

ABSTRAK

Thrifttymoon adalah salah satu *online shop* yang bergerak di bidang *thrifting*, khususnya pakaian wanita, dengan menawarkan beragam model busana *korean style*, *trendy*, dan elegan. Didirikan pada tanggal 21 Agustus 2021, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Thrifttymoon memiliki visi untuk memberikan pilihan produk berkualitas tinggi dan berkesan ramah lingkungan dengan *tagline* "*love earth with thrift*". Saat ini, *trend fashion thrifting* sedang ramai dibicarakan dan populer di kalangan masyarakat, terutama remaja dan anak muda. Thrifttymoon memiliki kendala dalam mencapai target penjualan, akibat dari rendahnya *brand awareness* masyarakat terhadap Thrifttymoon. Thrifttymoon berusaha menarik minat pelanggan potensial dengan koleksi pakaian terbaik. Sebagai bagian dari upaya untuk memperluas pasar, Thrifttymoon menggunakan media sosial Instagram sebagai alat pemasaran dan promosi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Sedangkan, penjualan produk dilakukan secara *live* melalui platform Tiktok. Tugas akhir ini bertujuan untuk melakukan perancangan perbaikan program komunikasi pemasaran pada Thrifttymoon dengan menggunakan metode *benchmarking* dan *tools Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Dalam struktur hirarki, terdapat lima kriteria yang berkaitan dengan media sosial Instagram, masing-masing kriteria tersebut memiliki tiga sub kriteria yang akan digunakan sebagai acuan untuk perancangan perbaikan program komunikasi pemasaran, dan terdapat tiga alternatif *partner benchmark*. Kemudian metode *benchmarking* digunakan untuk mengidentifikasi *gap* pada Instagram *partner benchmark* terpilih. Penelitian ini menghasilkan urutan prioritas perbaikan program komunikasi pemasaran Instagram Thrifttymoon. Pada identifikasi tidak semua sub kriteria memiliki *gap* dengan mitra *benchmark*, karena beberapa diantaranya telah dilakukan oleh Thrifttymoon. Oleh karena itu, hasil urutan kriteria Instagram pada penelitian ini adalah *feeds*, dengan sub kriteria intensitas unggahan dan variasi konten, *reels* dengan sub kriteria konten visual dan konsistensi unggahan kemudian *stories* dengan sub kriteria *updated*, interaktif dan daya tarik.

Kata kunci : Komunikasi pemasaran, media sosial Instagram, Analytical Hierarchy Process (AHP), Benchmarking.