

GAYA HIDUP PENGGUNA IPHONE
(Studi Pada Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memeroleh Gelar Sarjana Sosial
(S. Sos)



Disusun oleh:

FARHAH ANI KARIMATUL AKHLAQ

2106026062

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. :

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada.

Yth. Dekan FISIP

UIN Walisongo Semarang

di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan memperbaiki sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Farhah Ani Karimatul Akhlaq

NIM : 2106026062

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : GAYA HIDUP PENGGUNA IPHONE (STUDI PADA
MAHASISWA GENERASI Z FISIP UIN WALISONGO)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 25 Juni 2025
Pembimbing I,



Akhrivadi Sofian, M.A.
19791022 202321 1004

Semarang, 25 Juni 2025
Pembimbing II,



Kaisar Atmaja, M.A.
198207132016011901

PENGESAHAN SKRIPSI

GAYA HIDUP PENGGUNA IPHONE (Studi Pada Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo)

Disusun Oleh:

Farhah Ani Karimatul Akhlaq

2106026054

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi pada tanggal 25 Juni 2025
dan dinyatakan lulus.

Susunan Dewan Penguji



Akhriyadi Sofian, M.A
NIP. 197910222023211004

Penguji

Prof. Dr. Tholkhatul Khoir, M.Ag.
NIP. 197701202005011005

Sekretaris

Prof. Dr. Tholkhatul Khoir, M.Ag.
NIP. 199206232019032016

Penguji II

Siti Azizah, M.Si
NIP. 199206232019032016

Pembimbing I

Akhriyadi Sofian, M.A
NIP. 197910222023211004

Pembimbing II

Kaisar Atmaja, M.A
NIP. 198207132016011901

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa hasil skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 25 Juni 2025

Farhah Ani Karimatul Akhlaq
NIM. 2106026062

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Gaya Hidup Pengguna Iphone (Studi Pada Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo ”. Shalawat serta salam tak lupa penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad Saw. Semoga kita pengikutnya tergolong umat yang kelak mendapatkan syafaatnya.

Pada kesempatan ini, izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam perjalanan penyusunan skripsi ini:

1. Prof. H. Nizar, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Naili Ni'matul Illiyun, M.A., selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis selama menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Endang Supriadi, M.A., selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan dukungan dan pengetahuannya kepada penulis selama proses perkuliahan di FISIP UIN Walisongo Semarang.
5. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M. Ag., selaku dosen wali yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan banyak nasihat kepada

penulis selama proses perkuliahan di FISIP UIN Walisongo Semarang.

6. Bapak Akhriyadi Sofian, M.A., selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membimbing, memberikan saran, dukungan, motivasi, serta kesabaran yang luar biasa dalam proses penyusunan proposal hingga penyusunan skripsi ini selesai.
7. Bapak Kaisar Atmaja, M. A., selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membimbing, memberikan saran, dukungan, motivasi, serta kesabaran yang luar biasa dalam proses penyusunan proposal hingga penyusunan skripsi ini selesai.
8. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang yang telah mendidik dan memberikan ilmu dan pengalaman serta membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.
9. Ayah Moch. Farkan dan Mama Sri Wahyuni selaku kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, cinta, dukungan, penuh perhatian, selalu siap siaga untuk penulis, sebagai *reminder* agar penulis tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, serta telah banyak berjuang sehingga penulis bisa sampai di titik ini. Semoga Allah Swt. senantiasa memberikan nikmat berupa keberkahan, kesehatan lahir batin, keselamatan, dan kebahagiaan.
10. Afiyah Qothrin Nada selaku adik penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta menguatkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. M. Roudlotul Yusuf sebagai kekasih sekaligus motivator penulis selama mengerjakan skripsi ini yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan kasih sayang tulus sehingga penulis dapat sampai pada titik ini.
12. Pakdhe, Budhe, Om dan Tante Penulis yang tiada henti memberikan

motivasi, dukungan, serta semangat kepada penulis hingga akhir perjuangan dalam penulisan skripsi ini.

13. Teman-teman FISIP 2021, terkhusus kelas Sosiologi B 2021, HMJ Sosiologi 2021, HMJ Sosiologi 2022, MEDINFO HMJ Sosiologi 2021-2023, KAMARESA UIN Walisongo, dan KKN MIT-18 Posko 89 yang telah menemani serta memberikan banyak makna dalam setiap perjalanan perkuliahan ini.
14. Sahabat dan orang-orang yang penulis sayangi Hanifah Nurul Shifa, Octa Alfiana, Octa Alfiani, Zulfa Mazidah, Himatul Ulya, Ana Durrotun Nadhifah, Septi Wahyu Utami, Kurniawati Candra, Denisa Ayu, serta Mutiara Mustika yang senantiasa kebersamaian penulis dalam menyusuri lika-liku dunia perkuliahan ini.
15. Sahabat kecil penulis yang penulis sayangi Sayyidati Nafisah, Sri Wahyuni, Diah Ayu Lintang Kinasih, Afi Maulana Adani, Swandana Adi Saputra, Maritza Syandita, Umi Ulfatul Muflichah yang senantiasa menemani dan kebersamaian dari penulis kecil hingga penulis sampai di titik ini.
16. Teman- Teman penulis, Kak Ulya, Mbak Putri, Azki, Mbak Dhera, Mbak Diah, Wizzi, Luthfi, Maryam, Nana, Ara, Sandi, Melan yang telah membantu penulis dalam memberikan dukungan serta bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
17. Rekan kerja penulis, Hesti Fitri Umami, Frittolia, Devita, serta Sabrina yang tanpa lelah senantiasa memberikan semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
18. Kepada semua pihak yang telah membantu dan terlibat dalam penelitian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga laporan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan pihak-pihak yang bersangkutan.

Penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan kedepannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 25 Juni 2025

Penulis,

Farhah Ani Karimatul Akhlaq

NIM. 2106026062

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa Syukur, karya ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta penulis, Ayah Moch. Farkan dan Mama Sri Wahyuni, serta adik tersayang Afiyah Qothrin Nada yang selalu memberikan kasih sayang, do'a, dukungan dan semangat yang lua biasa tiada henti sepanjang perjalanan kehidupan penulis. Tanpa kehadiran dan pengorbanan mereka perjalanan kehidupan penulis tidak akan sampai seperti di titik sekarang ini. Terimakasih atas segala hal yang telah kalian berikan yang tidak ternilai ini, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kebahagiaan, Kesehatan, dan keberkahan dalam kehidupan yang penuh arti ini.

Karya ini juga penulis persembahkan untuk almamater kebanggaan, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, khususnya kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Sosiologi yang menjadi tempat penulis dalam belajar dan menimba ilmu guna merain gelar sarjana ini.

MOTTO

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ

“Ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), sesungguhnya azab-Ku benar-benar sangat keras.”

- Q.S. Ibrahim : 7 –

“Dunia ini ibarat bayangan. Kalau kau berusaha menangkapnya, ia akan lari. Tapi, kalau kau membelakanginya, ia tak punya pilihan selain mengikutimu.”

- Ibnu Qayyim Al- Jauziyyah -

ABSTRAK

Modernitas dan globalisasi mendorong perkembangan teknologi, akibatnya, dunia menjadi semakin canggih dan serba digital. Kehadiran ponsel pintar tidak hanya sebagai alat komunikasi dan informasi. Ponsel pintar dengan segala kecanggihan yang ditawarkan kini telah beralih fungsi dan menjadi bagian dari gaya hidup bagi para penggunanya. Penggunaan ponsel pintar sebagai bagian dari gaya hidup juga terjadi kalangan generasi Z. Generasi Z dikenal merupakan kelompok usia yang sejak kelahirannya sudah terpapar oleh perkembangan teknologi. Hal tersebut menjadikan generasi Z memiliki ketertarikan yang kuat terhadap teknologi, termasuk pada pemilihan merek ponsel seperti Iphone. Iphone menjadi merek ponsel yang cukup populer kalangan generasi Z, terkhusus kalangan mahasiswa karena kecanggihan fitur dan desain yang premium. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bentuk gaya hidup dari penggunaan Iphone yang dilakukan oleh generasi Z, terkhusus pada kalangan mahasiswa FISIP UIN Walisongo.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pemilihan metode kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan mendeskripsikan terkait dengan individu atau kelompok yang dianggap memiliki permasalahan sosial. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, serta dokumentasi yang dilakukan secara mendalam. Wawancara dilakukan terhadap beberapa informan yaitu pengguna Iphone di kalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis induktif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang nantinya akan dipaparkan sesuai dengan hasil yang ditemukan di lapangan mengenai penelitian ini. Selain itu, dalam mengolah dan menganalisis data juga dilakukan dengan Teori Gaya Hidup milik David Chaney.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang dilakukan oleh mahasiswa generasi Z pengguna Iphone mencerminkan nilai- nilai simbolik yang berkaitan dengan modernitas, estetika digital, efisiensi, serta kebutuhan yang ada dan diterima dalam lingkungan sosial. Alasan penggunaan Iphone oleh mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo tidak hanya berbasis pada fitur kecanggihan yang ditawarkan tetapi juga karena adanya makna sosial yang melekat pada perangkat merek ponsel tersebut. Kondisi tersebut juga dapat dilihat dari realitas yang ditemukan pada penelitian ini. dimana penggunaan uang dan waktu para pengguna Iphone di lingkungan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo dipengaruhi oleh preferensi merek dan tekanan sosial yang berdampak pada pembentukan gaya hidup yang khas dari generasi ini. Bentuk- bentuk gaya hidup yang dijumpai sebagai hasil dalam penelitian ini diantaranya seperti gaya hidup masyarakat urban, gaya hidup homogen, konsumsi dan produksi digital, gaya hidup hedonisme dan pengeluaran tinggi. Berdasarkan gaya hidup yang dijalankan oleh pengguna Iphone terutama kalangan generasi Z FISIP UIN Walisongo juga memiliki dampak pada aspek sosial dan ekonomi kehidupannya.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Iphone, Generasi Z

ABSTRACT

Modernity and globalisation have driven technological development, resulting in a world that is increasingly sophisticated and digital. Smartphones are no longer just tools for communication and information. With all the sophistication they offer, smartphones have now shifted function and become part of the lifestyle of their users. The use of smartphones as part of a lifestyle is also prevalent among Generation Z. Generation Z is known as a group that has been exposed to technological advancements since birth. This has led Generation Z to have a strong interest in technology, including in the choice of smartphone brands such as the iPhone. The iPhone is a popular smartphone brand among Generation Z, particularly among students, due to its advanced features and premium design. This study aims to describe and analyse the lifestyle patterns associated with iPhone usage among Generation Z, particularly among students at the Faculty of Social and Political Sciences (FISIP) at UIN Walisongo.

This study employs a qualitative research method with a descriptive approach. The selection of the qualitative method in this study aims to provide an understanding and description of individuals or groups considered to have social issues. Data collection in this study uses in-depth observation, interviews, and documentation techniques. Interviews were conducted with several informants, namely iPhone users among Generation Z students at the Faculty of Social and Political Sciences (FISIP) of UIN Walisongo. The data analysis used in this study is inductive analysis, which involves collecting data, reducing data, presenting data, and drawing conclusions that will be presented in accordance with the findings from the field regarding this study. Additionally, in processing and analysing the data, David Chaney's Lifestyle Theory was also applied.

The results of this study indicate that the lifestyle of Generation Z iPhone users among students reflects symbolic values related to modernity, digital aesthetics, efficiency, and the needs that exist and are accepted within the social environment. The reasons for using iPhones among Generation Z students at the Faculty of Social and Political Sciences (FISIP) of UIN Walisongo are not only based on the advanced features offered but also due to the social significance attached to the brand of the device. This condition can also be observed from the realities found in this study, where the use of money and time by iPhone users among Generation Z students at FISIP UIN Walisongo is influenced by brand preferences and social pressure, which impact the formation of a distinctive lifestyle characteristic of this generation. The forms of lifestyle identified as results of this study include urban lifestyle, homogeneous lifestyle, digital consumption and production, hedonistic lifestyle, and high spending. The lifestyle adopted by iPhone users, particularly among Generation Z students at FISIP UIN Walisongo, also has implications for the social and economic aspects of their lives.

Keywords: *Lifestyle, iPhone, Generation Z.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	9
MOTTO.....	10
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	15
DAFTAR GAMBAR	17
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	5
C. TUJUAN PENELITIAN.....	6
D. MANFAAT PENELITIAN	6
E. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
F. KERANGKA TEORI.....	12
G. METODE PENELITIAN.....	24
H. SISTEMATIKA PENELITIAN	29
BAB II GAYA HIDUP PENGGUNA IPHONE PERSPEKTIF TEORI GAYA HIDUP (<i>LIFESTYLE</i>) DAVID CHANEY	31
A. Gaya Hidup Pengguna Iphone	31
B. Iphone.....	43
C. Gaya Hidup dalam Perspektif Islam	45
D. Teori Gaya Hidup David Chaney	48
BAB III GAMBARAN UMUM MAHASISWA PENGGUNA IPHONE FISIP UIN WALISONGO SEMARANG	60
A. Gambaran UIN Walisongo Semarang	60

1. Geografis UIN Walisongo Semarang.....	60
2. Sejarah Universitas Islam Negeri Walisongo.....	62
3. Profil FISIP UIN Walisongo Semarang	64
4. Deskripsi Mahasiswa FISIP UIN Walisongo Semarang	67
5. Profil Informan.....	71
BAB IV ALASAN MAHASISWA GENERASI Z FISIP UIN WALISONGO DALAM MENGGUNAKAN IPHONE	78
A. Preferensi Teknologi Mahasiswa Generasi Z.....	78
1. <i>User friendly</i>	81
2. Efisiensi tinggi	82
3. Teknologi yang Interaktif.....	82
B. Alasan Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo Memilih Iphone	83
1. Alasan Sosial dan Identitas	83
2. Alasan <i>Fungsional</i> dan Kecanggihan Fitur.....	94
BAB V BENTUK DAN DAMPAK GAYA HIDUP PENGGUNA IPHONE DIKALANGAN MAHASISWA GENERASI Z FISIP UIN WALISONGO.....	100
A. Bentuk- Bentuk Gaya Hidup yang Dijalankan oleh Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo Sebagai Pengguna Iphone.	100
1. Gaya Hidup Masyarakat Urban.....	100
2. Gaya Hidup Homogen.....	106
3. Konsumsi dan Produksi Digital	110
4. Gaya Hidup Hedonisme dan Pengeluaran Tinggi	113
B. Dampak Gaya Hidup yang Dijalankan Oleh Pengguna Iphone Dikalangan Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo	116
1. Dampak Sosial	116
2. Dampak Ekonomi.....	121
BAB IV PENUTUP	125
A. Kesimpulan	125
B. Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	130
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persebaran mahasiswa FISIP UIN Walisongo berdasarkan angkatan..... 67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Peta Lokasi Wilayah UIN Walisongo Semarang.....	61
Gambar 3. 2 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang	63
Gambar 3. 3 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	65
Gambar 3. 4 data jumlah penggunaan sosial media oleh generasi Z di Indonesia.....	69
Gambar 5. 1 . Informan SM dalam menampilkan gaya berpakaianya dengan berkendara diatas vespa matic milknya.	108
Gambar 5. 2. Informan LA dalam menampilkan gaya berpakaianya dengan latar tempat disuatu Café yang ada di Semarang.	109

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang yang dapat dilihat melalui pola kebiasaan, respon, maupun pandangan hidupnya (Chaney, 2011). Selain itu, gaya hidup dapat membantu dalam proses pendefinisian diri seseorang melalui bagaimana minat (ketertarikan), cara menghabiskan waktu (aktivitas), hingga perilaku seseorang dalam aktivitas sehari-hari di lingkungan sosialnya. Namun, perlu diketahui bahwa gaya hidup disini bukan sebagai suatu hal yang muncul secara tiba-tiba dan alamiah terjadi, gaya hidup ada karena diadopsi, ditemukan, dan diciptakan (Chaney, 2011). Perubahan gaya hidup akan terjadi dari masa ke masa, sebab gaya hidup terus bergerak dinamis. Seperti dalam masa modernitas saat ini, perkembangan industri dan teknologi berdampak pada gaya hidup masyarakat (Irwanto, 2016). Dampak dari perkembangan teknologi terhadap gaya hidup adalah penggunaan ponsel pintar. Saat ini, telah banyak merek ponsel pintar yang dikenal oleh masyarakat dunia. Kecanggihan ponsel pintar yang didukung oleh konektivitas internet membuat fungsi dari ponsel pintar tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga dapat digunakan untuk transaksi dalam jaringan, mencari hiburan, dan berbagai aktivitas lainnya. Hal seperti ini juga terjadi pada pengguna Iphone, terlebih masyarakat memiliki persepsi tersendiri tentang keberadaan Iphone.

Banyaknya merek ponsel pintar di Indonesia, salah satu merek yang banyak diminati di pasaran adalah Iphone. Iphone mampu menarik minat pasar di Indonesia karena memiliki keunggulan tersendiri mulai dari fitur, tampilan, serta reputasi merek yang tinggi menjadi alasan Iphone banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Iphone menawarkan berbagai kemudahan bagi penggunanya yang tidak bisa dirasakan oleh pengguna ponsel pintar merek lain. Hal ini dapat dilihat dari

sistem operasional yang dimiliki Iphone bernama iOS. Sistem iOS ini memiliki kemampuan akses internet yang lebih cepat dari sistem operasional android karena hanya dimiliki oleh Iphone. Fitur *interface* dalam Iphone juga membantu dalam penjagaan privasi karena tingkat keamanan yang tinggi. Iphone juga terus melakukan inovasi dengan meningkatkan sistem *software* yang lebih sempurna dengan berbagai pembaharuan yang ditawarkan. Salah satunya adalah dengan berbagi kontak sesama pengguna Iphone hanya dengan saling menempelkan bagian atas ponselnya. Hal lain yang ditawarkan oleh Iphone adalah kualitas kamera baik untuk foto maupun video. Kontras, pencahayaan, hingga kestabilan kamera yang dimiliki oleh Iphone mendorong masyarakat beralih menjadi pengguna Iphone. Tampilan Iphone yang hadir dengan desain yang mewah dan eksklusif sehingga memunculkan kesan prestise tersendiri bagi penggunanya (Nasril, dkk, 2022).

Dalam mempertahankan citra serta kualitas yang dimilikinya, Iphone terus melakukan pembaharuan dengan mengeluarkan tipe- tipe unit terbarunya dengan tambahan fitur dan kualitas. Iphone pertama kali diperkenalkan pada 2007 yang membawa perubahan pada fungsi ponsel. Kemudian Iphone mengalami perkembangan dan inovasi terus- menerus dengan mengeluarkan tipe terbaru. Mulai pada 2008 yakni Iphone 3G. Selanjutnya di tahun- tahun berikutnya ada Iphone 4, Iphone 5, Iphone series 6, Iphone 7, Iphone series 8, Iphone series X, Iphone series 11, Iphone series 12, Iphone series 13, Iphone series 14, Iphone series 15, hingga yang terbaru saat ini yakni Iphone series 16. Setiap tipe Iphone yang diluncurkan oleh Apple memiliki peningkatan fitur dan kualitas sehingga memunculkan pengalaman yang berbeda bagi penggunanya.

Dilansir dari Scoop Market, pangsa pasar Iphone di Asia menjadi yang tertinggi dari Juni 2022 hingga 2023 termasuk di Indonesia. Hal ini didukung oleh laporan Global Web Indeks bahwa Indonesia berada dalam posisi daftar negara berkembang yang masyarakatnya menunjukkan ketertarikan pada Iphone. Iphone menjadi ponsel pintar yang banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia (Putra dan Elpanso, 2023). Penggunaan Iphone di Indonesia sendiri berasal dari berbagai

kalangan. Salah satunya adalah mahasiswa. Selaras dengan kajian penelitian milik Arif (2024) menyatakan bahwa alasan utama mahasiswa memilih Iphone sebagai ponsel pintar mereka diantaranya karena kegunaan bagian, reputasi merek, dan integrasi dari kebutuhan akademik. Selain itu, hasil lain yang didapatkan oleh Arif bahwa penggunaan Iphone di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh kebiasaan sosial dan gaya hidup dari mahasiswa itu sendiri. Iphone dimaknai sebagai sebuah simbol status yang berpengaruh terhadap identitas dan persepsi mahasiswa. Memiliki nilai prestise tersendiri menjadikan pengguna Iphone tampil lebih percaya diri.

Penggunaan Iphone di kalangan mahasiswa pun berasal dari berbagai kategori salah satunya adalah generasi Z. Alasan penggunaan Iphone di kalangan mahasiswa generasi Z pun beragam. Terlebih generasi Z ini disebut sebagai generasi digital, yang sangat dekat dengan teknologi dan internet sejak kelahirannya (Qurniawati & Nurrohman, 2018). Menurut DKJN Kemenkeu, Generasi Z adalah mereka yang lahir pada rentang tahun 1997- 2012 (Basuki, 2021). Setiap mahasiswa generasi Z memiliki pandangan dan tujuan yang berbeda dalam pembelian sebuah produk. Ada yang bertujuan untuk aktivitas akademik, akses informasi, komunikasi, mendukung hobi, dan sebagainya. Tak terkecuali di kalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo Semarang. Mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo memiliki pandangan dan tujuan yang beragam terhadap Iphone. Namun, Liestiana (2014) menyebutkan bahwa saat ini adalah era dimana orang mampu membeli produk bukan karena nilai manfaatnya tetapi karena adanya gaya hidup, melainkan demi citra yang dibentuk oleh kelompok- kelompok tertentu.

Hal ini selaras dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Maryam Kusuma (Mahasiswa angkatan 2022) pengguna Iphone dikalangan mahasiswa. Pada awalnya, Maryam mengganti ponselnya menjadi Iphone karena kegunaan fungsi dan kualitas yang ditawarkan. Iphone yang dibeli oleh Maryam adalah tipe Iphone 12 mini dan ia membelinya dalam kondisi bekas tetapi bukan dari keluaran resmi Ibox Indonesia sehingga ia mendapatkannya dengan harga yang cukup terjangkau.

Namun, di tengah penggunaannya, Maryam mengaku kehilangan sinyal operatornya karena IMEI dari Iphone yang ia gunakan terblokir dan mengharuskan Maryam untuk menggunakan jaringan nirkabel dalam mengakses internet. Meskipun demikian, Maryam tidak menyesal telah membeli Iphone miliknya itu dan tetap menikmati dalam penggunaan Iphonenya. Hal ini dilakukan Maryam karena baginya Iphone yang ia gunakan dapat mendukung Maryam untuk melakukan aktivitas sehari-hari sesuai dengan gaya hidupnya sebagai seorang travelling yang gemar berjalan-jalan.

Penggunaan Iphone sebagai gaya hidup juga terlihat pada pengguna lainnya. Melan, mahasiswa sosiologi angkatan 2022 yang merupakan pengguna Iphone mengungkapkan bahwa dirinya mengganti ponsel menjadi Iphone karena Iphone menjadi ponsel pintar yang ia impikan sejak berada di bangku SMA. Iphone juga menjadi salah satu ponsel pintar yang cukup populer di lingkungan pertemanannya. Meskipun pada awalnya ia membeli Iphone karena FOMO (Fear of Missing Out), mahasiswa prodi Sosiologi 2023 ini juga merasa bahwa sejak beralih dari android ke Berikutnya, Melan juga mengungkapkan bahwa Iphone sangat berpengaruh pada lingkungan sosialnya. Jika dahulu saat menggunakan android intensitas interaksi dengan temannya sangat sedikit, namun setelah menggunakan Iphone intensitas interaksi dengan temannya semakin bertambah, banyak dari temannya yang meminjam ponsel pintar miliknya itu untuk berfoto karena kualitas hasil foto dari Iphone yang lebih jernih daripada android. Melan juga menambahkan bahwa dirinya kerap kali mendapat ajakan dari temannya untuk pergi ke kedai kopi yang sedang populer diperbincangkan, tidak hanya memesan kopi tetapi juga untuk berfoto. Hal ini selaras dengan faktor – faktor gaya hidup yang disebutkan oleh Kotler dan Armstrong (2012) dimana terdapat dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yaitu faktor internal (dalam individu) dan faktor eksternal (luar individu). Faktor eksternal termasuk keluarga, kelompok, maupun kelas sosial, sedangkan faktor internal yaitu persepsi, sikap, pengalaman, konsep diri.

Bagi sebagian orang, penggunaan Iphone memang dapat membantu dan mempermudah segala aktivitas kehidupan. Namun, bagi beberapa orang penggunaan Iphone juga menjadi ponsel pintar dapat menunjang perkembangan informasi karena berbagai informasi dapat dengan mudah diakses melalui ponsel pintar. Namun di sisi lain, perkembangan teknologi dan banyaknya merek ponsel pintar yang mulai bermunculan serta budaya modernitas memberikan dampak akan perubahan pada tujuan dari pembelian ponsel pintar, salah satunya adalah untuk memenuhi kebutuhan akan gaya hidup. Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti tertarik mengangkat judul “Gaya Hidup Pengguna Iphone (Studi Pada Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo)” karena tujuan dari penggunaan Iphone yang tidak hanya didasarkan pada fitur dan kecanggihan, tetapi juga mendukung kebutuhan gaya hidup. Banyak mahasiswa FISIP UIN Walisongo yang masuk dalam kategori generasi Z yang memanfaatkan Iphone sebagai ponsel pintar dalam mendukung gaya hidup. Namun, peneliti memilih mahasiswa angkatan 2022 dan 2023 karena dinilai aktif dan ekspresif dalam penggunaan Iphone miliknya karena kompleksitas aktivitas yang dijalankan baik itu di dalam maupun di luar kampus. Selain itu, melihat gaya hidup mahasiswa dapat dilakukan dengan mengamati penampilan, kontrol diri, hingga kebiasaannya. Oleh karenanya, peneliti memilih angkatan tersebut dalam penelitian ini.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti seperti diatas, maka peneliti menguraikan sejumlah masalah yang akan dibahas pada penelitian ini.

