

## ABSTRAK

Nishi Izakaya adalah restoran Jepang yang terletak Tebet Barat, Jakarta Selatan. Target pelanggan Nishi Izakaya yaitu laki – laki dan perempuan yang tertarik terhadap kuliner Jepang, ekonomi kelas menengah ke atas, dan menyukai suasana yang nyaman dan *instagramable*, cocok untuk bersantap bersama keluarga, teman, atau rekan bisnis. Akan tetapi, meskipun produk Nishi Izakaya mendapat penilaian tinggi dari konsumen terkait kualitas produknya, diterima oleh pasar dan memiliki kondisi eksisting yang sangat mendukung, pendapatan Nishi Izakaya cenderung stagnan dan masih belum mencapai target per-bulannya. Setelah dilakukan pemeriksaan, diketahui melalui survei pendahuluan dan analisis metrik media sosial TikTok Nishi Izakaya memiliki *engagement rate* dan *brand awareness* yang rendah. Permasalahan ini menjadi landasan Tugas Akhir dalam memperbaiki media sosial TikTok sebagai media komunikasi pemasaran.

Dalam mengatasi permasalahan tersebut, analisis dan perancangan dilakukan dengan menggunakan metode *benchmarking* untuk menganalisis *gap* antara kinerja media sosial TikTok Nishi Izakaya dengan praktik terbaik dari mitra *benchmark* yang terpilih. Observasi dilakukan terhadap aktivitas TikTok mitra *benchmark* terhadap sub-kriteria dengan parameter yang ditetapkan. Sementara itu, *Analytical Hierarchy Process* (AHP) membantu dalam proses pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan kriteria dalam menentukan peringkat prioritas fitur media sosial TikTok yang terpilih yaitu *For Your Page*, *Caption*, Efek Audio, dan Filter Video. Analisis ini juga mencakup 13 sub-kriteria yang didapat melalui *in-depth interview* dan penelitian terdahulu. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner AHP kepada 30 responden menggunakan *purposive sampling* untuk mendapatkan tingkat prioritas. Hasil akhir yang didapat berupa serangkaian usulan perbaikan pengelolaan konten media sosial TikTok Nishi Izakaya diantaranya membuat daftar variasi konten, membuat SOP visualisasi konten, membuat daftar *influencer*, pembuatan *Scope of Work* (SOW), struktur penulisan *caption*, dan membuat daftar musik viral yang cocok dengan konten diharapkan dapat meningkatkan *engagement rate*, *brand awareness*, dan pendapatan Nishi Izakaya.

**Kata Kunci – TikTok, Analytical Hierarchy Process, Benchmarking, Social Media Marketing, Food and Beverage**