

ABSTRAK

Pertumbuhan pada ekonomi kreatif merupakan yang paling pesat sehingga memicu persaingan pada bidang yang sama untuk mendapatkan targetnya. Ace Bro yang merupakan penyedia jasa fotografi, videografi, dan desain kreatif yang berdiri pada awal 2020 menggunakan Instagram sebagai media pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness* dan menarik pengguna Instagram untuk menggunakan jasa dari mereka. Media sosial Instagram digunakan karena target pasar mereka yang merupakan remaja hingga dewasa yang menggunakan jasa fotografi, videografi, ataupun desain kreatif. Adanya penurunan penjualan yang dialami Ace Bro menjadi inisiasi dilakukannya penelitian ini mengenai rancangan perbaikan media sosial Instagram Ace Bro sebagai media pemasaran *online*. Persentase pengetahuan masyarakat terhadap brand Ace Bro sebagai penyedia jasa fotografi, videografi, dan desain kreatif rendah, Oleh karena itu metode *benchmarking* digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui secara lebih mendalam penggunaan Instagram sebagai media pemasaran *online* untuk meningkatkan *brand awareness*. Adapun proses pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Analytical Hierarchy Process (AHP)* yang bertujuan agar dapat menentukan *partner benchmark* dengan kriteria antara lain, *post, profile, caption, dan story* yang merupakan fitur dalam media sosial Instagram beserta 12 sub kriteria yang didapatkan berdasarkan *Voice of Customer (VoC)* dan studi literatur. Hasil dari penelitian ini adalah berupa rancangan rekomendasi perbaikan media sosial Instagram Ace Bro dengan mempertimbangkan kemampuan pihak Ace Bro sebagai media pemasaran *online* mereka. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah rancangan perbaikan untuk Instagram Ace Bro, dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai media sosial Instagram sebagai media pemasaran *online*.

Kata kunci : **Ace Bro, Instagram, Benchmarking, Analytical Hierarchy Process, Voice of Customer**