

SKRIPSI

**NILAI TANDA DAN SIMBOL PRODUK *APPLE*
(*IPHONE*) PADA MAHASISWA FISIP INDRALAYA
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**



**RAMA DIAN SARI
070210281021075**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2023**

SKRIPSI

NILAI TANDA DAN SIMBOL PRODUK *APPLE* (*IPHONE*) PADA MAHASISWA FISIP INDRALAYA UNIVERSITAS SRIWIJAYA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universtitas Sriwijaya



**RAMA DIAN SARI
070210281021075**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI
**NILAI TANDA DAN SIMBOL PRODUK APPLE (IPHONE) PADA
MAHASISWA FISIP INDRALAYA UNVERSITAS SRIWIJAYA**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 SOSIOLOGI**

Oleh :

RAMA DIAN SARI

07021281621075

Pembimbing I

1. DR. Diana Dewi sartika, M.Si.,
NIP. 197506032000032003

Tanda Tangan



Tanggal

21-03-2023

Pembimbing II

2. Safira Soraida, S.Sos, M.Sos.,
NIP. 19820911200442001



21-03-2023

**Mengetahui,
Ketua Jurusan,**



DR. Diana Dewi sartika, M.Si.,
Nip. 197506032000032003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“NILAI TANDA DAN SIMBOL PRODUK APPLE (IPHONE)
PADA MAHASISWA FISIP INDRALAYA UNIVERSITAS
SRIWIJAYA”**

Skripsi

**RAMA DIAN SARI
07021281621075**

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 04 April 2023**

Pembimbing :

1. Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si.
NIP. 198002112003122003
2. Safira Soraida, S.Sos, M.Sos.
NIP. 198209112006042001

Tanda Tangan



Penguji :

1. Dr. Yoyok Hendarso, M.Si.
NIP. 196006251985031005
2. Randi, S.Sos., M.Sos.
NIP. 199106172019031000

Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Ketua Jurusan



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, TEKNOLOGI DAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Indralaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

PERNYATAAN ORISIONALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rama Dian Sari
NIM : 07021281621075
Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya yang berjudul “Nilai tanda dan simbol produk Apple iphone pada mahasiswa FISIP Indralaya Universitas Sriwijaya” ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 30 Maret 2023
Yang buat pernyataan,



Rama Dian Sari
NIM. 07021281621075

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Ketika kamu merasa tidak bahagia dengan hidupmu.
Ketahuilah, ada seseorang yang merasa bahagia hanya karena kamu ada
-Habib Umar bin Sholeh Al Hamid-

Dikuatkan oleh diri sendiri adalah mantra paling ajaib
saat bisa berdamai untuk menerima dan mengalah pada diri sendiri
untuk tidak harus saat ini saat mengharapkan sesuatu
-Penulis-

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- ❖ Kedua orangtua-ku tercinta Almarhum bapak (Sailani) dan ibu (Dewi Asmara)
- ❖ Saudaraku Deni Supandi dan Dirli Saputra S.
- ❖ Dosen Pembimbingku
- ❖ Almamaterku
- ❖ Last but not least, i wanna thanks me <3

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat, rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Nilai tanda dan simbol produk *Apple (iPhone)* pada mahasiswa FISIP Indralaya Universitas Sriwijaya” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Strata 1 (S-1) Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin agar skripsi ini dapat memenuhi kebutuhan pembaca, namun penulis hanyalah seorang manusia yang tidak pernah luput dari kesalahan serta kekeliruan, maka dari itu atas segala kekurangan penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca. Terlepas dari penulisan skripsi ini penulis sangat bersyukur dari sekian banyak hambatan dapat dilalui oleh penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini juga, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua yang senantiasa selalu memberikan dorongan, motivasi serta doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini, yakni ayahanda tercinta Almarhum Sailani dan ibunda tersayang Dewi Asmara. Penulis juga menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dari awal hingga selesai tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang terlibat, penulis berterima kasih atas segala bantuan yang telah mempermudah penulis dalam melakukan penelitian. Maka dengan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Anis Saggaf, MSCE., selaku Rektor Universitas Sriwijaya, Bapak Prof. Ir. Zainuddin Nawawi, Ph.D., selaku Wakil Rektor I Universitas Sriwijaya, Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE. M.Si selaku Wakil Rektor II Universitas Sriwijaya, Bapak Iwan Stia Budi, S.K.M. M.Kes selaku Wakil Rektor III Universitas Sriwijaya, dan Bapak Prof. Dr. Ir. M. Said, M.Sc selaku Wakil Rektor IV Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, Bapak Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., LL.M selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya,

Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya. Dan Bapak Dr. Adries Lionardo, M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

3. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya dan Ibu Gita Isyanawulan, S.Sos, M.A., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
4. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Safira Soraida, S.Sos, M.Sos., selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu menyempurnakan penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir.
5. Mba Yuni Yunita, S.Sos selaku admin jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah banyak membantu penulis terkait administrasi di jurusan Sosiologi.
6. Bapak Dr. Yoyok Hendarso, MA,. selaku dosen pembimbing akademik penulis yang telah banyak memberi motivasi, saran, serta bimbingan dalam bidang akademik selama ini.
7. Seluruh Dosen, Staf serta Karyawan Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah banyak memberikan ilmu, bantuan, dan pengarahan selama masa perkuliahan.
8. Kepada kedua orangtuaku Almarhum bapakku tercinta Sailani dan Ibundaku tersayang Dewi Asmara, Terima kasih telah menjadi tumpuan dan alasanku tetap menjalani kehidupan sampai pada titik ini, saya selalu bangga dan bahagia lahir dari kedua orangtua yang hebat seperti bapak dan ibu.
9. Kepada Saudaraku tersayang, kakakku tercinta Deni Supandi dan adikku tersayang Dirli Saputra Silalahi terimakasih untuk kasih sayang, selalu memberikan dukungan dan semangat untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Terkhusus untuk Muhamad Hidayat Mustafiq terimakasih telah mendengarkan keluh kesah dan selalu memberikan dukungan semoga Allah selalu mempermudah disetiap langkah perjalanan hidupmu.

11. Sahabat-sahabatku tercinta the cuk's Noviyanti dan Silva Dinatri terimakasih telah menemani dari awal kuliah sampai dengan sekarang semoga persahabatan dan komunikasi kita tetap berjalan.
12. Kepada grup AHHA GENK yaitu Karina Zain, Novi, Silva terimakasih telah menemani masa-masa kuliah, selalu memberikan canda tawa, dukungan serta membantu selama masa-masa perkuliahan.
13. Sahabatku Iki's family yaitu Sari Wulandari, Via Purnama sari, Silva Dinatri, Noviyanti yang selalu memberikan hiburan, dukungan serta motivasi.
14. Teruntuk Rani Septiani terimakasih telah banyak membantu dan selalu siap sedia ketika aku membutuhkan bantuan dan tempatku menginap ketika berada di Indralaya.
15. Teruntuk Sisi Andriani sahabatku terimakasih selalu membantu dan selalu ada disetiap duka dan tawa dikehidupan ini.
16. Rekan-rekan KKS (Kuliah Kerja Sosial) Wahyu Tri Ramadhan, Habibul Malik, Putraria Yuasa, Khrisna Putera Pratama, Bayu Pamungkas, Fery Nuzi, Karina Zain, Silva Dinatri dan Noviyanti serta staff dan pegawai DPRD Kota Palembang. Terima kasih atas ilmu, kenangan dan pengalaman berharganya.
17. Kepada Informan yang telah bersedia memberikan kesempatan dan meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam wawancara selama kegiatan penelitian berlangsung terimakasih semoga jalan kita selalu dipermudahkan.
18. Kepada teman-teman seperjuangan sosiologi FISIP Universitas Sriwijaya 2016 atau yang lebih dikenal dengan TEKSOS'16 terimakasih telah memberikan warna dikehidupanku semoga kita semua sukses menggapai cita-cita.
19. Kepada pihak-pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu per satu terimakasih telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.
20. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for*

having no days off, I wanna thank me for never quitting for just being me at all times.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini karena masih terbatasnya ilmu dan pengetahuan penulis. Untuk itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Dengan demikian penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi penulis maupun pembaca.

