

**KOMODIFIKASI POPULARITAS DIGITAL DI
PLATFORM INSTAGRAM
(STUDI: BISNIS JUAL BELI *FOLLOWERS* DI GRUP WHATSAPP
XYZ)**



**Nasyah Thasyati
1406620044**

Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Sosiologi

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2026**

ABSTRAK

Nasyah Thasyati, *Komodifikasi Popularitas Digital Di Platform Instagram (Studi: Bisnis Jual Beli Followers Di Grup Whatsapp XYZ)*, Skripsi. Jakarta: Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara sosiologis bagaimana proses komodifikasi popularitas digital terbentuk dalam sistem kapitalisme digital, khususnya fenomena jual beli *followers* Instagram di Grup WhatsApp XYZ. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang interaksi, tetapi juga arena produksi nilai ekonomi dan simbolik. Dalam konteks ini, *followers* diposisikan sebagai aset ekonomi sekaligus simbol status yang meningkatkan pengakuan sosial di jaringan digital.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kualitatif digital melalui observasi partisipatif di Grup WhatsApp XYZ dan wawancara mendalam dengan delapan informan. Informan ini terdiri dari admin, reseller, dan konsumen, serta dokumentasi percakapan digital. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi metode dan sumber. Data kemudian dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola interaksi, mekanisme jual beli, relasi kekuasaan, serta proses komodifikasi popularitas digital Tim Jordan dalam sistem kapitalisme digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa relasi sosial dalam grup bersifat transaksional, namun dijalankan melalui komunikasi yang cair dan berbasis kepercayaan virtual. Sementara itu, kapitalisme digital hadir melalui proses komodifikasi yang berlangsung ketika popularitas digital direduksi menjadi angka *followers* yang diproduksi, diklasifikasikan, dan diperjualbelikan sebagai komoditas bernilai ekonomi. Mekanisme jual beli dijalankan melalui struktur aktor yang melibatkan supplier, reseller, dan konsumen dengan alur promosi, pemesanan, pembayaran, serta pengiriman *followers* secara otomatis. Di tengah regulasi Instagram, pelaku bisnis mengembangkan berbagai strategi, seperti modifikasi penawaran layanan, penggunaan bahasa tersandi, dan penguatan reputasi, untuk mempertahankan keberlanjutan transaksi. Praktik ini tidak hanya berdampak pada ekonomi, tetapi juga membentuk ulang pola relasi sosial melalui pemanfaatan modal sosial di antara para pelaku bisnis.

Kata Kunci: Komodifikasi *Followers*, Kapitalisme Digital, Jual Beli *Followers*, WhatsApp, Instagram

ABSTRACT

Nasyah Thasyati. *Commodification of Digital Popularity on Instagram (Study: The Business of Buying and Selling Followers in WhatsApp Group XYZ). Undergraduate Thesis. Jakarta: Department of Sociology, Faculty of Social and Legal Sciences, Universitas Negeri Jakarta, 2026.*

This study aims to sociologically analyze how the commodification of digital popularity is formed within the system of digital capitalism, particularly through the phenomenon of buying and selling Instagram followers in WhatsApp Group XYZ. This phenomenon indicates that social media is not only a space for interaction, but also an arena for the production of both economic and symbolic value. In this context, followers are positioned as economic assets as well as status symbols that enhance social recognition within digital networks.

This research employs a qualitative method with a digital qualitative approach, utilizing participant observation in WhatsApp Group XYZ and in-depth interviews with eight informants consisting of admins, resellers, and consumers, supported by digital conversation documentation. Data validity was ensured through methodological and source triangulation. The data were then thematically analyzed to identify patterns of interaction, transaction mechanisms, power relations, and the process of commodifying digital popularity based on Tim Jordan's framework within digital capitalism.

The findings show that social relations within the group are transactional in nature, yet maintained through fluid communication and virtual trust. Digital capitalism operates through a commodification process in which digital popularity is reduced to numerical indicators of followers that are produced, classified, and traded as commodities with economic value. The buying and selling mechanism is carried out through a structured network of actors involving suppliers, resellers, and consumers, following stages of promotion, ordering, payment, and automated delivery of followers. Amid Instagram's regulations, business actors develop strategies such as modifying service offerings, using coded language, and strengthening reputation to sustain transactions. This practice not only generates economic impacts but also reshapes social relations through the utilization of social capital among the actors involved.

