

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa isi interaktivitas tweet akun twitter bober café yaitu @bobercafe, baik *interpersonal interactivity* (*hashtag, mentin, retweet, reply*) maupun *machine interactivity* (*photo, vidio, audio, berita dan informasi*). Twitter menjadi saluran komunikasi pemasaran tambahan bagi perusahaan. Selain itu, twitter juga menyediakan alat untuk berinteraksi dari admin @bobercafe dengan followers mereka, sehingga terjadi komunikasi yang dilakukan di twitter tersebut.

Pada penelitian ini menggunakan twitter sebagai layanan microblogging populer. Sebuah analisis dari 343 sampel yang terdiri dari tweets dan mention akun twitter Bober Café yaitu @bobercafe pada periode Agustus 2013. Analisis isi digunakan untuk meneliti postingan tweets yang berupa interaksi pada akun @bobercafe tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi pada akun @bobercafe adalah photo(34.6%), *Retweet* (24.9%), *Hashtag* (22.1%), *Replay* (11.9%), *Mention* (4.8%), Informasi (0.9% ), Video (0.4%), Berita (0.4%), Audio (0.0%). Dari keseluruhan tweets @bobercafe pada bulan agustus tersebut menunjukkan bahwa interaksi yang paling sering terjadi adalah photo. hal tersebut terjadi karena photo merupakan interaksi yang paling tepat untuk promosi. Hal ini dilihat dari fungsi twitter sebagai media promosi.

Penemuan yang didapatkan bahwa jenis interaksi yang paling sering terjadi pada akun twitter @bobercafe adalah photo. photo serig di unggah berupa menu yang ada di bobercafe ataupun event yang sedang atau akan diadakan di bobercafe. Hal ini bertujuan untuk promosi bobercafe dan untuk memberitakukan kepada followers mereka jenis menu apasaja kah yang ada di bobercafe atau event apasajakah yang akan diadakan di bobercafe tersebut.

Kata Kunci : Microblogging, twitter, bobercafe, interaktivitas, photo.

## ABSTRAK

*This study aims to analyze the contents of interactivity Bober Cafe twitter account tweeted thatbobercafe, good interpersonal interactivity (hashtag, mention, retweet, reply) and machine interactivity (photo, video, audio, news and information). Twitter became an additional marketing channel for corporate communications. In addition, Twitter also provides tools to interact with followers of adminbobercafe them, resulting in a communication made in twitter.*

*In this study using twitter as a popular microblogging service. An analysis of 343 samples consisting of tweets and mentions Bober Cafe twitter account that in the period August 2013bobercafe Content analysis is used to examine the interaction in the form of post tweets on thebobercafe account.*

*The results showed that the interaction that occurs on your account is a photobobercafe (34.6%), Retweet (24.9%), Hashtag (22.1%), Reply (11.9%), Mentions (4.8%), Information (0.9%), Video (0.4%), News (0.4%), Audio (0.0%). Of total tweetsbobercafe in August indicates that the interaction is the most common photo. it happens because the photo is the most interactions terpat for promotion. It is seen from the twitter function as a media campaign.*

*Discovery showed that the most frequent type of interaction occurs inbobercafe twitter account is photo. serig photo upload form on the menu at bobercafe or event that is or will be held in bobercafe. It aims to promote and to memberitakukan bobercafe to their followers anything what kind of menu of enrichment in bobercafe or apasajakah event to be held at the bobercafe.*

*Keywords: microblogging, twitter, bobercafe, interactivity, photo.*