Indralaya, 2023

Rama Dian Sari
07021281621075

RINGKASAN

NILAI TANDA DAN SIMBOL PRODUK APPLE (IPHONE) PADA MAHASISWA FISIP INDRALAYA UNIVERSITAS SRIWIJAYA

Skripsi ini membahas mengenai nilai tanda dan simbol pada produk *Apple* yaitu *iPhone*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami nilai tanda produk *Apple (iPhone)* pada mahasiswa FISIP Indralaya Universitas Sriwijaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah *iPhone* bukan hanya sebuah *smartphone* yang digunakan untuk berkomunikasi, namun lebih dari itu *iPhone* juga digunakan sebagai personalitas diri. Terdapatnya berbagai macam latar belakang ekonomi mahasiswa pengguna *iPhone* yaitu ekonomi kelas bawah, ekonomi kelas menengah dan dan ekonomi kelas atas. Mahasiswa pengguna *iPhone* merasa ada perbedaan ketika menggunakan *iPhone* seperti tumbuh rasa percaya diri, bangga serta mampu menunjang status sosial mahasiswa. Nilai tanda dan simbol bersifat abstrak dan terkonstruksi secara menyeluruh. Nilai tanda pada *iPhone* berkaitan dengan konsep kemewahan sedangkan nilai simbol terdiri atas simbol : golongan kelas atas, elegan, gaya hidup serta anak muda.

Kata Kunci: nilai tanda, simbol, mahasiswa, *Apple*, *iPhone*.

Indralaya, 8 mei 2023
Telah Mengetahui/Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si.,
NIP.198002112003122003

Pembimbing II



Safira Soraida, S.Sos.,M.Sos.,
NIP.198209112006042001

Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si.,
NIP.198002112003122003

SUMMARY

VALUE OF SIGNS AND SYMBOLIC OF APPLE PRODUCTS (IPHONE) ON STUDENTS OF THE FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES SRIWIJAYA UNIVERSITY

This thesis discusses the value of signs and symbols on Apple products, namely the iPhone. The purpose of this study was to understand the value of the Apple product (iPhone) for Indralaya Faculty of Social and Political Sciences students at Sriwijaya University. The method used in this research is qualitative. Data collection techniques were carried out through interview, observation, and documentation methods. The result of this research is that the iPhone is not only a smartphone that is used to communicate, but more than that, it is also used as a personality. There are various kinds of economic backgrounds among iPhone user students, namely the lower class economy, the middle class economy, and the upper class economy. iPhone user students feel that there is a difference when using the iPhone, such as growing self-confidence and pride and being able to support students' social status. The value of signs and symbols is abstract and constructed as a whole. The sign value on the iPhone relates to the concept of luxury, while the symbol value consists of symbols such as upper class, elegance, lifestyle, and youth.

Keywords: sign value, symbol, student, Apple, iPhone

Indralaya, May 08th 2023

Approve by

Advisor I



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si.,
NIP.198002112003122003

Advisor II



Safira Soraida, S.Sos.,M.Sos.,
NIP.198209112006042001

Head Of Sociology Departement
Faculty Of Social And Political Science
Sriwijaya University



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si.,
NIP.198002112003122003

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
RINGKASAN	x
SUMMARY.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kerangka Pemikiran.....	15
2.2.1 Apple, Mahasiswa dan Konsumsi	15
2.3 Bagan Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Lokasi Penelitian	22
3.3 Strategi Penelitian	23
3.4 Fokus Penelitian	23
3.5 Jenis dan Sumber Data	24
3.5.1 Jenis Data	24
3.5.2 Sumber Data	24

