# EKSISTENSI DIRI PENGGEMAR *ONLINE SHOP* MELALUI APLIKASI INSTAGRAM DIKALANGAN MAHASISWA

**(Studi Deskriptif Tentang Eksistensi Diri Penggemar *Online Shop* Melalui Aplikasi Instagram Dikalangan Mahasiswa UNIKOM Bandung)**

**ARTIKEL**


**Oleh:**

**Deliana Zairina**

**41811043**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA**

**BANDUNG**



**2015**

## *ABSTRACT*

## *SELF-EXISTENCE OF ONLINE SHOP DEVOTEES THROUGH INSTAGRAM APPLICATION IN STUDENT CIRCLE*

***(Descriptive Study of Self-Existence of Online Shop Devotees through Instagram Application in UNIKOM Student Circle, Bandung)***

***By***

Deliana Zairina

41811043

***This minithesis is prepared under guidance of***

Olih Solihin S.Sos, M.I.Kom

*This study is designed to know self-existence of online shop devotees in student circle. In addition, the aim of this study is to understand self-confidence, characteristics, and knowledge represented by online shop devotees through instagram application.This study was conducted by using descriptive qualitative approach to communication with 4 informants: 3 key informants and 1 supporting informant. The data were collected by in-depth interviews, observations, literature studies, documentation, and internet searching. The techniques of data analysis being used are description, analysis, and interpretation.*

*This study investigates Instagram (social medium) application served as online shopping medium. As we known, the instagram have feature, making its account owners more and more interested in making use of the medium. Given the superiority of instagram application as compared with other social medium applications, it is one of motives for online shop for applying instagram to draw buyers' attention. In addition, the study suggests some differences in online shop devotees attitude and behavior exist. There are self-confidence, knowledge, and characteristics in self-existence of online shop devotees. Self-confidence of online shop devotees is particularly determining the existence of devotees. Self-confidence is attitude or characteristic of each online shop devotee that, of course, will contribute to self-existence value in performing online shopping activities.Meanwhile, knowledge is one of factors influencing the understanding of a devotee in bringing about his or her online shopping hobby using social medium. Furthermore, the characteristic of a devotee is equally important to support the existence of each devotee, as there are some physical attitudes or attributes in the characteristics of a certain person. It is, of course, heavily contributing to self-existence value of anyone in performing his or her hobby.*

*The conclusion of the study is that online shopping activities engaged in by online shop devotees are making devotees have self-existence and distinctive satisfaction than their hobbies.Finally, suggestions for all of communities are they should be constantly considering carefulness as most important in online shopping activities. One means always understands what social medium is and its usefulness for both general and daily activities to prevent the communities from disadvantage themselves or those surroundings. For devotees should constantly give top priority to safety in online shopping activities, particularly social medium application.*



*Keywords: Self Existence, Social Medium of Instagram, Online Shop, Devotee, Student*

# ABSTRAK
# EKSISTENSI DIRI PENGGEMAR *ONLINE SHOP* MELALUI APLIKASI INSTAGRAM DIKALANGAN MAHASISWA

**(Studi Deskriptif Mengenai Eksistensi Diri Penggemar *Online Shop* Melalui Aplikasi Instagram Dikalangan Mahasiswa UNIKOM Bandung )**

**Oleh:**

Deliana Zairina

41811043

**Skripsi ini di bawah bimbingan:**

Olih SolihinS.Sos,M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui eksistensi diri yang dimiliki para penggemar *online shop* dikalangan mahasiswa.Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahuikepercayaan diri, karakteristik dan pengetahuan yang dimiliki oleh para penggemar *online shop* melalui aplikasi instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif komunikasi dengan informan yang berjumlah 4 orang, yaitu 3 informan utama dan 1 orang informan pendukung. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, studi pustaka, dokumentasi, internet searching. Adapun teknis analisis data yang digunakan deskripsi, analisisa dan interpretasi.

