

ABSTRAK

Perubahan identitas yang dilakukan oleh Garuda Bandung menjadi Prawira Bandung. Salah satu hal yang dilakukan oleh Humas Prawira Bandung adalah dengan melakukan *rebranding* melalui sosial media Instagram Prawira Bandung. *Rebranding* dilakukan melalui sosial media Instagram untuk memberikan informasi kepada publik terkait perubahan yang terjadi akibat adanya akuisisi saham oleh PT Persib Bermartabat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif untuk menjelaskan bagaimana proses *rebranding* yang dilakukan oleh Prawira Bandung dalam bentuk narasi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan pesan *rebranding* Prawira Bandung yang dilakukan melalui media sosial Instagram @prawirabandung. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara bersama Humas Prawira Bandung, *social media specialist* Prawira Bandung dan pengikut Instagram Prawira Bandung, serta melakukan observasi terhadap Instagram @prawirabandung. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa *rebranding* yang dilakukan oleh Humas Prawira Bandung dapat dikatakan berhasil, sebab informasi yang disampaikan kepada publik dapat tersampaikan dengan baik.

Kata Kunci : Instagram, *Public Relations*, *Rebranding*