3.6	Kriteria dan Penentuan Informan	25
3.7	Peranan Peneliti.....	26
3.8	Unit Analisis Data	26
3.9	Teknik Pengumpulan Data	27
3.10	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	29
3.11	Teknik Analisis Data.....	30
3.12	Jadwal Penelitian.....	32
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN.....		33
4.1	Gambaran Umum Universitas Sriwijaya	33
4.1.1	Sejarah Universitas Sriwijaya	33
4.1.2	letak Geografis Universitas Sriwijaya.....	35
4.1.3	Visi, Misi dan Tujuan Univeritas Sriwijaya.....	36
4.2	Sejarah, Visi, Misi, dan Tujuan Pembentukan Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik.....	37
4.2.1	Sejarah Pembentukan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.....	37
4.3	Jurusan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	38
4.3.1	Jurusan Administrasi Publik.....	38
4.3.2	Jurusan Sosiologi.....	40
4.3.3	Jurusan Ilmu Komunikasi.....	41
4.3.4	Jurusan Ilmu Hubungan Internasional.....	41
4.4	Gambaran Umum Informan Penelitian	42
4.4.1	Informan Utama	42
4.4.2	Informan Pendukung	46
BAB V PEMBAHASAN		48
5.1	Konsumsi mahasiswa pengguna <i>iPhone</i> FISIP Indralaya.....	49
5.1.1	Konsumsi Sebagai Suatu Proses Signifikansi dan Komunikasi	51
5.1.2	Konsumsi Sebagai Klasifikasi Dan Diferensiasi Sosial	53
5.2	Nilai tanda dan simbol pengguna <i>iPhone</i>	64
5.2.1	Nilai Tanda (<i>Sign Value</i>).....	64
5.2.1.2	Kemewahan.....	65
5.2.2	Nilai Simbol (<i>Symbolic Value</i>).....	66
5.2.2.1	<i>Golongan Masyarakat Kelas Atas</i>	66

5.2.2.2 <i>Elegan</i>	70
5.2.2.3 <i>Anak Muda</i>	72
5.2.2.4 <i>Gaya Hidup</i>	73
BAB VI KESIMPULAN	78
6.1 Kesimpulan	78
6.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	14
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 4. 1 Jumlah Mahasiswa Jurusan Administrasi Publik.....	40
Tabel 4. 2 Jumlah Mahasiswa Jurusan Sosiologi	40
Tabel 4. 3 Jumlah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi.....	41
Tabel 4. 4 Jumlah Mahasiswa Jurusan Ilmu Hubungan Internasional	42
Tabel 4. 5 Data Informan Utama.....	43
Tabel 4. 6	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 3 Bagan Kerangka Pemikiran	21

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi di era globalisasi seperti ini kianlah pesat, termasuk pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Saat ini telah memungkinkan manusia untuk terhubung satu sama lain tanpa dibatasi jarak, ruang, dan waktu. Penyatuan berbagai fungsi dari alat-alat komunikasi yang sangat berdampak di kehidupan masyarakat merupakan *smartphone* (Vi, 2017). *Smartphone* adalah telepon yang menggabungkan fungsionalitas yang disempurnakan dengan menyediakan fitur seperti akses Internet, *email*, dan *Global Positioning System* (GPS) (Agustang, 2018). *Smartphone* dapat dikatakan sebagai kebutuhan pokok oleh berbagai lapisan masyarakat dalam berkomunikasi. Pada saat ini hampir seluruh masyarakat di Indonesia menggunakan *smartphone* dalam kesehariannya (Pahlawan & Prabowo, 2020).

Smartphone di zaman sekarang menjadi hal yang sangat dibutuhkan bagi mahasiswa untuk bisa kelihatan gaul dan tidak ketinggalan zaman dan membuat mahasiswa lebih sukayang praktis dan hemat waktu dalam menjalankan aktivitas. *Smartphone* juga merupakan alat untuk menghibur dengan suara, tulisan, gambar, dan video. Sekarang orang-orang berlomba-lomba untuk memiliki *smartphone* karena *smartphone* bukan hanya merupakan alat berkomunikasi, namun juga bagi masyarakat pada umumnya *smartphone* sekaligus sebagai (*lifestyle*) gaya hidup, tren, dan *prestise* (Prayoga, 2015).