Pada penelitian ini membahas mengenai aplikasi sosial media Instagram yang digunakan sebagai media belanja *online.* Seperti yang diketahui bahwa aplikasi sosial media Instagram memberikan fitur yang membuat para pemilik akunnya menjadi semakin tertarik untuk menggunakan Instagram. Dengan adanya keunggulan aplikasi instagram seperti ini dibandingkan dengan aplikasi sosial media yang lainnya hal inilah yang menjadi salah satu alasan *online shop* banyak menggunakan Instagram untuk menarik perhatian para pembelinya. Didalam ke eksistensian diri yang dimiliki oleh para penggemar *online shop* yaitu terdapat kepercayaan diri, pengetahuan dan karakteristik. Kepercayaan diri yang dimiliki oleh para penggemear *online shop* sangat menentukan eksistesnsi yang dimiliki oleh para penggemar dan sangat menentukan ke eksistensian yang dimiliki.Sedangkan pengetahuan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemahaman seorang penggemar tersebut dalam melakukan kegemarannya berbelanja secara *online* dengan menggunakan media sosial. Selain itu untuk karakteristik yang dimilik oleh para penggemar tidak kalah pentingnya untuk mendukung eksistensi yang dimiliki dalam diri mereka masing-masing, dikarenakan didalam karakteristik seseorang tentunya terdapat beberapa sikap atau sifat yang dimiliki secara lahiriah. Tentunya hal ini sangat mendukung nilai eksistensi diri seseorang dalam melakukan kegemarannya.

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa dengan adanya kegiatan belanja *online* yang dimiliki oleh para penggemar *online shop* membuat para penggemar memiliki ke eksistensian diri dan kepuasaan tersendiri dari kegemaran yang mereka miliki.Saran untuk seluruh masyarakat agar tetap mengutamakan ketelitian dalam melakukan kegiatan belanja *online.* Salah satunya dengan selalu memahami apa itu sosial media dan kegunaannya agar masyarakat tidak mengalami hal yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang sekitar. Bagi para

penggemar agar terus tetap memperdulikan keamanan dalam melakukan kegiatan belanja *online* khususnya menggunakan aplikasi sosial media.

Kata kunci: Eksistensi Diri, media sosial Instagram, *Online Shop*, Penggemar, Mahasiswa

## Latar Belakang

Di jaman modern ini dalam kehidupan sehari-hari baik disengaja maupun tidak aktivitas manusia hampir tidak bisa lepas dari keterlibatan dan pengaruh informasi khususnya melalui jejaring sosial. Dimana internet sedang maju dengan pesatnya. Bagi sebagian besar mahasiswa, internet bukanlah hal yang asing lagi, melainkan sudah menjadi kebutuhan hidup baik untuk keperluan informasi, hiburan bahkan pendidikan. Hal ini diperkuat dengan adanya aplikasi-aplikasi jejaring sosial yang menyediakan berbagai macam fitur dan kemudahan dalam penggunaannya. semkaiDengan adanya hal tersebut membuat para mahasiswa semakin gemar menggunakan aplikasi sosial media untuk melakukan berbagai macam aktivitas ataupun hanya sekedar melakukan kegemarannya, ini dikarenakan aplikasi jejaring sosial yang dapat digunakan kapan saja dan dimana saja. Keadaan ini semakin didukung dengan banyaknya kegiatan belanja online atau biasa disebut dengan *online shopping*. Dalam beberapa waktu belakangan ini, *online shopping* kerap mewarnai perdagangan dunia maya. *Online shopping* merupakan suatu bentuk perdagangan elektronik di mana konsumen langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui internet tanpa layanan perantara. *Online shopping* juga bisa dikatakan sebagai proses di mana konsumen membeli barang atau jasa dari penjual secara langsung, tanpa layanan perantara. Dalam beberapa tahun terakhir ini *online shopping* telah menadi popular, dikarenakan *online shopping* yang bisa memanjakan para penggemar nya dengan semakin memberikan banyak macam barang atau jasa yang ditawarkan melalui media *online*. Di jaman modern ini *online shoppping* tidak hanya dilakukan secara *online* melalui sebuah website tertentu, melainkan sekarang sudah sering dilakukan melalui aplikasi jejaring sosial yang banyak digunakan melalui *gadget* atau *smartphone* khusunya aplikasi instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial yang lebih memfokuskan kepada foto atau gambar yang diupload oleh penggunanya. Hal inilah yang meyebabkan para penggemar *online shop* lebih memilih bertransaksi *online shop* melalui aplikasi instagram sebagai media belanja *online*. Dikarenakan instagram memiliki berbagai macam fitur yang menarik untuk digunakan terlebih jika digunakan untuk kegiatan belanja *online*. Kegiatan belanja *online* menggunakan aplikasi instagram ini sudah bukan hal yang asing lagi, bahkan kegiatan ini sudah menjadi kegemaran yang banyak diminati oleh sebagian mahasiswa ,khususnya mahasiswa UNIKOM yang gemar berbelanja secara *online*. Dikarenakan aplikasi instagram yang sudah tersedia dihampir berbagai macam jenis smartphone dan gadget bisa didapatkan. Selain itu karena dengan berbelanja *online* mereka bisa mendapatkan barang yang mereka