Keywords: *Commodification of Followers, Digital Capitalism, Buying and Selling Followers, WhatsApp, Instagram*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta



Prdaua Wardi, S.Th.I., M.A., Ph.D.
NIP. 198107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Rusfadia Saktiyanti Jahja, S.Sos., M.Si.</u> NIP. 197810012008012016 Ketua		21 Januari 2026
2.	<u>Dr. Yuanita Aprilandini Siregar, S.Sos., M.Si.</u> NIP. 198004172010122001 Penguji Ahli I		21 Januari 2026
3.	<u>Atik Kurniawati, M.Si</u> NIP. 199110012022032014 Penguji Ahli II		21 Januari 2026
4.	<u>Prof. Dr. Evy Clara, M.Si.</u> NIP. 195909271984032001 Pembimbing I		21 Januari 2026
5.	<u>Dr. Asep Suryana, S.Sos., M.Si.</u> NIP. 197104032005011003 Pembimbing II		21 Januari 2026

Tanggal Lulus: 23 Januari 2026

LEMBAR ORISINALITAS



Program Studi Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nasyah Thasyati

NIM : 1406620044

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Komodifikasi Popularitas Digital Di Platform Instagram (Studi: Bisnis Jual Beli Followers Di Grup Whatsapp XYZ)” sepenuhnya merupakan hasil karya pribadi secara keseluruhan. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat atau penjiplakan dari karya orang lain, dan saya tidak melakukan pengutipan dengan cara - cara yang tidak sesuai dengan etika akademik yang berlaku.

Dengan menyatakan pernyataan sebelumnya, saya siap untuk menerima risiko atau sanksi apabila di kemudian hari terbukti ada pelanggaran terhadap etika akademik dalam karya saya, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya, serta siap menanggung konsekuensi jika ditemukan adanya pelanggaran terhadap ketentuan keilmuan dalam penulisan skripsi ini

Jakarta, 21 Januari 2026



Nasyah Thasyati
NIM. 1406620044



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: (021) 4894221
Laman: lib.unj.ac.id.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nasyah Thasyati
NIM : 1406620044
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum/S1 Sosiologi
Alamat Surel : nstasyaa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas Karya Ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-Lain (.....)

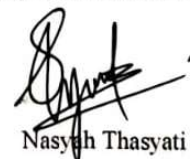
yang berjudul: **Komodifikasi Popularitas Digital di Platform Instagram (Studi: Bisnis Jual Beli Followers di Grup Whatsapp XYZ)**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, dan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan/atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Januari 2025


Nasyah Thasyati

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Sesungguhnya pertolongan itu bersama kesabaran, jalan keluar bersama kesulitan,
dan sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

— HR. Ahmad

“The flower that blooms in adversity is the most rare and beautiful of all.”

— The Emperor, Mulan (1998)

Persembahan:

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada keluarga tercinta serta kerabat-kerabat yang senantiasanya memberikan dukungan dalam berbagai bentuk. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan semangat yang telah diberikan kepada peneliti sepanjang proses penyusunan karya ini

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti mampu untuk menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini dengan judul "Komodifikasi Popularitas Digital di Instagram (Studi: Bisnis Jual Beli *Followers* di Grup Whatsapp XYZ)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi syarat kelulusan serta untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos) pada Program Studi Sosiologi di Universitas Negeri Jakarta. Maka dari itu, dalam kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi kepada peneliti selama proses penyelesaian proposal skripsi ini. Adapun ucapan terimakasih tersebut peneliti tujukan kepada:

1. Bapak Firdaus Wajdi, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si. selaku Koordinator Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Dr. Evy Clara, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan kritik, saran, serta masukan kepada peneliti sejak mulai menyusun *reading course*, proposal skripsi hingga skripsi ini selesai.
4. Dr. Asep Suryana, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing serta memberikan kritik dan saran kepada skripsi peneliti.
5. Dr. Yuanita Aprilandini Siregar, M.Si. selaku Dosen Penguji Ahli I pada sidang skripsi peneliti yang telah memberi kritik dan saran perbaikan untuk melengkapi kekurangan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Atik Kurniawati, M.Si. selaku Dosen Penguji Ahli II yang telah memberikan saran dan masukan untuk melengkapi kekurangan dalam penulisan naskah skripsi.

