

## ABSTRAK

Dengan adanya perkembangan teknologi yang melaju pesat, proses komunikasi bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. Penemuan dalam bidang teknologi dengan adanya smartphone dan internet membuat manusia menjadi mudah dalam berinteraksi. Tidak hanya proses komunikasi, internet juga memudahkan manusia untuk melakukan berbagai hal salah satunya yaitu berdonasi. Tidak dapat dipungkiri, teknologi internet sudah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari manusia sampai pada akhirnya muncul yang namanya media sosial. Salah satu media sosial yang sering digunakan untuk bersosialisasi dan berbisnis adalah Instagram. Kitabisa.com adalah perusahaan galang dana *online* yang bertujuan untuk membantu dan menyalurkan dana hasil galangan yang telah dilakukan di situsnya. Menurut penelitian terdahulu yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Kitabisa.Com Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan” yang telah diteliti oleh saudarai Salsabilla Nurul Saputri disimpulkan bahwa media sosial yang sering digunakan untuk mempromosikan petisi-petisinya adalah melalui Instagram, dan akan melihat bagaimana Instagram dapat meningkatkan Minat untuk melakukan *fundraising*. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk menguji hasil dari penelitian tersebut yaitu dengan manguji variabel Instagram tersebut dengan menggunakan beberapa Teori komunikasi seperti New Media, Media Sosial, Instagram, Perilaku Konsumen, Perilaku Minat. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Instagram sebagai media meningkatkan minat untuk melakukan *fundraising*. Penelitian ini menggunakan teori prilaku minat menurut Lucas dan Britt. Dari hasil penelitian ini, terdapat 3 aspek dalam prilaku minat diantaranya: Ketertarikan (*interest*) dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3.02, dan telah dinyatakan valid Keinginan (*desire*) dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3.24 telah juga dinyatakan valid dan Keyakinan (*conviction*) dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3.26 yang juga telah dinyatakan valid.

**Kata Kunci: New Media, Media Sosial, Instagram, Perilaku Konsumen, Perilaku Minat**