

ABSTRAK

Skripsi ini ditulis oleh Ryan Andika Agustinus (10080009268) dengan judul “Efektifitas Promosi Paparazzi Barbershop Dengan Menggunakan Media Sosial Twitter” dengan jumlah pustaka sebanyak 31 yang didapatkan dari buku literatur yang melatarbelakangi skripsi ini adalah karena banyak sekali *barbershop* yang ada di kota Bandung ini, dari mulai *barbershop* kelas menengah ke bawah, menengah ke atas dan juga *barbershop* kelas atas. Paparazzi Barbershop berdiri pada 20 November 2011 dengan alasan karena banyak sekali pria yang ingin memanjakan dirinya, tetapi malu untuk pergi ke salon, karena kebanyakan salon merupakan tempat untuk wanita, untuk itu Paparazzi Barbershop hadir. Paparazzi Barbershop tidak hanya memberikan pelayanan potong rambut saja, tetapi ada pula *hair spa*, *creambath*, *ear candle*, dan *hair coloring*. Paparazzi Barbershop di *design*, khususnya untuk kalangan pria yang senang memanjakan dirinya, Paparazzi Barbershop beralamat di Jl. Tubagus Ismail 6 No. 1 Bandung.

Penelitian ini membahas tentang penggunaan media sosial *twitter* sebagai sarana promosi Paparazzi Barbershop, yang meliputi kategori *informing*, *persuading*, dan *reminding*.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penggunaan media sosial *twitter* sebagai sarana promosi Paparazzi Barbershop. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui angket, studi kepustakaan dan observasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden yang mem-*follow twitter* Paparazzi Barbershop.

Dari hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa : (1) Sub Variabel *Informing* mayoritas responden sebanyak 49 orang atau 49% menyatakan cukup baik. (2) Sub Variabel *Persuading* mayoritas responden sebanyak 78 orang atau 78% menyatakan cukup baik. Dan (3) Sub Variabel *Reminding* mayoritas responden sebanyak 62 orang atau 62% menyatakan baik.

Kata Kunci: Efektifitas, Promosi, Paparazzi Barbershop, Twitter

ABSTRACT

Ryan Andika Agustinus (10080009268) "Effectiveness Promotion Paparazzi Barbershop by using Social Media Tiwtter", M.E. Fuady s. Sos, M.Si. 118 pages; 31 the library (1988-2013). This thesis which aspects influenced because an awful lot of barbershop in the city of Bandung, from start to middle-class barbershop down the middle to the top, as well as upscale barbershop. Paparazzi Barbershop stand on November 20, 2011 with reason because so many men who want to pamper themselves but embarrassed to go to a salon, as most salon is the place for women, for it Barbershop Paparazzi attendance. Paparazzi Barbershop didn't just give the service haircut, but there is also a hair spa, cream bath, ear candle, and hair coloring. Paparazzi Barbershop design especially for men who love to pamper herself, Paparazzi Barbershop located at JL. Tubagus Ismail 6 No. 1 Bandung.

This research uses a foundation of technology determinism theory by Marshall McLuhan. The basic theory is a change in the way of communicating will shape the way you think, behave, and moves into the next century of technology in people's lives.

In this study the author uses descriptive method. This is intended to give a clear picture about the use of social media twitter as a means of promotion of Paparazzi Barbershop. As for the data gathering techniques in use is via the question form, the study of librarianship and observations. The sample in this research totalled 100 respondents who follow twitter of Paparazzi Barbershop.

Of research results obtained conclusions that: (1) Variable Sub Informing the majority of respondents as many as 49 people or 49% stating quite well. (2) Subsection Variable Persuading a majority of respondents as many as 78 people or 78% stated quite well. And (3) Subsection Variable Reminding the majority of respondents as many as 62 people or 62% said good

Key Words: Effectiveness, Promotion, Paparazzi Barbershop, Twitter