

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Peran *Public Relations* seperti apa yang dilakukan Klub Sepak Bola Persib Bandung dalam mempertahankan citra klub. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori peran *public relations* (Doizer, 1992:22) dan teori media sosial sebagai media komunikasi *public relations* (Meermen, 2010:38). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan Klub Sepak Bola Persib Bandung berupaya untuk mempertahankan citra dengan meminimalisir kesalahpahaman dengan menjaga hubungan baik kepada publik internal maupun eksternal. Klub Sepak Bola Persib Bandung segera mengkaji dan diskusi setiap ada berita miring dengan melihat situasi di lapangan serta mengundang media agar kesalahpahaman tidak terjadi lagi dan langsung mengonfirmasinya di Instagram.

Kata Kunci: *Public Relations*, Peran *Public Relations*, Citra, Persib Bandung, Instagram.