ABSTRAK

Perkembangan teknologi menjadikan perusahaan lebih mudah untuk

mengiklankan sesuatu kepada masyarakat melalui media sosial, salah satunya

adalah media sosial Instagram. Membuat The Harvest Patissier & Chocolatier

menggunakan Instagram sebagai media untuk beriklan yang lebih efisien

mengkomunikasikan iklannya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan bertujuan

untuk mengetahui elemen visual iklan The Harvest Patissier & Chocolatier dan

mengetahui pengaruh iklan tersebut di Instagram pada minat beli konsumen

menggunakan teori desain komunikasi visual dan perilaku konsumen yaitu minat

beli konsumen. Hasil penelitian sebagai berikut: (1) Iklan The Harvest Patissier &

Chocolatier merupakan jenis iklan hard sell dengat citra visual kemewahan,

misterius dan cinta. (2) Beriklan di media sosial Instagram dapat mempengaruhi

minat beli konsumen terhadap produk yang diiklankan.

Kata kunci : Iklan, Visual Iklan, Instagram, Media Sosial, Minat Beli Konsumen