

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Rumah Cibara merupakan salah satu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Jakarta yang bergerak di bidang *food and beverage*, dengan konsep *coffeeshop* yang mengusung suasana nyaman seperti di rumah, menu berkualitas, serta harga yang terjangkau. Sejak berdiri pada Agustus 2022, Rumah Cibara telah memperoleh tanggapan positif dari konsumen terkait kualitas produk dan layanan yang diberikan. Namun demikian, berdasarkan data internal, pertumbuhan pendapatan (*revenue growth*) Rumah Cibara belum mencapai rata-rata pertumbuhan pendapatan industri makanan dan minuman di Indonesia pada tahun 2024. Dalam upaya mendukung strategi pemasaran dan peningkatan pendapatan, Rumah Cibara telah memanfaatkan platform Instagram sebagai media utama dalam kegiatan komunikasi pemasaran digital. Akan tetapi, hasil survei awal dan analisis metrik media sosial menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan pengguna (*engagement rate*) dan kesadaran merek (*brand awareness*) masih tergolong rendah. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini difokuskan pada perancangan perbaikan pengelolaan konten Instagram Rumah Cibara. Metode *benchmarking* digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara kinerja Instagram Rumah Cibara dan praktik terbaik dari akun pembanding yang dipilih, dengan mengacu pada sub-kriteria dan parameter tertentu. Selain itu, metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) diterapkan untuk mengevaluasi dan menentukan prioritas fitur Instagram yang meliputi *Feeds*, *Caption*, *Story*, *Reels*, dan *Profile*, dengan mempertimbangkan masukan dari konsumen (*Voice of Customer/VoC*) dan tinjauan literatur yang relevan. Hasil penelitian ini berupa rekomendasi strategi perbaikan pengelolaan konten pada Instagram sebagai upaya untuk meningkatkan *brand awareness* serta mendorong pertumbuhan pendapatan yang lebih stabil dan kompetitif bagi Rumah Cibara.

Kata kunci : *Social Media Marketing, Instagram, Benchmarking, Analytical Hierarchy Process (AHP).*