

ABSTRAK

PT Pelabuhan Indonesia telah resmi melakukan merger sejak 1 Oktober 2021. Dengan dilakukannya merger, PT Pelabuhan Indonesia perlu melakukan rebranding untuk memperkenalkan kembali perusahaannya yang telah merger. Hal tersebut yang membuat peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi rebranding PT Pelabuhan Indonesia pascamerger. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *rebranding* PT Pelabuhan Indonesia pascamerger. Penelitian ini menggunakan teori strategi rebranding dari Muzellec dengan empat indikator, yaitu repositioning, renaming, redesign, dan relaunching. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui teknik pengumpulan data observasi, wawancara dengan dua orang informan, dan dokumentasi. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa PT Pelabuhan Indonesia menerapkan beberapa strategi rebranding pascamerger seperti perubahan posisi perusahaan, perubahan nama, perubahan logo, dan pemberitahuan informasi mengenai merger melalui beberapa platform internal serta eksternal.

Kata Kunci: Kualitatif, Pascamerger, PT Pelabuhan Indonesia, Strategi Rebranding