

ABSTRAK

Widia Ratna Sari, 2022, Strategi *Integrated Marketing Communication* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* MUA Sofia Arafah di Desa Lawangan Daya Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan. Skripsi, Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Dr. H. Nashar, M.M., M.Si.

Kata Kunci: Strategi *Integrated Marketing Communication* dan *Brand Awareness*.

Komunikasi pemasaran terpadu (IMC) adalah suatu proses komunikasi yang memerlukan perencanaan, penciptaan, integrasi, dan implementasi dari berbagai bentuk bauran (iklan, promosi penjualan, publisitas periklanan, acara-acara, dan lain-lain). yang disampaikan dari waktu ke waktu kepada pelanggan target mereka dan calon pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk: *Pertama*, mengetahui strategi *Integrated marketing communications* di MUA Sofia Arafah di Desa Lawangan Daya Pamekasan. *Kedua*, mengetahui penerapan *Integrated marketing communication* dalam meningkatkan *brand awareness* MUA Sofia Arafah di Desa Lawangan Daya Pamekasan.

Integrated Marketing Communication (IMC) merupakan proses yang berkaitan dengan perencanaan, dan monitoring komponen-komponen komunikasi pemasaran yang melibatkan koordinasi dan integrasi dari semua *marketing communication tools* ke dalam suatu program terencana. Dengan kata lain, proses IMC adalah mengkoordinasikan semua aktivitas promosi dari berbagai metode komunikasi. *Integrated Marketing Communication* dapat meningkatkan *brand awareness* yang baik, meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) adalah suatu mekanisme untuk memperluas pasar yang mana semakin tinggi kesadaran merek maka semakin banyak konsumen yang mengenali produk tersebut sehingga menimbulkan hasil penjualan yang baik

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, sumber data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah Pemilik MUA, karyawan dan Konsumen. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi. Hasil dari penelitian ini yaitu Strategi *Integrated Marketing Communication* yang digunakan dalam Meningkatkan *Brand Awareness* MUA Sofia Arafah di Desa Lawangan Daya Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan yaitu *interactive marketing, events and experiences, word of mouth marketing, advertising, personal selling, sosial media marketing, sales promosi, direct marketing*. Dalam mengevaluasi hasil kinerja MUA Sofia Arafah dengan menggunakan program IMC untuk meningkatkan *brand awareness* sudah dilaksanakan dengan sesuai program hanya saja hasilnya belum maksimal, dikarenakan belum maksimal dalam penggunaan media komunikasi yang ada pada elemen IMC.