

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kegiatan pemantauan media melalui media daring di Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui tujuan, kegiatan, dan strategi *public relations* yang dilakukan oleh Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengambilan data dilakukan melalui triangulasi data. Peneliti melakukan wawancara secara mendalam menggunakan metode *snowballs*, melakukan observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga informan yang terdiri dari satu informan utama dan dua informan pendukung yang berasal dari Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian, tujuan dari diadakannya pemantauan media adalah untuk mengetahui pemberitaan mengenai Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Adapun strategi yang digunakan mengacu kepada proses *public relations* empat langkah yang terdiri dari mendefinisikan masalah, perencanaan dan program, aksi dan komunikasi, serta evaluasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan Republik Indonesia telah melakukan pemantauan media melalui media daring dengan baik.

Kata Kunci: *Public Relations*, Pemantauan Media, Media Daring, Kementerian Perdagangan