Arus globalisasi yang semakin pesat, berkolerasi dengan semakin banyaknyamasyarakat yang membeli dan menggunakan *smartphone*. Dapat dilihat data dari market *shareapple* di Indonesia tepatnya pada bulan Juli 2021, *Apple* mendapatkan presentase penjualan 44,6 persen, OPPO 24,7 persen, VIVO 24,8 persen, Samsung 62,4 persen, dan Xiaomi 39,5 persen. Dari data yang ada penjualan produk *Apple* di Indonesia terdapat pada urutan kedua ialah sebesar 44,6 persen. *Apple* atau yang biasa dikenal juga dengan sebutan *iPhone* ini menjadi salah satu *smartphone* unggulan yang sangat disukai dan diminati termasuk di Indonesia (Abdillah, 2021).

Tabel 1. 1
Data pengguna *smartphone* berdasarkan usia tahun 2021

Usia	Penggunaan <i>Smartphone</i>
Dibawah usia 18 tahun	17 persem
18-25	48 persen
26-30	20 persen
Diatas 30 tahun	15 persen

Sumber : *Dream Incubator inc (2021)*

Berdasarkan tabel 1.1 Dengan perkembangan zaman, *Smartphone* telah dimiliki oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja bahkan orang tua. Dari data pengguna *smartphone* berdasarkan usia, bahwa pengguna terbesar *smartphone* ada di umur 18-25 tahun dimana rata-rata umur tersebut ada pada tingkatan remaja dan mahasiswa. dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012).

Seperti penggunaan *smartphone iPhone* dikalangan mahasiswa, banyak mahasiswa mulai membeli *Smartphone* merek *Apple inc.* tanpa mempunyai tujuan penggunaannya, sehingga *iPhone* menjadi mode masyarakat kontemporer (Hasmayni & Lumbanbatu, 2019). Menurut Wardani (2017) menyatakan bahwa pernah dilakukan survei oleh Ebate yang bertujuan untuk mengetahui perangkat yang disukai pengguna dan diikuti oleh 1.034 orang dewasa dan 507 remaja sebagai responden. Hasil riset Ebate, penyedia layanan *cashback* di California mengatakan remaja ternyata lebih memilih *iPhone* dan orang dewasa cenderung memilih Samsung, dalam hal ini *Galaxy S8*. Itu artinya, *iPhone* dapat dikatakan populer dikalangan remaja maupun mahasiswa karena merupakan *smartphone* yang disukai di kalangannya (Rahmawati & Akbar, 2021).

Dalam hal ini berkaitan dengan *Apple* yang bukan hanya membuat *iPhone* sebagai perangkat teknologi semata tetapi memiliki nilai artistik tersendiri. Sebuah perangkat teknologi yang tidak hanya memiliki arti namun juga memiliki nilai tambah (*addes value*) seperti produknya yang revolusioner, elegan, dan memiliki tingkat eksklusifitas yang tinggi dan memiliki citra elit dari awal pembuatannya. Nilai tambah inilah yang membuat pengguna *iPhone* bukan sekedar mengkonsumsi

barang sesuai dengan fungsinya (Mila Sari, 2022). Penggunaan *iPhone* didorong oleh aktivitas merek yang menciptakan nilai intrinsik bagi penggemar. Misalnya, di Cina, menggunakan *iPhone* dipandang sebagai simbol kekayaan dan kebanggaan (Chiang 2013 dalam Albertus, 2022). Konsumsi bukan hanya lagi sekedar kegiatan yang memanfaatkan nilai guna namun sekarang yang bertujuan memperoleh keuntungan dari penggunaan atau nilai guna barang. Kesenangan dan kepuasan tidak serta langsung dirasakan setelah memakai objek, hal ini karena konsumsi tidak hanya menggunakan barang-barang konsumsi yang berwujud, tetapi juga simbol-simbol dan tanda yang dengan cepat diasosiasikan dan dilekatkan secara manipulatif oleh produsen dengan barang-barang yang di konsumsi (Ulfa, 2012). Konsumsi barang yang terjadi saat ini ialah konsumsi *iPhone* khususnya dikalangan mahasiswa.

