

ABSTRAK

KITC mempercayai bahwa segala sesuatu hal yang mengandung humor, unik, dan menyenangkan akan membuat hal tersebut menjadi ringan dikonsumsi hingga membuat lebih mudah masyarakat umum untuk mencerna hal tersebut. Karena alasan itulah yang membuat setiap produk dan *brand* mereka sangat menunjukkan persona tersebut. Berangkat dari latar belakang tersebut, KITC memaksimalkan keunikan persona humor yang mereka miliki dengan mengubahnya menjadi salah satu langkah mereka mengimplementasikan elemen-elemen yang terdapat pada media sosial Instagram sebagai media promosi produknya. Penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana pendapat langsung dari konsumen serta pengikut akun Instagram KITC dalam memberikan opini ideal mereka mengenai beberapa aktivitas elemen Instagram yang ada pada akun Instagram *brand fashion* KITC pada tahun 2020-2022. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif interpretatif dengan melaksanakan prosesi wawancara mendalam dengan konsumen serta pengikut dari akun Instagram KITC, dan mengkaitkan sudut pandang konsumen tersebut dengan penelitian terdahulu dan landasan teori yang ada. Temuan dan kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah konsumen serta pengikut dari akun Instagram KITC mampu memberikan pendapat mereka mengenai elemen *home page* Instagram, elemen *comments* Instagram, elemen *explore* Instagram, elemen profil Instagram serta elemen *caption* Instagram yang terimplementasi pada aktivitas akun Instagram *brand fashion* KITC.

Kata kunci: Pendapat Konsumen, Instagram, Elemen Instagram, KITC.