7. Dr. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si. selaku ketua sidang peneliti yang telah memimpin jalannya sidang dan memberikan saran perbaikan yang membangun.
8. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Sosiologi yang telah membagikan pengetahuan dan ilmu yang luas serta bermanfaat bagi peneliti sepanjang peneliti menempuh pendidikan di Program Studi Sosiologi Universitas Negeri Jakarta.
9. Keluarga, terimakasih peneliti ucapkan atas segala dukungan yang sudah diberikan kepada peneliti selama proses penyusunan laporan ini.
10. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi informan dalam penulisan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan sejak awal penulisan: Chika, Intan, Lusi, Ratu, dan Sasa.
12. Pihak-pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih untuk dukungannya secara langsung dan tidak langsung

Peneliti dalam hal ini sadar bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, peneliti terbuka terhadap berbagai kritik dan saran yang membangun demi perbaikan ke depan. Peneliti berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 21 Januari 2026

Peneliti



Nasyah Thasyati

NIM. 1406620044

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR SKEMA	xiv
DAFTAR ISTILAH (GLOSARIUM).....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis	8
1.6 Kerangka Konseptual	16
1.6.1 Komodifikasi: Tim Jordan	16
1.6.2 Popularitas Digital.....	20
1.6.3 Platform: Instagram dan Whatsapp.....	23
1.6.4 Bisnis Jual Beli <i>Followers</i>	26
1.6.5 <i>Followers</i>	29

1.6.6	Grup Whatsapp XYZ	32
1.7	Metodologi Penelitian	35
1.7.1	Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian.....	35
1.7.2	Subjek Penelitian.....	37
1.7.3	Lokasi dan Waktu Penelitian	44
1.7.4	Peran Peneliti	45
1.7.5	Teknik Pengumpulan Data.....	45
1.7.6	Teknik Analisis Data.....	47
1.7.7	Triangulasi Data	49
1.8	Sistematika Penelitian	51
BAB II GRUP WHATSAPP XYZ SEBAGAI ARENA JUAL BELI FOLLOWERS		54
2.1	Pengantar	54
2.2	Profil Grup Whatsapp XYZ.....	55
2.3	Pola Komunikasi dalam Grup Whatsapp XYZ	60
2.4	Konteks dan Dinamika Terbentuknya Grup Whatsapp XYZ.....	69
2.5	Peran dan Sudut Pandang Anggota Grup dalam Bisnis Jual Beli <i>Followers</i>	72
2.6	Penutup	93
BAB III MEKANISME BISNIS JUAL BELI FOLLOWERS MELALUI GRUP WHATSAPP XYZ.....		94
3.1	Pengantar	94
3.2	Tipologi <i>Followers</i> dalam Dinamika Pasar Digital.....	94
3.3	Proses Komodifikasi Bisnis Jual Beli <i>Followers</i>	102
3.4	Struktur Relasi Sosial dalam Jual Beli <i>Followers</i> Instagram	109
3.5	Mekanisme dan Proses Bisnis dalam Jual Beli <i>Followers</i>	121
3.6	Penutup	136
BAB IV STRATEGI JUAL BELI FOLLOWERS DI TENGAH REGULASI INSTAGRAM.....		137
4.1	Pengantar	137

4.2	Batasan Platform: Regulasi Instagram dan Risiko Jual Beli <i>Followers</i>	137
4.3	Dua Strategi Pelaku Jual Beli <i>Followers</i>	147
4.4	Modal Sosial dalam Mempertahankan Bisnis Jual Beli <i>Followers</i>	160
4.5	Komodifikasi Popularitas Digital dalam Kapitalisme Digital.....	175
4.6	Penutup	182
BAB V PENUTUP.....		184
5.1	Kesimpulan.....	184
5.2	Saran.....	186
DAFTAR PUSTAKA.....		188
DAFTAR LAMPIRAN		192



