**ABSTRAK**

**Penelitian ini berjudul “ Fungsi *Marketing Public Relations* Radio Dahlia 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 sebaiknya 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. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal tersebut dilakukan karena jumlah populasinya relative kecil. Populasi yang di maksud yaitu mitra perusahaan Radio Dahlia.**

**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* Radio Dahlia sudah baik dan mencapai sasaran target *marketing*, namun masih ada beberapa hal yang sebaiknya diperbaiki, seperti kepuasan mitra perusahaan dan program yang diberikan perusahaan terhadap mitra yang menjalin kerja sama.**

***ABSTRACT***

***This research titled "The Function Of Marketing Public Relations Of Radio Dahlia To Increases Positive image Of Corporate". Marketing activities is one form of performance in PR firm, whereas in marketing public relations activities involved multiple parties for the activity and work, both Internal and External. The Activity is one of important thing that must be owned by a PR in terms of enhancing positive image of the occupied company.***

***This research is using study of descriptive analysisfor collecting data is study of literature, obesvation, interview, andquestionnaire, this technique is using sample jenuh, that is technique of determining a sample if all populationmember become a sample. This case have done because the the minor population. The population is mitedof Radio Dahlia.***

***Based on the analysis and discussion have been gotten a resurt that activity of Marketing Public Relations has a function to increase corporate image. Based on the research can be conclude the activity of Marketing Public Relations of Radio Dahlia achive the target of marketing and right position, however some things should be improvement, such as the satisfaction of corporate partners and programs offered by company toward partners who are cooperation.***

**ABSTRAK**

**Panalungtikan ieu dijudulan “ Fungsi *Marketing Public Relations* Radio Dahlia 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 sumbarna angket. Tehnik sampel anu dipake dina panalungtikan ieu ngagunakeun teknik sampling jenuh. nyaeta teknik nentukeun sampel lamun sadaya anggota populasi digunakeun minangka sampel. Perkawis kasebat dipigawe kumargi jumlah populasina condong alit. Populasi anu di maksad nyaeta mitra perusahaan Radio Dahlia.**

**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* Radio Dahlia 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.**