

RINGKESAN

Panalungtikan "Strategi Pemasaran Radio B Menuju Sasaran Audiens (Studi Komunikasi Pemasaran Terpadu B Radio 95.6 FM Kanggo Menarik Target Audiens)" boga tujuan pikeun mikanyaho Periklanan, Humas, Promosi Penjualan sareng Penjualan Langsung anu aya dina strategi Pemasaran B Radio ka pendengar. Tiori anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta IMC (Integrated Marketing Communication). Tiori komunikasi pamasaran anu mantuan pikeun ngagampangkeun panalungtik pikeun ngalaksanakeun unggal strategi marketing maranéhanana, ku ayana sababaraha aspék sarta fokus dina eta ngajadikeun kagiatan panalungtikan atawa pamasaran anu ngajalankeun leuwih museur. Dina ieu panalungtikan, anu jadi subyéék panalungtikan nya éta pamaké B Radio 95.6 FM anu mangrupa hiji-hijina B Radio 95.6 FM anu mangrupa hiji-hijina radio anu miboga ségméntasi awéwé di Kota Bandung. Jeung objék atawa fokus panalungtikan nya éta informan anu geus dipilih ku panalungtik sarta ngabogaan kritéria anu dibutuhkeun. Hasil tina ieu panalungtikan nuduhkeun yén stratégi Advertising, Public Relations, Sales Promotion jeung Direct Selling anu aya dina B Radio, sakabéh stratégi pamasaran ieu diaku ku para informan penting pisan pikeun dilaksanakeun jeung diperhatikeun, sakumna informan panalungtikan. miboga tanggapan masing-masing béda atawa aya sasaruana dina hal-hal anu tangtu. Ieu nunjukkeun yén opat stratégi éta memang masih efektif dugi ka ayeuna. Panalungtik miboga usulan sangkan opat stratégi anu geus dilaksanakeun ku B Radio kudu leuwih maksimal sarta dibéré inovasi saeutik, sangkan B Radio miboga ciri jeung ogé Brand Awareness anu kuat pikeun nu ngaregepkeun.

Kata Kunci: *IMC, Strategi Pemasaran, Radio*