

ABSTRAK

UKM Qic' Out Zaki Shoes merupakan salah satu pelaku usaha dalam bidang sepatu dan alas kaki yang berlokasi di Jln. Baru Raya Terusan Cibaduyut RT 02 RW 11 No. 96 Bandung, UKM Qic' Out Zaki Shoes berdiri dari tahun 2009 dengan pemilik yaitu bapak Deni Kurniawan Ruchyat. UKM Qic' Out Zaki Shoes memproduksi dan menerima pesanan sepatu sesuai dengan keinginan pelanggan. Jenis sepatu yang diproduksi adalah *sneakers*, sepatu kulit, sepatu *unisex* dan menerima permintaan pelanggan. Masalah pada UKM Qic' Out Zaki Shoes yaitu penjualan yang fluktuasi pada setiap bulannya, konsumen hanya dari pihak *retailer*, dan belum menerapkan bauran komunikasi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan perancangan program komunikasi pemasaran media sosial *platform* Instagram bagi UKM Qic' Out Zaki Shoes untuk meningkatkan penjualannya dan membentuk *brand awareness* ke konsumen yang lebih luas. Perancangan program komunikasi pemasaran media sosial *platform* Instagram tersebut menggunakan metode *benchmarking* dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

Pada penelitian ini AHP digunakan untuk pembobotan elemen Instagram dan memilih mitra *benchmark* pada setiap elemen. Mitra *benchmark* merupakan kompetitor dari UKM Qic' Out Zaki Shoes karena penelitian ini menggunakan *competitive benchmarking*.

Perancangan program komunikasi pemasaran media sosial *platform* Instagram pada penelitian ini adalah membuat akun Instagram dengan mengimplementasikan *future performance* yang didapat dari formula elemen Instagram pada mitra *benchmark* terpilihnya.

Kata Kunci : *Analytical Hierarchy Process*, *Benchmarking*, Program Komunikasi Pemasaran Media Sosial, Elemen Instagram