ABSTRAK

Kliktrip merupakan *Online Travel Agent* (OTA) yang memiliki fasilitas *trip & activities* dan berdiri pada tahun 2018 di Bandung. Kliktrip melakukan penjualan produknya melalui *mobile apps* dan website, tetapi penjualannya masih mengalami tren penerunan mulai dari bulan Januari 2018 hingga bulan Desember 2019. Penjualan Kliktrip yang masih mengalami penurunan dikarenakan *awareness* masyarakat terhadap Kliktrip masih rendah yang ditinjau melalui jumlah *download* pada *mobile apps* dan *followers* Instagram. Penjualan Kliktrip yang masih mengalami penurunan dan *awareness* masyarakat terhadap Kliktrip yang masih rendah tersebut dikarenakan Kliktrip belum menerapkan 7 dari 8 bauran komunikasi pemasaran dengan efektif dan diperkuat dengan melakukan survei pendahuluan menggunakan Model AIDA. Oleh karena itu, dilakukan penyusunan Tugas Akhir untuk merancang sistem terintegrasi program komunikasi pemasaran Kliktrip yang efektif menggunakan metode *benchmarking Analytical Hierarchy Process* (AHP).

Rancangan program komunikasi pemasaran yang diusulkan kepada Kliktrip, antara lain meningkatkan nilai SEO, *pageview*, dan *unique visitor* pada *website*, membuat akun Tiktok, *webisode*, dan *video podcasting*, melakukan kerja sama *cross promotion*, membuat *contest (giveaway)*, meningkatan jumlah unduh dan *reviewe*r pada *mobile apps*, menerapkan *mobile billboards* dan *cause-related marketing*, meningkatkan waktu operasional *customer service*, mengikuti pameran, dan bekerja sama dengan *influencer*.

Kata kunci: Online Travel Agent, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Bauran Komunikasi Pemasaran, Analytical Hierarchy Process, Benchmarking