Mahasiswa merupakan generasi muda yang peka terhadap teknologi dan inovasi baru, termasuk *smartphone*. Salah satu cara siswa menggunakan *smartphone* adalah untuk memudahkan mereka dalam menyelesaikan pekerjaan rumah dengan mengakses informasi pendidikan yang dapat diakses secara *online* melalui *smartphone* dan membuka dan mencari web untuk tutorial. *Smartphone* memudahkan siswa untuk berkomunikasi atau berinteraksi dengan orang lain melalui jejaring sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* dan lain-lain. (Agustang, 2018). Hal ini selaras dengan mahasiswa Universitas Sriwijaya dimana mahasiswa Universitas Sriwijaya adalah mahasiswa yang berbeda gaya dalam memilih *smartphone*, meskipun mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk menempuh pendidikan dan memperoleh gelar sarjana, pada saat ini mahasiswa berada pada tahap di mana mereka ingin mengekspresikan identitas mereka dan mendapatkan pengakuan di masyarakat dan pergaulannya khususnya pada mahasiswa FISIP Indralaya Universitas Sriwijaya. *iPhone* pada mahasiswa universitas sriwijaya bukan lagi hanya sekedar *smartphone* pada umumnya yang fungsinya sebagai alat berkomunikasi dan untuk menunjang aktivitas perkuliahannya, melainkan saat ini mahasiswa membeli dan memakai *iPhone* karena sebuah nilai tanda dan simbol yang ada. Nilai tanda yang dimaksud muncul pada mahasiswa yang memakai *iPhone* lebih ditujukan kepada citra, sistem tanda, status, *prestige*, ekspresi gaya dan gaya hidup, kehormatan serta

kemewahan. Hal ini selaras dengan perusahaan *Apple* membuat *iPhone* sebagai simbol dimana *iPhone* bukan hanya sebagai perangkat teknologi semata tetapi memiliki nilai artistik tersendiri dan nilai tambah tersendiri inilah yang membuat pengguna *iPhone* bukan sekedar mengkonsumsi barang sesuai dengan fungsinya. Hal ini selaras dengan hasil survei awal peneliti, melalui formulir yang tersebar lewat *google form*. Jumlah pengguna *iPhone* pada mahasiswa FISIP Indralaya Universitas Sriwijaya mencapai 70 orang pengguna. *Google form* ini tersebar di empat jurusan yang ada di FISIP kampus Indralaya yaitu Administrasi Publik, Hubungan Internasional, Ilmu Komunikasi, dan Sosiologi. Dari data yang telah didapat dan telah dirangkum, maka peneliti mengklasifikasikan pengguna berdasarkan jurusan dan angkatan. Jumlah pengguna *iPhone* berdasarkan jurusan dapat dilihat dari tabel yang tertera.

Tabel 1. 2
Hasil survei awal penggunaan *iPhone* mahasiswa FISIP Indralaya

No.	Fakultas	Persentase
1	Administrasi Publik	20.2 persen
2	Sosiologi	18 persen
3	Ilmu Komunikasi	36,8 persen
4	Hubungan Internasional	25 persen

Sumber: *Data Diolah Peneliti (2022)*

Berdasarkan tabel 1.2 diketahui survei awal penelitian tentang pengguna *iPhone* pada mahasiswa FISIP Unsri Indralaya dari angkatan 2017 Sampai dengan angkatan 2021 yang diisi oleh 70 responden pengguna *iPhone*, dari data yang didapatkan pengguna *iPhone* terbanyak berada di jurusan Ilmu Komunikasi dengan pengguna sebesar 26 orang dan jurusan sosiologi dengan jumlah pengguna *iphone* sebesar 20 orang. Sisanya Hubungan Internasional memiliki 13 orang pengguna *iPhone* serta Administrasi Publik 11 orang pengguna *iPhone*.

Hasil obsevasi awal peneliti menunjukkan jika mahasiswa yang menggunakan *iPhone* bukan hanya berasal dari golongan menengah keatas tetapi juga ada mahasiswa yang memakai *iPhone* dari kalangan kelas menengah kebawah jika dilihat dari segi harga *iPhone* merupakan *smartphone* yang harganya tergolong mahal untuk ukuran mahasiswa, karena mahasiswa

merupakan seorang yang sedang menuntut ilmu dan belum bekerja untuk memiliki *smartphone iPhone* dan jika dilihat dari fungsinya *iPhone* dan *smartphone* lainnya memiliki fungsi yang sama yaitu untuk berkomunikasi dan mempermudah urusan perkuliahan baik itu mencari tugas-tugas dan sebagainya.

