

POLA PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Fenomenologi Terkait Perilaku Konsumtif Pengguna Instagram Terhadap
Online Shop @sasmaya_kebaya di Magelang)



Oleh:

SABRINA WIDYA PANGESTIKA

D0313071

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Mencapai

Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi Sosiologi

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2017

Persetujuan Pembimbing

POLA PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

(Studi Fenomenologi terkait Perilaku Konsumtif Pengguna Instagram terhadap Online Shop @sasmaya_kebaya di Magelang)

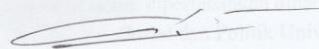
Disusun oleh:

Nama : Sabrina Widya Pangestika

NIM. : D0313071

Program Studi : Sosiologi

Disetujui untuk Dibimbing oleh::



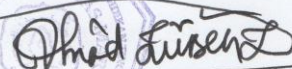
Prof. Dr. Mahendra Wijaya, MS

NIP. 19600723 198702 1 001

Dibuat di Surakarta

Pada Tanggal 2017

Kepala Program Studi Sosiologi FISIP UNS



Dr. Ahmad Zuber, S.Sos, DEA

NIP. 19701215 199802 1 001

PERSETUJUAN

SKRIPSI

POLA PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

**(Studi Fenomenologi Terkait Perilaku Konsumtif Pengguna Instagram
Terhadap Online Shop @sasmaya_kebaya di Magelang)**

Disusun oleh:

Sabrina Widya Pangestika

D0313071

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan tim penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu
Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta,

2017

Pembimbing

Prof. Dr. Mahendra Wijaya, MS

NIP. 19600723 198702 1 001

SUSUNAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

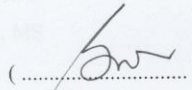
**POLA PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Fenomenologi Terkait Perilaku Konsumtif Pengguna Instagram
Terhadap Online Shop @sasmaya_kebaya di Magelang)**

Disusun Oleh : Sabrina Widya Pangestika

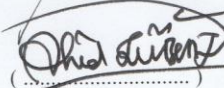
Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi pada hari Rabu tanggal 26 bulan Juli tahun 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat oleh Panitia Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Panitia Penguji :


Drs. Bambang Santosa, M.Si
NIP. 19560721 198303 1 002

()
Ketua

Dr. Ahmad Zuber, S.Sos, DEA
NIP. 19701215 199802 1 001

()
Sekretaris

Prof. Dr. Mahendra Wijaya, MS
NIP. 19600723 198702 1 001

()
Penguji

Surakarta, 2017



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti N., M.Si
NIP. 19610825 198601 2 001

SUSUNAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI

POLA PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Fenomenologi Terkait Perilaku Konsumtif Pengguna Instagram Terhadap Online Shop @sasmaya _kebaya di Magelang)

Nama Mahasiswa : Sabrina Widya Pangestika

NIM : D0313071

Program Studi : Sosiologi

Ketua : Drs. Bambang Santosa, M.Si

Sekretaris : Dr. Ahmad Zuber, S.Sos, DEA

Penguji : Prof. Dr. Mahendra Wijaya, MS

**PERNYATAAN
ORISINALITAS SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S.Sos.) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.