1. Bagaimana alasan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo menggunakan Iphone ?
2. Bagaimana bentuk gaya hidup yang dijalankan pengguna Iphone dikalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo?

3. Bagaimana dampak dari gaya hidup yang dijalankan oleh pengguna Iphone dikalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo terhadap aspek sosial dan ekonomi dalam kehidupannya?

C. TUJUAN PENELITIAN

Setelah merumuskan permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti dalam kajiannya yang berjudul Gaya Hidup Pengguna Iphone (Studi Pada Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo) . Maka, berikut merupakan tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

1. Untuk mengetahui alasan mahasiswa generasi Z menggunakan Iphone.
2. Untuk mengetahui bentuk gaya hidup yang dijalankan oleh pengguna Iphone dikalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo.
3. Untuk mengetahui dampak dari gaya hidup yang dijalankan oleh pengguna Iphone dikalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo terhadap aspek sosial dan

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi mahasiswa, harapannya atas hasil penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan pengetahuan dan memperluas wawasan mengenai gaya hidup yang terjadi terutama setelah kemunculan ponsel pintar dan implementasi penggunaannya terhadap gaya hidup.
 - b. Bagi masyarakat, hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan pengembangan pengetahuan bagi masyarakat agar dapat lebih selektif dalam pemilihan gaya hidup yang baik terutama pada penggunaan ponsel pintar, khususnya Iphone.
2. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap agar hasil dari FISIP penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pada pengembangan ilmu pengetahuan sehingga menjadi rujukan,

gambaran, dan referensi dalam memperkuat penelitian teori sosiologi terutama pada kajian sosiologi postmodern bagi peneliti berikutnya mengenai gaya hidup pada pengguna ponsel pintar terutama dengan merek Iphone.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam mengkaji studi penelitiannya, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan judul skripsi ini sebagai bahan referensi, oleh karena itu tinjauan pustaka akan dibagi menjadi tiga tema, yakni Gaya Hidup, Iphone, Generasi Z.

1. Gaya Hidup

Penelitian terdahulu dalam tema kajian yang membahas tentang Gaya Hidup telah banyak dilakukan, diantaranya penelitian milik Zakia, dkk (2022), Agianto, dkk (2020), Thamrin & Saleh (2021), Jennyya, dkk (2021), Sari, dkk (2022). Kajian milik Zakia, dkk (2022) mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kelas sosial dan status sosial seseorang salah satunya adalah gaya hidup. Apabila seseorang berada pada status sosial yang tinggi dalam kelas sosial akan memiliki gaya hidup yang tinggi karena kemampuan pembeliannya yang tinggi, begitu juga sebaliknya pada orang yang memiliki status sosial yang rendah. Selanjutnya, kajian penelitian milik Agianto, dkk (2020) menjelaskan media sosial seperti instagram menjadi faktor gaya hidup seseorang berubah. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari penelitiannya didapatkan sebanyak 52% remaja mengaku bahwa instagram telah berpengaruh pada gaya hidup sehari-harinya karena banyaknya postingan video dan foto yang sedang populer dan membawa mereka untuk turut serta menirunya.

Berikutnya, Thamrin & Saleh (2021) mendapatkan hasil yaitu terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Terlihat pada nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0.000 ($p < 0.05$) dan nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,671 berarti bahwa variabel antara X dan Y memiliki korelasi yang sangat tinggi bahkan sempurna

karena nilai Pearson Correlationnya mendekati angka 1. Makna yang didapat dari uji korelasi tersebut adalah mahasiswa dengan gaya hidup hedonis yang tinggi akan memiliki perilaku konsumtif tinggi, berbeda dengan mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedonis rendah maka perilaku konsumtifnya rendah.

Penelitian milik Jennyya, dkk (2021) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonisme yang terjadi di kalangan mahasiswa Universitas Sam Ratulangi disebabkan oleh dua faktor yakni eksternal dan internal. Faktor eksternal berasal dari lingkungan keluarga dan pertemanan, sedangkan faktor internal berasal dari adanya pandangan hidup seseorang bahwa “hidup hanya sekali” sehingga mereka terdorong untuk memenuhi kesenangan dalam dirinya dengan dalih tersebut. Kemudian penelitian milik Sari, dkk (2022) melalui korelasi produk momen menghasilkan nilai r hitung sebesar -0,479 dan $p = 0.000$ ($p < 0.05$), ini juga berarti bahwa hipotesis yang didapat yakni H_1 diterima namun H_0 ditolak. Makna tersirat dari hasil uji korelasi tersebut adalah terdapat hubungan negatif antara gaya hidup hedonis dan kontrol diri pada wanita dewasa awal di Samarinda, dimana gaya hidup hedonis yang semakin tinggi maka kontrol diri akan semakin rendah, begitu pula sebaliknya.

Jika pada penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada faktor-faktor yang menjadi penyebab dari gaya hidup seseorang, penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti nantinya akan berfokus pada bentuk gaya hidup yang muncul sebagai pengguna Iphone mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo Semarang.

2. Iphone

Kajian penelitian yang membahas tentang Iphone telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, diantaranya yaitu Huda, dkk (2024), Anggreni dan Arsana (2022), Pandusaputri, dkk (2024), Silalahi & Indrawati (2024), Kajian milik Huda, dkk (2024), menjelaskan bahwa citra Iphone yang baik diantara konsumen di Karawang didukung oleh beberapa faktor diantaranya seperti inovasi teknologi yang dihasilkan selalu konsisten, kualitas

produk yang canggih dan terjamin, sistem operasional yang optimal, hingga pengalaman pengguna yang memuaskan, disamping itu terdapat juga faktor lain yang ikut berkontribusi dalam membangun citra Iphone yaitu reputasi merek dan persepsi pengguna yang baik, serta status sosial yang mengikat bagi pemilik Iphone. Penelitian milik Anggreni dan Arsana (2022) mendapatkan hasil bahwa preferensi seseorang untuk mengganti ponsel pintarnya baik itu pada sistem operasional iOS dengan sistem operasional android akan didasarkan pada bagian- bagian yang terdapat pada masing- masing ponsel pintar. Hal ini berarti bahwa seseorang sebelum melakukan pembelian pada produk ponsel pintar akan mempelajari terlebih dahulu bagian- bagian yang ditawarkan pada produk ponsel pintar tersebut.

Selanjutnya penelitian milik Pandusaputri, dkk (2024) menjelaskan bahwa terdapat perbedaan dalam hal penjagaan keamanan dan privasi dalam penggunaan iOS dan android. Sistem operasional milik Iphone (iOS) ini memiliki tingkat keamanan yang tinggi karena didukung oleh bagian teknologi enkripsi yang mampu mengontrol dengan ketat atas aplikasi yang di unduh. Adapun penelitian lain milik Silalahi & Indrawati (2024) menjelaskan bahwa penggunaan Iphone dapat membangun keyakinan dan menaikkan nilai citra diri dalam diri penggunanya, fakta yang didapat juga menggambarkan bahwa hasil kamera Iphone membuat citra diri dari pemiliknya jauh lebih bagus dibandingkan dengan android yang harus melalui proses pengeditan untuk memperindah hasilnya. Berikutnya penelitian milik Sari, dkk. (2023) menyatakan bahwa Iphone bagi mahasiswa memiliki nilai simbol dan nilai tanda yang tinggi, tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga dapat memberikan rasa percaya diri dan menjadi bagian dari gaya dalam kehidupannya. Banyak mahasiswa yang menganggap Iphone merupakan simbol kemewahan, hal ini terjadi karena dorongan dari beberapa faktor diantaranya seperti faktor ekonomi, sosial, budaya, hingga psikologis.

Penelitian yang akan peneliti lakukan berbeda dengan peneliti terdahulu, dimana penelitian yang akan dilakukan berfokus pada pengguna ponsel pintar Iphone yang dipengaruhi dan dimanfaatkan untuk kepentingan gaya hidup.

3. Generasi Z

Kajian penelitian dengan tema generasi Z ini telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu, diantaranya Zis, dkk (2021), Firamadhina & Krisnani, (2021), Pujiono (2021), Sari, dkk (2020), Kristyowati (2021) Penelitian dari Zis, dkk (2021) mengungkapkan bahwa terdapat kesamaan dalam komunikasi di era digital antara generasi millennial dengan generasi Z. Terjadi perubahan perilaku komunikasi diantara kedua generasi tersebut, dimana pada awalnya komunikasi terjadi secara interaktif, namun di era digital setelah hadirnya gawai atau ponsel pintar mengakibatkan perilaku komunikasi antar dua generasi tersebut menjadi pasif. Firamadhina & Krisnani (2021) menjelaskan bahwa generasi Z telah banyak menguasai aktivisme digital karena sejak generasi ini lahir mereka sudah terpapar oleh perkembangan teknologi. Generasi Z bukan semata-mata aktif hanya untuk meramaikan, bahkan dengan aktivisme digital yang dilakukan oleh generasi Z ini mampu membawa perubahan pada beberapa isu-isu sosial yang hangat diperbincangkan di Indonesia seperti isu korupsi, HAM, dan politik lainnya serta pandemi COVID-19.

Selanjutnya, penelitian milik Pujiono (2021) menyatakan bahwa kehidupan generasi Z sangat dekat media sosial, bahkan media sosial kini dimanfaatkan oleh generasi Z sebagai media pembelajaran yang akan memberikan motivasi, nilai, dan pengalaman yang berbeda. Tampilan yang menarik dan fleksibilitas dari pembelajaran melalui media sosial menjadi salah satu faktor bagi generasi Z. Adapun penelitian milik Sari, dkk. (2020) menjelaskan bahwa latar belakang dari generasi Z yang banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi bahkan sejak mereka lahir membuat mereka tidak bisa

lepas dari teknologi, salah satunya seperti ponsel pintar. Namun, hal tersebut justru dapat memicu generasi Z rentan mengalami perasaan cemas dan khawatir apabila tidak menggunakan ponsel pintar sebentar saja, perasaan seperti ini disebut juga dengan nomophobia. Kemudian penelitian milik Kristyowati (2021) menjelaskan bahwa dalam menghadapi perilaku generasi Z diperlukan adanya strategi pelayanan untuk membentuk mental dan iman yang tangguh sehingga mampu menghadapi perkembangan teknologi yang semakin kompleks termasuk pada pemanfaatan AI yang baik dan benar.

Penelitian terdahulu dalam kajian tema generasi Z lebih menitikberatkan pada perilaku generasi Z sebagai generasi yang lahir diantara perkembangan teknologi dan cara mengatasi perilaku yang timbul dari generasi Z. Berbeda dengan kajian penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan berfokus pada gaya hidup yang muncul dari Z pengguna Iphone terutama di kalangan mahasiswa FISIP UIN Walisongo alasan dari penggunaanya serta bentuk gaya hidup setelah menggunakan Iphone.

Berdasarkan beberapa kajian penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, peneliti menemukan beberapa persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Namun, penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti nantinya berbeda dengan peneliti didahulu, terutama dari lokasi dan objek penelitian yang merupakan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo Semarang pengguna Iphone. Pada dasarnya perkembangan teknologi termasuk dengan diciptakannya ponsel pintar bertujuan untuk memudahkan dan memberikan manfaat bagi kehidupan. Alih- alih memudahkan kehidupan masyarakat, ponsel pintar juga memiliki dampak bagi penggunanya seperti perubahan perilaku, kebiasaan, hingga gaya hidup.

F. KERANGKA TEORI

1. Definisi Konseptual
 - a. Gaya Hidup

Secara umum, pengertian dari gaya hidup adalah cara seseorang menjalani kehidupannya baik itu dari perilaku, nilai yang diyakini, dan apa yang dilakukan (Rohim dan Priyatno, 2021). Penggunaan istilah gaya hidup pertama kali dikenalkan oleh Alfred Adler, seorang psikolog Austria. Menurutnya, gaya hidup merupakan sebuah prinsip sistem dimana kepribadian diri dari individu dapat berfungsi secara keseluruhan untuk memberikan perintah pada bagian-bagiannya (Kabalmay, 2017) Seiring perkembangan zaman dan teknologi, juga berdampak pada perubahan gaya hidup individu. Dapat dikatakan bahwa gaya hidup seseorang yang ada sekarang ini merupakan bentukan dari teknologi.

Berdasarkan penelitian yang dimuat dalam jurnal Nomosleca tahun 2021, gaya hidup seseorang terbentuk karena dilatarbelakangi oleh beberapa faktor diantaranya faktor ekonomi, lingkungan pertemanan, dan faktor keluarga, selain itu tren yang sedang populer juga menjadi faktor dari gaya hidup seseorang. Kebanyakan gaya hidup banyak terjadi dalam aspek berbelanja dan berpakaian (Ghilmansyah, dkk., 2022). Plumer (1974) dalam (Dwiastuti, dkk, 2012) menjelaskan bahwa melihat gaya hidup kita dapat melihatnya melalui beberapa aspek, diantaranya yaitu (1) Interest (minat) merupakan tingkat emosional seseorang berupa gairah yang disertai dengan perhatian khusus dan terus- menerus, serta yang dinilai penting di sekitarnya. Minat ini meliputi pekerjaan, penampilan, pola makan, komunitas, keluarga, lawan jenis, dan sebagainya. (2) Opinion (pendapat) yaitu jawaban berupa tulisan maupun lisan yang diberikan oleh individu sebagai sebuah respon atas stimulus dari pertanyaan yang diajukan. Opini ini biasanya berupa harapan, pendeskripsian, evaluasi, penafsiran yang diberikan pada individu. (3) Activities (kegiatan) adalah tindakan nyata yang dilakukan oleh individu. Kegiatan yang dimaksud disini meliputi berbagai hal seperti olahraga, rutinitas

sehari-hari, kerja, dan sebagainya. (4) Demografi, menjadi aspek terakhir berupa karakter dasar atau tahap yang pernah dilalui, biasanya seperti pendidikan, usia, pendapatan, pekerjaan, dan tempat tinggal

b. Iphone

Iphone merupakan merek ponsel pintar dari perusahaan ternama di pasar internasional, Apple Inc. Apple Inc. merupakan perusahaan yang beroperasi di bidang perancangan, pengembangan, dan penjualan produk elektronik terbesar di dunia (Haryono & Elistia, 2020). Kantor pusat dari Apple Inc. terletak di Silicon Valley, Cupertino, California, perusahaan milik Steve Jobs ini berhasil memperkenalkan Iphone pertama kali pada tahun 2007, tepatnya pada tanggal 9 Januari. Hadir dengan desain yang memukau dan penggunaan layar sentuh pertama kali untuk sebuah ponsel pintar menjadi daya tarik tersendiri bagi Iphone. Selain itu, Iphone juga dilengkapi dengan sistem operasional yang berbeda dari ponsel pintar pada umumnya saat itu, sistem operasional yang digunakan oleh Iphone bernama "*Iphone OS*" atau "*iOS*". Dilengkapi dengan aplikasi yang terintegrasi dengan ponsel pintar Iphone itu sendiri seperti safari (mesin pencari pada Iphone, mirip dengan *Google*), *iMessage*, *iTunes*, *Apple Music*, *Mail*, *App Store* (memiliki fungsi seperti *Playstore*), *iPod*, *Apple TV*, dan sebagainya menjadi pembeda antara Iphone dengan ponsel pintar lainnya. Maknanya, Iphone selangkah lebih canggih dibanding dengan merek ponsel pintar lain.

Pada tahun 2018, Iphone berhasil meraih nilai penjualan yang cukup besar yakni 217,7 juta unit setara dengan USD 166,7 milyar, hal ini menjadikan Iphone sebagai produk andalan dari Apple Inc. (Albertus, 2020). Apple Inc. selalu melakukan pembaharuan dan inovasi baru pada ponsel pintar Iphone yang diproduksinya. Seiring dengan perkembangan zaman, Iphone terus berusaha untuk mengembangkan kualitasnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat hingga saat ini. Hal ini dimulai sejak awal peluncurannya, dari Iphone 4, Iphone 5, Iphone 6, Iphone 7, Iphone 8, Iphone X, Iphone 11, Iphone

12, Iphone 13, Iphone 14, Iphone 15, hingga Iphone 16 dengan berbagai seriesnya yang baru saja rilis, diumumkan pada 9 September 2024 dan mulai dipasarkan pada 20 September 2024 (Metz, 2024).

Iphone memang dikenal sebagai ponsel pintar “mahal” karena harga yang dibanderol tergolong cukup fantastis, meskipun demikian peminat pengguna Iphone sangat tinggi. Di Indonesia sendiri Iphone banyak dijumpai pengguna Iphone karena besarnya minat pada ponsel pintar tersebut. Menurut (Jatmiko, 2017) pengguna Iphone di Indonesia merupakan masyarakat yang berasal dari kondisi ekonomi menengah hingga ekonomi atas dilihat dari harganya yang cukup mahal dan jarang adanya diskon. Akan tetapi, dewasa ini, pengguna Iphone tidak hanya mereka yang berasal dari kategori ekonomi menengah hingga atas, banyak dijumpai juga pengguna Iphone yang berasal dari ekonomi menengah kebawah. Hal ini karena adanya dorongan bahwa saat ini Iphone sudah menjadi bagian dari gaya hidup.

c. Generasi Z

Pengertian mengenai generasi Z ini memiliki versi yang berbeda- beda. Namun, secara umum Generasi Z merupakan mereka yang lahir setelah generasi M atau generasi Y. Dilansir dari website milik DKJN Kemenkeu, Generasi Z lahir pada rentang waktu antara 1997 – 2012, disebut sebagai penduduk digital asli (native digital) karena sejak awal kelahirannya sudah terpapar oleh telepon genggam dan internet (Basuki, 2021). Hal ini selaras dengan pengertian generasi Z yang diungkapkan oleh Badan Pusat Statistik. Keterikatan generasi Z dengan teknologi sangatlah dekat, mereka hidup sangat bergantung dan membutuhkan internet baik itu dalam hal pendidikan, bersosialisasi, hingga pengembangan pengetahuan guna kebutuhan sehari- hari berdampak pada sulitnya komunikasi pada generasi Z ini di dunia nyata (Zis, dkk., 2021) Menurut (Qurniawati & Nurohman, 2018)., generasi Z lebih suka menghabiskan waktu luang untuk bersantai dan tinggal di dalam ruangan

dengan bermain game online, menjelajahi web, aktif di media sosial daripada harus pergi keluar dan bersosialisasi dengan orang lain.

Ciri dari generasi Z ini adalah fenomena penggunaan Google sebagai mesin pencari dengan total perhari sebanyak 5,1 milyar, penggunaan akun Facebook di seluruh dunia dengan total lebih dari 1 milyar, penonton youtube dengan total 4 milyar, serta penggunaan aplikasi musik iTunes sebanyak lebih dari 1 milyar (Khan & Bansal, 2018). Selain itu, generasi Z ini juga dicirikan sebagai makhluk yang cenderung individualistik (Muhazir & Ismail, 2015). Kecanduan ponsel pintar dan internet menjadi sisi negatif bagi generasi Z yang sangat dekat dengan teknologi ini, bahkan generasi Z juga rentan terkena perilaku mengabaikan orang lain dan hanya fokus pada ponsel pintar (phubbing) (Youarti & Hidayah, 2018).

Meskipun demikian, dalam karya (Santosa, 2015) yang berjudul *“Raising Children In Digital Era”* menjelaskan bahwa generasi Z juga memiliki tujuh sifat positif, diantaranya yaitu :

- 1) Cinta kebebasan
- 2) Ambisi yang besar untuk meraih kesuksesan
- 3) Berperilaku instan dan cekatan
- 4) Menyukai hal detail
- 5) Percaya diri
- 6) Keinginan akan sebuah validasi (pengakuan) sangat tinggi
- 7) Cakap akan teknologi dan digital informasi.

Generasi Z juga dijuluki sebagai generasi yang sangat menguasai teknologi karena kemampuannya dalam mengakses berbagai informasi melalui berbagai platform media sosial maupun aplikasi guna kepentingan hidupnya. Dekat dengan teknologi memang menjadi poin tersendiri, terutama bagi generasi Z karena nantinya hal inilah yang membawa dampak bagi generasi Z itu sendiri.

2. Gaya Hidup dalam Perspektif Islam

Islam mengelompokkan gaya hidup dalam dua golongan, yaitu gaya hidup islami dan gaya hidup jahili. Golongan yang hidup dengan gaya hidup islami adalah mereka yang memiliki landasan hidup tauhidnya kuat, biasanya diartikan sebagai gaya hidup orang beriman. Berbeda dengan gaya hidup islami, gaya hidup jahili adalah mereka yang landasan hidup tauhidnya lemah bahkan rapuh, cenderung syirik dalam menjalani kehidupannya. Gaya hidup jahili diibaratkan gaya hidup milik orang kafir (Sundariyanti, 2023). Seperti realitas yang ada pada saat ini, orang akan cenderung membeli sesuatu bukan karena kebutuhan tetapi lebih mementingkan keinginannya karena melihatnya terlihat bagus ketika digunakan oleh orang lain maupun berdasarkan gambar yang dilihat dari sosial media. Padahal jika dilihat lebih lanjut, dirinya telah memiliki barang yang fungsinya sama, hanya tampilannya saja yang berbeda. Masyarakat saat ini menjadikan bahwa membelanjakan barang dengan sia-sia, serta suatu hal yang berlebihan dan dianggap mewah adalah pedoman dalam kesenangan hidup.

Pada dasarnya, manusia adalah makhluk yang rasa syukurnya sangat sedikit dan senantiasa merasa kurang atas apa yang telah diperoleh. Mereka akan terus menerus mencari apa yang dianggapnya lebih dari apa yang telah mereka miliki, bahkan mereka melakukannya tanpa melalui proses pikir panjang terlebih dahulu akan dampak yang ditimbulkan atas apa yang mereka lakukan. Disini lah peran Islam ditunjukkan, Islam menganjurkan bahwa dalam menjalankan kehidupan seseorang hendaknya tidak berlebihan. Maksudnya, Islam tidak hanya melihat kehidupan sebagai aspek duniawi saja, tetapi kehidupan setelah di dunia akan berlanjut di akhirat. Sebagaimana firman Allah SWT. pada QS Hud (11 : ayat 116) :

فَلَوْلَا كَانَ مِنَ الْقُرُونِ مِنْ قَبْلِكُمْ أُولُوا بَقِيَّةَ يَنَّهُونَ عَنِ الْفَسَادِ فِي الْأَرْضِ
إِلَّا قَلِيلًا مِمَّنْ أَنْجَيْنَا مِنْهُمْ وَاتَّبَعَ الَّذِينَ ظَلَمُوا مَا أُتْرِفُوا فِيهِ وَكَانُوا مُجْرِمِينَ

Artinya :

“Maka, mengapa tidak ada di antara generasi sebelum kamu sekelompok orang yang mempunyai keutamaan yang melarang (berbuat) kerusakan di bumi, kecuali sebagian kecil, yaitu orang yang telah Kami selamatkan di antara mereka? Orang-orang yang zalim hanya mementingkan kenikmatan dan kemewahan dan mereka adalah orang-orang yang berdosa.”

Maksud dari ayat tersebut berdasarkan dari tafsir Ibnu Katsir adalah kita sebagai umat muslim yang beriman hendaklah untuk mengingatkan kebaikan dan mencegah kerusakan. Kita hidup tidak hanya mementingkan kenikmatan sementara (dunia) saja, tetapi kita juga harus memikirkan keberlanjutan hidup di akhirat. Mereka yang zalim adalah mereka yang hanya memikirkan kemewahan dan kenikmatan hidup semata. Dalam hal ini adalah bagaimana kita sebagai manusia selayaknya harus berperilaku sesuai anjuran agama dengan tidak berbuat maupun mengonsumsi barang secara berlebihan. Konsumsi barang baiknya dilakukan atas dasar kebutuhan bukan hanya semata karena barang tersebut memiliki simbol kemewahan dan kita jadi ingin memilikinya. Begitu pula ketika kita sudah memiliki apa yang kita inginkan hendaklah kita memanfaatkan barang tersebut untuk hal-hal yang bermanfaat dan membawa kebaikan. Kita juga harus lebih berhati-hati dalam menyikapi persepsi orang lain termasuk pada suatu produk.

3. Teori Gaya Hidup David Chaney

a. Konsep Dasar Teori Gaya Hidup David Chaney

Istilah mengenai gaya hidup sebenarnya telah lama ada jauh sebelum David Chaney mengembangkannya. David Chaney sendiri merupakan sosiolog yang memberikan fokus perhatiannya pada gaya hidup masyarakat modern. Dalam karyanya yang berjudul “*Lifestyles: Sebuah Pegantar Komprehensif*”

(2011), Chaney mendefinisikan tentang gaya hidup. Baginya, gaya hidup merupakan suatu pola atau tindakan yang dapat membedakan antara individu satu dengan individu lain. Chaney juga mendefinisikan bahwa gaya hidup secara khusus mengelompokkan status modern seseorang yang dapat membantu dalam proses pendefinisian nilai, sikap, status, dan kekayaan individu dalam masyarakat yang terikat dalam pengklasifikasian masyarakat modern ini (Deandra, 2018). Pada dasarnya, pemikiran Chaney mengenai makna gaya hidup adalah konsep refleksi. Dimana gaya hidup merupakan sebuah refleksitas dari penggunaan konsumen secara lebih kreatif (Chaney, 1996). Individu yang hidup dan menjadi bagian dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan mengenai gaya hidup untuk merepresentasikan tindakannya maupun tindakan orang lain. Maka dari itu, gaya hidup muncul sebagai ciri adanya modernitas atau dunia modern. Chaney (2011), makna gaya hidup baik dari sudut pandang kolektif maupun individual, gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup yang meliputi sekumpulan kebiasaan, pola-pola respon, maupun pandangan terhadap hidup terlebih pada perlengkapan hidup. Akan tetapi, gaya hidup bukan suatu hal yang alamiah terjadi dan muncul begitu saja, gaya hidup diciptakan, ditemukan, dan diadopsi.

