

ABSTRAK

Dalam perbankan Indonesia sedang marak terjadi kasus *skimming*. Sebagai praktisi PR di perbankan, diharapkan PR dapat menjaga citra positif tetap terjaga di mata nasabah maupun masyarakat. Penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan *social media monitoring* Instagram @banksyariahindonesia dengan tujuan mengetahui apakah penerapan *social media monitoring* Instagram @banksyariahindonesia berhasil dilakukan sebagai upaya pencegahan kasus *skimming* pada Bank Syariah Indonesia (BSI). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori dari Center, Cutlip & Broom (2011:320) yaitu evaluasi program. Selain itu, peneliti juga menggunakan teori dari Christopher (2011:84) yang meliputi pengumpulan data, pemilihan media atau *tools*, analisis data, dan distribusi data. Pengumpulan data di atas diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa divisi *Corporate Communication* melakukan pemanfaatan *social media monitoring* Instagram @banksyariahindonesia sebagai upaya pencegahan kasus *skimming* dengan melakukan empat tahap penting *social media monitoring* dan melakukan evaluasi program sehingga citra positif di mata nasabah maupun masyarakat ikut terjaga.

Kata Kunci: *Corporate Communication, skimming, social media monitoring*