Temuan selanjutnya, peneliti dapatkan melalui observasi awal dengan cara melakukan wawancara dengan seorang pengguna *iPhone* berinisial (R) Mengatakan bahwa ia membeli *iPhone* karena dari dulu ia ingin mempunyai *iPhone* dikarenakan teman-temannya sudah memakai *iPhone* semua. Inisial (R) beranggapan sudah tidak minder lagi ketika berkumpul bersama teman-temannya dan merasa lebih percaya diri, lebih lanjut ia mengatakan bahwa ia membeli *iPhone second like*, dimana harganya setengah dari harga *iPhone* yang baru, namun itu masih tergolong cukup mahal dibandingkan *smartphone* yang lainnya. Selain itu peneliti mengamati perilaku mahasiswa yang sering *mirror selfie* dengan memperlihatkan logo *iPhone* dan di upload ke sosial media melalui *instastory* dalam hal ini berkaitan dengan visi *Apple* yang ingin memberikan nilai tambah dan kesan mewah kepada pengguna *iPhone* yang membuat pemakai *iPhone* merasa percaya diri dan berbeda dari yang lainnya. Berdasarkan uraian latar belakang yang ada, maka peneliti tertarik untuk mengetahui dan memahami terkait nilai tanda dan simbol produk *Apple (iPhone)* pada mahasiswa FISIP Indralaya Universitas Sriwijaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah bagaimana nilai tanda dan simbol produk *Apple (iPhone)* mahasiswa FISIP Indralaya Universitas Sriwijaya.

1.3 Tujuan Penelitian

secara Umum dan khusus penelitian ini bertujuan memahami nilai tanda produk *Apple (iPhone)* pada mahasiswa FISIP Indralaya Universitas Sriwijaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi sumber informasi, penelitian dan penelitian untuk pengembangan sosiologi dan ekonomi. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi sumber informasi, penelitian dan penelitian untuk pengembangan sosiologi dan ekonomi. sehingga dapat menjadi bahan sumbangan pemikiran dan kajian bagi akademis yang tertarik mengkaji lebih dalam pada studi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis.

- a. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membantu menambah referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya supaya dapat lebih mendalam.
- b. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini sebagai informasi bagi masyarakat mengenai sejauh mana konsumsi penggunaan produk *Apple (iPhone)* dapat dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- BunginBurhan. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches (2nd ed)*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Creswell, Jhon W. 2016. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jean Baudrillard. (2004). Masyarakat Konsumsi (Abdullah Sumrahadi dan Hadi Purwanto (ed)). Kreasi Wacana.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal :

- Afdholy, Nadya. 2019. "Perilaku Konsumsi Masyarakat Urban Pada Produk Kopi Ala Starbucks." *Jurnal Satwika* 3 (1): 43. <https://doi.org/10.22219/satwika.vol3.no1.43-53>.
- Alqiva, Aulia, and Mohammad Isa Gautama. 2021. "Representasi Diri Melalui Instagram Oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang Universitas Negeri Padang Pendahuluan Perkembangan Teknologi Dan Komunikasi Kini Telah Merubah Pola Interaksi Antar Individu , Saat Ini Internet Menjadi Sebuah " 4 (4): 542–54.
- Anggriani, Retno Dian Putri, and Martinus Legowo. 2014. "Praktek Konsumtif Mahasiswa Bidik Misi." *Paradigma*.
- Ardiansyah, Mohammad Restu, and Arie Prasetyo. 2022. "Representasi Kelas Sosial Dalam Iklan (Analisis Semiotika Pada Iklan 'Introducing Iphone 12 | Apple')." *Jurnal Antara* 9 (1). <https://ojs.unm.ac.id/tanra/>.
- Bakti, Indra Setia, Nirzalin Nirzalin, and Alwi Alwi. 2019. "Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard." *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)* 13 (2): 147–66. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15925>.

