

ABSTRAK

PT Indo Eksis Multimedia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa dan konsultasi teknologi informasi yang memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media utama dalam strategi pemasaran media sosial. Namun, performa akun Instagram perusahaan masih belum optimal dalam hal keterlibatan pengguna *engagement* maupun peningkatan *brand awareness* jika dibandingkan dengan kompetitornya. Hal ini terlihat dari jumlah pengikut dan tingkat interaksi yang rendah. Oleh karena itu, diperlukan strategi perbaikan konten Instagram untuk mendukung pemasaran media sosial Instagram yang lebih efektif dan meningkatkan citra perusahaan.

Penelitian tugas akhir ini bertujuan untuk merancang strategi perbaikan media sosial Instagram PT Indo Eksis Multimedia dengan menggabungkan metode *Benchmarking* dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Metode *Benchmarking* digunakan untuk menganalisis *gap* dari praktik terbaik dari akun kompetitor yang memiliki performa Instagram lebih baik. Sementara itu, metode AHP digunakan untuk menentukan tingkat prioritas dari masing-masing kriteria dan sub-kriteria yang memengaruhi efektivitas konten Instagram. Penelitian ini menggunakan lima kriteria utama yaitu *feeds*, *story*, *profile*, *caption*, dan *reels* dengan terdapat 15 sub-kriteria yang ada dari hasil integrasi *Voice Of Customer* (VoC) dengan peneliti terdahulu. Penelitian ini menghasilkan rekomendasi perbaikan konten Instagram Tamanara guna meningkatkan *brand awareness* dan menstabilkan pendapatan.

Kata kunci : Pemasaran Media Sosial, Instagram, Benchmarking, Analytical Hierarchy Process.