Tak terkecuali bagi generasi Z yang lahir di tengah masyarakat modernitas dengan berbagai gaya hidup yang banyak ditawarkan. Kalangan mahasiswa yang masuk pada kategori generasi Z juga harus berupaya dalam mengembangkan gaya hidupnya baik dari perilaku yang khas maupun pilihan selera untuk mempertahankan eksistensi dirinya. Tuntutan perkembangan zaman mendorong generasi ini memiliki pilihan selera tersendiri akan gaya hidupnya. Di kalangan mahasiswa generasi Z, pilihan gaya hidup yang banyak ditampilkan diantaranya seperti fashion, penggunaan aksesoris, termasuk penggunaan uang dan waktu yang dialokasikan pada sesuatu yang dianggap menarik dan populer. Pilihan gaya hidup tersebut tentunya juga berkaitan dengan usaha yang dilakukan untuk membuatnya tetap eksis di masyarakat.

b. Asumsi Dasar Teori Gaya Hidup David Chaney

Pemikiran mengenai gaya hidup oleh David Chaney ini dilatarbelakangi oleh perilaku dan tindakan pada modernitas. Termasuk pada praktik-praktik dan sikap tertentu seperti apa yang diminati, dilakukan, dan opini individu atas suatu hal (Saputri, 2020). Bagaimana individu menggunakan waktu, uang, tempat, dan barang miliknya juga menjadi aspek yang melatarbelakangi gaya hidup dari seseorang. Chaney menyebutkan bahwa praktik gaya hidup tidak sepenuhnya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan yang ada dalam masyarakat luas (dari jenis apapun) tetapi lebih merujuk pada praktik dari kehidupan tertentu seseorang mulai dari cara penggunaan sumber daya simbolik konsumsi massa dan praktik-praktik yang ada dalam diri mereka sendiri (Chaney, 2011).

Gaya hidup dimaknai sebagai upaya dari individu dalam membentuk image pada orang lain termasuk pada status sosial yang melekat pada dirinya. Maka dari itu, individu dengan tindakan dan perilaku konsumsi individu di zaman modernitas seperti saat ini sering dikaitkan dengan gaya hidupnya (Setyo dan Harianto, 2017). Baik itu karena unsur budaya, selera, maupun identitas. Orang akan cenderung lebih peduli pada cara penggunaan suatu barang, daripada harus memproduksi suatu barang. Masyarakat modern menganggap bahwa gaya hidup merupakan bagian dari alat presentasi dirinya (citra diri) dalam menampilkan dirinya di depan khalayak umum. Mereka lebih berfokus pada bagaimana orang menilai dan memaknai dirinya berdasarkan pada penampilan luar dirinya. Maksud dari penampilan luar adalah bagaimana individu menggunakan suatu barang yang memiliki nilai tertentu dalam posisi sosial sehingga dapat menjadi nilai tambah untuk memiliki penilaian yang sempurna atas gaya hidupnya dari orang lain (Chaney, 2011).

Realitas yang demikian menjadikan gaya hidup dapat membantu seseorang dalam memahami bagaimana sikap, nilai, dan posisi seseorang. Kompleksitas gaya hidup yang berkembang pada masyarakat modern seperti

saat ini dapat menjadi petunjuk bagaimana gaya hidup dan budaya serta pola seseorang terkait dengan penggunaan barang- barang konsumsi yang bertujuan untuk membedakan identitasnya. Gaya hidup juga menjadi tolak ukur tampilan luar seseorang dalam kehidupan sehari- harinya (Chaney, 2011).

c. Konsep Kunci Teori Gaya Hidup David Chaney

1) Konsep “Kamu Bergaya Maka Kamu Ada”

Konsep kamu bergaya maka kamu ada sangat melekat dengan masyarakat modern yang telah terpengaruh oleh gaya hidup dan perubahan kondisi sosial. Dimana masyarakat modern saat ini, cenderung mengikuti perubahan baik dalam hal sikap, penampilan, gaya komunikasi, dan sebagainya. Perubahan yang dilakukan oleh individu dalam hal ini bertujuan untuk melakukan adaptasi atas perkembangan dan tren yang ada agar tetap eksis di masyarakat.

Pada dasarnya, istilah “kamu bergaya, maka kamu ada!” memiliki arti bahwa apabila kamu mengikuti gaya yang ada saat ini maka kamu akan dianggap ada dan dihormati, namun apabila kamu tidak bergaya dan berperilaku maupun berpenampilan seadanya maka kamu akan dianggap tidak ada bahkan di remehkan dan diabaikan. Oleh karena itu, gaya hidup dijadikan sebagai penunjuk sekaligus tolak ukur alat penampilan diri dan pergaulan diri di lingkungan sosial terutama dalam kehidupan sehari- hari.

Selaras dengan fakta yang ditemukan oleh peneliti pada saat melakukan penelitian awal bahwa mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo Semarang juga mengikuti perkembangan kebutuhan gaya hidup. Hasil wawancara dengan Maryam (salah satu informan) menyebutkan bahwa dirinya selama kurang lebih satu tahunan menggunakan Iphone 8 kemudian menggantinya dengan Iphone 12 mini. Maryam telah berhasil membuat dirinya tetap eksis dalam

penampilan maupun pergaulan sosialnya karena merasa bahwa dirinya telah “bergaya” menggunakan Iphone 12 mini.

2) Penampilan Luar Adalah Segalanya.

Dalam abad gaya hidup, penampilan diri mengalami “estetasi kehidupan sehari-hari.” Tubuh menjadi sebuah proyek penyemaian gaya hidup. Chaney mengungkapkan bahwa “penampakan luar” menjadi salah satu situs yang penting dalam gaya hidup (Chaney, 2011). Chaney juga menambahkan bahwa di zaman modernitas seperti saat ini, permukaan luar (kulit) lebih penting daripada isi (substansi). Posisi desain dan gaya akan lebih penting menggantikan fungsi. Maka dari itu, sudah tidak lazim lagi apabila hal-hal yang berkaitan dengan penampilan luar (kulit) akan menjadi bisnis besar dalam gaya hidup, serta akan menjadi fokus perhatian perusahaan industri. Realitas tentang industri gaya hidup adalah industri penampilan akan benar-benar terjadi.

Dalam kajian yang akan diteliti oleh peneliti ini juga berkaitan dengan bagaimana penggunaan Iphone untuk mendukung gaya hidup seseorang terutama pada pembentukan citra gaya hidup seseorang melalui tampilan desain Iphone. Iphone dikenal dengan ponsel pintar yang memiliki tampilan desain yang mewah sehingga membuat pengguna atau pemiliknya akan terlihat berasal dari strata sosial atas. Virus gila akan pamor dan ingin terlihat menonjol dan mendapat perhatian serta sanjungan dari orang lain bahwa dirinya pengguna Iphone juga telah merambah di kalangan generasi Z. Tak terkecuali di kalangan mahasiswa.

3) Konsep Budaya Tontonan

David Chaney menggambarkan masyarakat modern sebagai budaya tontonan (*a culture of spectacle*). Masyarakat modern cenderung mempengaruhi satu sama lain. Penggambaran akan

tindakan individu merupakan hasil dari responnya terhadap tindakan atau referensi yang berasal dari orang lain (*frame of references*) (Chaney, 2011).

Singkatnya, masyarakat pada akhir modernitas dan di dunia postmodern ini menjadi penonton tetapi juga ingin ditonton, ingin melihat tetapi juga ingin dilihat. Pentingnya hubungan dalam masyarakat menjadi alasan dalam menegaskan konsep budaya tontonan ini.

Prinsip ini juga banyak ditemukan pada kondisi seperti saat ini, terutama pada kalangan mahasiswa generasi Z di studi ini. Dalam proses pencarian identitasnya akan banyak dipengaruhi berbagai faktor dari luar dan dorongan dalam dirinya sendiri. Penggunaan Iphone adalah salah satu diantara yang lainnya. Media juga berperan dalam hal ini, contohnya akun media sosial seseorang yang berisi foto-foto dirinya yang diambil menggunakan Iphone tentunya akan berbeda jika diambil dengan android. Ini menjadi perhatian oleh generasi Z saat ini yang ingin juga memiliki kualitas foto yang dianggap “estetik” memiliki nilai seni dengan perpaduan warna dan kontras yang serasi. Selain melihat dan menirunya, mereka juga ingin dilihat dan menjadi cerminan atau contoh orang lain.

4) Gaya Hidup Sebagai Cerminan Diri Seseorang Maupun Orang Lain Di Sekitarnya.

Makna dari gaya hidup sebagai cerminan diri sendiri maupun orang lain disekitarnya adalah gaya hidup dapat menggambarkan apa yang sedang disukai dan dilakukan oleh seseorang. Selain itu, dalam interaksi sosial dengan lingkungan sekitar gaya hidup seseorang juga dapat menjadi cerminan maupun contoh bagi orang lain. Dalam hal ini dapat membantu mengidentifikasi jika seseorang yang menggunakan Iphone dan menunjukkan bahwa dirinya pengguna Iphone melalui

logo Iphone yang ditampilkan di tengah lingkungan sosialnya, orang akan memperhatikan dan tanpa sengaja akan terfokus pada hal tersebut. Beberapa orang yang memiliki pandangan lebih tentang Iphone akan berpikir untuk mengganti ponsel pintarnya dan beralih ke Iphone.

5) Kebiasaan Gaya Hidup Menjadi Modal Simbolik Pergaulan Sosial.

Pada masa modernitas ini, kebiasaan seseorang tidak bisa disepelekan. Kebiasaan dari diri seseorang menjadi hal penting dalam lingkungan pergaulannya. Termasuk sebagai modal simbolik bagi seseorang tersebut untuk membangun citra dirinya di depan publik, individu akan cenderung menampilkan kebiasaan- kebiasaan dari dirinya yang dianggap baik agar citra diri yang terbentuk dari dirinya di dalam pergaulannya menjadi baik bahkan menarik bagi orang lain.

Hal ini juga terdapat pada bagaimana kebiasaan yang terbentuk pada pengguna Iphone, kebiasaan dalam menghabiskan uang, ruang, dan waktunya untuk membangun citra dirinya terhadap orang lain. Kebiasaan- kebiasaan yang ada seperti gaya hidup jalan- jalan dan berkumpul dengan teman bagi pengguna Iphone banyak terjadi seperti pada kalangan mahasiswa generasi Z yang ada di FISIP UIN Walisongo Semarang.

6) Gaya Hidup Sebagai Penunjuk Sikap, Nilai, Moral, dan Tindakan Individu.

Gaya hidup sudah menjadi bagian dari kehidupan sosial sehari- hari di era modernitas seperti saat ini. Gaya hidup yang terbentuk dalam diri individu juga dilatarbelakangi oleh unsur kultural masing- masing, seperti tata krama, gaya, cara penggunaan barang, pengalaman sosial, hingga kebiasaan seseorang. Maka dari itu, dalam melihat gaya hidup seseorang kita juga akan dapat mendefinisikan bagaimana nilai, moral, sikap, dan tindakan yang ada dalam diri orang tersebut. Kompleksitas

pemaknaan gaya hidup memang tidak serta dapat ditemukan dengan semudah itu, Namun, melalui kebiasaan dan perilaku yang dilakukan oleh individu kita dapat memahami bagaimana bentuk gaya hidup yang dijalankan oleh individu tersebut.

G. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) dimana data didapat dan dianalisis dari proses pengamatan serta interaksi secara langsung pada realitas fenomena yang terjadi di lapangan. Metode penelitian kualitatif menjadi metode yang digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian beraliran postpositivistik yang melihat suatu fenomena, gejala, maupun realitas sosial dapat diklasifikasikan secara konkrit, relatif, terukur, dan memiliki hubungan sebab akibat yang jelas (Sugiyono, 2013). Metode ini juga didasarkan pada persepsi terhadap suatu fenomena, dimana data yang dihasilkan bersifat analisis deskriptif berupa kalimat yang didapatkan dari objek penelitian secara lisan (Sahir, 2021). Tujuan dari metode kualitatif ini yaitu untuk menginterpretasikan dan mengkonstruksi pemahaman peneliti atas suatu fenomena maupun realitas yang ada berdasarkan dari data yang ditemukan di lapangan. Adanya anggapan bahwa gejala, fenomena, maupun realitas sebagai obyek dari penelitian adalah suatu hal yang bersifat dinamis menjadi latar dari kemunculan metode kualitatif ini (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan salah satu jenis pendekatan yang terdapat dalam metode penelitian kualitatif. Rusandi & Rusli (2021) menjelaskan bahwa hasil yang didapatkan dalam penelitian deskriptif akan berusaha untuk diinterpretasikan dan dideskripsikan berdasarkan pada situasi dan kondisi yang ada, misalnya pada pendapat yang berkembang, hubungan yang terbentuk hingga efek atau akibat yang terjadi pada situasi yang dimaksudkan. Makna lain dari pengertian pendekatan deskriptif ini

yaitu bentuk penelitian yang disajikan dengan mendeskripsikan fenomena yang ada, fenomena yang dimaksud bentuknya berupa karakteristik, aktivitas, hubungan, perbedaan, kesamaan, perubahan antar fenomena.

Tujuan dari pendekatan deskriptif ini yaitu untuk memberikan gambaran secara rinci pada suatu fenomena yang diteliti tanpa adanya batasan baik pada karakteristik, bagian, model, kualitas yang menentukan dalam memahami dan menjelaskannya (Bahri, 2023). Pendekatan deskriptif juga bersifat menyajikan data secara akurat dan sistematis yang diperoleh dari wawancara secara langsung tanpa adanya manipulasi data (Sahir, 2021). Melalui jenis dan pendekatan penelitian ini, peneliti berusaha untuk mengkaji isu yang terkait dengan fenomena penggunaan Iphone, terutama pada aspek gaya hidup di kalangan mahasiswa FISIP UIN Walisongo Semarang. Pada penelitian lapangan dengan metode kualitatif ini, peneliti memilih pengamatan dilakukan pada penggunaan ponsel pintar Iphone di kalangan mahasiswa FISIP UIN Walisongo Semarang.

2. Sumber dan Jenis Data

Peneliti memanfaatkan data primer dan data sekunder sebagai sumber dan jenis data dalam melakukan kajian penelitiannya.

a. Data Primer

Data primer dapat diartikan sebagai data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung di lapangan dan bersumber dari informan tanpa campur tangan orang lain (Abdussamad, 2021). Data primer didapatkan peneliti melalui wawancara secara langsung dengan informan dan observasi atas fenomena yang dikaji untuk mendukung validitas data.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang digunakan untuk mendukung informasi dari data primer. Data sekunder biasanya diperoleh dari sumber yang telah ada, seperti publikasi pemerintah, catatan maupun dokumentasi perusahaan, hingga analisis dari internet, situs web, dan sebagainya (Uma Sekaran, 2011). Data sekunder yang akan digunakan

dalam penelitian ini diperoleh melalui karya- karya maupun penelitian terdahulu seperti buku, kajian literatur lain, maupun sumber yang terkait dengan fenomena yang diteliti.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan peneliti melalui tiga teknik pengumpulan data, diantaranya :

a. Observasi

Observasi dapat dikatakan sebagai suatu pengamatan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung di lapangan pada objek penelitiannya. Teknik observasi ini memiliki ciri khas tersendiri, dimana dalam prosesnya dilakukan dengan perilaku non-verbal yakni melalui proses menemukan dan menyelidiki situasi atau kondisi penelitian atau dapat dikatakan hanya melalui pengamatan (Fiantika, dkk, 2022). Dalam penelitian ini, peneliti memilih observasi partisipatif, dimana proses observasi yang dilakukan peneliti ikut terlibat langsung dalam fenomena yang akan diteliti. Peneliti melakukan observasi dengan melakukan pengamatan pada para informan pengguna ponsel pintar Iphone mengenai bagaimana perilaku informan pengguna ponsel pintar Iphone terutama pada bentuk gaya hidup yang dijalani.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan bertemu langsung dengan informan di lapangan guna bertukar ide dan informasi melalui aktivitas tanya jawab sehingga mendapatkan hasil yang dapat dikonstruksikan dari suatu topik yang diteliti (Sugiyono, 2016). Peneliti akan menggunakan jenis wawancara semi terstruktur dengan teknik purposive dalam pemilihan informan. Teknik purposive dalam memilih informan dilakukan agar data yang didapatkan sesuai dengan topik yang akan dikaji, oleh karena itu informan yang dipilih bukanlah sembarang orang melainkan orang yang memiliki wawasan dan pengalaman pada topik yang

akan dikaji (Bahri, 2023). Pemilihan informan yang menggunakan teknik purposive dalam penelitian ini memiliki sasaran informan dengan berbagai kriteria berikut :

1. Mahasiswa FISIP UIN Walisongo Semarang angkatan 2022 - 2023
2. Pengguna ponsel pintar Iphone satu tahun terakhir.
3. Pengguna ponsel pintar Iphone yang menggunakan Iphone karena terpengaruh oleh gaya hidup.

c. Dokumentasi

Sugiyono (2016) mengatakan bahwasanya dokumentasi merupakan tahap pengumpulan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berupa gambar, foto, tulisan, maupun karya monumental seseorang. Dokumentasi memiliki peran penting dalam penelitian kualitatif. Data yang diperoleh dari dokumentasi ini dapat menjadi pendukung dalam proses pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan dengan divisualisasikan menjadi tampilan yang lebih nyata dari subjek subjek penelitian (Fiantika, dkk, 2022). Adapun dalam penelitian ini dokumentasi akan dilakukan bersamaan pada saat wawancara dilakukan oleh peneliti dengan informan secara langsung. Hasil yang didapat oleh peneliti dalam dokumentasi ini berupa foto, video, maupun rekaman penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016), analisis data merupakan teknik mempelajari data yang telah diperoleh mulai dari proses pencarian hingga penyusunan yang dilakukan secara sistematis. Hal ini bertujuan agar dapat memperoleh kesimpulan dari data yang telah diperoleh sehingga dapat dipahami baik bagi diri sendiri maupun bagi orang lain. Analisis data dilakukan dengan menyusun data dalam kategori tertentu kemudian menjabarkannya dalam unit- unit, melakukan sintesa awal, menyusun kembali dalam pola, serta ditutup dengan membuat kesimpulan agar lebih mudah dipahami (Saleh, 2017).

Kualitas hasil analisis data menurut Miles dan Huberman (2014) ditentukan oleh bagaimana peneliti dapat menentukan kebermaknaan informasi atau data melalui kecerdikan, kepekaan, kreativitas, pengalaman, konseptual, hingga keahlian peneliti. Tahap analisis data yang dilakukan oleh peneliti termasuk dalam kategori interaktif karena pengumpulan data merupakan bagian integral analisis data dimana keduanya berlangsung secara stimulan hingga membentuk siklus (Rijali, 2019). Miles dan Huberman (2014) menjelaskan bahwa dalam proses analisis data kualitatif dilakukan melalui tiga tahapan aktivitas, diantaranya :

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses merangkum data yang dilakukan oleh peneliti dalam memilih data berdasarkan satuan konsep tertentu, tema tertentu dan kategori tertentu dengan memfokuskan pada bagian yang dianggap penting sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas pada pembaca.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Tahapan selanjutnya setelah reduksi data adalah penyajian data (*data display*). Data yang disajikan dapat berupa uraian singkat, hubungan antar kategori, bagan, flowchart, maupun sejenisnya. Bentuk penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif berupa teks yang bersifat naratif. Hal ini bertujuan agar data yang ditampilkan dapat lebih mudah dipahami dan terperinci.

c. Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi

Tahapan terakhir dari proses analisis data menurut Miles dan Huberman (2014) adalah penarikan kesimpulan/ verifikasi. Verifikasi menjadi langkah terakhir dalam analisis data yang berupa jawaban atas rumusan masalah yang dikaji. Pada bagian ini dipaparkan dalam bentuk informasi yang diperoleh oleh peneliti melalui penelitian yang dilakukan sehingga dapat menjadi penelitian yang berhasil menjawab atas permasalahan yang ada.

H. SISTEMATIKA PENELITIAN

Penelitian penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan membaginya menjadi beberapa bagian penting dan sistematika yang urut, berikut uraiannya :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada penelitian bab I ini, peneliti membaginya menjadi beberapa bagian, diantaranya yaitu alasan peneliti dalam memilih topik kajian sesuai dengan judul yang telah diusulkan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan kajian penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan topik yang akan dikaji oleh peneliti, kemudian terdapat metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : GAYA HIDUP PENGGUNA IPHONE PERSPEKTIF TEORI GAYA HIDUP DAVID CHANEY

Penelitian penelitian ini akan menguraikan teori gaya hidup yang dikemukakan oleh David Chaney dengan memfokuskan pada bab II, kemudian akan diinterpretasikan dalam konteks penelitian yang diangkat oleh peneliti yakni “Gaya Hidup Pengguna Iphone”. Peneliti juga akan membagi bab ini menjadi beberapa sub-bab teori yang relevan dengan objek penelitian.

BAB III : GAMBARAN UMUM MAHASISWA FISIP UIN WALISONGO SEMARANG YANG MENGGUNAKAN IPHONE SEBAGAI BAGIAN DARI GAYA HIDUP

Pada bab III ini, peneliti akan menjelaskan secara umum dan menyeluruh terkait dengan tempat penelitian yaitu mahasiswa pengguna Iphone di lingkungan FISIP UIN Walisongo Semarang. Penjelasan yang akan dijabarkan oleh peneliti mengenai beberapa unsur, diantaranya, sejarah UIN Walisongo Semarang, budaya mahasiswa yang terbentuk di lingkungan UIN Walisongo Semarang, series Iphone yang digunakan oleh mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

BAB IV : ALASAN MAHASISWA GENERASI Z FISIP UIN WALISONGO DALAM MENGGUNAKAN IPHONE

Pada bab IV ini, peneliti akan menguraikan terkait dengan alasan- alasan yang menjadi latar belakang penggunaan Iphone oleh mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo

BAB V : BENTUK DARI GAYA HIDUP PENGGUNA IPHONE MAHASISWA GENERASI Z FISIP DAMPAK DARI PENGGUNAAN IPHONE YANG DILAKUKAN OLEH MAHASISWA GENERASI Z FISIP UIN WALISONGO TERHADAP GAYA HIDUP

Pada bab V ini, peneliti akan mendeskripsikan dengan jelas dan rinci terkait dengan bentuk- bentuk dari gaya hidup yang dijalankan, serta dampak- dampak yang dihasilkan karena gaya hidup yang dijalankan oleh mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo, terutama pada pengguna Iphone.

BAB VI : PENUTUP

Penutup yang menjadi bagian akhir dari penelitian yang akan dikaji oleh peneliti berupa kesimpulan yang menjadi abstraksi dari hasil penelitian. Dapat berupa jawaban secara teoritis maupun empiris terhadap permasalahan yang telah dipilih, kemudian terdapat saran dan rekomendasi sebagai masukan bagi peneliti yang berasal dari berbagai pihak untuk mendorong peneliti lebih baik lagi dalam melakukan penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB II

GAYA HIDUP PENGGUNA IPHONE PERSPEKTIF TEORI GAYA HIDUP (LIFESTYLE) DAVID CHANEY

A. Gaya Hidup Pengguna Iphone

1. Gaya Hidup

a. Pengertian gaya hidup

Gaya hidup secara umum diartikan sebagai cara seseorang dalam menjalani kehidupannya mulai dari perilaku, nilai yang diyakini, serta apa yang dilakukan (Nur Rohim & Dwi Priyatno, 2021). Gaya hidup adalah sebuah konsep yang pertama kali dikenalkan oleh Alfred Adler (seorang Psikolog Austria). Adler mendefinisikan gaya hidup sebagai sebuah sistem dimana kepribadian diri dari individu berfungsi secara keseluruhan untuk memberikan perintah pada bagian-bagiannya (Kalbamay, 2017). Pendefinisian gaya hidup milik Adler ini secara tidak langsung menyebutkan bahwa terdapat hubungan antara kepribadian diri dengan gaya hidup. Namun, kepribadian diri dengan gaya hidup merupakan hal yang berbeda dalam diri setiap individu maupun kelompok terutama di lingkungan sosial.

Gaya hidup dalam bahasa Inggris disebut juga dengan *Life Style*. Pemahaman umum tentang gaya hidup merupakan gambaran tingkah laku seseorang berupa cara hidup maupun pola yang dapat ditunjukkan melalui bagaimana seseorang dalam beraktivitas, tertarik dan memiliki minat akan suatu hal, serta apa yang ada dalam pikiran mereka sendiri tentang diri mereka sehingga terdapat perbedaan status antara diri sendiri dengan orang lain. Hal ini juga meliputi lambang -lambang sosial yang ada dalam diri mereka terhadap lingkungan (Boediman, dkk, 2023). Gaya hidup yang dijalankan oleh setiap individu bentuknya beragam dan bervariasi. Oleh karena itu, setiap individu memiliki gaya

tersendiri dalam menjalankan kehidupannya. Tidak semua gaya hidup yang dilakukan oleh individu bentuknya sama. Ada yang memilih untuk memilih gaya hidup sederhana dengan menjalankan kehidupannya dengan penuh kesederhanaan yang dimilikinya. Ada pula yang memilih menjalankan kehidupannya dengan memilih gaya hidup mewah, karena nampak lebih menarik dan dinilai eksklusif ketika menjalankannya.

Peran gaya hidup dalam interaksi masyarakat juga menjadi hal yang penting, dimana gaya hidup dapat membantu dalam proses pendefinisian seseorang. Selain itu, gaya hidup juga dapat membedakan antar individu maupun antar kelompok di lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, seseorang akan cenderung mengikuti perkembangan (*trend*) yang sedang terjadi untuk membantunya dalam mencerminkan gaya yang ada pada dirinya. Stuart Ewen dalam (Piliang, 2003) mendefinisikan tentang “gaya” itu sendiri, diantaranya :

- 1) Gaya merupakan wahana bagi seseorang untuk menilai maupun dinilai oleh orang lain. Singkatnya, gaya adalah pendefinisian diri (*self*) individu.
- 2) Gaya adalah wahana dalam memahami masyarakat dalam aktivitas kesehariannya termasuk gaya konsumsi, kepemimpinan, maupun organisasi.
- 3) Gaya merupakan unsur pembentuk kesadaran total terkait dengan dunia sebagai pembentuk citra dan penyebar informasi.

