

ABSTRAK

Dalam era digital yang semakin berkembang, kesadaran akan isu kesetaraan gender menjadi semakin penting, terutama di lingkungan bisnis. Namun, tantangan utama yang dihadapi organisasi seperti *Indonesian Business Coalition for Women Empowerment* (IBCWE) adalah bagaimana meningkatkan brand awareness terhadap program dan kampanye kesetaraan gender di kalangan pelaku bisnis dan masyarakat luas.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam kepada informan kunci di bagian pemasaran IBCWE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa IBCWE mengombinasikan berbagai strategi pemasaran untuk membangun brand awareness yang efektif.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang terintegrasi secara efektif mampu meningkatkan *brand awareness* IBCWE, dengan pesan yang relevan dan konsisten seputar kesetaraan gender di tempat kerja. IBCWE berhasil memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk memperluas jangkauan kampanye dan menciptakan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan pelaku bisnis akan pentingnya pemberdayaan perempuan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Brand Awareness*, Kesetaraan Gender.