inginkan mulai dari pakaian, sepatu, tas, dan keperluan lainnya. Walau bagi sebagian orang mendapatkan barang yang diinginkan tidak harus dengan berbelanja secara online, melainkan hanya cukup berbelanja di toko secara langsung. Tapi tidak hal nya dengan para mahasiswa yang sudah menjadikan berbelanja *online* sebagai suatu kegemaran yang sangat diminati. Tidak hanya kerena mengikuti perkembangan jaman yang semakin modern melainkan bagi mereka berbelanja secara *online* merupakan kegemaran mereka. Dengan kegemaran yang mereka miliki yaitu berbelanja *online* melalui aplikasi instagram para mahasiswa tersebut dapat menunjukkan ke- eksistensi an diri mereka masing-masing baik dalam lingkungan pergaulan dan lingkungan sekitarnya. Dalam kamus bahasa Indonesia, eksistensi diartikan sebagai keberadaan. Artinya, eksistensi menjelaskan tentang penilaian ada atau tidak adanya pengaruh terhadap keberadaan seseorang tersebut.

Apabila orang lain menganggap kita mempunyai sebuah eksistensi, maka keberdaan kita sudah dianggap dan dapat diperhitungkan oleh orang-orang di sekeliling kita. Eksistensi biasanya dijadikan sebagai acuan pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan seseorang dapat berguna dan mendapat nilai yang baik dimata orang lain. Begitu pula yang dirasakan oleh para mahasiswa penggemar *online shop* dengan ke eksistensi an diri mereka. Perlu diketahui pula bahwa eksistensi manusia mempunyai proses yang tidak mudah. Dengan begitu eksistensi manusia merupakan suatu proses yang didalamnya terdapat pergulatan, konflik, dan ketegangan tanpa henti-hentinya untuk mencari bentuk demi mewujudkan dirinya secara optimal. Dalam prosesnya, eksistensi selalu berhadapan dan bahkan bertabrakan dengan eksistensi lain, sering kali terjadi dalam ruang dan waktu bersamaan.

Eksistensi manusia mengalami konflik baik secara vertikal kepada Tuhan maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan alam. Dalam realitas kehidupan, manusia bukanlah sebuah cetakan yang sudah selesai dan permanen. Tetapi, manusia akan menjalankan proses meraih eksistensinya dalam beberapa tahap. Kita sering kali melihat saudara-saudara kita bahkan diri kita sendiri jatuh bangun, turun naik, tawa nangis, pahit manis, sulit mudah bergantian singgah di kehidupan kita. Menurut Zaenal Abidin dalam bukunya "Filsafat Manusia" :

> "Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu proses yang dinamis, suatu,, menjadi" atau ,,mengada". Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni exsistere, yang artinya keluar dari,,melampau" atau mengatasi".

> Jadi eksistensi tidak bersifat kaku atau terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya".

**Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang peneliti kemukakan, maka peneliti menyusun rumusan masalah mikro sebagai berikut:

1. Bagaimana **Kepercayaan Diri** penggemar *online shop* melalui aplikasi Instagram dikalangan Mahasiswa UNIKOM Bandung?
2. Bagaimana **Karakteristik** penggemar *online shop* melalui aplikasi Instagram dikalangan Mahasiswa UNIKOM Bandung?
3. Bagaimana **Pengetahuan** penggemar *online shop* melalui aplikasi Instagram dikalangan Mahasiswa UNIKOM Bandung?

**Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan melakukan studi deskriptif pada objek penelitiannya, dikarenakan metode ini merupakan metode yang tepat untuk meneliti bidang sosial khususnya komunikasi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Deddy Mulyana yang dikutip dari bukunya Metodologi Penelitiana Kualitatif.

> "Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan memepertahankan bentuk da isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-etintas kuantitatif."(Mulyana,2003:150)

**Hail Penelitian**

Dalam hal ini para penggemar *online shop* merasa dirinya eksis ketika melakukan kegiatan belanja secara *online* khususnya menggunakan apliaksi Instagram. Mereka merasa dirinya eksis, baik dilingkungan pertemanana maupun untuk diri mereka masing-masing. Bagi mereka , mereka bisa dikatakan sebagai salah satu penggemar *online shop* yang eksis karena mereka merasa pada saat berada dilingkungan tertentu mereka merasa lebih paham dan mendalamai tentang *online shop* khusunya *online shop* di aplikasi Instagram. Bisa dikatakan mereka memahami secara mendalam mengenai kegiatan jual beli *online*, dan aplikasi Instagram.

Dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan dari para informan, menunjukkan bahwa rasa eksitensi yang mereka miliki berbeda-beda. Hal ini dikarenakan menurut mereka sesuai dengan apa yang dirasakan, misalkan pada saat berkumpul dengan keluarga dan sedang melakukan belanja *online* informan merasa dirinya biasa saja, tidak se-eksis ketika mereka berkumpul atau bermain bersama-sama dengan teman sepermainan. Namun ada pula yang merasa bahwa diri mereka eksis ketika mereka berada dalam satu perkumpulan atau sedang melakukan diskusi dan pada saat itu sedang membahasa mengenai *online shop* maka pada saat itulah mereka merasa eksistensi diri mereka muncul. Hal ini dikarenakan mereka merasa sering menggunakan jasa *online shop* diInstagram, jadi mereka merasa bahwa merekalah yang paham benar mengenai online shop dan aplikasi Instagram.

Sehingga dari ke eksistensian diri yang mereka miliki tidak membuat mereka merasa sombong akan informasi atau pengetahuan mengenai *online shop* dan aplikasi Instagram. Namun mereka merasa justru dari eksistensi dan pengetahuan yang mereka miliki mengenai *online shop* dan aplikasi Instagram mereka merasa bahagia bisa berbagi ilmu dan informasi yang hanya sekedar share-ing mengenai *online shop* dan aplikasi Instagram. Karena bagi mereka walaupun didalam diri mereka masing-masing mereka merasa memiliki rasa ke eksistensiannya diri yang dimiliki, mereka tetap menganggap hal itu hanyalah sebuah kelebihan pemahan yang mereka miliki dan tidak dibuat untuk seperti menyombongkan diri didepan lingkungan kehidupan mereka atau lingkungan pergaulan mereka. Seperti yang kita ketahui bahwa dizaman yang semakin modern ini banyak sekali bermunculan aplikasi-aplikasi sosial media yang sangat mudah digunakan. Mulai dari yang menyediakan *chatting* dengan emoticon-emoticon yang lucu, unik bahkan sampai yang menyediakan fitur seperti video call. Sehingga dengan banyaknya bermunculan aplikasi-aplikasi sosial media seperti tersebut maka semakin membuat para penggunanya untuk memiliki akun dari aplikasi sosial media tersebut.