Penggunaan istilah gaya hidup memang telah banyak dilakukan. Gaya hidup menjadi proyeksi tentang bagaimana seseorang dalam menjalani kehidupannya. Gaya hidup disini lebih mengacu pada pengertian milik Piliang (2003), dimana gaya hidup merupakan sebuah pola (kuantitas, durasi, intensitas), penggunaan waktu, cara menghabiskan uang yang dilakukan oleh seseorang dalam kehidupan

sosialnya. Gaya hidup yang ada dalam diri seseorang dapat mencerminkan keinginannya dalam pilihan konsumsi dan cara berperilaku (Kasali, 1998). Realitas yang ada saat ini, pilihan konsumsi individu banyak berorientasi pada perilaku yang bertujuan untuk menarik perhatian (validasi) dari orang lain. Hal ini tentu berdampak pada lingkungan sosial individu. Secara tidak langsung, gaya hidup seseorang dapat dibentuk dalam ruang sosial (*social space*).

Gaya hidup memang dapat digunakan dalam membantu menjelaskan dan memahami individu, namun gaya hidup tidak membenarkan apa yang individu lakukan termasuk pada apa yang individu tersebut lakukan, alasan melakukannya, serta apakah yang dilakukan tersebut memiliki makna tersendiri bagi dirinya maupun bagi orang lain. Sederhananya, gaya hidup yang dilakukan oleh individu maupun orang lain belum tentu sama.

Pengertian gaya hidup milik Piliang ini hampir sama dengan pengertian gaya hidup milik Susanto. Susanto (2008) menyebutkan bahwa gaya hidup adalah perilaku yang ditunjukkan oleh individu untuk memproyeksikan terkait dengan minat, opini, serta aktivitas yang sedang dijalankan oleh individu tersebut, khususnya berkaitan dengan bagaimana cara individu untuk memberikan gambaran atas dirinya untuk mencerminkan status sosialnya. Hal ini juga menjadi alasan dasar terkait dengan gaya hidup yang berpengaruh dalam membentuk lapisan atau kelas sosial dalam masyarakat. Dimana gaya hidup yang ditampilkan oleh setiap lapisan atau kelas sosial memiliki bentuk selera tersendiri. Satu kelas dan kelas lainnya pun memiliki kecenderungan untuk mengembangkan gaya hidupnya masing-masing. Mulai dari cara berpakaian, tutur kata, pemanfaatan waktu luang, hingga pilihan dalam

menjalankan aktivitas kehidupan pada umumnya seperti pilihan pendidikan dan pilihan hiburan (Narwoko dan Suyanto, 2004).

Menurut Chaney (2011), gaya hidup sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Gaya hidup telah menjelma dalam interaksi masyarakat modern tiap harinya. Mereka yang bukan bagian dari masyarakat modern tidak akan paham dengan cara-cara yang ditunjukkan oleh masyarakat modern dalam mengaktualisasikan dirinya melalui gaya hidupnya. Gaya hidup juga digambarkan sebagai ekspresi aktif individu untuk terus menyesuaikan (adaptasi diri) dengan kondisi sosial yang terjadi dalam masyarakat. Tak terkecuali pada perilaku konsumsinya, dimana gaya hidup dapat diamati dari apa yang dikonsumsi oleh seseorang. Bentuk konsumsi disini tidak hanya mengarah pada bagaimana cara individu dalam menghabiskan uangnya untuk membeli sejumlah barang (materi) saja. Hal ini juga berkaitan dengan bentuk konsumsi individu terhadap jasa, diantaranya seperti pergi ke tempat hiburan, berbagai aktivitas sosial seperti *online shop*, belanja, hingga perawatan khusus.

Perubahan gaya hidup juga terjadi dari masa ke masa. Perkembangan teknologi dan globalisasi memiliki pengaruh besar dalam pilihan gaya hidup seseorang, terutama bagi masyarakat modern. Dihadapkan dengan kecanggihan teknologi, gaya hidup yang ditawarkan pun semakin terlihat bervariasi. Hal ini terjadi karena penyebaran akses informasi yang terjadi sangat cepat. Individu yang menjadi bagian dari masyarakat modern dapat memperoleh akses informasi secara cepat melalui berbagai media, baik itu media massa, cetak, maupun elektronik. Namun, pada kenyataannya media elektronik memberikan pengaruh yang lebih besar dalam menentukan pilihan gaya

hidup seseorang. Hal ini terjadi karena kemudahan dan kecepatannya, dalam mengakses informasi (Harry, 2006).

Perubahan dalam kecepatan akses informasi mempengaruhi terkait dengan perubahan pada cara seseorang dalam menjalankan kehidupannya. Teknologi menjadi elemen penting dalam kebutuhan aktivitas individu. Hal ini terjadi karena dalam menjalankan setiap aktivitas, individu dihadapkan dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi yang ada seperti saat ini. Cara pandang individu pun berubah dengan adanya perubahan teknologi. Pergeseran akan pentingnya perbedaan konsep kebutuhan dan keinginan dalam diri individu menjadi sangat tipis. Jika dahulu individu membeli barang atau jasa karena kebutuhan, sekarang membeli barang atau jasa didasarkan pada keinginan. Pola kebiasaan yang ditampilkan dalam diri masyarakat modern sudah bukan lagi karena memang kebutuhan yang harus dijalankan, tetapi lebih mengarah pada pembentukan citra dirinya untuk menjadi bagian dari status maupun kelas sosial tertentu. Oleh karena itu, gaya hidup yang dijalankan oleh masyarakat modern memiliki kaitan erat dengan pembentukan citra dirinya kepada orang lain.

Berdasarkan uraian pengertian mengenai gaya hidup yang telah disebutkan oleh para ahli tersebut, pemaknaan mengenai gaya hidup dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan cara individu dalam berperilaku mulai dari aktivitas individu dalam menghabiskan uang dan waktu yang dimiliki, ketertarikan individu terhadap sesuatu yang dianggap penting, serta pendapat yang dianggap penting bagi diri sendiri maupun sekitarnya guna mencerminkan nilai konsumen sehingga dapat menjadi sarana alat ekspresi diri agar diterima oleh kelompok acuannya.

b. Faktor- Faktor Pembentuk Gaya Hidup

Gaya hidup yang dijalani oleh seseorang tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan terbentuk karena adanya beberapa faktor yang melatarbelakangi. Hal ini juga menjadi pembeda gaya hidup seseorang dengan orang lain. Sejalan dengan penelitian dalam jurnal Nomosleca tahun 2021 menyatakan bahwa gaya hidup seseorang dilatarbelakangi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu faktor ekonomi, lingkungan, pertemanan, serta faktor keluarga. Selain itu, tren yang sedang populer juga menjadi faktor pendorong dalam pembentukan gaya hidup yang akan dijalani oleh seseorang.

Faktor mengenai gaya hidup juga telah dikemukakan oleh para ahli sebelumnya. Salah satunya adalah Kotler. Kotler sendiri merupakan seorang professor sekaligus konsultan pada bidang pemasaran yang lahir pada tahun 1931. Kotler mengungkapkan bahwa gaya hidup terbentuk karena dua faktor yakni faktor internal (berasal dari dalam diri individu) dan faktor eksternal (berasal dari luar individu). Berikut uraian mengenai faktor tersebut.

1) Faktor internal

Makna dari faktor internal disini dapat dipahami sebagai sikap, pengamatan dan pengalaman, konsep diri, persepsi, hingga motif individu.

a) Sikap

Sikap bagi Kotler disini dimaknai sebagai kondisi jiwa secara sadar dalam berpikir yang telah disiapkan untuk memberikan sebuah respon terhadap suatu objek yang diorganisasi dari pengalaman, serta berpengaruh langsung pada perilaku. Kondisi tersebut sangat dipegaruhi oleh budaya, kebiasaan, tradisi, serta lingkungan sosial individu.

b) Pengamatan dan Pengalaman

Pengamatan disini mengarah pada pengamatan sosial individu, dimana pengalaman sangat berpengaruh dalam pengamatan sosial terutama pada persoalan tingkah laku. Pengalaman berupa tindakan individu di masa lalu dan dapat menjadi pelajaran berharga bagi orang lain. Pada dasarnya, pengalaman merupakan suatu hal yang dapat dipelajari oleh seseorang atas individu berdasarkan apa yang telah dilakukan di masa lalu. Dari sinilah pengamatan terbentuk, persepsi dan pendapat mengenai suatu objek akan dihasilkan dari adanya pengalaman.

c) Konsep Diri

Konsep diri menjadi hal yang sangat internal bagi diri seseorang. Dimana konsep diri ini dapat menggambarkan identitas diri maupun *branding* diri yang terbangun dengan citra merek. Pandangan individu terhadap dirinya akan berpengaruh pada minat suatu objek. Konsep diri dapat dimaknai sebagai suatu pola kepribadian yang dapat menentukan cara individu dalam berperilaku terutama dalam menghadapi permasalahan hidup. Hal ini terjadi karena konsep diri adalah *frame of reference*.

d) Persepsi

Persepsi dapat dimaknai sebagai proses individu dalam melihat dan menginterpretasikan suatu informasi untuk membentuk sebuah makna dari suatu objek yang dapat menjadi gambaran yang berarti nantinya.

e) Motif

Motif dimaknai sebagai suatu dasar atau landasan dari perilaku individu. Motif dalam gaya hidup lebih ditekankan pada motif kebutuhan guna prestise dan rasa aman. Contoh nyatanya adalah apabila motif seseorang akan prestise sangatlah besar

maka dapat dipastikan bahwa gaya hidup yang dijalankan cenderung mengarah pada gaya hidup hedonis.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang melatarbelakangi gaya hidup seseorang dan berasal dari luar diri individu. Individu sebagai makhluk sosial yang kesehariannya pasti membutuhkan interaksi dengan orang lain dalam gaya hidup juga hal ini memiliki pengaruh tersendiri. Faktor eksternal disini diantaranya yaitu keluarga, kelompok referensi, serta kelas sosial yang akan dijelaskan sebagai berikut.

a) Keluarga

Keluarga menjadi pembentuk sikap dan perilaku individu. Hal ini disebabkan karena keluarga memiliki peran yang sangat besar dalam pola pembentukan perilaku individu. Dimana pola asuh orang tua yang didapat oleh individu akan membentuk suatu kebiasaan dan secara tidak langsung juga berpengaruh pada pola hidup individu tersebut.

b) Kelompok Referensi

Kelompok referensi dimaknai sebagai mereka yang memberikan pengaruh terhadap sikap maupun perilaku seseorang baik itu secara langsung maupun tidak. Kelompok yang pengaruhnya terjadi secara langsung terhadap perilaku dan sikap individu merupakan kelompok yang mana individu tersebut tergabung dalam keanggotaan kelompok sehingga intensitas interaksi yang terjadi sangatlah tinggi. Berbeda dengan kelompok yang pengaruhnya terjadi secara tidak langsung merupakan kelompok yang mana individu tersebut tidak tergabung dalam keanggotaan kelompok. Pengaruh-

pengaruh yang didapat oleh individu menyebabkan dirinya dihadapkan pada perilaku dan bentuk gaya hidup tertentu.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan kelompok relatif yang homogen dan dapat bertahan lama dalam masyarakat. Kelas sosial berupa susunan dalam sebuah jenjang maupun urutan dimana para anggota dalam tiap jenjang memiliki minat, nilai, serta tingkah laku yang sama. Pembagian kelas dalam sistem sosial masyarakat memiliki dua unsur yakni status (kedudukan) dan peran. Status (kedudukan) sosial seseorang diartikan sebagai posisi seseorang dalam lingkungan sosialnya, berupa bentuk prestise dari hak- hak serta kewajiban yang dijalankan oleh individu. Status sosial biasanya didapatkan dari pencapaian atas usaha individu, sedangkan peran merupakan sebuah konsep yang lebih dinamis dari kedudukan.

c. Bentuk Gaya Hidup

Era modernitas telah berpengaruh besar pada perubahan gaya hidup masyarakat. Perkembangan pengetahuan dan teknologi juga berdampak pada aktivitas kehidupan masyarakat modern, termasuk gaya hidup. Dimana gaya hidup seseorang saat ini merupakan hasil dari bentukan teknologi. Semakin berkembangnya teknologi juga berdampak pada semakin beragam pula gaya hidup yang ditawarkan. Apa yang menjadi tren dan banyak digunakan oleh masyarakat akan menjadi acuan dalam menjalankan gaya hidup seseorang. Gaya hidup satu orang dengan orang lain pastinya juga memiliki perbedaan. Oleh karena itu, berbagai bentuk gaya hidup banyak dijumpai. Berikut merupakan bentuk- bentuk gaya hidup yang dikemukakan oleh para ahli.

David Chaney merupakan salah satu ahli yang mengemukakan bentuk- bentuk gaya hidup. Dalam Subandy (1997), Chaney menyebutkan beberapa bentuk gaya hidup, diantaranya :

1) Gaya Hidup Industri

Pada abad gaya hidup, penampilan diri menjadi yang utama. Dimana tubuh atau diri menjadi alat estetisasi kehidupan. Tubuh diibaratkan sebagai sebuah proyek penyemaian gaya hidup. Istilah yang muncul atas gaya hidup menurut Chaney dalam hal ini yaitu “Kamu bergaya maka kamu ada”. Manusia modern saat ini cenderung mengalami kegandrungan akan sebuah gaya. Kemunculan industri penampilan sebagai industri gaya hidup menjadi bagian dari konsekuensi atas fenomena tersebut.

2) Gaya Hidup Iklan

Dalam masyarakat modern semuanya terobesi dengan citra, baik itu individu, berbagai perusahaan (korporasi), serta para politisi. Globalisasi dan kecepatan penyebaran informasi sangat besar pengaruhnya terhadap pembentukan budaya citra rasa (*taste culture*) dan budaya citra (*image culture*). Iklan menjadi salah satu sarana yang menawarkan berbagai gaya visual yang mempesona dan dapat membuat masyarakat gandrung akan gaya tersebut. Gaya hidup tertanam halus (*subtle*) dalam iklan sehingga memberikan pemaknaan sempurna atas citra diri yang terbentuk di muka publik. Iklan dapat mempresentasikan gaya hidup, maka dari itu iklan secara perlahan akan mempengaruhi pilihan cita rasa seseorang.

3) Gaya Hidup *Public Relations* dan *Journalisme*

Budaya berbasis selebriti (*celebrity based-culture*) menjadi salah satu ciri masyarakat era modernitas. Para selebriti mengambil peran dalam pembentukan identitas diri para konsumen era kontemporer. Identitas diri dalam budaya konsumen era ini sering

disandarkan “aksesoris fashion”. Realitas yang ada sekarang ini adalah anak- anak e-generasi memiliki identitas diri yang terbentuk dan terinspirasi dari para selebriti (*celebrity- inspired identity*). Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mereka berselancar di dunia maya (internet) menemukan berbagai hal menarik baginya yang didapat dari para selebriti. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa selebriti dengan citra diri yang dibawa membantu konsumen dalam parade identitas.

4) Gaya Hidup Mandiri

Berbagai bentuk gaya hidup banyak dimaknai dan mengarah pada hal negatif. Gaya hidup tidak selalu hadir dalam konotasi negatif, contohnya seperti salah satu bentuk gaya hidup satu ini yakni gaya hidup mandiri. Kemandirian berarti mampu hidup tanpa bergantung pada sesuatu yang lain. Nalar atau akal pikiran menjadi hal penting dalam prinsip gaya hidup mandiri ini. Dimana nalar dapat menjadi alat dalam menyusun strategi. Selain itu, diperlukan adanya kemampuan untuk mengenali kekurangan maupun kelebihan diri sendiri, serta strategi yang akan dilakukan dengan kekurangan maupun kelebihan tersebut supaya tujuan yang disusun dapat tercapai. Bertanggung jawab juga menjadi salah satu sifat penting dalam gaya hidup mandiri, maksud bertanggung jawab disini adalah mereka yang secara sadar memahami bentuk setiap resiko yang akan muncul serta mampu dalam menanggung resiko tersebut. Gaya hidup mandiri ini membantu manusia untuk tetap bebas dan merdeka dalam menentukan pilihannya dengan bertanggung jawab terhadap sesuatu yang hendak dilakukan serta selalu memberikan inovasi yang kreatif dalam mendukung kemandiriannya.

5) Gaya Hidup Hedonis

Hedonis sering diartikan dengan menghambur-hamburkan uang. Makna gaya hidup hedonis yang sebenarnya yaitu pola tindakan yang tujuannya hanya untuk mencari kesenangan hidup. Hal ini dilakukan dengan menghabiskan waktu diluar rumah, baik itu untuk bermain maupun hanya untuk melihat riuhnya keramaian kota. Selain waktu, kaum hedonis juga akan cenderung menghabiskan uangnya dengan membeli barang mahal hanya untuk kesenangan belaka. Mereka juga cenderung selalu ingin jadi pusat perhatian (*center of attention*).

Dalam penelitian ini akan memfokuskan terkait dengan definisi konsep gaya hidup sebagai cara bagi individu menampilkan citra maupun identitas dirinya melalui penggunaan waktu uang, dan barang. Kebanyakan gaya hidup yang terjadi dalam aktivitas sehari-hari dan paling mudah diamati yaitu berbelanja dan berpakaian (Ghilmansyah et al., 2022). Singkatnya, gaya hidup seseorang dilihat dari barang apa yang dipakainya sehari-hari, apakah terlihat trendi atau tidak. Hal ini nantinya juga akan berkaitan dengan permasalahan yang muncul dalam penelitian ini, mengingat konsep gaya hidup yang dimaksud dapat membantu dalam melihat bagaimana perilaku konsumtif yang dijalani oleh pengguna Iphone terutama di kalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo Semarang.

B. Iphone

1. Sejarah Produksi Iphone

Iphone merupakan merek ponsel pintar dari perusahaan ternama di pasar internasional yakni Apple Inc. Apple Inc. merupakan perusahaan yang beroperasi di bidang perancangan, pengembangan, dan penjualan produk elektronik terbesar di dunia (Haryono & Elistia, 2020). Kantor pusat dari Apple Inc. terletak di Silicon Valley, Cupertino, California. Apple Inc. berdiri pada tanggal 1 April 1976. Awal mulanya perusahaan ini dijalankan dan dikorporasikan oleh Steve Jobs, Steve Wozniak, serta Ronald Wayne. Akan tetapi, kesuksesan Apple tidak lepas dari tangan Steve Jobs. Steve Jobs sendiri sempat dipecat dari Apple pada tahun 1985 namun ia berhasil kembali menjadi CEO Apple pada tahun 1996. Apple Inc. terus mengembangkan berbagai proyek elektroniknya dengan menjadi perusahaan industri ponsel pintar secara global. Gelar tersebut berhasil didapatkan setelah kesuksesannya dalam memperkenalkan Iphone pertama kali pada tahun 2007, tepatnya pada tanggal 29 Juni dalam acara MacWorld 2007 yang diselenggarakan di Moscone Center.

Sebelum kesuksesan peluncuran Iphone di tahun 2007, diketahui bahwa proyek pengembangan dan perakitan Iphone pertama ini telah dimulai sejak 2004. Dilansir dari laporan The Verge menyebutkan bahwa pada saat itu, Apple mulai gencar mengumpulkan tim yang berjumlah 1.000 karyawan yang nantinya akan mengerjakan proyek rahasia miliknya dengan kode Project Purple. Iphone pertama hadir dengan gebrakan kecanggihannya yang menggabungkan tiga perangkat sekaligus dalam satu media. Iphone pertama menggabungkan antara perangkat pemutar musik (Ipod), perangkat komunikasi internet, serta telepon tradisional dalam satu perangkat canggih. Iphone pertama dikenalkan pada pasaran dengan dua tipe yakni tipe RAM 4GB dan RAM 8 GB. Iphone pertama ini juga mulai dijual secara komersil pada Juni 2007.

Eksistensi Apple sejak saat itu melambung tinggi dengan jumlah peminat yang besar menjadikan Apple sebagai perusahaan teknologi raksasa sekaligus industri ponsel pintar modern pertama yang ada di Amerika Serikat. Kesuksesan yang telah berhasil diraih oleh Apple melalui produk rilisannya itu menjadikan beberapa perusahaan teknologi berlomba untuk menghadirkan ponsel pintar modern. Hal tersebut menjadikan Apple untuk terus melakukan inovasi yang konsisten dengan merilis perangkat Iphone tiap tahunnya. Apple sendiri memiliki sistem strategi pemasaran yang unik dan berbeda dari berbagai perusahaan ponsel pintar lainnya. Apple melakukan perilisasi ponsel pintar (Iphone) terbarunya dengan merilis satu seri tiap tahunnya. Meskipun demikian, kepopuleran Apple masih tergolong dalam kategori tinggi. Berdasarkan laporan Firma Riset yang dilakukan oleh IDC mencatat jumlah pangsa pasar yang didapatkan oleh Apple mencapai 17,4 persen hingga 2021. Hal ini menjadikan Iphone menduduki peringkat runner-up di bawah Samsung yang berjumlah 20,1 persen.

2. Perkembangan Iphone dari Tahun ke Tahun

Dilansir dari Hypeabis.id, Iphone mengalami perkembangan dan modifikasi tiap tahunnya dengan meluncurkan produk barunya di tiap-tiap tahun tersebut. Sejak awal perilisannya di pasaran hingga saat ini, perkembangan Iphone dari tahun ke tahun adalah sebagai berikut.

- iPhone 1st : 29 Juni 2007
- iPhone 3G : 11 Juli 2008
- iPhone 3GS : 19 juni 2009
- iPhone 4 : 24 Juni 2010
- iPhone 4S : 14 Oktober 2011
- iPhone 5 : 21 September 2012
- iPhone 5C & 5S : 20 september 2013

- iPhone 6 & 6 Plus : 19 September 2014
- iPhone 6S & 6 Plus : 25 September 2015
- iPhone SE (1st) : 31 Maret 2016
- iPhone 7 & 7 Plus : 16 September 2016
- iPhone 8 & 8 Plus : 22 September 2017
- iPhone X : 3 November 2017
- iPhone XS & XS Max : 21 September 2018
- iPhone XR : 26 Oktober 2018
- iPhone 11, 11 Pro, 11 Pro Max : 20 September 2019
- iPhone SE (2nd) : 24 April 2020
- iPhone 12 & 12 Pro : 23 Oktober 2020
- iPhone 12 Mini & 12 Pro Max : 13 November 2020
- iPhone 13, 13 Mini, 13 Pro, & 13 Pro Max : 24 September 2021

Dari tiap- tiap peluncurannya tersebut, antara satu seri dengan seri lainnya memiliki perbedaan baik itu dari segi fitur, desain, dan sistem operasional yang digunakan. Sistem operasional yang digunakan oleh Iphone sendiri berbeda dengan ponsel pintar biasa, dimana sistem operasional yang dimiliki oleh Iphone merupakan iOS atau Iphone OS.

C. Gaya Hidup dalam Perspektif Islam

Pembahasan mengenai gaya hidup dengan berbagai ketentuannya dalam Islam banyak ditemukan dalam Al- Qur'an, salah satunya adalah Surat Hud ayat 116. Surat tersebut juga membantu dalam menggambarkan bagaimana gaya hidup yang sepatutnya dilakukan oleh masyarakat, terutama bagi umat muslim. Surat Hud ayat 116 juga menjadi bagian dari implementasi pendekatan *Unity Of Science* dalam perkembangan ilmu pengetahuan saat ini termasuk pada dinamika kehidupan masyarakat, yang berbunyi :

فَلَوْلَا كَانَ مِنَ الْقُرُونِ مِنْ قَبْلِكُمْ أُولُوا بَقِيَّةَ يَتَّهَوْنَ عَنِ الْفَسَادِ فِي الْأَرْضِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّنْ أَنْجَيْنَا مِنْهُمْ
وَاتَّبَعَ الَّذِينَ ظَلَمُوا مَا أُتْرِفُوا فِيهِ وَكَانُوا مُجْرِمِينَ

Artinya :

“Maka, mengapa tidak ada di antara generasi sebelum kamu sekelompok orang yang mempunyai keutamaan yang melarang (berbuat) kerusakan di bumi, kecuali sebagian kecil, yaitu orang yang telah Kami selamatkan di antara mereka? Orang-orang yang zalim hanya mementingkan kenikmatan dan kemewahan dan mereka adalah orang-orang yang berdosa.”

Penggalan ayat 116 dari Surah Hud ini menjelaskan bahwasanya kita sebagai umat manusia jangan hanya berfokus dan memikirkan kenikmatan yang ada di dunia saja, tetapi kita juga harus memikirkan bagaimana nantinya kehidupan di akhirat. Maknanya, dalam menjalani kehidupan di dunia kita juga harus dapat lebih berhati-hati dalam bertindak dengan menjauhi larangan dari Allah SWT yang telah tertera dalam Al-Qur'an. Quraish Shihab juga memberikan tafsir atas Surat Hud ayat 116 ini. Dalam tafsir milik Quraish Shihab menjelaskan atas anjuran untuk tetap istiqomah dengan lebih berhati-hati, menahan diri dari nafsu buruk, menjauhi larangan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT, serta mengingatkan sesama ketika mereka hendak berbuat zalim (Shihab, 2022).

Sejatinya, Al- Qur'an merupakan wahyu yang diturunkan oleh Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pedoman dan petunjuk hidup manusia. Dalam Al- Qur'an berisi aturan serta gambaran tentang seluruh segala hal yang ada di alam semesta. Diantaranya yaitu kehidupan manusia, keimanan, kebutuhan manusia, amal-amal hingga aspek kegiatan manusia dan interaksinya dengan sesama manusia. Hal ini juga termasuk

pada aspek kehidupan manusia yang akan dibahas dalam penelitian ini yakni tentang gaya hidup.

