

ABSTRAK

Strategi *public relations* dalam proses *rebranding* perusahaan merupakan hal yang penting, karena dalam *rebranding* akan terdapat perencanaan perubahan branding yang akan disampaikan kepada masyarakat. Riset dalam penelitian ini membahas mengenai strategi Pelindo Solusi Digital dalam *proses rebranding* di era digital. Tujuan dari riset ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh Pelindo Solusi Digital dalam proses *rebranding* perusahaan. Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, pengumpulan data hasil riset ini melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam riset ini menggunakan strategi *public relations* menurut Cutlip Center dan Broom (dalam Nova 2014), dalam *fact finding, planning, communication, dan evaluation*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Pelindo Solusi Digital melakukan proses *rebranding* perusahaan yang mengacu pada teori Cutlip Center dan Broom, dalam *fact finding* terdapat bahwa fakta dimana *rebranding* terjadi karena adanya perubahasan strategi perusahaan, *planning* dilakukan untuk membuat strategi yang akan digunakan selama proses *rebranding*, kemudian *communication* menjadi tahapan untuk mengimplementasikan proses *rebranding*, dan *evaluation* dilakukan sebagai acuan untuk mengukur keberhasilan dari berjalannya strategi yang telah diimplementasikan.

Kata Kunci: Pelindo Solusi Digital, *rebranding*, strategi *public relations*..