Surakarta, 2017

Mahasiswa,



Sabrina Widya Pangestika

D0313071

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Penulis Persembahkan Kepada

Almamater Tercinta

Program Studi Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama, peneliti memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih sayang, dan karunia-Nya, peneliti diberikan kemampuan untuk dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Peneliti menyadari dengan sepenuh hati bahwa hanya dengan kodrat, irodad, dan pertolongan Tuhan Yang Maha Esa semata-mata penelitian skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Kedua, peneliti menyadari sebagai manusia dengan segala keterbatasan yang peneliti miliki, bahwa penyelesaian penyusunan skripsi ini dibantu oleh berbagai pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Namun secara khusus dalam kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat yang setulus-tulusnya, dan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret.
2. Bapak Dr. Ahmad Zuber S.Sos, D.E.A. selaku Ketua Program Studi Sosiologi FISIP UNS.
3. Bapak Prof. Dr. Mahendra Wijaya, MSi selaku pembimbing skripsi. Terima kasih bimbingan untuk mencapai gelar ini.
4. Bapak Dr. Ahmad Zuber, S.Sos, D.E.A selaku pembimbing akademik yang telah memberikan pengarahan selama masa studi.
5. Semua staf pengajar dan karyawan di Program Studi Sosiologi FISIP UNS. Terima kasih telah memberikan ilmu, semoga semua ilmu yang diberikan dapat bermanfaat.
6. Kedua orang tua saya. Mama Endang Lestari, SE dan Papa Drs. Heru Winarso yang melimpahkan kasih sayang sepanjang masa. Terimakasih telah menjadi orang tua terbaik.
7. Tante Ety, Dek Dery, Dek Saskia, Mas Rio. Terimakasih selalu memberi semangat dan motifasi untuk terus bangkit dan jalan kedepan.
8. Sahabat sejak SMP, Iga Andrianita. Terima kasih atas kebersamaan kita sampai saat ini.
9. Keluarga kos-kosan Bapak Sunarto yaitu Mbak Vivi, Syuga, dan Dania. Terimakasih atas kekeluargaan selama ini dan selalu mendukungku mencapai gelar sarjana.

10. Seluruh teman-teman seperjuangan di Sosiologi 2013. Saya bangga menjadi bagian dari kalian.
11. Keluarga KKN 2016 Desa Jeruk, Kecamatan Bandar, Pacitan yaitu Dimas, Tisa, Eka, Nuzul, Aisy, Nilam, Ririn, Frenika, Ari. Terimakasih telah memberikan kenangan dan dukungan.
12. Para informan yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Dan untuk semua orang yang mendukung dan membantu yang tak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga amal dan budi baik semua yang telah membantu dan memberikan dorongan, semangat, serta do'a pada diri peneliti akan mendapatkan balasan dari sisi Tuhan Yang Maha Esa. Kemudian semoga hasil karya ini memenuhi harapan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, juga memberikan manfaat bagi diri peneliti, pembaca serta pemerhati masalah-masalah perempuan. Aamiin

Surakarta, 2017

Peneliti

ABSTRAK

Sabrina Widya Pangestika. D0313071. 2017. "POLA PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Fenomenologi Terkait Perilaku Konsumtif Pengguna Instagram Terhadap Online Shop @sasmaya_kebaya di Magelang)". Skripsi. Pembimbing: Prof. Dr. Mahendra Wijaya, MS. Program Studi Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang berlebihan dan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Adanya online shop selain menjadikan masyarakat konsumtif juga menimbulkan suatu kecenderungan bahwa masyarakat menjadi malas untuk beranjak pergi keluar rumah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang perilaku konsumtif pengguna Instagram terhadap minat beli mereka pada produk online shop @sasmaya_kebaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan Teori Perilaku Konsumtif dari Jean Baudrillard. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Validitas data yang digunakan yaitu triangulasi sumber. Teknik analisis data yang digunakan yaitu model analisis interaktif.

Dari hasil riset ini, ditemukan bahwa alasan para konsumen berperilaku konsumtif adalah karena pembeli ingin tampak berbeda dengan orang lain; menjadi kebanggaan diri karena mampu membeli kebaya dengan motif dan bahan yang berbeda-beda sesuai dengan selera konsumen; faktor ikut-ikutan orang lain, dimana ketika orang lain update kebaya terbaru maka naluri juga ingin memiliki akan muncul sehingga menjadikan perilaku konsumtif; mampu menarik perhatian orang karena merasa dirinya memiliki banyak koleksi kebaya terkini. Selain itu juga alasan lain konsumen konsumtif dalam berbelanja online shop adalah karena prosesnya mudah, tidak banyak menyita waktu, harganya pun lebih terjangkau dibandingkan harga pasaran, dengan kualitas produk yang lebih baik.

Keyword : Perilaku Konsumtif, Instagram, Online Shop, Online Shop Sasmaya Kebaya

ABSTRACT

Sabrina Widya Pangestika. D0313071. 2017. "SYSTEM OF CONSUMING BEHAVIOR IN INSTAGRAM SOCIAL MEDIA (A Phenomenological Study on Consuming Behavior of Instagram User over @sasmaya_kebaya di Magelang Online Shop in Magelang)". Thesis. Supervisor: Prof. Dr. Mahendra Wijaya, MS. Department of Sociology. Social and Political Sciences Faculty. Sebelas Maret University. Surakarta.

