

ABSTRAK

Berita adalah sebuah laporan tentang suatu kejadian yang sedang terjadi atau sebagai wadah informasi untuk khalayak. Sebuah perusahaan atau lembaga membutuhkan berita-berita untuk kebutuhan informasi terkait perkembangan setiap harinya yang terjadi pada lingkungan masyarakat. Selain membutuhkan informasi untuk kebutuhan perkembangan perusahaan atau lembaga, berita juga dibutuhkan untuk mengetahui sudut pandang dari sisi masyarakat atau untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan perusahaan atau lembaga. Perusahaan atau lembaga perlu melakukan Media Monitoring yang berguna untuk mengetahui sejauh mana berita positif atau negatif yang diberitakan oleh media. Penelitian ini berjudul “Strategi *Media Monitoring* Bank Indonesia Sebagai Tindakan Preventif Penyebaran Uang palsu”. Objek dalam penelitian ini adalah Bank Indonesia provinsi Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Media Monitoring* Bank Indonesia sebagai tindakan preventif penyebaran uang rupiah palsu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan total 4 narasumber yang merupakan Humas Bank Indonesia provinsi Jawa Barat. Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berisi wawancara mendalam dan teknik observasi serta data sekunder dimana mendapatkan data melalui perantara orang lain atau dokumen. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah Media Monitoring yang digunakan oleh Bank Indonesia adalah infografis dan CIKUR (Ciri - ciri keaslian uang rupiah) untuk menganalisis pemberitaan yang memberitakan mengenai Bank Indonesia, serta CIKUR sebagai bentuk tindakan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat untuk penyebaran uang palsu.

Kata Kunci: Media Monitoring, Public Relations, Penyebaran Uang Palsu.