Gaya hidup tiap manusia pastinya juga berbeda. Namun, dalam Al-Qur'an juga diberikan penggambaran dan pemahaman mengenai gaya hidup, seperti dalam Surah Al-A'raf ayat 31 yang berbunyi sebagai berikut :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

ع

Artinya :

“Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.” (QS. Al-A'raf : 31).

Ayat tersebut dapat dimaknai bahwa dalam menjalankan kehidupan di dunia sudah sewajarnya kita tidak berlebihan, baik itu urusan harta benda maupun kebutuhan makan dan minum. Dalam ayat tersebut juga terkandung makna apabila dalam membeli atau mengonsumsi sesuatu harus sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan kita. Kita juga diingatkan untuk selalu merasa cukup dalam ayat tersebut. Perkembangan realitas yang ada, manusia tidak hanya membeli maupun mengonsumsi sesuatu bukan karena butuh tetapi ingin dikarenakan hal tersebut sudah menjadi bagian dari kebiasaan gaya hidup yang mereka jalankan. Mereka (orang-orang yang telah diberi kecukupan oleh Allah SWT) banyak yang masih merasa kurang dalam menjalani kehidupannya.

Pada dasarnya Islam tidak pernah menghalangi setiap umatnya untuk mencapai kebahagiaan dan kesenangan hidup. Islam lebih peduli kepada

umatnya agar tidak berlebihan ketika menjalankan kehidupannya. Hal ini dikarenakan apabila manusia menjalani kehidupannya secara berlebihan makan akan lalai pada tanggung jawabnya kepada Allah SWT dan hanyut dalam tipu daya dunia. Manusia adalah makhluk yang dibekali dengan akal pikiran, namun disamping itu manusia juga salah satu makhluk Allah SWT yang memiliki hawa nafsu. Manusia sangatlah mudah untuk hanyut dalam tipu daya dunia karena manipulasi atas hawa nafsunya sendiri. Maka dari itu, dalam menjalani kehidupan di dunia sebaiknya hendaknya berpikir terlebih dahulu. Penjelasan seperti ini juga tertera dengan jelas dalam Al-Qur'an sebagaimana Allah berfirman dalam surah berikut :

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ ۚ وَلِلْآخِرَةِ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يَتَّقُونَ ۚ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

Artinya :

“Dan tidak (dinamaka) kehidupan dunia melainkan permainan yang sia- sia dan hiburan yang melainkan; dan demi sesungguhnya negeri akhirat itu lebih baik bagi orang yang bertakwa. Oleh karena itu, tidaklah kamu mau berpikir” (Q.S Al' An'am : 32)

Berdasarkan uraian penggambaran ayat di atas dapat menjadi gambaran bagi kita umat muslim untuk tidak berlebihan dalam menjalani kehidupan terutama pada pilihan gaya hidup. Apapun yang dilakukan secara berlebihan hasilnya akan tidak baik bahkan bisa merusak diri kita sendiri sebagai manusia karena dibutakan oleh dunia. Hal tersebut hanya akan menjadikan kehidupan kita di dunia hanyalah sia- sia dan merugi di akhirat nantinya.

D. Teori Gaya Hidup David Chaney

1. Konsep Teori Gaya Hidup David Chaney

Penggunaan istilah gaya hidup sudah lama ada sebelum David Chaney mengembangkan teorinya. David Chaney sendiri adalah seorang sosiolog yang berusaha mengembangkan istilah gaya hidup dengan menggunakan

sudut pandang sosiologi. Konsep gaya hidup David Chaney muncul untuk membantu dalam memberikan penjelasan terkait dengan apa yang dipandang dari suatu bentuk masyarakat modern, terlebih pada mengapa dan bagaimana gaya hidup ini melekat pada pemaknaan yang lebih luas dari budaya konsumerisme. Definisi mengenai gaya hidup dalam pemikiran David Chaney tertuang dalam karyanya yang berjudul “*Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif*”. Gaya hidup merupakan gagasan tentang konsep interaksi sosial yang tergambar pada tindakan individu maupun orang lain dan membentuk kebiasaan hingga pemikiran masyarakat menuju modernitas.

Gaya hidup menurut Chaney adalah cara yang dilakukan oleh individu secara terpola dalam menginvestasikan aspek- aspek tertentu dalam kehidupan sehari- harinya dengan didasarkan pada nilai sosial atau hubungan simbolik. Pola tindakan yang terbentuk ini membedakan antara satu individu dengan individu lainnya (Budiningsih & Setiawan, 2015). Gaya hidup dilakukan secara berulang dan menjadi kebiasaan bagi individu dalam menjalani kehidupannya. Gaya hidup dapat berupa sekumpulan kebiasaan, pola- pola respon, serta pandangan seseorang terhadap hidup. Gaya hidup dalam pendapat Chaney menjadi identitas diri bagi individu di tengah masyarakat modern. Gaya hidup menjadi bagian dari proses pendefinisian bagaimana individu dinilai, dikenal, dan diakui keberadaannya. Pendefinisian ini dapat berupa bentuk apresiasi atas aspek- aspek simbolik yang melekat pada tubuh individu (Chaney,2011).

Proses sosial juga memiliki kontribusi besar dalam pembentukan gaya hidup seseorang. Proses sosial yang dijalankan oleh seseorang membentuk pilihan gaya hidup dimulai dari pergulatan dirinya atas pencarian identitas dan rasa sensibilitas atas lingkungan yang ditinggali. Hal ini tentu saja dimaksudkan untuk mempertahankan eksistensi diri dari individu itu sendiri. Konsep gaya hidup David Chaney ini juga dipahami sebagai

sebuah proyek refleksi dalam pergaulan sosial. Gaya hidup bukan hanya ditentukan oleh kekuatan dari masyarakat luas saja, tetapi lebih kepada cara negosiasi praktis individu atas kehidupan tertentu. Singkatnya, gaya hidup seseorang merupakan cara- cara penggunaan sumber daya simbolik konsumsi massa yang diubah menjadi praktik maupun objek yang kasat mata sebagai metafor bagi diri mereka sendiri.

Bagi Chaney gaya hidup secara khusus mengklasifikasikan status modern seseorang sehingga dapat membantu dalam mendefinisikan sikap, nilai, status dan kekayaan individu yang terikat oleh sistem klasifikasi masyarakat modern seperti saat ini (Deandra, 2018). Hal- hal yang merujuk pada gaya hidup mungkin akan sulit untuk dideskripsikan secara umum, namun pada realitas yang ada kita sering menggunakan istilah gaya hidup tanpa menjelaskan apa yang kita maksud. Oleh karena itu, gaya hidup hanya membantu memahami (menjelaskan bukan berarti membenarkan) apa yang sedang orang lakukan, alasan yang mendasari yang dilakukan, apakah bermakna atau tidak bagi dirinya maupun orang lain. Pemaknaan gaya hidup oleh Chaney tidak terbatas pada membenaran bentuk gaya yang sedang dijalankan oleh seseorang saja (Chaney, 2011).

Dalam pernyataan diatas, orang lain dapat memahami bahwa gaya hidup yang dijalani oleh seseorang dapat dilihat pada pilihan- pilihan dan citra rasa atas sensibilitas pada aspek aspek yang berada di dalam lingkungan kehidupannya. Pertukaran simbolik terjadi didalam gaya hidup yang dijalankan oleh seseorang. Dimana sikap, nilai, dan cita rasa yang terbentuk menjadi karakteristik dari diri individu pada pengelompokan sosial dalam sebuah tatanan sosial, terutama pada modernitas. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa cita rasa seseorang adalah tanggung jawab dirinya atas penilaian orang lain. Hal ini menjadi bagian integral dari perasaan identitas individu (Chaney, 2011).

Berdasarkan pengertian mengenai gaya hidup seperti yang sudah disebutkan diatas, sederhananya gaya hidup merupakan bagaimana cara seseorang dalam menjalani kehidupannya, termasuk pada pemaknaan tentang bagaimana seseorang mengalokasikan uangnya, menggunakan waktunya, dan sebagainya yang pastinya berkaitan dengan praktik hidup seseorang dalam aktivitas kesehariannya. Hal ini dapat dilihat pada realita yang ada seperti cara berpakaian, kebiasaan- kebiasaan, tempat yang menjadi pilihan santai, tempat yang sering dikunjungi, dan sebagainya. Pandangan dan kebiasaan yang dilakukan oleh setiap individu pasti memiliki perbedaan (Husna, 2018). Maka dari itu, perbedaan- perbedaan tersebut yang melatarbelakangi gaya hidup pengguna Iphone, salah satunya pada pengguna Iphone dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.

2. Asumsi Dasar Teori Gaya Hidup David Chaney

Gaya hidup dalam asumsi pemikiran Chaney merupakan ciri dari dunia modernitas atau biasa disebut dengan modernisasi. Arti dari asumsinya ini menunjukkan pada makna bahwa siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan gaya hidup untuk menginterpretasikan tindakannya sendiri maupun tindakan orang lain. Hal tersebut menjadi latar belakang pemikiran Chaney untuk mendefinisikan gaya hidup. Perilaku dan tindakan pada era modernitas menjadi landasan perkembangan teori ini.

Modernisasi diketahui menjadi masa yang menciptakan hadirnya perubahan dalam kehidupan manusia, terutama pada cara pandang terhadap berbagai persoalan baik itu persoalan individu maupun kelompok masyarakat. Tak terkecuali pada sikap dan praktik- praktik tertentu yang sedang dijalankan oleh individu seperti apa yang sedang dilakukan, diminati, serta opini individu atas suatu hal (Saputri, 2020). Gaya hidup dalam realitas sosial yang lebih nyata juga dapat dilihat dalam praktik-

praktik kehidupan sehari-hari individu seperti penggunaan uang, waktu, tempat tujuan atau favorit ketika sedang santai serta barang apa saja yang dimiliki oleh individu tersebut.

Dalam mendefinisikan gaya hidup, Chaney menemukan beberapa pembahasan mengenai gaya hidup yang dilakukan oleh beberapa tokoh. Salah satunya adalah Pierre Bourdieu yang mendefinisikan bahwa gaya hidup sangat erat kaitannya dengan kebiasaan atau “habitus” dalam bahasa kamus miliknya. Argumen dari Bourdieu yang sangat krusial tentang hubungan antara gaya hidup dengan kebiasaan adalah gaya hidup sebagai produk sistematis dari skema- skema kebiasaan yang diterima oleh masyarakat dalam relasi timbal- balik kemudian menjelma menjadi sebuah sistem tanda yang dikualifikasikan secara sosial (dianggap terhormat, ‘vulgar’, dan sebagainya). Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa gaya hidup dalam definisi Bourdieu merupakan ruang bagi individu maupun kelompok sosial untuk membentuk kebiasaan dalam menjalani hidup (Bourdieu, 1984).

Persoalan mengenai gaya hidup menjadi hal yang penting terutama dalam budaya masyarakat modern. Dimana gaya menjadi aspek paling nyata dari perubahan budaya dan sosial dalam membentuk identitas individu. Whittle (1994) dan Wilson (1998) melalui penelitiannya mendapatkan hasil bahwa fakta empiris mengenai gaya hidup baik itu dalam konsep historis maupun masa mutakhir seperti saat ini. Diantaranya ada pola makan, penggunaan waktu luang, kebiasaan berbicara, serta nilai-nilai yang diyakini untuk menggambarkan identitas yang dipertahankan dalam masyarakat.

Konsep mengenai gaya hidup sering kali dikaitkan dengan konsep subkultur karena keduanya sama- sama membahas tentang budaya. Namun, kedua konsep tersebut memiliki makna yang berbeda. Hal ini selaras dengan pendapat Jenkins yang menyebutkan bahwa konsep

subkultur lebih menitikberatkan pada suatu hubungan tetap dan sering kali berbeda atau bertolak belakang dari budaya dominan. Subkultur tergambar sebagai bentuk identitas kolektif dengan simbol- simbol yang menunjukkan bagian dari keanggotaan. Berbeda dengan gaya hidup yang lebih bersifat dinamis dengan pola kehidupan individu yang menitikberatkan pada pilihan individu dari adanya pengaruh interaksi sosial (Jenkins, 1983).

Pendapat tersebut selaras dengan pemikiran dari Chaney yang menyebutkan bahwa praktik gaya hidup tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh adanya kekuatan kelompok tertentu atau masyarakat luas (dari jenis apapun), tetapi lebih mengacu pada praktik yang dilakukan oleh individu dalam menjalani kehidupannya mulai dari cara penggunaan sumber daya simbolik konsumsi massa dan praktik yang ada pada diri mereka sendiri (Chaney, 2011). Dengan demikian, gaya hidup dapat menjelaskan tindakan konsumtif individu terutama dalam membentuk identitas dirinya pada orang lain, termasuk pada status sosial yang melekat dalam tubuh individu tersebut.

Perilaku dan tindakan konsumsi individu di tengah modernitas seperti sekarang ini banyak dikaitkan dengan gaya hidup (Sukirno Setyo & Harianto, 2017). Penampilan menjadi bagian terpenting dalam representasi gaya hidup. Bagian terpenting dari gaya hidup pada masyarakat modern adalah adanya anggapan bahwa gaya hidup menjadi alat presentasi diri (citra diri) dalam menampilkan dirinya di depan publik. Individu pemuda gaya hidup akan cenderung berfokus pada penilaian dan pemaknaan orang lain atas dirinya berdasarkan penampilan luarnya. Makna dari penampilan luar yaitu bagaimana penggunaan barang dilakukan oleh individu, terutama barang yang memiliki nilai tertentu dalam sistem dan tatanan sosial sehingga dapat menjadi nilai tambah tersendiri bagi penggunanya. Maka dari itu, masyarakat era modernitas ini akan cenderung lebih peduli pada penggunaan barang daripada produksi barang.

3. Istilah Kunci dalam Teori Gaya Hidup David Chaney

David Chaney dalam mendefinisikan dan memahami makna gaya hidup melalui beberapa istilah kunci, diantaranya :

a. Konsep “kamu bergaya maka kamu ada”

Konsep kamu bergaya maka kamu ada sangat menggambarkan kondisi masyarakat modern saat ini yang sudah terpengaruh oleh gaya hidup dalam menjalani kehidupannya. Modernitas mendorong banyaknya perubahan pada kehidupan masyarakat termasuk dalam lingkungan sosialnya. Masyarakat yang hidup dalam modernitas cenderung akan mengikuti berbagai perubahan yang ditawarkan oleh masa modernitas ini. Perubahan yang terjadi dapat berupa pandangan maupun respon masyarakat baik itu perihal sikap, gaya, penampilan, komunikasi, dan sebagainya. Perubahan tersebut terjadi karena adanya tujuan untuk melakukan adaptasi dari perkembangan tren atau sesuatu yang dianggap populer agar tetap eksis di masyarakat.

Makna dari istilah konsep “Kamu bergaya, maka kamu ada!” adalah dalam kehidupan di tengah masyarakat modern kamu mengikuti gaya yang ada saat ini maka keberadaanmu akan dihargai dan dihormati, namun apabila kamu tidak mengikuti gaya atau bergaya maka keberadaanmu akan dianggap tidak ada, diremehkan bahkan diabaikan. Pemaknaan gaya hidup bersifat universal, akan tetapi gaya hidup yang dimaksud dalam konteks ini lebih mengacu kepada gaya atau visualisasi tampilan atas kehidupan yang dijalani. Hal ini meliputi bagaimana respon seseorang dalam melihat fenomena yang sedang tren dan populer. Mereka yang menjadi bagian dari yang “bergaya” maka akan cenderung mengikuti hal-hal yang sedang tren. Penampilan diri. Dimana penampilan diri dalam masyarakat modernitas saat ini menjadi hal penting sebagai tolak ukur penunjuk kehidupan sosial seseorang di lingkungan pergaulannya. Dalam penelitian ini, konteks

gaya hidup lebih ditunjukkan pada penggunaan Iphone termasuk dari penampilan diri yang ditampilkan oleh penggunanya guna mempertahankan eksistensi dirinya di lingkungan pergaulan sosialnya.

b. Penampilan Luar adalah Segalanya

Pemaknaan mengenai gaya hidup tidak bisa dijelaskan secara sederhana, namun istilah gaya hidup sering digunakan oleh masyarakat modern untuk melihat dan menilai kehidupan yang dijalani oleh seseorang. Hal ini termasuk pada bagaimana penampilan diri yang ditunjukkan oleh individu. Pembahasan mengenai penampilan diri telah banyak dilakukan terutama dikalangan kritikus budaya maupun sosiolog. Erving Goffman menjadi salah satu tokoh sosiolog yang membahas mengenai penampilan diri dari kacamata sosiologi. Goffman menjelaskan tentang penampilan diri dalam karyanya yang berjudul *“The Presentation of Self in Everyday Life”* (1959). Bagi Goffman, kehidupan sosial layaknya penampilan teatrikal yang diritualkan. Dimana individu bertindak seolah melakukan pentas diatas panggung. Penggunaan barang, bahasa tubuh, ruang menjadi hal yang diperhatikan oleh individu dalam interaksi sosialnya dengan tujuan untuk memfasilitasi kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, pemikiran Erving Goffman ini dikenal dengan pendekatan dramaturgi, individu bertindak dan berperan layaknya aktor atau aktris diatas panggung drama.

Penampilan diri dalam abad gaya hidup melebur menjadi estetasi kehidupan sehari-hari. Tubuh menjadi media utama penyemaian gaya hidup. Hal ini berakhir pada realitas yang ada seperti saat ini yakni tubuh mengalami estetasi tubuh. Selaras dengan pernyataan David Chaney bahwa penampakan luar menjadi bagian terpenting bagi gaya hidup. Bagian kulit akan menjadi lebih penting daripada isi (substansi),

misalnya seperti desain dan gaya dari sebuah produk akan menjadi lebih penting dari fungsinya.

Penggunaan Iphone untuk membentuk citra diri dari gaya hidup seseorang dapat dilihat dari bagaimana individu dalam berpenampilan dan mempresentasikan bahwa dirinya adalah pengguna Iphone. Selain itu, desain tampilan luar dari Iphone yang mendukung ponsel pintar tersebut memiliki prestise tersendiri dalam masyarakat juga dapat menambah nilai sosial individu. Hal tersebut dapat terjadi diberbagai kalangan masyarakat termasuk di kalangan generasi Z, tak terkecuali di kalangan mahasiswa.

c. Konsep Budaya Tontonan

Chaney dalam mendefinisikan gaya hidup dengan melihat bahwa pada akhir modernitas, semua yang kita miliki akan menjadi budaya tontonan (*culture of spectacle*). Masyarakat dalam menjalani aktivitas kesehariannya akan cenderung mempengaruhi satu sama lain, termasuk penggunaan barang yang kita miliki. Penggambaran dari apa yang dilakukan dan dimiliki oleh individu adalah hasil dari respon dirinya atas referensi yang berasal dari orang lain (*frame of references*) (Chaney, 2011).

Konsep ini juga dapat digambarkan pada perilaku masyarakat setelah modernitas yang tidak hanya sebagai penonton tetapi juga ingin ditonton, tidak hanya melihat tetapi juga ingin dilihat. Terdapat hubungan saling tarik menarik antar masyarakat didalamnya. Relasi yang terbentuk atas fenomena yang demikian menjadi faktor dalam pembentukan identitas diri. Hubungan dalam menjalin interaksi dengan sesama juga menjadi alasan penting untuk menegaskan konsep budaya tontonan ini.

d. Gaya Hidup Sebagai Cerminan Diri Seseorang Maupun Orang Lain Di Sekitarnya.

Berbicara mengenai gaya hidup berarti juga berbicara mengenai bagaimana pilihan hidup yang dijalankan oleh seseorang. Gaya hidup dapat menjadi bagian dari pendefinisian diri individu dalam lingkungan sosialnya. Hal ini meliputi siapa dan bagaimana individu berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya, akan tetapi gaya hidup yang sedang dijalani oleh seseorang juga dapat menjadi contoh maupun cerminan bagi orang lain untuk ditiru dan dilakukan. Oleh karena itu, gaya hidup dapat berpengaruh secara sosial terutama pada proses interaksi yang terjadi dalam lingkungan sosial.

e. Kebiasaan Gaya Hidup Dapat Menjadi Modal Simbolik Dalam Pergaulan Sosial.

Pemahaman mengenai gaya hidup pada konsep ini sebetulnya banyak dilakukan oleh beberapa ahli, namun Chaney dalam menjelaskannya banyak dihubungkan pada pemikiran milik Pierre Bourdieu. Konsep “habitus” menjadi landasan dalam mengembangkan konsep ini. Habitus dapat diartikan sebagai tindakan sosial individu yang dilakukan secara berulang dan menjadi kebiasaan. Pemaknaan mengenai habitus dan gaya hidup lebih berfokus pada sisi budaya dan ekonomi. Bourdieu melihat bahwa pengaturan sosial pemilikan (akuisisi) dan manipulasi benda budaya (simbolik) dilakukan terstruktur dengan berbagai cara homolog dengan modal ekonomi dan struktur sosial. Bourdieu mengungkapkan ada ikatan krusial antara habitus dengan objektivitas realitas sosial dan subjektivitas pengalaman personal. Habitus menjadi gagasan yang dapat menjelaskan apa yang muncul sebagai variasi istimewa atas pilihan-pilihan kultural individu.

“Kenyataannya... cara-cara yang berbeda dalam menghubungkan realitas dan fiksi...sangat erat terkait erat dengan

posisi-posisi yang mungkin berbeda dalam ruang sosial dan konsekuensi-konsekuensinya, terikat dengan sistem- sistem disposisi (habitus) karakteristik dari kelas- kelas yang berbeda dan fraksi- fraksi kelas.”

(Bourdieu 1984 : 5-6)

Realitas yang ada menggambarkan adanya urgensi pada frase “terikat dengan” (bound with up), dimana cita rasa menjadi konsekuensi dari prinsip- prinsip yang diturunkan oleh para aktor mengenai semesta yang bermakna (meaningful universe). Beranjak dari itu, argumen krusial yakni gaya hidup sebagai produk dari habitus yang diterima melalui relasi timbal balik antar individu dalam skema- skema habitus sehingga menjadi tanda yang secara sosial dikualifikasikan (sebagai ‘terhormat’, ‘vulgar’, dan sebagainya) tanpa disadari (Bourdieu, 1984 :172, lihat juga Jenkins 1993).

Praktik akan skema habitus dengan gaya hidup milik Bourdieu ini juga terjadi praktik actual konsumsi yang mana terjadi akuisisi dan manipulasi menjadi bagian dari pentas penguasaan suatu kode komunikasi (*a code of communication*). Hal ini berkaitan dengan bagaimana seseorang dalam melihat bagaimana benda- benda simbolik dimanfaatkan, terutama yang dianggap sebagai atribut dari sebuah keunggulan menjadi salah satu tanda- tanda utama dari ‘kelas’ dan menjadi senjata yang ideal sebagai strategi- strategi pembedaan atas dirinya sendiri.

f. Gaya Hidup Sebagai Penunjuk Sikap, Nilai, Moral, dan Tindakan Individu.

Pola- pola kehidupan sosial seringkali diidentikan dengan penggunaan istilah budaya. Budaya sendiri sering dimaknai sebagai keseluruhan gaya hidup suatu masyarakat meliputi nilai, sikap, kebiasaan atau adat istiadat, serta kesamaan pemahaman yang dapat

menyatukan mereka menjadi suatu masyarakat (Kephart, 1982: 93). Kembali pada pengertian gaya hidup yang diungkapkan oleh Chaney pada awal pembahasan mengenai teori ini, yakni gaya hidup sebagai pola- pola tindakan yang membedakan antara satu individu dengan individu lainnya. Chaney mengungkapkan bahwa gaya hidup yang terdapat dalam diri seseorang itu bergantung pada bentuk- bentuk kultural masing- masing individu. Hal ini meliputi tata krama, gaya, termasuk pada cara penggunaan waktu, tempat dan barang yang menjadi karakteristik dalam dirinya namun tidak dapat diartikan sebagai keseluruhan pengalaman sosialnya. Gaya hidup bagi Chaney merupakan seperangkat sikap dan praktik yang masuk akal pada konteks- konteks tertentu.

Bagian terpenting dari gaya hidup menurut Chaney adalah gaya hidup menjadi ciri dari bentuk baru identitas sosial. Pandangannya ini mengarah pada penggunaan istilah- istilah pilihan (choices). Nilai, sikap, cita rasa menjadi karakteristik anggota kelompok sosial baru terutama pada modernitas. Cita rasa menjadi tanggung jawab diri individu atas penilaian orang lain terhadap dirinya. Oleh karena itu, akhir yang diterima pada pemikiran milik Chaney ini yaitu cita rasa dan pilihan gaya hidup seseorang menjadi bagian integral dari perasaan identitas, termasuk atas sikap, tindakan, nilai maupun moral yang diyakini oleh seseorang.

BAB III

GAMBARAN UMUM MAHASISWA PENGGUNA IPHONE FISIP UIN WALISONGO SEMARANG

A. Gambaran UIN Walisongo Semarang

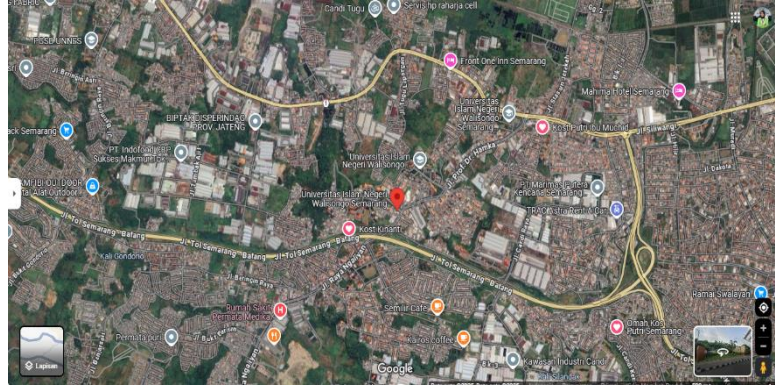
1. Geografis UIN Walisongo Semarang

Universitas Islam Negeri Walisongo atau biasa dikenal dengan UIN Walisongo merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang terletak di Kota Semarang dan berada dibawah naungan Kementrian Agama. Letak geografis kampus UIN Walisongo sendiri berada di pesisir Pantai utara Pulau Jawa, tepatnya dibagian tengah utara Pulau Jawa. Kampus UIN Walisongo secara detail terletak di daerah Ngaliyan, yakni salah satu kecamatan yang berada di pinggiran Kota Semarang, tepatnya di sebelah barat Kota Semarang. Ngaliyan sendiri memiliki batas- batas wilayah, diantaranya sebagai berikut :

- a. Sebelah Timur : Kecamatan Semarang Barat Kota Semarang
- b. Sebelah Barat : Kabupaten Kendal
- c. Sebelah Utara : Kecamatan Tugu Kota Semarang
- d. Sebelah Selatan : Kecamatan Mijen Kota Semarang

Secara keseluruhan, bangunan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki luas 83.317m (8,3317 ha). Luas keseluruhan dari bangunan yang ada di kampus Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dibagi menjadi beberapa bagian, diantaranya Kampus 1 dengan luas 11.176 m, Kampus 2 dengan luas 19.550 m, kampus 3 dengan luas 52.107 m, dan terakhir yaitu asrama mahasiswa dengan luas 484 m.