Tidak terkecuali sama halnya dengan aplikasi Instagram yang sangat diminati oleh para pengguna sosial media. Dimana aplikasi Instagram ini menyediakan berbagai macam fitur untuk menampilkan kualitas poto terbaik untuk diupload ke media sosial Instagram dari setiap penggunanya. Bahkan dengan semakin menjamurnya para pengguna akun Instagram membuat para pedagang *online* atau orang – orang pebisnis *online* tertarik untutk menggunakan aplikasi Instagram sebagai media berbisnis *online* yang mereka miliki.

Sehingga tanpa disadari dengan adanya para pebisnis *online* membuka lapak dagangan mereka  di akun Instagram dapat membuat para penggemar *online shop* memiliki eksistensi

diri yang dilahirkan dari kegemaran mereka berbelanja *online* khususnya melalui aplikasi Instagram. Sesuai dengan apa yang peneliti dapatkan informasi dari para informan yaitu para penggemar *online shop* dan satu informan sebagai pedagang *online* melalui aplikasi Instagram.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan eksistensi yang mereka miliki masing-masing tentunya ada beberapa faktor yang mereka miliki untuk mendorong atau mendukung adanya rasa eksistensi dalam diri mereka. Berikut beberapa faktor –faktor pendukung yang mereka miliki dalam diri mereka dalam mendukung adanya rasa eksistensi ketika melakukan kegiatan belanja *online* melalui aplikasi Instagram: Faktor yang pertama yaitu rasa kepercayaan diri yang dimiliki oleh para penggemar *online shop* dalam menunjukkan ke eksistensian diri mereka ialah mereka memberikan informasi ter update atau hanya sekedar memberikan info akun online shop mana yang terpercaya dan recomended untuk melakukan transaksi belanja online diInstagram. Tentunya hal itu mereka lakukan dengan rasa percaya diri yang mereka miliki dalam diri mereka masing-masing. Dengan rasa kepercayaan diri yang mereka miliki sanagat mendukung ke eksistensian diri mereka dalam memberikan informasi seputar *online shop* di aplikasi Instagram.

Selain itu ada pula karakteristik, yaitu sifat atau kebiasaan yang dimiliki para penggemar *online shop* . dengan adanya karakteristik yang mereka miliki masing-masing, mereka merasa ke eksistensian diri mereka semakin terlihat. Karena menurut mereka tentunya dengan karakteristik yang mereka miliki pastinya setiap orang anga memandang mereka punya keunikan tersendiri untuk melihat ke eksistensian diri para penggemar online shop tersebut. Dari hasil peneliatian yang diamati karakteristik yang dimiliki oleh para penggemar *online shop* tentunya sangat berbeda-beda. Dari beberapa karakteristik yang mereka miliki, namun apapun karakteristik yang dimiliki oleh masing-masing para penggemar *online shop* tersebut mereka mengatakan bahwa itu lah salah satu faktor pendorong yang membuat mereka menjadi terlihat lebih eksistensi dibandingkan dengan teman-teman mereka yang lainnya, khususnya dalam hal belanja online melalui aplikasi Instagram.

Salah satu faktor pendukung lainnya yaitu pengetahuan, yang dimaksud pengetahuan disini ialah pengetahuan para penggemar *online shop* mengenai *online shop* dan *online shop* melalui aplikasi Instagram. Dari yang dimaksudkan mengenai pengetahuan ialah peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang pengetahuan mereka sebagai penggemar *online shop* yang tentuya sudah menjadi kegemaran mereka tentunya. Dari hasil yang peneliti dapatkan menunjukkan bahwa para penggemar *online shop* tersebut sangat memahami dengan yang

peneliti maksudkan. Terbukti mereka mengatakan bahwa mereka pertama kali mengenal *online shop* ialah pada saat menggunakan akun sosial media *facebook.*

Pada awalnya hanya menganggap bahwa *online shop* biasa saja dan tidak terlalu penting, dan ada pula yang beranggapan bahwa tidak perlu menggunakan jasa *online shop* karena tidak menjamin keamanannya dan pastinya lebih merasa puas dan aman jika datang langsung ke toko *offline* dibandingkan menggunakan jasa *online shop*. Mereka mengetahui online shop pada saat itu juga belum terlalu banyak bermunculan di sosial media, lebih banyak terdapat pada website-website tertentu atau bahkan dari sebuah blog. Mereka juga mengatakan dahulu hanya orang-orang tertentu saja yang percaya dan yakin untuk menggunakan jasa *online shop* dibandingkan dengan seperti yang sekarang ini sudah digunakan mulai dari para remaja.

