

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di dunia memberikan cukup banyak perubahan di kehidupan. Perkembangan teknologi ini juga memunculkan strategi promosi baru salah satunya *buzz marketing*. Untuk mensukseskan *Buzz marketing* membutuhkan seorang dengan dengan popularitas tinggi untuk menyebarkan gosip tentang produk atau biasa disebut *buzz agent*. Buzz agent saat ini cukup mudah ditemukan di dunia maya, pada umumnya berprofesi sebagai artis dengan followers pada media twitter mencapai ratusan bahkan jutaan.

Saat ini penggunaan *buzz marketing* cukup populer di kalangan entrepreneur Indonesia salah satunya diterapkan oleh Warunk Upnormal Bandung. Warunk Upnormal melakukan marketing melalui media twitter dengan akun @warunk_upnormal dengan buzz agentnya adalah @infobdg.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu hasil dari wawancara sebagai sumber data dari penelitian yang dilakukan penulis. Serta melakukan observasi pada akun twitter dari Warunk Upnormal. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan dan mengetahui penerapan *buzz marketing* melalui twitter oleh warunk upnormal serta mengetahui hasil dari penerapan *buzz marketing* pada Warunk Upnormal.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *buzz marketing* yang digunakan oleh Warunk Upnormal berhasil membuat perkembangan yang pesat terhadap popularitas brand. Hingga dalam kurun waktu 2 tahun, Warunk Upnormal berhasil membuka lebih dari 10 cabang baru di Bandung dan sekitarnya.

Kata kunci : *buzz marketing*, *buzz agent*, twitter, warunk upnormal