Gambar 3. 1 Peta Lokasi Wilayah UIN Walisongo Semarang



Sumber data : Google Maps Tahun 2025

Universitas Negeri Islam Walisongo terdiri dari beberapa bagian unit bangunan pendidikan dengan letak yang berdekatan. Hal ini bertujuan untuk menunjang tercapainya visi dan misi dari Universitas Islam Negeri Walisongo. Sarana dan prasarana menjadi hal yang penting untuk diperhatikan di dalamnya termasuk bangunan, lahan, fasilitas aktivitas perkuliahan, serta infrastruktur lainnya. Rincian dari pembagian unit bangunan pendidikan yang ada di Universitas Islam Negeri Walisongo diantaranya yaitu :

- a. Kampus I terdiri dari gedung pascasarjana, gedung wisma walisongo, koperasi, gedung perkuliahan, masjid, poliklinik, auditorium, lapangan tenis, serta rumah dinas rektor. Kampus I ini sering digunakan untuk perkuliahan aktif bagi mahasiswa strata II (S2) sehingga kampus I disebut sebagai gedung pascasarjana Universitas Islam Negeri Walisongo.
- b. Kampus II terdiri dari gedung Fakultas Ushuluddin dan Humaniora (FUHUM), Fakultas Sains dan Teknologi (FST), Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FITK), masjid, ma'had, serta rusunawa.
- c. Kampus III terdiri dari Fakultas Syariah dan Hukum (FSH), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Fakultas Psikologi dan

Kesehatan (FPK), pusat pengembangan bahasa, rektorat, kantin, masjid, koperasi mahasiswa, gedung serbaguna, auditorium, perpustakaan, laboratorium terpadu, planetarium, ma'had Al- Jamaah, wall climbing, serta lapangan sepak bola. Gedung Kampus III ini termasuk sebagai wilayah baru yang dibuka oleh Universitas Islam Negeri Walisongo karena adanya penambahan jurusan serta sarana dan prasarana.

2. Sejarah Universitas Islam Negeri Walisongo

Perjalanan mengenai perkembangan Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo menghabiskan masa yang panjang. Permulaan didirikannya UIN Walisongo tidak terlepas dari Sejarah berdirinya Sekolah Tinggi Agama Islam di Kudus pada tahun 1963, yang mana ide ini muncul dari gagasan Drs. Soenarto Notowidagdo. Ide yang muncul dari Drs. Soenarto Notowidagdo sendiri dilatar belakangi oleh adanya kebutuhan santri yang akan melanjutkan pendidikannya setelah lulus dari pesantren, terutama untuk mereka yang ada di Jawa Tengah. Jawa Tengah sendiri merupakan daerah dengan basis pesantren yang sangat besar. Oleh karena itu, seiring dengan perkembangan zaman, perlu diadakan lembaga pendidikan tinggi yang nantinya akan menambah diseminasi keilmuan namun tetap menjalankan tradisi pesantren yang telah didapatkan.

Pada awal peresmiannya, UIN Walisongo bukanlah sebuah universitas melainkan sebuah institut islam yakni Institut Agama Islam Negeri (IAIN Walisongo). IAIN Walisongo secara resmi berdiri pada tanggal 6 April 1970 oleh KH. M. Dahlan melalui Keputusan Menteri Agama RI No. 30 dan 31 tahun 1970. Saat awal peresmiannya, IAIN Walisongo hanya memiliki lima fakultas itu pun tersebar di berbagai kota di Jawa Tengah, diantaranya yaitu Fakultas Dakwah di Kota Semarang, Fakultas Syari'ah di Bumiayu, Fakultas Ushuluddin di Kabupaten Kudus, Fakultas Tarbiyah di Kabupaten Salatiga, dan terakhir Fakultas Syari'ah di Kabupaten Demak. Kelima fakultas agama Islam yang tersebar di berbagai wilayah di Jawa Tengah tersebut dikembangkan secara sporadis oleh para ulama sebagai bentuk representasi dari para birokrat santri dengan pemimpin agama.

Nama Walisongo sendiri dipilih oleh para pendiri untuk menggambarkan semangat spiritualitas dalam menjalani dinamika sejarah perguruan tinggi agama Islam terbesar di Jawa Tengah. Rektor pertama IAIN Walisongo yang dipilih pada saat peresmian yaitu KH. Zubair. Beliau menjabat menjadi rektor pertama di IAIN Walisongo pada periode tahun 1970 hingga 1972.

Seiring dengan perkembangan zaman, banyak perguruan tinggi Islam mengalami perubahan. Hal ini juga terjadi pada IAIN Walisongo yang mengalami pergantian menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo. Perubahan nama dari IAIN Walisongo menjadi UIN Walisongo secara resmi dilakukan pada tanggal 19 Desember 2014. Perubahan status ini dimuat dalam aturan Kementerian Agama No. 57 tahun 2015. Status yang telah diraih sebagai Universitas Islam Negeri juga disertai dengan tiga fakultas baru yang dibangun oleh UIN Walisongo, diantaranya yaitu Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, serta Fakultas Sains dan Teknologi. Tujuan perubahan dari IAIN Walisongo menjadi UIN Walisongo selain untuk menambah kebutuhan akademis, tujuan dari perubahan status dari IAIN menjadi UIN adalah untuk mencetak insan cendekia yang tidak hanya kompeten secara keilmuan tetapi juga menjunjung tinggi agama Islam sesuai dengan visi dan misinya.

Gambar 3. 2 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang



Sumber : Walisongo.ac.id Tahun 2025

Visi dan misi dari UIN Walisongo Semarang sendiri diantaranya yaitu :

a. Visi :

“Universitas Islam riset terdepan berbasis pada kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2028”

b. Misi :

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran IPTEKS berbasis pada kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan professional dan berakhlak Al- Karimah.
- 2) Meningkatkan kualitas penelitian untuk kepentingan Islam, ilmu, dan masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian yang bermanfaat untuk pengembangan masyarakat.
- 4) Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai- nilai kearifan lokal.
- 5) Mengembangkan Kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional, dan internasional.
- 6) Mewujudkan tata pengelolaan kelembagaan professional berstandar internasional.

3. Profil FISIP UIN Walisongo Semarang

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UIN Walisongon Semarang merupakan bagian integral dari peralihan IAIN Walisongo menjadi UIN Walisongo. Fakultas ini terbentuk pada tahun 2015. Peresmian FISIP UIN Walisongo tertuang dalam Peraturan Presiden RI Nomor 130 tahun 2014, tepatnya pada tanggal 16 Oktober 2014. Sejak dikeluarkannya SK Pendirian Fakultas nomor 57 tahun 2015 tentang perubahan status UIN Walisongo pada tanggal 9 September 2015, FISIP memiliki dua program studi. Ada pun dua program studi tersebut yakni program studi sosiologi dan program studi ilmu politik. Kedua program studi tersebut didirikan bersamaan dengan pendirian fakultas di lingkungan UIN Walisongo Semarang.

Ide dalam membentuk dan mendirikan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di lingkungan UIN Walisongo Semarang didasarkan pada perasaan atas keinginan untuk memperkuat peralihan dari IAIN Walisongo menjadi UIN Walisongo. Alasan lain dari didirikannya FISIP UIN Walisongo Semarang adalah adanya tujuan untuk memberikan sumbangsih nyata dari UIN Walisongo itu sendiri dalam berbagai dinamika aktivitas sosial dan politik yang ada di Indonesia secara lebih luas, terkhusus di Semarang. Namun, dalam perealisasiaannya tetap akan berpegang teguh pada nilai- nilai Islam dan etika religious selaras dengan visi dari UIN Walisongo Semarang.

Pada awalnya, FISIP UIN Walisongo ini beroperasi masih dengan segala keterbatasan, baik itu dalam hal pendanaan, sarana prasarana, hingga sumber daya manusia. Tahap awal dalam pelaksanaan aktivitas akademik FISIP UIN Walisongo pun menempati gedung lantai satu Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK). Mulai dari layanan akademik fakultas hingga aktivitas perkuliahan mahasiswa dilakukan disana. Banyak keterbatasan pada awal pengoperasian FISIP UIN Walisongo, meskipun demikian hal ini tidak menghalangi FISIP UIN Walisongo untuk tetap memberikan pemenuhan kebutuhan akademik secara maksimal.

Gambar 3. 3 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UIN Walisongo Semarang



Sumber : Amanat.id Tahun 2022

Seiring dengan berjalannya waktu, FISIP UIN Walisongo menjadi fakultas yang berkembang pesat di UIN Walisongo Semarang. Hal ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya peminat di FISIP UIN Walisongo dari tahun ke tahunnya. Dalam perkembangannya, FISIP UIN Walisongo memiliki visi dan misi untuk membentuk FISIP UIN Walisongo yang semakin maju di masa yang akan datang, diantaranya yaitu :

a. Visi :

“Fakultas riset terdepan dalam ilmu sosial dan ilmu politik berbasis pada kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban tingkat internasional pada tahun 2038” (fisip.walisongo.ac.id, 2025).

b. Misi :

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ilmu sosial dan ilmu politik berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan profesional dan berakhlak Al-karimah.
- 2) Meningkatkan kualitas penelitian dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik untuk kepentingan Islam, dan masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat berbasis Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang bermanfaat untuk pengembangan masyarakat.
- 4) Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal dalam kerangka Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 5) Mengembangkan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala nasional dan internasional dalam kerangka Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 6) Mengembangkan tata kelola kelembagaan berbasis quality assurance (penjaminan mutu).

Pelaksanaan aktivitas akademik di lingkungan FISIP UIN Walisongo didukung oleh tenaga pengajar yang ahli dalam bidangnya, sehingga mampu memberikan ilmu yang bermanfaat dan berkualitas bagi mahasiswanya. Adapun dekan pertama yang menjabat di FISIP UIN Walisongo yaitu bapak Dr. H. Muhyar Fanani, M.Ag. Dalam menunjang aktivitas dan kebutuhan akademik dari FISIP

UIN Walisongo memiliki beberapa fasilitas yang ditawarkan bagi seluruh mahasiswanya, diantaranya ada ruang kelas, laboratorium, *student forest garden* (sebagai ruang diskusi diluar ruangan), ruang siding, toilet, mushola, perpustakaan, serta fasilitas yang lain.

4. Deskripsi Mahasiswa FISIP UIN Walisongo Semarang

- a. Keadaan mahasiswa FISIP UIN Walisongo berdasarkan tahun angkatan serta kelas dan jenis kelamin

Jumlah mahasiswa yang ada di UIN Walisongo menurut data dari monografi univeritas UIN Walisongo tercatat sekitr 968 mahasiswa. Angka tersebut merupakan jumlah mahasiswa FISIP UIN Walisongo Semarang dari angkatan 2020 hingga 2024. Dimana data tersebut terdiri dari mahasiswa laki-laki yang berjumlah 404 dan mahasiswa perempuan yang berjumlah 564. Adapun secara lebih lengkap mengenai dengan penyebaran dan distribusi mahasiswa yang ada di FISIP UIN Walisongo Semarang dapat dilihat dari table berikut :

Tabel 1. 1
Persebaran mahasiswa FISIP UIN Walisongo
berdasarkan angkatan dan jenis kelamin

Angkatan	Laki- Laki	Perempuan	Jumlah
2020	33	23	56
2021	105	161	266
2022	142	186	328
2023	78	99	177
2024	46	95	141
Jumlah	404	564	968

Sumber : data monografi FISIP UIN Walisongo Semarang

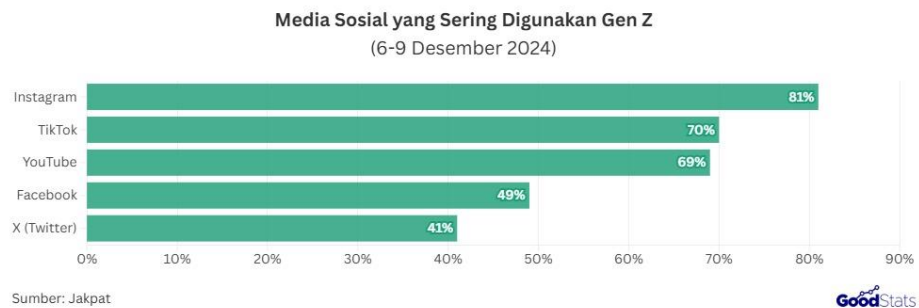
Dari data tersebut dapat diketahui bahwa proporsi mahasiswa perempuan tiap- tiap angkatan lebih banyak daripada mahasiswa laki- laki. Data yang didapatkan nantinya akan menjadi gambaran awal mengenai gaya hidup, terlebih pada gaya hidup konsumtif. Hal ini dikarenakan secara psikologi diketahui bahwa perempuan memiliki keinginan mengonsumsi barang dan jasa jauh lebih besar daripada laki- laki. Dilansir dari Tempo.com (2017), Anna Margareta Dauhan seorang psikolog dari pusat informasi dan Rumah Konsultasi Tiga Generasi mengungkapkan bahwa konsumsi berlebihan dilakukan oleh perempuan. Alasan dari ungkapannya itu adalah emosional perempuan memiliki pengaruh besar, jika laki- laki dalam mengonsumsi sesuatu lebih kepada pendekatan utilitarianisme, sedangkan perempuan cenderung dipengaruhi oleh faktor kesenangan dan hedonisme. Penelitian ini lebih mengacu pada penggunaan atau pengonsumsi barang untuk menginterpretasikan gaya hidup seseorang bahkan pada pembentukan identitas baru dan citra diri yang ingin dibentuk oleh individu terutama dalam lingkungan sosialnya.

b. Gambaran Umum Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo dalam Penggunaan Iphone

Berdasarkan laman resmi milik DKJN Kemenkeu, generasi Z adalah kelompok usia yang lahir pada rentang waktu 1997 – 2012. Generasi Z ini lahir sebagai digital native atau penduduk digital asli yang sejak kelahirannya sudah dekat dengan perkembangan teknologi dan paparan dari internet. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dilakukan pada 18 Desember 2023 hingga 19 Januari 2024, pengguna internet di Indonesia mencapai 221,5 juta jiwa. Dalam survei tersebut juga disebutkan bahwa generasi Z mendominasi sebagai pengguna internet terbanyak. Pengguna internet yang berasal dari generasi Z dalam survei tersebut disebutkan dengan jumlah total sebanyak 34,4 persen (APJII, 2024). Kemudian, berdasarkan data dari GoodStats (2025) menyebutkan bahwa sebagian besar dari generasi Z memanfaatkan dan menggunakan waktu

luangnya untuk menggunakan sosial media. Rincian penggunaan sosial media oleh generasi Z dalam data tersebut yaitu akses terhadap Instagram sebanyak 81%, TikTok sebanyak 70%, serta Youtube sebanyak 69%. Diketahui pula dalam data tersebut, generasi Z cenderung menggunakan sosial media untuk mengakses informasi dan berita terkini termasuk atas tren yang sedang viral terjadi.

Gambar 3. 4 data jumlah penggunaan sosial media oleh generasi Z di Indonesia



(Sumber : web GoodStats)

Penggunaan ponsel secara aktif oleh generasi Z termasuk pada penggunaan sosial media membentuk tren dan referensi tersendiri. Hal ini juga berkaitan dengan keputusan penggunaan merek ponsel yang akan digunakan dengan mempertimbangkan desain, kualitas hingga perfoma perangkat. Salah satu contohnya adalah pemilihan merek ponsel Iphone. Iphone dianggap sebagai produk premium dengan popularitas dan nilai prestige yang tinggi di semua kalangan (Hepat et al., 2024).

Sejalan dengan hal tersebut, pembelian Iphone bukan lagi atas kepentingan kegunaan, akan tetapi lebih mengacu pada kepentingan penggunaan simbol yang terdapat dari Iphone itu sendiri. Singkatnya, individu membeli Iphone karena dirinya ingin disimbolkan dari kalangan atas.

Pengguna Iphone yang demikian juga akan mengalami perubahan gaya hidup, dimana nantinya gaya hidup yang dijalannya akan tinggi. Situasi tersebut terjadi sebagai bentuk penyesuaian dan upaya dirinya dalam membentuk citra atau image dirinya sebagai pengguna Iphone yang dianggap sebagai barang premium (Hepat et al., 2024).

FISIP UIN Walisongo memasuki masa studi akademik semester genap, yang mana mahasiswa yang aktif banyak berasal dari kategori generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang sangat dekat teknologi sejak awal kelahirannya. Oleh karena itu, generasi Z dalam menjalani kehidupannya sangat bergantung dengan teknologi dan internet, baik itu dalam aspek pendidikan, bersosialisasi, hingga komunikasi sehari-hari (Zis, dkk, 2021). Salah satu sifat yang dimiliki oleh generasi Z dalam buku Santosa (2015) yang berjudul *“Raising Children In Digital Era”* adalah keinginan akan sebuah validasi (pengakuan) sangat tinggi. Oleh karena itu, generasi Z ini sangat mengikuti perkembangan teknologi termasuk pada tren-tren yang sedang populer di lingkungannya. Tak terkecuali pada penggunaan ponsel pintar hingga tren merek ponsel pintar.

Laporan dari Scoop Market yang menetapkan bahwa pangsa pasar Iphone di Asia cukup tinggi mulai dari Juni 2022 hingga Juni 2023, ini termasuk di Indonesia. Menurut Global Web Index, Indonesia masuk dalam kategori salah satu negara berkembang dengan ketertarikan yang tinggi terhadap merek ponsel Iphone. Data yang dihimpun dari bogortraffic.com, mendapatkan hasil bahwa terdapat 25 persen dari 55 ribu pengguna Iphone di Indonesia tersebar di Balikpapan dan DKI Jakarta. Iphone menjadi salah satu ponsel pintar yang belakangan ini sedang banyak diminati terutama oleh kalangan mahasiswa. Hal ini seperti survei yang dilakukan oleh Ketua Pusat Studi Ekonomi Keuangan dan Industri Digital (PSEKUIIN) UPN Veteran Yogyakarta, Ardito Bhinadi. Hasil survei Ardito menyebutkan bahwa Iphone menjadi ponsel pintar nomor satu yang digunakan oleh mahasiswa di Daerah Istimewa Jogjakarta (detik.com, 2024). Data-data tersebut juga menjadi bukti

bahwa Iphone banyak digunakan di wilayah- wilayah perkotaan. Selaras dengan temuan peneliti melalui pengamatan yang dilakukan, UIN Walisongo merupakan salah satu perguruan tinggi Islam negeri yang ada di Kota Semarang dengan pengguna Iphone yang cukup banyak dijumpai. Hasil pengamatan, mahasiswa generasi Z yang ada di FISIP UIN Walisongo menggunakan Iphone dengan berbagai tipe. Dalam penyebarannya banyak yang sudah beralih menggunakan Iphone dengan jenis dan tipe terbaru, meskipun demikian masih banyak juga ditemui yang menggunakan tipe Iphone keluaran lama.

Penggunaan Iphone dikalangan mahasiswa generasi Z pun dilatarbelakangi oleh berbagai alasan. Salah satunya yaitu pengaruh teman pergaulan dalam kehidupan mahasiswa. Lingkungan pertemanan berpengaruh besar terhadap minat dan kesenangan dalam kehidupan sehari- hari. Terlebih pertemanan pada saat perkuliahan, dimana banyak yang menjadi mahasiswa rantau dan frekuensi untuk bertemu dan berinteraksi dengan temannya akan lebih banyak. Adanya sikap menonjolkan diri atau keinginan untuk dihargai dan dinilai lebih oleh orang lain juga mendorong mahasiswa generasi Z di FISIP UIN Walisongo beralih menggunakan Iphone sebagai simbol yang dapat membentuk identitas baru dalam dirinya.

5. Profil Informan

a. Informan W

Usia : 21 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Mahasiswa Aktif

Keterangan Umum :

Informan W merupakan seorang mahasiswa aktif dari FISIP UIN Walisongo yang menggunakan ponsel pintar merek Iphone. Wizzi beralih menggunakan Iphone pada 2024 kemarin, series Iphone yang digunakan merupakan Iphone 11. Informan W menggunakan Iphone miliknya dengan

durasi 6 jam sehari untuk membuka sosial media seperti Whatsapp dan TikTok.

Alasan menggunakan Iphone :

Awalnya, informan W berganti menggunakan Iphone karena kualitas hasil foto yang dihasilkan dari kamera Iphone. Menurutnya, hal ini dapat menambah kepercayaan dirinya ketika hendak berfoto. Informan W juga mengaku dari banyaknya fitur Iphone yang ditawarkan. Informan W mengaku bahwa dirinya lebih banyak mengetahui berbagai fitur yang ada di kamera Iphone daripada fitur lainnya. Oleh karenanya, Informan W lebih banyak menggunakan berbagai fitur yang ada dalam kamera Iphone. Dalam kaitannya dengan gaya hidup, Informan W mengaku dirinya sangat konsumtif setelah beralih menggunakan Iphone. Baginya, Iphone sangat berpengaruh terhadap citra dirinya terutama di media sosial. Keperluan untuk mengunggah foto bagus di story sosial media menjadi aspek yang membuatnya cukup konsumtif dalam menggunakan Iphone miliknya. Penggunaan Iphone juga berpengaruh pada pergaulan sosialnya. Informan W mengungkapkan bahwasanya temannya sering meminjam ponsel miliknya untuk berfoto. Hal ini tentu saja membuatnya untuk dapat lebih terhubung dalam menjalin interaksi dengan temannya.

b. Informan MS

Usia : 20 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Mahasiswa Aktif

Keterangan Umum :

Informan MS merupakan mahasiswa aktif FISIP UIN Walisongo yang telah menggunakan Iphone sejak tahun 2019. Meskipun menggunakan Iphone sejak 2019, informan mengaku bahwa dirinya sempat beralih ke android meskipun hanya sebentar. Series Iphone yang ia gunakan merupakan Iphone 12. Dirinya mengungkapkan bahwa dirinya dalam sehari durasi penggunaan ponselnya itu kurang lebih selama 7- 8 jam. Penggunaan Iphone miliknya paling sering digunakan untuk berkomunikasi, foto, dan mencari informasi.

Alasan menggunakan Iphone :

Informan MS menjelaskan bahwa dirinya berganti ke Iphone karena fitur dan kelebihan yang ada pada merek ponsel tersebut, selain itu desain juga menjadi alasan dirinya mengganti ponselnya. Desain yang mewah dan menawan dari Iphone membuatnya tertarik untuk berganti ke Iphone. Baginya, Iphone memiliki desain dan tampilan yang berbeda dari merek ponsel lainnya, mulai dari bentuk, warna hingga tampilan layar proyekturnya. Series terbaru maupun series lama dari Iphone sendiri memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri bagi informan MS ini. Bahkan, desain dari Iphone mampu memberikan pengalaman dan kesan tersendiri bagi penggunanya. Terlebih banyaknya aksesoris Iphone yang lucu dan cantik banyak dijual dipasaran membuatnya semakin yakin untuk beralih menggunakan Iphone.

c. Informan LA

Usia : 22 tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Status : Mahasiswa Aktif

Keterangan Umum :

LA merupakan mahasiswa aktif FISIP UIN Walisongo, prodi Sosiologi yang sudah lama menggunakan Iphone. LA mengungkapkan bahwasanya dirinya telah menggunakan Iphone sejak dirinya berada di bangku kelas 11 SMA. Saat ini, series Iphone yang digunakan oleh LA merupakan Iphone 11 Pro Max. Dirinya mengungkapkan, selain digunakan untuk komunikasi dan mengakses informasi termasuk sosial media, ia juga menggunakan ponselnya itu untuk editing. Oleh karena itu, LA menggunakan sebagian waktu dalam mengoperasikan Iphonenya untuk aktivitas editing, seperti melalui Canva dan Capcut. Menurutnya, prosessor yang ada dari bawaan Iphone tergolong tidak lemot bahkan sangat lancar ketika digunakan untuk mengedit.