Seperti yang diketahui oleh para informan peneliti, mereka mengetahui aplikasi instagram sekitar kurang lebih 1,5 tahun yang lalu, dan mulai memahami adanya *online shop* yang semakin banyak dengan menggunakan aplikasi Instagram kurang lebih sekitar 1 tahun yang lalu. Mereka mengatakan bahwa aplikasi Instagram sangatlah unik, mudah digunakan, dan membuat para pemilik aku Instagram tidak mudah bosan atau jenuh dengan akun Instagram tersebut. Tidak dipungkuri bahwa aplikasi Instagram sampai saat ini semakin banyak diminati oleh para pedagang *online shop* untuk menjual dan mempromosikan barang dagangan mereka begitu hal nya pula dnegan para pengemar *online shop* yang merasa sangat nyaman untuk menggunakan jasa *online shop* khususnya menggunakan aplikasi Instagram.

**Kesimpulan**

Berdasarkan penjelasan diatas maka kesimpulan dari keseluruhan penelitian yaitu bahwasannya dizaman yang modern ini media sosial sudah sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia, baik fungsinya sebagai media sosial dan sebagai media hiburan atau bahkan sebagai bisnis yang menguntungkan bagi para pengguna akun sosial media, khususnya sosial media instagram yang digunakan sebagai bisnis *online* seperti yang peneliti bahas pada penelitian ini.

Seperti yang kita ketahui bahwa Instagram adalah media sosial yang lebih mengutamakan kualitas foto dan menyediakan berbagai macam fitur-fitur untuk mengedit foto yang nantinya untuk diupload di akun Instagram para penggunanya. Hal inilah yang menjadi alasan seseorang lebih memilih untuk memiliki akun sosial media Instagram baik untuk hanya sekedar pengguna Instagram bahkan sampai pembeli di akun *online shop* melalui aplikasi Instagram.

## Daftar Pustaka

### A. Buku:


Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Ardianto, Elvinaro. 2011 *Hand Book Of Public Relations*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Bungin, M. Burhan. 2003. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Bungin, M. Burhan. 2008, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma dan Diskursus*. Jakarta: Kencana Pernada Media Group.

Cangara, Hafied. 2007

Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Rosdakarya

Komara, Endang.2011. *Filsafat Ilmu dan Metodologi Penelitian*. Bandung:PT. Refika Aditama

Littlejhon, Stephen W.1996. *Theories of Human Communication*. USA: Wadsworth Publishing Company.

Miles, Matthew dan Huberman, A. Michael. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tantang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UI Press.

Mulyana, Deddy. 2005, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. & Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, 2006 *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi.* Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Rismawaty.2008. *Kepribadian &Etika Profesi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kuaitatif dan R&D*. Bandung: CV.Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta

Wiryanto, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Gramedia Wilasarana: Indonesia


### B. Skripsi


Dienda Nur M. 2013. *Eksistensi Diri Penari Jaipong di kota Sukabumi.* Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

*M. Feby Ardiansyah.* 2014. *Eksistensi Diri Pengajar Komunitas Taboo di Kalangan Masyrakat Dago Pojok Kota Bandung.* Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

*Muhammad Rizki Nur Alam.* 2014. *Komunikasi Pemasaran Bonjour Bag Bandung.* Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

## C. INTERNET SEARCHING

http://kamusbahasaindonesia.org/penggemar

http://www.artikata.com/arti-364094-penggemar.html

http://lenterakecil.com/belanja-online-belanja-daring/

http://tech.dbagus.com/kelebihan-dan-kekurangan-belanja-online