

## ABSTRAK

*Rebranding* merupakan usaha yang ditempuh oleh perusahaan untuk mengubah total atau sebagian merek perusahaan dengan tujuan memperbaharui citra merek hal tersebut juga dilakukan oleh bagian protokol dan komunikasi pimpinan (prokompim), aktivitas kehumasan pada bagian protokol dan komunikasi pimpinan sebelum terjadinya *rebranding* pada sub bagian protokol melayani dan memfasilitasi bupati dan wakil bupati sub komunikasi pimpinan untuk penyebaran informasi dilakukan oleh wartawan lokal dan untuk dokumentasi tidak semua kegiatan terdokumentasikan. Oleh karena itu, maka dari itu penulis tertarik meneliti strategi *rebranding public relations* protokol dan komunikasi pimpinan. Fokus penelitian ini adalah strategi *rebranding* yang digunakan oleh bagian protokol dan komunikasi pimpinan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus guna mejabarkan seluruh data penelitian yang diperoleh. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah Mengetahui aktivitas kehumasan pada bagian protokol komunikasi pimpinan sebelum dan sesudah terjadinya *rebranding* dan Mengetahui strategi apa saja yang digunakan dalam proses *rebranding* pada bagian prokompim. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas kehumasan yang dilakukan seperti Membangun dan membina Komunikasi, Memberikan pelayanan dan informasi, Menyelenggarakan dokumentasi, Mengumpulkan data dan Informasi dan bagian prokompim menerapkan proses strategi *rebranding* meliputi *repositioning, renaming, redesign, relaunch*.

**Kata kunci :** Aktivitas, Public Relations , Prokompim, Rebranding