekatan, dan praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Jones, A. (2019). *Effective daily reporting in business*. New York: Business Press.
- Kryiantono, R. (2006). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Maulida, W. (2020). Aktivitas media monitoring Biro Humas Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Prosiding Hubungan Masyarakat, 6*(2), 166-168.
- Maureein, W., & Vidyarini. (2020). Proses aktivitas media relations di WWF-

- Indonesia. *Jurnal E-komunikasi: Program Studi Ilmu Komunikasi*, 6(2), 548-550.
- Moleong, L. (2004). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurdiansyah, A., & Kartika, R. (2020). Penerapan media relations dalam mempertahankan reputasi Kementerian Pertanian Republik Indonesia. *Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 48. <https://doi.org/10.33822/jep.v3i1.1519>
- Pamuji, E. (2019). *Media cetak vs media online: Perspektif manajemen dan bisnis media massa*. Surabaya: Unitomo Press.
- Smith, J. (2020). *Analisis sentimen dalam media massa*. Jakarta: Penerbit Media.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2010). *Dasar-dasar public relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mix methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Remaja.
- Sukmayani, O., & Jamroji, J. (2021). Media monitoring model in public relations of BUMN (State-owned enterprises) companies. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 4(2), 197-212. <https://doi.org/10.31538/almada.v4i2.1284>
- Suprawoto. (2018). *Government public relations: Perkembangan & praktik di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Syahputra, I. (2019). *Media relations: Teori, strategi, praktik dan media intelijen*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Syamsul, A. (2012). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Wardani, D. (2008). *Media relations: Sarana membangun reputasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widjaja, H. (2010). *Komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.