

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Fungsi *Marketing Public Relations* Hit’s radio Dalam Meningkatkan Citra Positif perusahaan “. Kegiatan marketing merupakan salah satu bentuk dari kinerja seorang PR dalam sebuah perusahaan, dimana didalam kegiatan marketing *Public Relations* melibatkan banyak pihak yang ikut andil dalam membantu kegiatan dan kerjanya, baik itu Internal maupun Eksternal.

Kegiatan merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh seorang PR dalam hal meningkatkan Citra positif perusahaan yang ia duduki.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif analisis, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah studi kepustakaan, observasi, wawancara dan penyebaran angket. Tehnik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive* sampling. Yaitu teknik sample yang ditujukan kepada responden yang berkaitan dengan judul peneliti, yaitu mitra perusahaan Hit’s radio yang tergabung dalam komunitas Trunojoyo sebanyak 34 responden.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka diperoleh bahwa Kegiatan Marketing *Public Relations* memiliki fungsi dalam meningkatkan citra perusahaan. Dari penelitian ini diperoleh keterangan bahwa Kegiatan Marketing *Public Relations* Hit’s radio sudah baik dan mencapai sasaran target marketing, namun masih ada beberapa hal yang harus diperbaiki, seperti kepuasan mitra perusahaan dan program yang diberikan perusahaan terhadap mitra yang menjalin kerja sama.

ABSTRACT

This research titled "Marketing Public Relations Functions In Hit's radio Increases Positive corporate image". Marketing activities is one form of a performance in a PR firm, where in marketing public relations activities involving multiple parties that took part in assisting the activities and work, both Internal and External.

Activities one important factor that must be owned by a PR in terms of enhancing the positive image of the company that he occupied.

The method used is descriptive analytical study, while file collection technique is the study of literature, observation, interviews and distributing questionnaires. Technique samples used in this study using purposive sampling techniques. Technique that is addressed to the respondent sample relating to title researchers, the Radio Ardan corporate partners who are members of the Trunojoyo community as much as 34 respondents.

Based on the analysis and discussion it is found that the activity Marketing Public Relations has a function in enhancing the corporate image. The information obtained from this study that the activity Marketing Public Relations Radio Ardan is good and achieving marketing targets, but there are still some things that should be corrected, such as the satisfaction of corporate partners and programs provided by the company to partners who work together.

ABSTRAK

Panalungtikan ieu dijudulan “ Fungsi *Marketing Public Relations* Hit’s radio Dina Ngaronjatkeun Wangwangan Positif parusahaan “. Kagiatan *marketing* mangrupa salah sahiji bentuk kinerja saurang PR dina hiji parusahaan, dimana dijero kagiatan *marketing Public Relations* ngalibatkeun loba pihak anu milu andil dina mantuan kagiatan sarta gawena, boh eta Internal oge Eksternal.

Kagiatan mangrupa salah sahiji faktor penting anu kudu dipiboga ku saurang PR dina hal ngaronjatkeun Wangwangan positif parusahaan anu dimaksud.

Jenis panalungtikan anu dipake nyaeta studi deskriptif analisis, sedengkeun teknik pangumpulan datana nyaeta studi kepustakaan, observasi, wawancara sarta sumebarna angket. Tehnik sampel anu dipake dina panalungtikan ieu ngagunakeun teknik purposive sampling. Nyae ta teknik sample anu ditujukan ka responden anu patali jeung judul peneliti, nyaeta mitra parusahaan Hit’s radio anu kagabung dina komunitas Trunojoyo saloba 34 responden.

Dumasar hasil analisis anu pambahasan mangka ditampa mangrupa Kagiatan *Marketing Public Relations* ngabogaan fungsi dina ngaronjatkeun wangwangan parusahaan. Ti panalungtikan ieu ditampa katerangan yen Kagiatan *Marketing Public Relations* Hit’s radio geus alus sarta ngahontal sasaran udagan marketing, tapi masih aya sawatara hal anu kudu dibenerkeun, kawas kepuasan mitra parusahaan sarta program parusahaan rejeung mitra anu ngajalin gawe babarengan.