Alasan menggunakan Iphone :

LA mengungkapkan bahwa alasan awal dirinya mengganti ponsel dengan merek Iphone karena ingin mencoba pengalaman baru menggunakan

Iphone. LA banyak mendengar dari lingkungan sekitarnya bahwa Iphone dengan ponsel merek lain memiliki spesifikasi yang berbeda sehingga pengalaman penggunaannya pun berbeda. Maka dari itu, sejak kelas 11 SMA ia memutuskan untuk mengganti ponselnya yang awalnya android yakni Oppo series A5s. Saat itu, LA mengganti ponselnya menjadi Iphone 7 karena memang sedang populer dan baru rilis. Dirinya juga mengungkapkan bahwa dirinya cukup mudah terpengaruh oleh temannya, hal ini juga menjadi alasan lain dirinya berganti ponsel dari android ke Iphone. Menurutnya, menggunakan Iphone dapat menambah rasa percaya diri terutama di lingkungan pergaulannya. Banyak dari temannya yang menggunakan Iphone serta kesan baik atas Iphone yang terbentuk di lingkungan pergaulannya membuatnya semakin tampil percaya diri. Jika dulu Iphone 7 yang hanya memiliki satu kamera saja dapat membuat LA tampil percaya diri, kini Iphone 11 Pro Max yang ia gunakan semakin membuatnya menjadi lebih percaya diri. Adanya tren penggunaan istilah “kamera boba” atau lebih dari satu kamera saja menjadi salah satu alasan dirinya tampil percaya diri. Meskipun Iphone 11 Pro Max ini tergolong keluaran cukup lama, namun bagi LA fasilitas dan spesifikasi yang ditawarkan masih bisa disandingkan dengan Iphone series terbaru.

d. Informan S

Usia : 20 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Status : Mahasiswa Aktif

Keterangan Umum :

Informan S merupakan mahasiswa aktif FISIP UIN Walisongo yang telah menggunakan ponsel pintar merek Iphone sejak 2020 lalu. Awalnya, Informan S merupakan pengguna ponsel android kemudian beralih ke Iphone dengan series Iphone 8. Saat ini, dirinya mengaku sedang menggunakan Iphone series XR.

Alasan menggunakan Iphone :

Alasan kepemilikan Iphone pertamanya adalah adanya perasaan emosional yang memicu dirinya untuk membeli Iphone. Hal ini dikarenakan dirinya melihat bahwa Iphone merupakan ponsel pintar yang relative cukup cepat ketika sedang dioperasikan. Keingin tahuan Sandi semakin kuat dan membuat dirinya merasa ingin tahu berbagai fitur yang ada pada Iphone. Meskipun Informan S saat ini masih menggunakan Iphone series XR dan sudah rilis sejak lama, bahkan tidak sudah tidak diproduksi lagi bukan menjadi sebuah masalah bagi Sandi. Sandi juga memberikan penilaian terhadap series Iphone yang keluar baru- baru ini seperti Iphone 16, 16 pro, serta 16 pro max. Menurutnya, tampilan yang ada pada Iphone series tersebut semakin diperbaharui dan semakin menunjukkan kesan mewah, terlebih dengan adanya sistem *dynamic island* serta warna yang tak terduga untuk sebuah ponsel pintar yakni titanium (warna cenderung ke silver abu). Tak hanya mengungkapkan berbagai keunggulannya saja, Sandi juga menyebutkan bahwasanya Iphone memiliki kapasitas baterai yang kecil dan membuat Iphone menjadi cepat panas dan berakhir boros dalam penggunaan baterai. Akan tetapi, hal ini tidak menghalangi Sandi untuk tetap memilih Iphone menjadi merek ponsel kesukannya.

e. Informan SM

Umur : 21 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Mahasiswa Aktif : Mahasiswa aktif

Keterangan Umum :

SM merupakan salah satu mahasiswi yang ada di FISIP UIN Walisongo. SM juga mengaku bahwa dirinya telah menggunakan Iphone sejak berada di bangku SMA. Saat ini, series Iphone yang digunakan oleh SM adalah Iphone 13. SM lebih banyak menggunakan waktunya untuk mengakses ponselnya itu untuk mencari hiburan, termasuk berbelanja dan mengakses media sosial. SM ini tergolong orang yang selalu *up to date* sehingga pada saat berganti menggunakan Iphone, dirinya sudah tau beberapa fitur yang ada dalam Iphone seperti *icloud*, *imessage*, *face id*, serta *live photo*. Fitur seperti

live photo sering kali digunakan untuk diunggah di laman media sosialnya tanpa harus melalui Instagram. Hal ini sangat memudahkan informan SM untuk menambah efektivitas perjalanan.

Alasan menggunakan Iphone :

SM mengungkapkan bahwa pada awalnya dia terdorong untuk mengganti ponselnya menjadi Iphone karena adanya dorongan dari keluarga memberikan informasi terkait kenyamanan dan kekhasan dari penggunaan Iphone. Seiring berjalannya waktu SM menyadari bahwa Iphone merupakan ponsel yang ia butuhkan saat ini. Dimana dengan kelengkapan fitur dan kecanggihan kamera yang ditawarkan dirinya menjadi anak media sosial yang sangat aktif. Dirinya juga mengakui bahwa dirinya cukup konsumtif dalam menggunakan Iphone, dimana ia menggunakan Iphone miliknya itu selama kurang lebih 8 jam untuk mencari hiburan di media sosial. Berbekal dengan keunikan dan bagusya kamera yang ditawarkan membuatnya ikut terinspirasi dan menjadi aktif di media sosial dengan mengunggah berbagai konten yang nantinya akan dipublikasi melalui media sosialnya. Berawal dari SM yang tidak suka bermain media sosial, namun setelah memiliki Iphone dirinya semakin candu untuk lebih aktif lagi di media sosial.

f. Informan M

Umur : 20 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Mahasiswa Aktif : Mahasiswa aktif

Keterangan Umum :

M merupakan salah satu mahasiswi yang ada di FISIP UIN Walisongo. M juga mengaku bahwa dirinya telah menggunakan Iphone sejak berada di bangku SMA. Saat ini, series Iphone yang digunakan oleh SM adalah Iphone 14. Informan M lebih banyak menggunakan waktunya untuk mengakses ponselnya itu untuk mencari hiburan, termasuk berbelanja dan mengakses media sosial. Informan M ini tergolong orang yang penuh dengan ide kreativitasnya, informan sangat tertarik dengan konsumsi dan produksi konten pada platform sosial media. Dirinya memiliki hobi fotografi yang bertujuan

mengabadikan momen -momen dan menjadikan momen tersebut sebagai sebuah pengalaman tak terlupakan yang bisa disimpan selamanya melalui pengambilan foto maupun video.

Alasan menggunakan Iphone :

Informan M mengungkapkan bahwa pada awalnya dia terdorong untuk mengganti ponselnya menjadi Iphone karena adanya dorongan dari lingkungan pergaulan memberikan informasi terkait kenyamanan dan kekhasan dari penggunaan Iphone. Citra dan kesan menjadi alasan penggunaan Iphone olehnya pada saat itu, namun seiring berjalannya waktu Informan M menyadari bahwa Iphone merupakan ponsel yang memiliki kualitas kamera yang bagus dan dapat menghasilkan foto- foto yang ciamik daripada merek smartphone lainnya. Dimana dengan kelengkapan fitur dan kecanggihan kamera yang ditawarkan dirinya menjadi anak media sosial yang sangat aktif. Keaktifan informan M dalam mengonsumsi maupun memproduksi konten yang ada di platform sosial media karena kualitas yang ditawarkan terutama pada bagian kamera, sehingga membuatnya ingin dan terus ingin mengambil foto.

BAB IV

ALASAN MAHASISWA GENERASI Z FISIP UIN WALISONGO DALAM MENGUNAKAN IPHONE

A. Preferensi Teknologi Mahasiswa Generasi Z

Generasi Z dikenal dengan generasi yang sangat dekat dengan teknologi, bahkan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari generasi Z ini sangat bergantung dengan teknologi. Selaras dengan yang dijelaskan oleh Subowo, A. T. (2021) bahwa generasi Z merupakan sekelompok individu yang berkembang dalam kemajuan teknologi digital yang sangat pesat. Menurutnya, karena hal itu lah generasi Z ini dapat dikatakan bahwa kehidupannya sedikit banyak bergantung pada teknologi. Kedekatan generasi Z dengan teknologi ini secara tidak langsung juga dapat berpengaruh terhadap kepribadian mereka (Ramadhani & Khoirunisa, 2025). Kepribadian generasi Z akibat kedekatannya dengan teknologi membuat generasi Z ini lebih cekatan dalam mengikuti perkembangan teknologi dan informasi. Berbeda dengan generasi sebelumnya, generasi Z ini mampu secara mandiri dalam mencari informasi baru dan tantangan baru termasuk untuk memecahkan masalah karena kemampuannya dalam mengakses dan mengoperasikan teknologi.

Kemampuan dan kecerdasan generasi Z dalam memanfaatkan teknologi ini juga membuat generasi tersebut memiliki preferensi kategori teknologi yang menurutnya ideal. Preferensi sendiri diartikan sebagai kesukaan atau ketertarikan individu dari berbagai pilihan yang ditawarkan (Kotler, 2000). Dikenal sebagai *digital native* atau penduduk asli internet membuat generasi Z ini memiliki preferensi teknologi yang berbeda dengan generasi lain. Tak terkecuali pada pemilihan dalam menggunakan ponsel pintar. Preferensi dalam pemilihan ponsel pintar yang digunakan oleh generasi Z ini juga terjadi di kalangan mahasiswa FISIP UIN Walisongo Semarang. Pemilihan ponsel pintar

yang akan digunakan oleh mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo Semarang juga memiliki karakteristik tersendiri.

Berdasarkan proses observasi dan wawancara yang dilakukan dengan informan, ditemukan beberapa preferensi yang berbeda dalam pemilihan teknologi oleh mahasiswa generasi Z terutama pada pemilihan ponsel pintar. Informan pertama yang berinisial SM, umur 21 tahun dari jurusan Sosiologi FISIP UIN Walisongo Semarang. Hasil yang diperoleh dari observasi dan wawancara menunjukkan bahwa dalam menggunakan ponsel pintar SM lebih memilih pada merek ponsel yang user friendly atau mudah digunakan. Pernyataan informan akan hal tersebut yakni sebagai berikut :

“Aku kalo pake hp milihnya ya yang gampang dipakainya terus ga butuh waktu lama buat dipelajari penggunaannya. Biar lebih efisien juga karna ga makan banyak waktu, terutama di Iphone ini kan ada tuh kalo kita mau ngirim foto atau video ada namanya Airdrop, nah lewat situ kirim foto maupun video udah gausah nunggu lama bahkan tanpa koneksi internet pun bisa. Cara kerjanya mirip Bluetooth tapi versi lebih cepet dan gak lemot aja. Tinggal klik aktifin Airdrop dengan sesame pengguna Iphone sudah kelar” (wawancara dengan informan SM pada 20 Mei 2025).

Berdasarkan wawancara diatas, secara keseluruhan informan diatas memiliki preferensi penggunaan teknologi ponsel pintar yang menurutnya bagus adalah perangkat yang mudah digunakan serta memudahkan dalam segala aktivitas termasuk pada fitur pengiriman foto atau video.

Menyambung dari hasil temuan pada informan pertama yang berinisial SM. Informan LA, yang berumur 22 tahun dan berasal dari jurusan Sosiologi FISIP UIN Walisongo Semarang. Dari hasil temuan dengan informan LA disebutkan bahwa preferensi pemilihan teknologi ponsel pintar menurutnya yaitu, yang dapat menjadi perangkat dengan tingkat fleksibilitas yang tinggi. Maknanya adalah ponsel yang dapat digunakan untuk belajar, bekerja, bahkan mencari hiburan dengan cepat dan tepat.

“Pakai hp bukan hanya yang bisa dipake komunikasi aja, tetapi bisa jadi perangkat buat belajar bahkan bekerja sampai bisa ngehasilin cuan. Menurutku, kalau perangkatnya mendukung, ga lemot, terus juga kualitasnya oke meskipun mahal mah itu justru menguntungkan ya. Mending mahal tapi kualitas stabil dari baru ampe penggunaan lama daripada murah tapi gampang rusak sama aja bikin rugi dan jatohnya boros.” (wawancara dengan informan LA pada 18 Mei 2025).

Hal tersebut berbeda dengan apa yang ditemukan pada wawancara dengan informan MS, mahasiswa jurusan Ilmu Politik yang berumur 20 tahun. Diperoleh hasil yang menunjukkan preferensi teknologi yang disukai oleh generasi Z adalah yang bersifat interaktif. Artinya, ada hubungan respon timbal balik saat menggunakan teknologi. Salah satunya seperti penggunaan AI. Bagi informan MS, adanya teknologi seperti AI mempermudah dirinya dalam melakukan berbagai hal.

“Menurutku teknologi interaktif yang banyak disukai dan digunakan saat ini sih ka, kalo di Iphone kan ada yang namanya Siri tuh, jadi di Siri kita bisa minta tolong untuk melakukan dan mengoperasikan ponsel kita tanpa kita harus mengoperasikan dan menekan layar secara langsung. Kita Cuma tinggal ngomong kaya “halo Siri nyalakan alarm”, nah dari situ nanti Siri yang akan ngebantu kita buat ngoperasiin dan nyalain alarm tanpa harus kita ngoperasiin langsung gitu.” (wawancara dengan informan MS pada 27 Mei 2025).

Hasil temuan berikutnya juga ditemukan pada informan W, mahasiswa jurusan Ilmu Politik yang berusia 21 tahun. Dari hasil wawancara dengan informan W ditemukan bahwa preferensi teknologi yang baik menurutnya adalah yang peduli akan isu lingkungan. Diketahui juga bahwa informan W ini aktif ikut berbagai kegiatan volunteer, serta dirinya sangat konsen dan peduli terhadap isu lingkungan. Oleh karena itu, dalam memilih teknologi dirinya akan memilih teknologi yang peduli akan Kesehatan lingkungan.

“Teknologi yang baik bagiku teknologi yang peduli akan keberlangsungan Kesehatan lingkungan hidup ka, ya percuma bentuknya sebagus apapun kalo ga peduli sama lingkungan terutama pada proses produksinya menurutku produk teknologi tersebut kurang bagus aja.” (wawancara dengan informan W pada tanggal 21 Mei 2025).

Berdasarkan hasil penelitian terhadap beberapa informan mahasiswa FISIP UIN Walisongo Semarang ditemukan bahwa preferensi teknologi yang baik menurut mahasiswa terutama generasi Z merupakan fenomena yang cukup menarik. Preferensi dari penggunaan teknologi yang baik dan didapat dari proses pengamatan meliputi :

1. *User friendly*

Dilansir dari Liputan6.com, *user friendly* merupakan istilah yang seringkali digunakan untuk menggambarkan suatu layanan, produk maupun sistem mudah dipahami oleh penggunanya. Penciptaan suatu produk dari teknologi yang *user friendly* biasanya difokuskan pada penciptaan pengalaman yang intuitif, menyenangkan, serta efisien bagi pengguna saat sedang menggunakan produk tersebut. Terbiasa mencari informasi terkini secara mandiri, generasi Z sering dimaknai sebagai generasi yang anti ribet. Teknologi yang sederhana namun memiliki beragam nilai guna menjadi salah satu kategori preferensi teknologi yang disukai oleh generasi Z. Teknologi yang dimaksud adalah jenis teknologi yang *user-friendly* atau mudah dioperasikan hanya memerlukan waktu yang singkat untuk dipelajari dan digunakan sehingga tidak perlu waktu yang lama. Kembali ke karakteristik generasi Z yang mandiri dan cekatan dalam menggali informasi terkini menjadi salah satu faktor teknologi yang *user friendly* ini menjadi preferensi teknologi yang disukai oleh generasi Z .

2. Efisiensi tinggi

Efisiensi adalah suatu tolak ukur keberhasilan yang dapat dinilai dari segi besarnya sumber daya atau biaya dalam mencapai hasil dari segi kegiatan yang dilakukan (Hasibuan, 1984). Dari konsep teknologi, efisiensi diartikan sebagai bentuk pencapaian kuantitas dari sebuah keluaran yang diinginkan sehingga mendapatkan hasil yang sudah ditetapkan. Menurut Steven M. Sheffrin (2003) tujuan dari adanya efisiensi dalam teknologi sendiri yaitu untuk menciptakan produk yang diinginkan dan dapat dihasilkan secara optimal, selain itu juga bertujuan untuk menyeimbangkan anantara kebutuhan akan sumber dengan penyedia agar tetap terjaga dan mencapai tujuan tanpa adanya hambatan. Terbiasa hidup dan berdampingan dengan teknologi, generasi Z ini akan lebih memilih teknologi yang memudahkan dan mempercepat akan berbagai aktivitas. Salah satunya dengan mempertimbangkan efisiensi dari sebuah teknologi yang ditawarkan oleh pasar. Dalam hal ini bertujuan untuk memudahkan generasi Z ini termasuk pada aktivitas pembelajaran maupun bekerja. Perangkat yang cepat cenderung akan dipilih oleh generasi Z sekali pun harganya tergolong mahal.

3. Teknologi yang Interaktif

Teknologi interaktif diartikan sebagai perangkat atau alat yang mendukung interaksi dua arah antar pengguna dengan sistem digital. Teknologi jenis ini merupakan teknologi yang memungkinkan adanya partisipasi aktif dari pengguna secara langsung bukan hanya sebagai penerima pasif. Tujuan dari adanya teknologi interaktif ini sendiri bertujuan agar tercipta komunikasi yang responsif dan dinamis. Contohnya dari teknologi interaktif selain robotada juga teknologi AI

maupun fitur canggih. Tak terkecuali di lingkungan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo

B. Alasan Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo Memilih Iphone

Alasan penggunaan Iphone di kalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo Semarang berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dilatarbelakangi oleh persepsi mereka sendiri. Persepsi terhadap merek Iphone yang terbentuk di mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo pun berbeda- beda. Pembentukan persepsi tiap- tiap mahasiswa generasi Z di FISIP UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan Iphone juga dilatarbelakangi oleh beberapa faktor. Diantaranya ada faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu masing- masing sedangkan faktor eksternal banyak dipengaruhi oleh sesuatu yang berasal dari luar diri individu tersebut.

Adapun pemilihan merek Iphone sebagai ponsel pintar yang digunakan oleh mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo diantaranya yaitu :

1. Alasan Sosial dan Identitas

a. Perasaan *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan Pengaruh Lingkungan Sosial

Fear Of Missing Out (FOMO) atau bisa juga dikenal dengan perasaan takut akan ketinggalan. FOMO sering kali dirasakan oleh seseorang ketika mereka mengalami *relatedness* dan *self* yang tidak terpenuhi (Taswiyah, 2022). FOMO juga dapat muncul akibat pengaruh dari lingkungan seseorang. Perasaan FOMO pada individu juga dapat dilihat melalui cara individu tersebut dalam berperilaku. Dalam sebuah realitas, seseorang yang mengalami FOMO akan cenderung terus melihat segala sesuatu yang dapat mengundang perhatiannya. Hal ini juga termasuk pada perilakunya dalam mencermati kehidupan orang lain, baik itu orang yang dikenalnya

maupun tidak. Individu yang memiliki perasaan FOMO akan selalu membandingkan kehidupannya dengan kehidupan yang dijalani oleh orang lain (Socius et al., n.d.). Tak terkecuali pada kalangan mahasiswa yang merupakan bagian dari generasi Z. Generasi Z menjadi generasi yang sangat kompetitif dan tidak mau tertinggal akan sebuah tren yang populer.

Popularitas pemilihan merek ponsel juga terjadi dikalangan mahasiswa, terutama generasi Z. Iphone menjadi salah satu merek ponsel yang banyak dipilih dan digunakan oleh mahasiswa generasi Z. Terlebih penggunaan Iphone menjadi objek penelitian ini terkait dengan gaya hidup pada penggunaannya. Banyaknya mahasiswa yang menggunakan Iphone dilatarbelakangi oleh beberapa alasan, salah satunya adalah perasaan FOMO atau takut akan ketertinggalan. Dalam konteks ini, lingkungan berpengaruh cukup besar. Mahasiswa yang awalnya tidak menggunakan Iphone dan melihat orang yang memakai Iphone, terlebih Iphone memiliki beragam fitur yang canggih serta nilai prestise tersendiri akan terus mengamati orang lain yang menggunakan Iphone. Dorongan untuk menggunakan Iphone juga banyak terjadi karena lingkungan teman pergaulannya merupakan pengguna Iphone juga menjadi pemicu munculnya perasaan FOMO dalam diri individu. Contohnya seperti pemilihan merek Iphone yang dilakukan oleh informan LA yang mana memilih menggunakan Iphone karena alasan perasaan takut tertinggal oleh lingkungan pergaulannya. Hal ini disebabkan bahwa menurut informan LA, temannya yang menggunakan Iphone terlihat tampak “keren” dan menawan, terlebih Iphone ini memiliki penilaian yang baik oleh orang lain. Baginya, dengan mengganti merek ponselnya menjadi Iphone dapat membuatnya terlihat lebih menawan dan disukai banyak orang, termasuk dapat memperkuat hubungan pertemanan dengan lingkungan

sekitarnya, tak terkecuali pada lingkungan pergaulannya. Hal ini diperkuat dengan pernyataan yang disampaikan oleh informan LA sebagai berikut :

“Aku sebenarnya pakai Iphone udah dari SMA sih ka, itu juga karena dipengaruhi teman- teman aku, ga secara langsung sih ka, cuma sebagian besar teman tongkronganku itu pengguna Iphone. Ditambah lagi adanya anggapan dari orang lain kalau Iphone tuh keren karena hp mahal gitu kali ya, jadi dari situ juga muncul keinginan buat ganti ke Iphone. Ya masak temennya pada pakai Iphone aku pakai android sendiri sih ka” (wawancara dengan informan LA, 18 Mei 2025)

Dalam konteks alasan penggunaan Iphone yang dilakukan oleh informan LA ini, dapat dipahami bahwa tindakan konsumsi individu akan suatu produk tidak hanya dipengaruhi oleh kekuatan tertentu atau masyarakat luas (dari jenis apapun) tetapi juga berasal dari keinginan individu itu sendiri. Chaney menyebutkan bahwa pola kehidupan individu termasuk pada tindakan konsumsinya akan suatu barang itu menitikberatkan pada pilihan individu dari adanya pengaruh interaksi sosial. Maknanya, tindakan konsumsi dengan mengganti merek Iphone ini, tidak sepenuhnya berasal dari lingkungan tetapi ada juga dorongan dari dalam diri yang merasa ingin dan takut tertinggal (FOMO) atas kepemilikan Iphone. Munculnya perasaan cemas dan takut tertinggal bahkan takut tidak memiliki hubungan dengan orang lain ketika tidak sama dengan yang ada di lingkungannya menjadi ciri dari individu yang mengalami *Fear Of Missing Out* (FOMO) (Haryono dan Yanuartuti, 2023).

Pada realitas yang ada, kepeminatan Iphone dengan merek ponsel lain memiliki perbedaan. Banyaknya tipe dan series Iphone yang dikenalkan pada publik serta telah diperjualbelikan, hal ini tidak menyurutkan popularitas dan peminat dari tipe dan series Iphone yang

lama. Contohnya seperti peminat Iphone XR, dimana series ini merupakan series Iphone yang dirilis empat tahun lalu yakni 2021. Namun, peminat dan pengguna Iphone XR hingga saat ini masih banyak ditemukan, bahkan sebagian orang juga banyak yang mencari series Iphone ini karena kualitas kamera serta tone warnahangat pada hasil foto yang ditawarkan. Akan tetapi, tidak peminat Iphone dengan series keluaran baru seperti Iphone 12, 13, 14, 15, bahkan Iphone 16 pun juga banyak dijumpai. Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh informan SM. Informan SM menyebutkan bahwa dirinya dulu merupakan pengguna Iphone XR yang kemudian berganti ke Iphone 13 karena pada saat itu Iphone 13 sedang tren dan digemari banyak orang. Pernyataan tersebut disampaikan oleh informan SM pada sesi wawancara sebagai berikut :

“Jadi dulu tuh aku pakainya Iphone XR warna putih, ya zaman itu masih hype parah lah, udah 3 atau 4 tahunan kali ya pakai Iphone XR, terus baru beberapa bulan kemarin mutusin buat ganti ke Iphone 13 karena ya selain udah banyak banget yang pakai, terus sekarang juga kan zamannya pakai Iphone boba tuh yang kameranya paling ga ada 3 lah kalau ga ya kamera miring kaya Iphone 13. Terus lagi ngeliat teman-teman yang pakai Iphone 13 itu kaya keren aja gitu, ditambah makin percaya diri kalo mirrorselfie pakai Iphone 13 karena biar ga kelihatan kuno aja.” (wawancara dengan informan SM, pada 24 Mei 2024).

Perasaan FOMO yang muncul dalam diri individu dan terjadi karena individu merasa dirinya telah ketinggalan trend, berita, serta hype. FOMO sendiri pertama kali ditemukan oleh salah seorang Hal ini juga didukung oleh Patrick J. McGinnis sekitar tahun 2000-an saat dirinya sedang menempuh jenjang magister pada perkuliahannya. FOMO merupakan gangguan psikologis yang dialami oleh seseorang. Individu yang terkena FOMO akan berusaha untuk mencari tahu informasi terkini secepat mungkin, bahkan ketika ada informasi yang

menjadi tren dan populer mereka akan cenderung merasa cemas dan gelisah. Hal ini termasuk pada informasi terkait dengan perkembangan kecanggihan teknologi, salah satunya adalah Iphone. Perluasan dan perkembangan informasi yang semakin pesat serta mudah ditemukan dimana pun. Termasuk pada realitas konteks penelitian ini. Dimana banyak sekali disajikan informasi terkait dengan model- model terbaru Iphone. Series Iphone terbaru yang muncul saat ini terakhir kali diperkenalkan oleh Iphone yaitu Iphone 16. Individu yang memiliki perasaan FOMO akan berusaha untuk mencari tahu tentang Iphone 16 bahkan akan mengupayakan segala cara untuk memiliki Iphone series terbaru tersebut. Hal ini selaras dengan apa yang diungkapkan oleh salah satu informan yakni informan W, yang disampaikan pada sesi wawancara sebagai berikut :

“Aku kan pengguna Iphone 11 nih ka, tetapi disini lain kalau ditanyain pengen engga nya ganti ke Iphone 16 ya pengen dong kak pastinya, Apalagi Iphone 16 ini keluar dengan upgrade sistem dan fitur yang lumayan signifikan dari series- series sebelumnya kan. Ditambah lagi sekarang yang pake Iphone 16 kan udah banyak ya ka, jadi bawaannya pengen aja gitu upgrade ke Iphone 16, tap iya gitu sih sampai sekarang ini masih berusaha untuk nabung dulu”. (wawancara dengan informan W pada tanggal 21 Mei 2025).