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Tren Internet dan Media Sosial.....	2
Gambar 1. 2 Skala Pemakaian Platform Medi Sosial Untuk Pemasaran di Dunia Tahun 2023 Menurut Meltwater	24
Gambar 1. 3 Akun Bisnis Informan BB.....	43
Gambar 1. 4 Akun Instagram Informan JK.....	44
Gambar 1. 5 Akun Instagram Informan Triangulasi.....	51
 Gambar 2. 1 Halaman Utama Grup Whatsapp Grup Whatsapp XYZ	57
Gambar 2. 2 Informasi dari Admin Grup Whatsapp XYZ	58
Gambar 2. 3 Informasi yang disebarkan admin Grup Whatsapp XYZ.....	59
Gambar 2. 4 Visualisasi Word Cloud Grup Whatsapp XYZ.....	64
Gambar 2. 5 Visualisasi Textual Network Analysis (TNA) Whatsapp XYZ	66
Gambar 2. 6 Testimoni Jual Beli dalam Grup Whatsapp XYZ	71
Gambar 2. 7 Reseller Mempertanyakan Ketersedian Stok	79
Gambar 2. 8 Format Order dan Garansi.....	79
Gambar 2. 9 Interaksi Grup Whatsapp XYZ Saat Memiliki Anggota Baru	84
Gambar 2. 10 Respon Reseller terhadap Pesan Admin.....	85
Gambar 2. 11 Interaksi Reseller dalam Grup Whatsapp XYZ.....	85
Gambar 2. 12 Pembeli Yang Bertanya Kepada Reseller	88
 Gambar 3. 1 Bentuk Aplikasi Penambah Followers Instan	98
Gambar 3. 2 Pemasaran melalui Instagram.....	123
Gambar 3. 3 Penggunaan Kata kunci dan Tagar dari pembeli.....	124
Gambar 3. 4 Penjual yang Menawarkan Followers di Kolom Komentar Cuitan Calon Pembeli.....	125
Gambar 3. 5 Daftar Harga yang dimiliki Anggota Grup Whatsapp XYZ	128
Gambar 3. 6 Reseller Menawarkan Pemantauan	134
 Gambar 4. 1 Fitur Kebijakan Privasi Instagram.....	139
Gambar 4. 2 Interaksi Reseller Pemula dalam Grup Whatsapp XYZ.....	163
Gambar 4. 3 Reseller Yang Saling Berinteraksi	167
Gambar 4. 4 Chat Bot Yang Digunakan Reseller	168
Gambar 4. 5 Peraturan dalam Grup Whatsapp XYZ	173
Gambar 4. 6 Alur Komodifikasi Popularitas Digital dalam Kapitalisme Digital	179

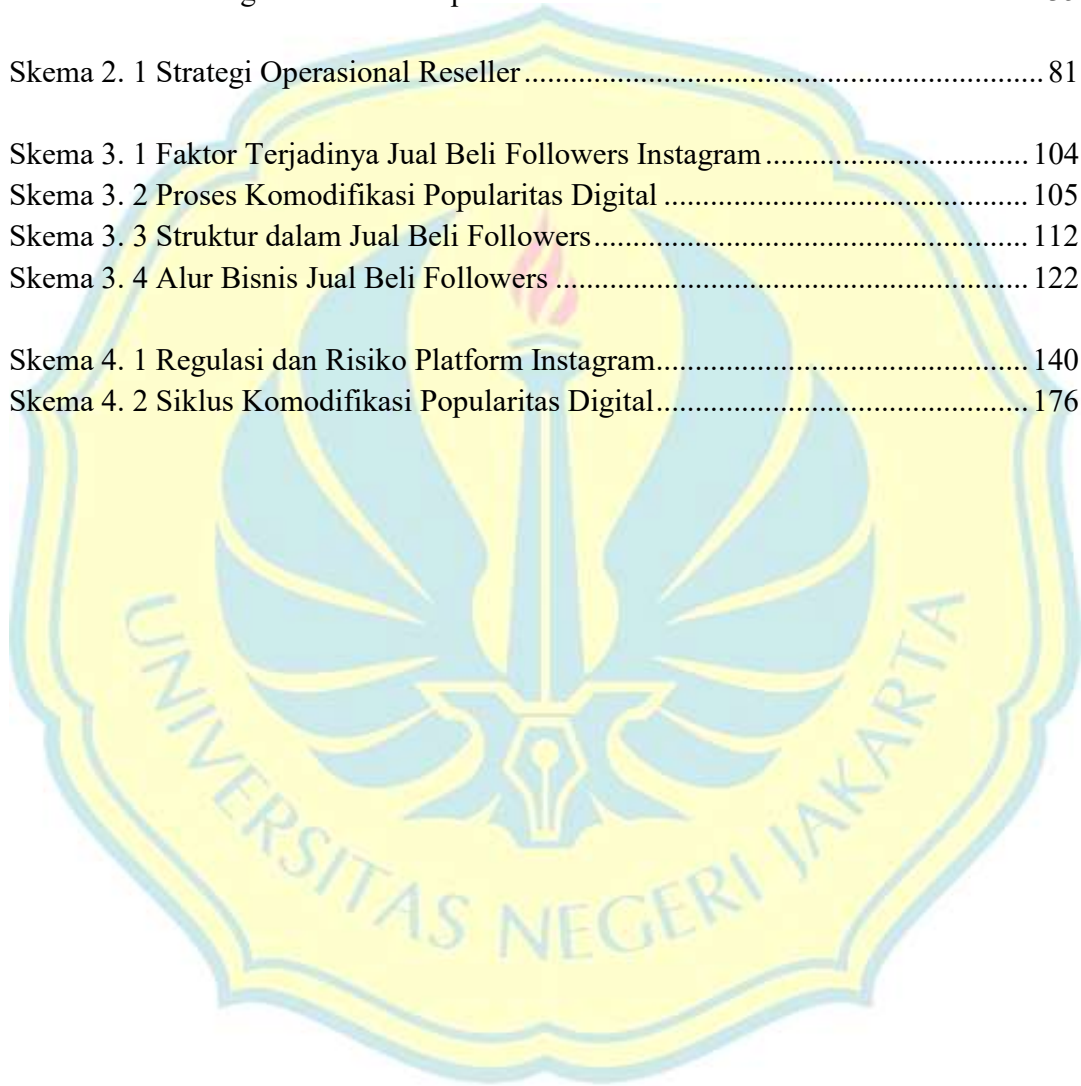
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Informan	39
Tabel 2. 1 Sudut Pandnag Penjual dan Pembeli dalam Jual Beli Followers.....	73
Tabel 3. 1 Tipologi Harga Followers yang Diperjualbelikan	95
Tabel 4. 1 Dua Strategi Pelaku Jual Beli followers	147
Tabel 4. 2 Aspek Modal Sosial dalam Jual Beli Followers Instagram	161



