

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi dan menganalisis respon followers Arief Muhammad di Instagram terhadap konten yang mempromosikan rumah makan Padang Payakumbuh. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang konten dan persepsi serta perilaku dari para pengikutnya. Dengan memahami respon pengikut, penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan strategi pemasaran dan konten promosi di platform media sosial, khususnya Instagram. Penelitian ini juga mengisi kesenjangan dalam penelitian sebelumnya dengan berfokus pada inovasi konten pemasaran dan pengaruhnya terhadap persepsi pengikut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kuantitatif deskriptif dengan pendekatan cross-sectional. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis data dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui respon followers @ariefmuhammad di Instagram terhadap konten promosi rumah makan Padang Payakumbuh. Metodologi penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data dari 400 responden melalui survei dan menganalisis data menggunakan teknik statistik. Penelitian ini menganalisis tanggapan para pengikut @ariefmuhammad di Instagram mengenai persepsi mereka terhadap konten yang berkaitan dengan restoran Padang Payakumbuh. Penelitian tersebut menemukan bahwa 79,2% responden memiliki persepsi positif terhadap konten tersebut, yang mengindikasikan bahwa akun Instagram @ariefmuhammad memberikan citra positif terhadap restoran tersebut. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa konten tersebut dianggap mudah dimengerti dan mendapatkan skor total 23.752 dari 30.000, yang menunjukkan penilaian yang baik. Secara keseluruhan, penelitian tersebut menunjukkan bahwa konten yang diposting oleh @ariefmuhammad memiliki persepsi yang positif dari para pengikutnya terhadap restoran Padang Payakumbuh.

Kata Kunci: Tanggapan, Persepsi, Instagram, Arief Muhammad, dan Konten