

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran SKH “Radar Cirebon” dalam menarik minat khalayak pembaca. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif yang menggambarkan variabel demi variabel, satu demi satu tanpa berusaha untuk menjelaskan lebih lanjut hubungan antar variabel. Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan SKH “Radar Cirebon” meliputi semua elemen bauran pemasaran dan bauran promosi. Bauran pemasaran yang efektif adalah penyajian isi produk yang beraneka ragam sehingga dapat dibaca oleh seluruh lapisan masyarakat. Bauran promosi yang efektif dilakukan adalah pelaksanaan kuis dan event karena langsung menarik minat khalayak dan khalayak terlihat sangat antusias mengikuti kegiatan tersebut. Dari strategi komunikasi pemasaran yang digunakan menunjukkan hasil penelitian bahwa SKH “Radar Cirebon” menempati peringkat pertama dari persaingan persuratkabaran pelanggan pembaca untuk wilayah Cirebon dan sekitarnya. Kelemahan yang dimiliki SKH “Radar Cirebon” yaitu kurang memaksimalkan bentuk pelaksanaan komunikasi pemasaran sehingga perusahaan diluar pemerintah daerah belum berlangganan SKH “Radar Cirebon”. Kelemahan yang dimiliki SKH “Radar Cirebon” ini juga merupakan sebuah ancaman bagi SKH “Radar Cirebon” dalam menghadapi peta persaingan. Hasil penelitian dan kelemahan yang dihadapi SKH “Radar Cirebon” menunjukkan bahwa tanpa adanya perencanaan strategi komunikasi pemasaran, kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh SKH “Radar Cirebon” tidak dapat berjalan dan memberikan hasil sesuai dengan yang diinginkan.