DAFTAR SKEMA

Skema 1. 1 Peta Tinjauan Penelitian Sejenis	9
Skema 1. 2 Hubungan Antar Konsep.....	35
Skema 2. 1 Strategi Operasional Reseller	81
Skema 3. 1 Faktor Terjadinya Jual Beli Followers Instagram	104
Skema 3. 2 Proses Komodifikasi Popularitas Digital	105
Skema 3. 3 Struktur dalam Jual Beli Followers.....	112
Skema 3. 4 Alur Bisnis Jual Beli Followers	122
Skema 4. 1 Regulasi dan Risiko Platform Instagram.....	140
Skema 4. 2 Siklus Komodifikasi Popularitas Digital.....	176



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISTILAH (GLOSARIUM)

#Zonauang	: Tag yang digunakan di berbagai platform digital sebagai penanda untuk mencari atau menghubungkan penjual dan pembeli dalam transaksi layanan tertentu
Admin	: Pihak yang memiliki kewenangan mengelola grup WhatsApp dan mengatur alur komunikasi.
Aktif	: <i>Followers</i> yang diklaim berasal dari akun aktif dan memiliki aktivitas layaknya pengguna asli.
Backfee	: Pengembalian dana atau kompensasi yang diberikan kepada pembeli akibat kegagalan layanan atau penurunan <i>followers</i> .
Bot	: Program otomatis yang dirancang untuk menjalankan aktivitas tertentu di media sosial, seperti mengikuti akun atau menambah engagement tanpa keterlibatan manusia secara langsung.
Bot Farm	: Kumpulan akun bot yang dikelola secara terpusat untuk menghasilkan <i>followers</i> , likes, atau interaksi dalam jumlah besar.
Broadcast	: Fitur pengiriman pesan secara massal kepada banyak pengguna atau anggota grup untuk menyampaikan informasi, promosi, atau pengumuman layanan.
Buzzer	: Akun atau individu yang digunakan untuk menyebarkan konten, meningkatkan visibilitas, atau membentuk opini tertentu di media sosial.
Click Farm	: Jaringan akun atau individu yang secara sistematis menghasilkan klik, likes, atau interaksi palsu untuk meningkatkan metrik popularitas.
Close	: Penanda bahwa layanan atau jenis <i>followers</i> tertentu sementara tidak tersedia.
CPC (Check Private Chat)	: Instruksi kepada anggota grup untuk melanjutkan pembahasan melalui pesan pribadi karena informasi yang disampaikan bersifat sensitif atau detail transaksi.
Directing Message (DM)	: Fitur pesan pribadi di Instagram yang digunakan untuk komunikasi langsung antar pengguna, termasuk dalam konteks transaksi.
Done/Sudah	: Penanda bahwa pesanan telah selesai diproses.
Drop	: Penurunan jumlah <i>followers</i> setelah proses pembelian, biasanya akibat sistem pembersihan akun oleh Instagram.

