

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya brand yang menggunakan aplikasi Instagram sebagai media untuk berpromosi dan membuat pesan kampanye, salah satunya adalah Rumah Makan Padang Payakumbuh. Penelitian ini hendak meneliti seberapa besar pengaruh dari pesan kampanye “Team Tangan VS Team Sendok” melalui Instagram terhadap brand image Rumah Makan Padang Payakumbuh. Penelitian ini melibatkan 100 orang yang mengetahui Rumah Makan Padang Payakumbuh dan *followers* Instagram dari akun @ariefmuhammad. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis metode analisis regresi sederhana yang dilakukan pada populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan alat ukur kuisioner Pesan Kampanye dan kuisioner Brand Image.

Kata Kunci: Pesan Kampanye, Instagram, Brand Image, Rumah Makan Padang Payakumbuh