

ABSTRAK

Pada zaman di era globalisasi ini persaingan bisnis semakin ketat, apa lagi dengan berkembangnya teknologi digital. Yesterday 957 merupakan brand lokal dari suatu produk distro yaitu pakaian dan aksesoris. Platform media sosial Yesterday 957 yang memiliki followers terbanyak yaitu adalah Instagram. Dengan total sekitar 70 ribu followers menjadikan Yesterday 957 sebagai salah satu dengan followers yang banyak di Indonesia.

Di dalam konten unggahan yang dilakukan oleh Yesterday 957 beraneka ragam dan sangat aktif dilakukan. Hal yang dilakukan oleh Yesterday 957 di platform media sosial Instagram salah satunya yaitu dengan membentuk minat beli dari Instagram Yesterday 957. Supaya dapat mempersepsi konsumen bahwa Instagram Yesterday 957 memiliki ciri khas tersendiri untuk menarik perhatian minat beli konsumennya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuisioner kepada 100 responden. Pada penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan media sosial Instagram dalam penyampaian pesan yang diinginkan dalam kategori sangat baik, sedangkan pembtukan dari Minat Beli dalam kategori baik. Komunikasi yang dilakukan oleh akun Yesterday 957 yaitu efektif dan berpengaruh positif terhadap pembtukan minat beli pada konsumen.

Kata Kunci : Efektivitas, Media Sosial, Instagram, Minat Beli.