Consuming behavior is an excessively purchasing behavior and does not reflect the human beings' business to utilize money economically but consuming behavior can be a less appropriate means of self-existence. The presence of online shop, in addition to making the community consumptive, will result in a tendency that the community goes outside lazily. This research aimed to find out the consuming behavior of Instagram user over their purchasing interest in the product of @sasmaya_kebaya online shop. This study employed qualitative research type with phenomenological approach with Jean Baudrilard's Consuming Theory. The sampling technique used was purposive sampling one. Techniques of collecting data used were observation, interview and documentation. Data validation was carried out using source triangulation. Technique of analyzing data used was an interactive model of analysis.

The result of research shows that the reasons of why consumers behaving consumptively are that they want to be different apparently from others; buying kebaya with different motif and material corresponding to the consumers' taste become self-pride; it is done to follow others, in that when others update the newest kebaya, the instinct to possess it will result, leading to consuming behavior; having many newest kebaya collections will attract others' attention. In addition the reasons above, easy process, taking not too much time, more affordable price compared with the market price, and better product quality become other reasons of consumptive consumer in shopping in online shop.

Keyword : Consuming Behavior, , Instagram, Online Shop, Sasmaya Kebaya Online Shop

MOTTO

Orang hadir dihidupmu karena sebuah alasan, mereka berimu bahagia dan kecewa. Ada yang sesaat ada pula yang selamanya. Setiap orang berbeda, unik dengan caranya. Kamu harus menghargainya, tapi tak berarti kamu harus menyukai semuanya. Kekecewaan adalah cara Tuhan tuk mengatakan,

"Bersabarlah, Aku punya sesuatu yang lebih baik untukmu"

Don't let behavior of others destroy your inner peace

The best pleasure in life is doing what people say,

"you can't do"

KATA PENGANTAR

Peneliti memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, Tuhan semesta alam, yang sedalam-dalamnya atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyajikan tulisan skripsi yang berjudul: POLA PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Fenomenologi Terkait Perilaku Konsumtif Pengguna Instagram Terhadap Online Shop @sasmaya_kebaya di Magelang). Di dalam tulisan skripsi ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi perilaku konsumtif pengguna Instagram terhadap minat beli produk online shop sasmaya kebaya.

Peneliti menyadari dengan sepuh hati bahwa peneliti mempunyai banyak kekurangan dan keterbatasan, walaupun peneliti telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi peneliti masih merasakan adanya banyak kekurangtepatan, oleh karena itu peneliti mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan

Surakarta, _____ 2017

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN SUSUNAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
MOTTO	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR DIAGRAM	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR MATRIKS	xxi
DAFTAR TABEL	xxii
GLOSARIUM	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Definisi Konsep	8
1. Perilaku Konsumtif	8
2. Media Sosial	9

3. Instagram	13
4. Online Shop	21
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Landasan Teori	29
D. Kerangka Berfikir	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
1. Lokasi Penelitian	39
2. Waktu Penelitian	39
B. Jenis Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel	42
1. Populasi	42
2. Sampel	42
D. Data dan Sumber Data	43
1. Data Primer	43
2. Data Sekunder	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
1. Observasi	44
2. Wawancara	44
3. Dokumentasi	45
4. Studi Pustaka	46
F. Validitas Data	46
G. Teknik Analisis Data	46
1. Reduksi Data	46
2. Penyajian Data	47
3. Penarikan Kesimpulan	47
H. Profil Informan	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Deskripsi Lokasi	50
1. Letak Geografis Kabupaten Magelang	50
2. Jumlah Penduduk Kabupaten Magelang	55
3. Daftar Perusahaan Industri dan Toko Pakaian di Kabupaten Magelang	59
B. Hasil Penelitian	66
1. Instagram di Indonesia	66
2. Online Shop di Indonesia	71
3. Online Shop Sasmaya Kebaya	80
4. Konsumen dan Perilaku Konsumtif	97
5. Penentuan Harga Sasmaya Kebaya	125
6. Proses Jual Beli Sasmaya Kebaya	132
C. Pembahasan	137
1. Konsumen Mengetahui Kualitas Produk Online Shop @sasmaya_kebaya	137

