

ABSTRAK

Langit Musik adalah salah satu layanan *streaming* musik *online* yang ada di Indonesia. Langit Musik berada dibawah naungan Telkom Group yang merupakan provider nomor satu di Indonesia, namun masih banyak orang yang belum mengetahui adanya Langit Musik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pelanggan berbayar Langit Musik yang relatif rendah dibandingkan dengan kompetitornya. Untuk meningkatkan *brand awareness*, Langit Musik sudah menerapkan beberapa bauran komunikasi pemasaran namun penggunaannya masih belum optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan rekomendasi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness* Langit Musik dengan menggunakan metode *benchmarking* dan *tool Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Dengan menggunakan metode *benchmarking* didapatkan rancangan komunikasi pemasaran terbaik dari kompetitor Langit Musik yang kemudian dianalisis dan diterapkan oleh Langit Musik dengan harapan mampu meningkatkan jumlah pelanggan berbayar dari Langit Musik.

Rekomendasi komunikasi pemasaran yang diusulkan kepada Langit Musik untuk meningkatkan *brand awareness* dan jumlah pelanggan berbayar adalah meningkatkan rating dan jumlah unduh aplikasi, menambah partner *cross-promotion*, memperluas cakupan sponsor, meningkatkan jumlah pengunjung *website*, meningkatkan durasi kunjungan *website*, menurunkan presentase *bounce rate*, menggunakan promosi melalui *display ads* dan *search ads*, menambah jumlah platform unduh aplikasi, dan melaksanakan pameran interaktif.

Kata kunci: *benchmarking, analytical hierarchy process, komunikasi pemasaran, partner benchmark, streaming musik online*