- Cynthia, Tjoa, Anggraini Wijaya, Prodi Ilmu Komunikasi, and Universitas Kristen Petra. 2010. "MOTIF MASYARAKAT SURABAYA DALAM MENGGUNAKAN IPHONE Pendahuluan."
- Ebtanastiti, Dyah Fajar, and Tamsil Muis. 2014. "Survei Pilihan Karir Mahasiswa Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya* 4 (3): 1–10. <https://core.ac.uk/download/pdf/230609452.pdf>.
- Hasmayni, Babby, and Johannes S. Lumbanbatu. 2019. "Gambaran Lifestylife Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Pengguna Iphone Di Universitas Medan Area." *Jurnal TEKESNOS* 1 (1): 9–16.
- Hikmat, Ghina Afifah, and M E Fuady. n.d. "Makna Citra Diri Di Kalangan Pengguna Iphone," 265–69.
- Kogoya, Dekinus. 2015. "Dampak Penggunaan Handphone Pada Masyarakat (Studi Pada Masyarakat Desa Piungun Kecamatan Gamelia Kabupaten Lanny Jaya Papua." *E-Journal "Acta Diurna"* 04 (04): 14.
- Universitas Mulawarman 2019. "LATAR BELAKANG GAYA HIDUP KONSUMTIF" 7 (2): 180–94.
- Pahlawan, Fajar, and Christian Bangun Adi Prabowo. 2020. "Pengaruh Karakteristik Individu, Intensitas Penggunaan Smartphone Dan Interaksi Sosial Terhadap Perilaku Phone and Snubbing Karyawan Lifepal®." *Syntax Idea* 2 (5): 61–67. <https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/257/287>.
- Parlina, Tika, and Dharma Yanti. 2021. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pada Pengguna Iphone Di Kota Samarinda Ditinjau Dari Sudut Pandang Konsumsi Monzer Kahf." *Bifej* 1 (2): 2021.
- Permana, Aditya. 2015. "Gejala Alienasi Dalam Masyarakat Konsumeristik." *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 1 (2): 91. <https://doi.org/10.22146/jps.v1i2.23449>.
- Rahmawati, Rina, and Jihaduddin Akbar. 2021. "REPRESENTASI BUDAYA POPULER DALAM FILM SENIOR KARYA BAGUS BRAMANTI DAN EKO IVANO WINATA (Popular Culture Representation in Senior Film's by Bagus Bramanti and Eko Ivano Winata)." *Sirok Bastra* 9 (1): 81–92. <https://doi.org/10.37671/sb.v9i1.273>.
- Ramdan, Asep Muhamad, and Dicky Jhoansyah. 2022. "(Empirical Study On Students At Higher Education In Sukabumi City) Analisis Perceived Value Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Empiris Pada Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Kota Sukabumi)" 3 (July): 1821–30.

- Sari, Putri Indah, and Mohammad Isa Gautama. 2021. "Kepemilikan iPhone Bekas Sebagai Personal Branding Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial UNP." *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan* 4 (3): 484. <http://perspektif.ppj.unp.ac.id/index.php/perspektif/article/view/495>.
- Ulfa, Nurist Suraya. 2012. "Konsumsi Sebagai Penanda Kesejahteraan Sosial." *Ilmu Politik* 1 (3): 34–41.
- Usni, Elida, Harmona Daulay, Ria Manurung, Rizabuana Ismail, Henry Sitorus, Program Studi, Magister Sosiologi, Fakultas Ilmu, and Ilmu Politik. 2019. "JUPIIS : Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Gaya Hidup Remaja Dan Penggunaan Telepon Seluler Di Kota Medan Youth Lifestyle and Cellular Phone Use in Medan City" 11 (2): 248–59.
- Vi, Volume. 2017. "Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado" VI (1): 1–15.
- Wardana, Rinda Yuda, and Argyo Demartoto. 2017. "Representasi Budaya Populer Dalam Mengonsumsi Produk Fashion Bermerek." *Jurnal Sosiologi DILEMA* 32 (2): 43–51.
- Wijaya, Bambang Sukma, Faruk Tripoli, and Hermin Indah Wahyuni. 2020. "Nilai-Tanda Sebagai Jantung Makna Relasi Konsumen Dan Merek." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 17 (2): 181. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i2.3699>.