

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Studi Kasus Interaktivitas Twitter pada bisnis @Mie_Reman di Kota Bandung. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana interaktivitas interpersonal twitter @Mie_Reman pada unit analisis *high interactive (hashtag)*, *medium interactive (retweets/mentions)*, dan *low interactive (replies)* dan bagaimana interaktivitas twitter @Mie_Reman dalam penggunaan *internal hyperlinks* (foto/audio/video) dan *external hyperlinks* (informasi/berita dari website lain).

Metode yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara pada admin twitter @Mie_Reman dan pengecekan data melalui observasi pada *account* twitter @Mie_Reman. Selain itu, penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan, dokumentasi dan pencarian data menggunakan *internet*.

Hasil penelitian ini adalah berupa penjelasan dan uraian mengenai interaktivitas interpersonal dan interaktivitas twitter @Mie_Reman antara *account* tersebut dengan *follower*-nya. Implikasi dari hasil penelitian ini bisa menjadi terapan bagi para pengusaha dalam melakukan marketing dengan memanfaatkan twitter pada produknya.

Kata Kunci : Interaktivitas, Marketing, Twitter.

ABSTRACT

This title of this research is case study of interactivity twitter at @Mie_Reman business in the city of Bandung. as for the purpose of this study was to determine how the interpersonal interactivity twitter @Mie_Reman on high interactive analysis unit (hash tag), medium interactive (retweets / mentions), and low interactives (replies) and how interactivity twitter @miereman in the use of internal hyperlinks (photo / audio / video) and external hyperlinks (information /news from other websites).

Method used was a qualitative case study approach, data collection was done by conducting interviews on the admin twitter @Mie_Reman and checking data through observation on @Mie_Reman twitter account. in addition, the authors used secondary data obtained from the study of literature, documentation, and data search using the internet.

The results of this study is an explanation and a description of the interpersonal interactivity and interactivity between the @Mie_Reman twitter account with the it's followers. implications of the results of this study can be applied to the employers using twitter as the marketing strategy of the product.

Key words: Interactivity, Marketing, Twitter.