

ABSTRAK

VRILL INDUSTRIES merupakan salah satu industri dalam bidang *fashion* yang memproduksi kaus, jaket, *sweater*, dan topi. Usaha ini berdiri pada tahun 2015 di Kota Bandung. VRILL INDUSTRIES menjual produk melalui cara *online* dan *offline*. Penjualan secara *offline* dilakukan dengan cara konsinyasi dan penjualan secara *online* dilakukan melalui *website* dan Instagram. Namun sampai saat ini penjualan melalui Instagram belum pernah mencapai target penjualan. Diketahui Instagram yang dikelola oleh VRILL INDUSTRIES masih terdapat kekurangan sehingga komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram tidak berjalan dengan baik. Hal tersebut menjadi dasar dari penelitian yang akan dilakukan yaitu untuk mengetahui apa saja komunikasi pemasaran yang harus diperbaiki dengan menggunakan metode *benchmarking* dan *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Elemen yang dipakai pada penelitian ini adalah elemen *completeness*, *understandability*, *content*, *accessibility*, dan *timeliness*. Dari kelima elemen tersebut didapatkan 16 sub elemen yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode AHP digunakan untuk memilih mitra *benchmark* yang akan diteliti. Setelah menentukan mitra *benchmark* maka dilakukan identifikasi mengenai program komunikasi melalui media sosial Instagram yang dilakukan. Hasil penelitian ini merupakan rekomendasi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram yang akan dijalankan oleh VRILL INDUSTRIES berdasarkan kemampuan dari VRILL INDUSTRIES.

Kata kunci: Komunikasi pemasaran, *Benchmarking*, Instagram, Elemen, *Analytical Hierarchy Process*.