a. Temuan	137
b. Teori	138
c. Kaitan Temuan dengan Teori	140
2. Penentuan Harga dari Produsen Kepada Konsumen	142
a. Temuan	142
b. Teori	142
c. Kaitan Temuan dengan Teori	144
3. Proses Jual Beli	146
a. Temuan	146
b. Teori	147
c. Kaitan Temuan dengan Teori	149
BAB V PENUTUP	157
A. Kesimpulan	157
B. Implikasi	159
1. Implikasi Teoritis	159
2. Implikasi Metodologis	161
3. Implikasi Empiris	162
C. Saran	163
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Pemikiran	38
Bagan 2 Skema Analisa Data Model Interaktif	48

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1 Jumlah Penduduk Kab. Magelang Menurut Mata Pencaharian	58
Diagram 2 Jumlah Penduduk Kab. Magelang Menurut Pendidikan	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peta Kab. Magelang	51
Gambar 2 Grafik Pertumbuhan Pengguna Media Sosial	66
Gambar 3 Grafik Pertumbuhan Pengguna Instagram	68
Gambar 4 Demografi Pengguna Instagram	69
Gambar 5 Grafik Pertumbuhan Postingan Online Shop di Instagram	70
Gambar 6 Pertumbuhan Online Shop	72
Gambar 7 Akun Sasmaya Kebaya	83
Gambar 8 Akun Sasmaya Kebaya Testimoni	84
Gambar 9 Foto Beberapa Produk Sasmaya Kebaya	87
Gambar 10 Produk Sasmaya Kebaya Ready Stock	91
Gambar 11 Produk Sasmaya Kebaya Open Pre Order	92
Gambar 12 Produksi Sasmaya Kebaya yang Dijahit IT	96
Gambar 13 Akun Instagram AJ	102
Gambar 14 Foto Batik AJ yang Dibeli di Sasmaya Kebaya	103
Gambar 15 Akun Instagram CP	108
Gambar 16 Foto Kebaya CP yang Dibeli di Sasmaya Kebaya	109
Gambar 17 Akun Instagram MA	114
Gambar 18 Foto Batik MA yang Dibeli di Sasmaya Kebaya	114
Gambar 19 Akun Instagram NA	119
Gambar 20 Foto Kebaya NA yang Dibeli di Sasmaya Kebaya	119
Gambar 21 Akun Instagram RR	122

Gambar 22 Foto Kebaya RR yang Dibeli di Sasmaya Kebaya 123

DAFTAR MATRIKS

Matriks 1 Profil Informan Inti	49
Matriks 2 Profil Informan Pendukung	49
Matriks 3 Daftar Outlet Pakaian di Kabupaten Magelang	62
Matriks 4 Daftar Konsumen Sasmaya Kebaya	98
Matriks 5 Perbandingan Harga Pasaran dengan Keuntungan yang Diterima YA	126
Matriks 6 Kelebihan dan Kekurangan Online Shop	150

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Waktu Penelitian	40
Tabel 2 Luas Lahan Kab. Magelang Menurut Penggunaanya	53
Tabel 3 Jumlah Penduduk Kab. Magelang Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan	55