Endorsment	: Praktik promosi di mana individu atau akun dengan popularitas tertentu mempromosikan produk, jasa, atau akun lain.
Estimasi	: Perkiraan waktu pengerjaan pesanan.
Fake Account	: Akun media sosial yang tidak merepresentasikan identitas pengguna nyata dan sering digunakan untuk meningkatkan jumlah <i>followers</i> atau engagement secara artifisial.
Fast	: Istilah untuk menandakan bahwa proses penambahan <i>followers</i> dilakukan dengan cepat.
<i>Followers</i>	: Akun pengguna media sosial yang mengikuti akun lain dan berfungsi sebagai indikator popularitas serta legitimasi sosial.
Folls / Folls IG	: Singkatan dari <i>followers</i> Instagram yang lazim digunakan dalam percakapan grup.
Garansi	: Jaminan dari penjual untuk mengganti <i>followers</i> yang mengalami penurunan dalam jangka waktu tertentu.
Indo	: Jenis <i>followers</i> yang berasal dari akun pengguna Indonesia dan dianggap memiliki nilai lebih tinggi.
Kick	: Tindakan mengeluarkan anggota dari grup WhatsApp karena melanggar aturan.
Kosong	: Kondisi layanan atau stok <i>followers</i> yang sedang tidak tersedia.
Lock	: Kondisi akun yang mengalami pembatasan sementara oleh Instagram akibat aktivitas tidak wajar
Mix	: Jenis <i>followers</i> yang berasal dari berbagai negara tanpa spesifikasi wilayah tertentu.
Order	: Permintaan pembelian layanan <i>followers</i> oleh anggota grup.
PC (Private Chat)	: Komunikasi personal di luar grup WhatsApp yang digunakan untuk membahas detail pesanan, pembayaran, atau komplain.
PL (Price List)	: Daftar harga layanan <i>followers</i> yang ditawarkan oleh penjual atau admin.
Problem	: Istilah umum untuk menandai adanya kendala teknis dalam proses layanan
Proses	: Menunjukkan bahwa pesanan sedang dikerjakan oleh penyedia layanan
Ready	: Penanda bahwa layanan <i>followers</i> sedang tersedia untuk dipesan
Real	: <i>Followers</i> yang diklaim berasal dari akun aktif dan memiliki aktivitas layaknya pengguna asli.
Real Human	: <i>Followers</i> yang diklaim berasal dari akun manusia nyata, bukan bot, dan dianggap memiliki nilai lebih tinggi.



Reels	: Fitur Instagram berupa video pendek yang digunakan untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas akun.
Refill	: Proses penggantian <i>followers</i> yang hilang atau drop setelah pembelian sesuai dengan ketentuan garansi.
Reseller	: Pihak perantara yang menjual kembali layanan <i>followers</i> kepada konsumen dengan mengambil keuntungan tertentu.
Rules	: Aturan tidak tertulis maupun tertulis yang mengatur perilaku dan transaksi dalam grup.
Rush	: Pesanan dengan permintaan waktu pengerjaan lebih cepat dari standar.
Shadowban	: Kondisi ketika visibilitas konten atau akun dibatasi secara tidak langsung oleh Instagram tanpa pemberitahuan resmi.
Slow	: Istilah yang menunjukkan bahwa proses penambahan <i>followers</i> dilakukan secara bertahap atau lebih lambat.
SMM Panel	: Platform berbasis web yang menyediakan layanan otomatis untuk menambah <i>followers</i> , likes, dan engagement di media sosial.
Social Proof	: Fenomena di mana popularitas, seperti jumlah <i>followers</i> , digunakan sebagai bukti sosial untuk membangun kepercayaan dan legitimasi.
Stemming	: Proses pengolahan teks untuk mengubah kata ke bentuk dasarnya dalam analisis data teks.
Supplier	: Pihak penyedia utama layanan <i>followers</i> yang memasok layanan kepada admin atau reseller.
Tag	: Penanda berupa kata kunci atau simbol tertentu yang digunakan untuk mengelompokkan informasi atau menarik perhatian dalam percakapan digital.
Testimoni	: Bukti atau pernyataan kepuasan pelanggan yang digunakan untuk membangun kepercayaan.
Tokenization	: Proses pemecahan teks menjadi unit-unit kecil dalam analisis data teks.
WTB (<i>Want To Buy</i>)	: Kata kunci yang digunakan dalam media sosial apabila pembeli ingin mencari dan membeli suatu barang.