GLOSARIUM

Dunia Mobile	: Dunia semakin berubah ke arah seluler: orang ingin mengakses informasi di mana saja dan kapan saja.
Handphone	: alat komunikasi yang bisa dibawa-bawa untuk menghubungkan seseorang dengan yang lainnya ketika jarak jauh.
Entertainment	: segala sesuatu baik yang berbentuk kata-kata, tempat, benda maupun perilaku yang dapat menjadi penghibur.
Ipteknet	: Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Internet.
Internet Service Provider	: sebuah perusahaan atau sebuah organisasi yang menyediakan jasa layanan koneksi akses internet untuk perseorangan, perkantoran, kampus, sekolah, dan lain - lain.
Indonet	: merupakan ISP komersial pertama Indonesia.
Radnet	: perusahaan yang pertama kali meluncurkan jasa layanan internet di Indonesia.
Detikcom	: sebuah portal web yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia.
Realtime	: rentang waktu yang dibutuhkan oleh sistem untuk menyelesaikan semua tugas dan menyediakan output untuk input.
Update	: perintah yang digunakan untuk memperbarui program, biasanya terdapat pada software-software seperti antivirus, ym, gom, Mozilla Firefox dan lain-lain.
Actual	: suatu kejadian yang benar-benar terjadi dan sedang hangat-hangatnya menjadi pembicaraan orang banyak.

Blog	: singkatan dari web log adalah bentuk aplikasi web yang berbentuk tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web.
Facebook	: sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, dan berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat.
Twitter	: layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (tweet).
Line	: sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti telepon cerdas, tablet, dan komputer.
We Chat	: layanan komunikasi pesan suara dan teks telepon seluler (ponsel) yang dikembangkan oleh Tencent di Tiongkok.
Kakao Talk	: sebuah aplikasi messenger lintas platform yang tersedia bagi pengguna smartphone.
Instagram	: sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.
Hashtag	: kata atau frase tanpa spasi yang diawali dengan simbol hash ("#").
Comment	: dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya “komentar”.
Mention	: dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya “menyebutkan”.
Like	: dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya “suka”
Follow	: dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya “mengikuti”.

Having Fun	: dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya “bersenang-senang”.
Online Shop	: sebuah media yang memungkinkan customer membeli barang atau jasa secara langsung dari seller dengan media internet menggunakan web browser.
Tools	: dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya “alat”.
Free	: dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya “bebas”.
Spamming	: pengiriman informasi atau iklan suatu produk yang tidak pada tempatnya dan hal ini sangat mengganggu bagi yang dikirim.
Trend	: sesuatu yang sedang di bicarakan oleh banyak orang saat ini dan kejadiannya berdasarkan fakta.
Booming	: kondisi pada saat tertentu ketika di suatu daerah terjadi peningkatan kegiatan investasi.
Wiki	: sebuah situs web yang memperbolehkan penggunanya menambah atau mengubah isi situs tersebut.
Web	: sebuah fasilitas hypertext untuk menampilkan data berupa teks, gambar, bunyi, animasi, dan data multimedia lainnya, yang diantara data tersebut saling berhubungan satu sama lain.
Connection	: dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya “koneksi/sambungan”.
Offline	: suatu istilah untuk sebutan saat kita tidak terhubung dengan internet, lebih tepatnya tidak terkoneksi.
Networking	: praktik menghubungkan dua atau lebih perangkat komputer secara bersamaan untuk tujuan berbagi data.
Gatekeeper	: seorang administrator jaringan dimana telah menspesifikasikan sebuah ambang batas untuk sejumlah konferensi pada jaringan Local Area Network (LAN).

Feedback	: "umpan balik" atau bahasa mudahnya adalah "masukan atau saran".
Filter Digital	: semua filter elektronik yang bekerja dengan menerapkan operasi matematika digital atau algoritma pada suatu pemrosesan sinyal.
Gradient	: salah satu operator dalam kalkulus vektor yang berguna untuk mencari perubahan arah dan kecepatan dalam bidang skalar.
Iphone	: jajaran telepon pintar yang dirancang dan dipasarkan oleh Apple Inc.
Tilt Shift	: salah satu teknik menarik dan unik.
Foursquare	: sebuah situs web jejaring sosial berbasis lokasi yang bergantung pada perangkat lunak untuk peralatan bergerak.
Tumblr	: platform mikroblog dan situs jejaring sosial yang dimiliki dan dioperasikan Tumblr, Inc.
Flickr	: situs web untuk berbagi foto dan situs komunitas daring yang merupakan contoh dari aplikasi Web 2.0.
COD	: Cash On Delivery.
Reseller	: menjual kembali suatu produk yang dilakukan oleh penjual setelah penjual tersebut membelinya.
Seller	: dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya "penjual".