Informan W menyebutkan bahwa dirinya merasa tertarik untuk *upgrade* ke series 16. Selain dari kecanggihan yang ditawarkan, banyaknya pengguna Iphone 16 yang telah dijumpai oleh informan membuatnya ingin juga berganti ke Iphone 16 ini. Informan juga mengaku bahwa dirinya saat ini sedang berusaha untuk mengumpulkan uang dengan menabung untuk membeli Iphone 16 tersebut. Perasaan FOMO terkadang juga terjadi pada seseorang tanpa mereka sadari. Realitas sosial yang ada mendorong informan untuk mengganti series ponselnya.

Kotler menyebutkan bahwa dalam membentuk sebuah pilihan, individu didorong oleh beberapa faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Dimana dalam hal ini, faktor internal menjadi alasan individu dalam mengganti ponselnya. Bagi Kotler, persepsi individu terhadap sebuah objek yang mana dalam hal ini adalah Iphone, merupakan bentuk interpretasi individu dalam menggambarkan makna yang ada dalam dirinya terhadap sebuah objek. Termasuk pada alasan yang telah dijelaskan oleh informan W. Informan W menyatakan bahwasanya dirinya memiliki keinginan untuk berganti ke series terbaru Iphone yakni Iphone 16. Karena baginya, Iphone 16 ini memiliki *upgrade* sistem yang lebih baik dan signifikan dari series Iphone lainnya serta banyaknya orang yang menggunakan Iphone 16 ini membuat informan W memaknai bahwa Iphone 16 ini memiliki kualitas yang sudah terjamin.

b. Iphone Sebagai Identitas Sosial

Identitas diri diartikan sebagai bentuk proses individu dalam menginterpretasikan dirinya sebagai seseorang terhadap orang lain. Menurut Michael Hecht dengan koleganya (dalam Little John : 113), identitas menjadi penghubung utama dalam proses sosial antara individu dengan masyarakat. Dengan kata lain, identitas diri menjadi sebuah kode keanggotaan seseorang dalam interaksinya dengan lingkungan sosialnya. Identitas juga dapat diartikan sebagai bentuk ekspresi individu dalam membentuk makna dan definisi dirinya berdasarkan apa yang diinginkannya terhadap orang lain.

Pembentukan identitas diri oleh individu ini dilatarbelakangi oleh beberapa hal salah satunya adalah adanya motif dalam pembentukan identitas diri individu. Merujuk pada konsep motif dalam teori fenomenologi milik Alfred Schutz, motif sendiri dibedakan

menjadi dua yakni motif *because of* atau motif yang melihat ke belakang dengan motif *in order* atau motif yang menjadi pijakan oleh seseorang dalam melakukan sesuatu. Motif *because of* sendiri merupakan motif yang melihat ke belakang, dimana dalam motif ini individu akan kembali ke masa lalunya. Pada motif ini, individu akan menganalisis tindakan dan perilakunya pada masa lalunya dan memperhitungkan kontribusi yang akan didapatkan untuk tindakan selanjutnya di masa yang akan datang. Sederhananya, tindakan masa lalu menjadi bagian dari pembelajaran untuk bertindak di masa yang akan datang (Karin & Yuningsih, 2023). Hal ini selaras dengan apa yang diungkapkan oleh informan W pada saat wawancara yang dilakukan pada 21 Mei 2025. Berikut ungkapan informan W pada sesi wawancara :

“Sebelum pakai Iphone dulu aku selalu pinjem HP teman aku ka, tapi mungkin terlalu sering minjem buat foto- foto jadi teman aku ngerasany risih kali ya, sampe akhirnya tiap aku pinjem temenku selalu alesan entah itu baterainya abis lah, hpnya panas lah, atau hpnya lg mau dipake hal lain, ya itu wajar karna itu hak dia karena miliknya kan, Cuma dari situ aku mikir buat yaudah beli sendiri untuk Menuhin keinginan dan kebutuhan aku ketika mau foto. Tapi dari situ, setelah aku pakai Iphone aku gamau kaya gitu ka, aku justru akan minjemin temenku yang gapunya buat foto, ya menurut aku selagi itu tidak terlalu mengganggu dan merugikan kita tidak masalah, justru aku malah seneng kalau bisa jadi bermanfaat buat orang lain” (wawancara dengan informan W pada tanggal 21 Mei 2025).

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diartikan bahwa informan menyadari akan tindakan yang ada di masa lalunya membuat temannya yang memakai Iphone menjadi tidak nyaman dan terganggu. Informan W mengaku bahwa dirinya termotivasi atas tindakan dan respon dari temannya. Informan mengungkapkan bahwa dirinya tidak akan menerapkan respon atas teman masa lalunya pada masa yang akan datang ketika sudah memiliki Iphone. Pengalaman dari masa lalu mendorong informan untuk menciptakan identitas diri yang baik bagi

orang lain. Dalam proses pembentukan identitas yang dilakukan oleh informan, motif *because of* (karena suatu hal) mendorong informan untuk menjadi orang yang sebisa mungkin bermanfaat bagi orang lain. Dalam hal ini, informan ingin mengekspresikan tentang pemaknaan dan gambaran dirinya pada orang lain sebagai orang yang bermanfaat dan berguna bagi orang lain. Artinya, informan bersedia ketika akan dimintai tolong terlebih pada penggunaan Iphonenya.

Hal tersebut berbeda dengan apa yang disebutkan oleh Informan LA, yang menyebutkan bahwa Iphone dapat membantu seseorang dalam proses pendefinisian diri terhadap keanggotaan maupun status seseorang. Informan LA mengungkapkan alasannya tersebut pada sesi wawancara pada 18 Mei 2025 sebagai berikut :

“Karena kan emang aku dari kampung ya ka, terus juga kan branding dari Iphone sendiri di kampung itu kan kaya hp yang punya kesan mewah sama prestise tersendiri karena harganya mahal kan, nah waktu di tongkrongan sama temen- temenku dirumah itu aku selalu digodain dan dikatain wih hp mahal nih, foto dong, gitu, padahal mah ya hp gitu loh ka, fungsinya ya sama aja, buat komunikasi.”
(wawancara dengan informan LA pada tanggal 18 Mei 2025).

Informan LA mengungkapkan bahwa dirinya merasa kurang nyaman ketika temannya melontarkan lelucon dan pendapat apabila “Iphone itu mahal”, informan juga menegaskan bahwa dirinya kurang setuju akan adanya stigma yang menjelaskan bahwa pemilik Iphone itu dianggap “kaya” padahal tidak semua yang memiliki Iphone adalah orang yang berada pada kelas sosial atas. Bagi informan, mereka yang ingin dan mau berusaha juga dapat memiliki ponsel tersebut. Namun, berdasarkan pengalaman dan fenomena yang dialami oleh informan LA, secara tidak langsung dengan kepemilikan Iphone, dirinya telah berhasil membentuk identitas diri dalam keanggotaan serta status sosial

tertentu. Hal ini didasarkan pada adanya anggapan dari masyarakat tentang sebuah objek yang dapat didefinisikan secara simbolis.

c. Iphone sebagai Status Sosial

Status sosial merupakan pembagian atau pengelompokan masyarakat berdasarkan suatu pengkategorisasian yang terbentuk secara tidak langsung dan relatif homogen dan bersifat permanen. Proses pengkategorisasian ini biasanya tersusun secara hierarkis karena para anggota yang menganut sistem ini didasarkan pada minat, nilai, dan perilaku yang serupa (Kotler, 2009). Perkembangan teknologi termasuk pada teknologi komunikasi seperti ponsel pintar menjadikan ponsel pintar bukan hanya sebagai alat komunikasi. Penggunaan ponsel pintar saat ini juga beragam, termasuk untuk gengsi dan kebutuhan akan pendefinisian identitas hingga status sosial seseorang. Salah satunya adalah penggunaan ponsel pintar merek Iphone.

Penggunaan Iphone sebagai ponsel pintar tidak hanya terbatas pada media dan alat komunikasi jarak jauh, terlebih di era perkembangan teknologi seperti saat ini. Iphone menjadi ponsel pintar yang juga dapat membantu mendefinisikan kelas sosial seseorang serta gaya konsumsi yang dilakukan oleh orang tersebut (Albertus, 2020). Fenomena penggunaan Iphone sebagai penunjuk status sosial juga terjadi pada generasi Z. Terlebih generasi Z ini merupakan generasi yang dekat dan sangat paham dengan teknologi. Antusias dan ketertarikan generasi Z terhadap merek Iphone terlihat dari banyaknya pengguna Iphone dikalangan generasi tersebut terutama mereka yang berstatus sebagai mahasiswa menyebutkan bahwa Iphone saat ini digunakan sebagai penanda status sosial seseorang.

Status sosial juga dapat diartikan sebagai pembeda seseorang dalam suatu kelompok sosial atau masyarakat. Dalam hal ini Iphone sebagai simbol identifikasi bagi seseorang terkait dengan status

sosialnya. Selaras dengan hasil temuan dalam wawancara yang dilakukan dengan mahasiswa di lingkungan FISIP UN Walisongo terutama mereka yang dalam kategori usia generasi Z. Iphone dikalangan mahasiswa dijadikan sebagai simbol status sosial seseorang karena adanya latar belakang dan faktor yang mendasarinya. Seperti halnya pada desain dari Iphone yang menampilkan kesan mewah. Hasil wawancara dengan M menjadi bukti akan adanya Kesan mewah dari desain yang ditampilkan oleh Iphone. Informan M mengungkapkan bahwa dirinya pertama kali tertarik menggunakan Iphone karena desain tampilan dari Iphone itu sendiri, dirinya juga mengungkapkan bahwa logo Iphone yang memiliki persepsi tersendiri di lingkungan pertemanannya. Informan M juga mengungkapkan bahwa Iphone sering dianggap sebagai produk premium yang hanya dimiliki oleh individu yang memiliki daya beli tinggi dan berasal dari kalangan tersentu. Dalam realitas yang ada, Iphone hanya dianggap sebagai ponsel pintar yang hanya bisa dimiliki oleh mereka yang berasal dari kalangan ekonomi menengah ke atas. Oleh karena itu, bagi informan M, mereka yang memiliki Iphone itu dapat membantu dirinya untuk membangun kesan “mampu”, “mapan”, bahkan “kaya” secara finansial dan ekonomi.

“Semenjak pakai Iphone ya ka, banyak yang ngira kalau aku tuh dari keluarga berada loh, padahal mah aku dari keluarga biasa-biasa aja, kalau main kadang juga pakai seadanya, makan pun apa aja, terus banyak yang bilang minder sama aku karena hpnya Iphone, padahal mah ya hp ka, sebagai mana penggunaan kesehariannya aja ga sih.” (wawancara dengan informan M pada tanggal 31 Mei 2025).

Dalam wawancara tersebut, Informan M juga mengakui bahwa Iphone 12 yang ia gunakan saat ini telah kehilangan sinyal operator karena IMEI yang terblokir dan mengharuskannya untuk terhubung

dengan wifi ketika hendak mengakses internet. Diketahui bahwa Iphone 12 yang digunakan oleh informan M merupakan *second inter* yang mana keamanan IMEI nya tidak dapat dipastikan sehingga rawan untuk terblokir secara tiba-tiba. Meski demikian, informan M merasa percaya diri ketika berkumpul dengan temanya setelah menggunakan Iphone terlebih teman dari informan sebagian merupakan pengguna android. Kepercayaan diri informan ini ada karena anggapan dirinya yang merasa bahwa dengan menggunakan Iphone dirinya telah berada pada kelas dan status sosial yang lebih tinggi dari temannya. Seperti dalam kutipan berikut :

“Iphone yang aku pakai ini baru 2 bulan setelah beli aku kehilangan sinyal operator ka, jadi ya kemana-mana harus nyambung ke wifi mau gamau karena aku juga gapunya device lain buat hotspot kan, tapi aku enjoy ka soalnya aku jadi lebih percaya diri aja pas nongkrong sama temen maupun di tempat umum ketika aku ngeluarin hp aku, ditambah aku agak kemakan sama omongan orang-orang yang nganggap kalo yang pake Iphone tuh orang berada.” (wawancara dengan informan M pada tanggal 31 Mei 2025).

Praktik tindakan konsumsi yang dilakukan oleh informan M, dalam hal ini yaitu latar belakang penggunaan Iphone yang dilakukan oleh informan tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh masyarakat luas maupun kelompok tertentu. Akan tetapi, lebih mengacu pada bagaimana individu tersebut dalam memaknai tindakannya termasuk pada alasan penggunaan Iphone (Chaney, 2011). Pilihan individu terhadap penggunaan suatu barang diibaratkan dapat menginterpretasikan status sosial individu. Suatu produk menjadi objektifikasi subkultur dan simbol yang menunjukkan bagian keanggotaan individu (Jenkins, 1983).

2. Alasan *Fungsional* dan Kecanggihan Fitur

a. Sistem Operasional Milik Iphone “IOS”

Iphone merupakan ponsel pintar yang memiliki sistem operasional yang berbeda dengan ponsel merek lainnya. Iphone memiliki sistem operasional yang disebut dengan ios dan sistem ini hanya terdapat pada iphone, sedangkan pada merek ponsel lain menggunakan sistem operasional berbasis android. Dilansir dari berita milik Bhineka (Yudhistira, 2024) dimuat bahwa sistem operasional Iphone atau biasa disebut dengan “IOS” menjadi sistem operasional yang paling stabil dan aman karena hanya dimiliki oleh Iphone. Terkesan eksklusif karena memiliki sistem operasional sendiri, Iphone juga dilengkapi dengan *chipset, hardware*, serta RAM yang kencang. Hal ini tentu saja mendukung kinerja sistem operasional Iphone menjadi super mulus dan kencang. Selaras dengan yang diungkapkan oleh salah satu informan peneliti yakni S. Wawancara yang dilakukan dengan S dilaksanakan ketika peneliti hendak melihat realitas dan opini yang ada.

“Sebenarnya, aku memutuskan untuk ganti ke Iphone itu sebenarnya karena melihat pengalaman pengguna dan review dan beberapa orang terdekat, apalagi kalo sama yang sama- sama main game sih ka, sistem IOS sama chipset yang ada di Iphone itu ngebantu banget buat main game. Ya itu beneran aku rasain sendiri after jadi pengguna Iphone ya ka, meskipun tergolong Iphone keluaran lama nih, kan aku pakai XR ya, tapi dipake ngegame tuh masih sangat amat oke gitu ka, mulus lancar ga ngandat sama sekali, tapi tetap ada minusnya sih ka, palingan nanti hp nya agak panas kalo dipegang terus batreinya agak boros juga, beda sama android yang batreinya besar banget,, tapi missal disuruh milih Iphone atau android setelah pakai Iphone sih aku bakal tetap stay di Iphone sih ka, ya walaupun Iphone tuh tiap ngeluarin produk gapernah ada batreinya yang bisa segedhe android ya.” (wawancara dengan informan S pada tanggal 24 Mei 2025).

Dari pernyataan tersebut, Informan S mengungkapkan bahwa Iphone memang memiliki keistimewaan tersendiri terutama di sistem

operasionalnya, meskipun daya ketahanan baterai yang kecil tidak menyurutkan niat informan untuk tetap menjadi bagian dari pengguna Iphone daripada beralih dan kembali ke android. Informan S merupakan generasi Z yang tergolong aktif dan kerap kali bermain game sehingga ia akan memilih produk yang memang bisa memberikan kualitas kecepatan dan kestabilan pada saat bermain *game*.

b. Kualitas Kamera

Ponsel dengan merek Iphone merupakan produk dari Perusahaan Apple Inc. Apple selalu memperhatikan kualitas produk yang akan dipasarkan dengan quality control yang intensif untuk meminimalisir terjadinya cacat produk, termasuk pada produk ponselnya yakni Iphone. Perakitan Iphone dilakukan dengan menggunakan barang- barang berkualitas tinggi sehingga setiap produk memiliki standar kualitas yang baik. Hal ini dibuktikan dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan daripada merek ponsel lain. Selain dari sistem operasional yang menggunakan IOS, dimana sistem operasional ini memberikan sistem keamanan yang ketat dan terstruktur. Iphone juga memiliki kualitas kamera yang lebih baik dan lebih jernih dari merek ponsel lain. Terlebih kamera yang ada pada Iphone sudah dilengkapi dengan *stabilizer* sehingga hasil video yang kita dapatkan akan jauh lebih stabil dari merek ponsel lain. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan pada informan W. Informan W ini merupakan mahasiswa kategori generasi Z Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo, serta menjadi bagian dari pengguna Iphone.

“Sebetulnya, aku ngga terlalu tertarik buat ganti hp sih ka dulu, apalagi Iphone ka, ya tau lah kalau Iphone ini di masyarakat branding yang terbentuk udah bagus, tapi mau brandingnya bagus apa engga aku kurang terlalu peduli saat itu, eh pas tahun kemarin diajakin temen aku muncak kan ka, nah itu ada temen aku pakai Iphone dan kebetulan yang punya cuma satu, padahal mah hasil foto atau videonya kan cakep ya ka, akhirnya nungguin ganti- gentian foto tuh, terus ya

darisitu aku tertarik dan mikir kalau emang aku perlu buat ganti Iphone, buat dukung kesukaanku aja si ka, buat foto- foto.”
(Wawancara pada 21 Mei 2025)

Informan menjelaskan bahwa setelah kejadian tersebut dirinya melihat apabila hasil kualitas foto menggunakan Iphone dengan menggunakan ponsel lain itu berbeda. Informan juga mengakui bahwasanya informan cukup aktif dalam membuat konten di media sosial meskipun hanya sekedar mengunggah *story* dalam akun media sosialnya. Menyadari hal tersebut, serta melihat hasil kualitas dari Iphone membuat informan semakin tertarik dalam beralih dari android menjadi Iphone.

Penggunaan Iphone karena alasan kecanggihan fitur terutama kualitas kamera juga dialami oleh informan LA. Selain karena perasaan *Fear Of Missing Out* (FOMO) yang dialami, kualitas kamera juga menjadi alasan lain mengapa informan LA ini memilih menggunakan Iphone. Informan LA yang juga bagian dari kelompok generasi Z ini mengungkapkan bahwa Iphone menjadi media dalam mengekspresikan diri dalam dunia digital. Iphone sebagai ponsel yang ia gunakan menjadi sumber informasi, hal ini dilakukan dengan aktif melakukan interaksi secara digital melalui media sosial. Namun, dalam interaksi digital yang terjadi di media sosial, dirinya tidak hanya menjadi konsumen konten dan informasi *online*, tapi mereka juga menjadi produksi konten sekaligus informasi yang disebarakan melalui platform media sosialnya.

Informan LA menyebutkan dengan percaya diri bahwa dirinya juga berhasil memanfaatkan Iphone yang ia miliki dengan maksimal terutama dari kualitas kamera yang dihasilkan. Informan LA membuat berbagai konten menarik di sosial medianya terutama terkait dengan gaya berpakaianya yang mampu mempengaruhi orang lain sehingga beberapa orang tertarik untuk mengikuti gaya berpakaianya. Berdasarkan hasil

video atau foto yang diunggah di media sosial milik informan LA membuat dirinya semakin tampil percaya diri dan semakin semangat untuk membuat konten- konten menarik lainnya. Hal ini selaras dengan yang disebutkan oleh informan LA pada saat wawancara, yakni sebagai berikut :

“Aku tuh pakai Iphone bukan karena fomo doang atau citra dai Iphone sendiri juga sih ka, awalnya mungkin memang gitu ya alasannya, Cuma kan waktu itu alasanku ganti ke Iphone pertama kali, kalau ga salah itu Iphone yang series 7 deh, tapi setelah pakai Iphone terus upgrade ke series yang lebih bagus lagi kaya sekarang nih aku kan pakai Iphone 11 pro max, itu alasan aku bukan masalah fomo atau gengsi- gengsian doang sih ka, tapi lebih ke nyari gimana kualitas kameranya ajasih ka, karena kan jujur aku sekarang kan banyak dan sering ngonten ya ka, terus aku juga kerja freelance banyak ngambil di bidang editing terutama foto sama video ya ka, ngecoba produktif lah, jadi menurut aku dengan ganti ke series yang lebih tinggi lagi maupun beralih dari android ke Iphone penting sih apalagi kalau itu nguntungin kita ya, dapet duit gitu maksudnya” (Wawancara dengan informan LA pada 18 Mei 2025).

Berdasarkan ungkapan informan LA dapat diketahui bahwa Iphone bukan hanya sekedar ponsel yang digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga dapat memberikan manfaat secara finansial. Iphone tergolong sebagai ponsel dengan harga yang cukup mahal, akan tetapi bagi sebagian orang hal ini memang layak dan pantas karena kualitas yang ditawarkan pun tidak sembarangan, bahkan tergolong tinggi untuk kualitasnya. Terlebih apabila para penggunanya dapat memanfaatkannya secara optimal ini juga dapat memberikan dampak finansial yang cukup besar. Seperti halnya dengan apa yang diungkapkan oleh informan LA, dimana kualitas kamera yang ditawarkan oleh Iphone membantunya dalam mengembangkan ketertarikannya akan dunia videografi dan fotografi.

c. Ketahanan Perangkat

Beragam kecanggihan teknologi banyak ditemukan pada berbagai alat elektronik yang ada pada saat ini. Salah satunya adalah ponsel pintar. Diketahui merek- merek ponsel pintar yang ada saat ini berlomba- lomba

melakukan peningkatan pada kualitas produknya. Pendefinisian mengenai kualitas juga dilakukan oleh Kotler dan Keller. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa kualitas merupakan usaha Perusahaan untuk menciptakan suatu pelayanan dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan. Secara sederhana, kualitas sebuah produk dianggap sebagai tingkat kemampuan Perusahaan dalam mengembangkan produknya (*View of Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Iphone Di Surabaya*, n.d.)

Apple menjadi salah satu dari banyaknya Perusahaan yang bergerak dibidang industri teknologi dan terus berupaya untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitasnya. Kualitas dari Iphone sudah tidak dapat diragukan lagi. Berdasarkan pada laman website resmi milik Perusahaan pencipta Iphone yakni Apple Inc. banyak diberikan penjelasan mengenai kecanggihan dan kelebihan yang ada pada Iphone itu sendiri. Kecanggihan dan kelebihan yang ditawarkan membedakan kualitas Iphone dengan merek ponsel lain.

Dikutip dari laman resmi milik Apple Inc yakni apple.com pada bagian *support* apple, Iphone menunjukkan bahwa perangkat Iphone telah dilengkapi dengan teknologi *water resistance* (kedap air), tidak hanya itu Iphone juga mengklaim bahwa perangkatnya juga dilengkapi dengan teknologi kedap debu juga. Teknologi ini dapat ditemukan pada Iphone series dan series terbaru saat ini. Selain itu, berbagai kelengkapan yang ditawarkan dalam perangkat Iphone juga ditambahkan seperti baterai litium-ion yang dapat diisi lebih cepat dan bertahan lama, material logam dan *stainless* yang dapat ditemukan pada Iphone series pro, layar anti gores dan teknologi *Ceramic Shield* yang dinilai lebih kuat dan tahan lama dari merek ponsel lain.

Disamping itu, dilansir dari situs laman web gamebrott.com, John Ternus yang merupakan kepala bagian hardware engineering Apple dalam

suatu perbincangannya dengan salah satu Youtuber tech populer MKBHD mengenai alasan perusahaan Apple lebih mengutamakan ketahanan dibandingkan dengan kemudahan perbaikan. Dalam acara tersebut John Ternus mengungkapkan bahwa lebih baik menciptakan sebuah produk dengan tingkat perbaikan yang sulit karena kualitas ketahanan yang bagus di awal sehingga sulit untuk diperbaiki. Maka dari itu, Iphone menjadi salah satu produk dari Apple yang memiliki tingkat kerumitan yang tinggi ketika hendak diperbaiki (Andi, 2024).

Penjelasan selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan MA yang mengatakan bahwa, Iphone 8 yang ia gunakan saat ini tergolong awet meskipun series tersebut sudah tergolong series keluaran lama. Namun menurutnya, mau seberapa lama pun keluaran series Iphone yang digunakan seseorang itu akan tetap awet, karena informan MA sangat percaya bahwa kualitas komponen yang baik dari ponsel merek Iphone ini menjadikannya sebagai ponsel dengan ketahanan yang awet.

“Sekarang aku pakai Iphone 8 sih ka, ya meskipun tergolong series lama tapi untuk penggunaan dan fungsionalitasnya masih oke sih ka, bahkan menurutku ini hp lumayan awet ya ka, dari segi tampilan dan komponen design nya terutama, dulu nih ka aku pakai android itu bagian backglassnya aja baru sebentar udah baret- baret jamur, terus android kalo dipakai lama kelamaan performa kecepatannya berkurang, kalo iphone tuh dia stabil ka walaupun series lama, dari segi baterai juga termasuk awet walapun Iphone yang aku pakai gampang panas tapi baterainya tuh gapernah bermasalah kaya baterai kembung gitu engga, kalau di android kan kalo pemakaian kita ngga bener aja sampe panas baterainya bisa jadi korban dan kembung.” (wawancara dengan informan MA pada tanggal 23 Mei 2025).

BAB V

BENTUK DAN DAMPAK GAYA HIDUP PENGGUNA IPHONE DIKALANGAN MAHASISWA GENERASI Z FISIP UIN WALISONGO

A. Bentuk- Bentuk Gaya Hidup yang Dijalankan oleh Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo Sebagai Pengguna Iphone.

1. Gaya Hidup Masyarakat Urban

Urban atau perkotaan bukan hanya sebuah wilayah dengan beragam budaya dan permasalahannya. Urban atau perkotaan dalam modul Sosiologi Perkotaan milik Kartono (2010) diartikan sebagai cara hidup maupun ciri yang khas dari sebuah kehidupan masyarakat, berkaitan dengan suasana kehidupan dan penghidupan yang modern. Gaya hidup urban sering kali dikaitkan dengan istilah “idaman”. Idaman dalam hal ini pada akhirnya merujuk pada konsep kelas. Dimana masyarakat memaknai maupun memberikan gambaran akan sesuatu sebagai sebuah “idaman” lebih mengarah pada konsep kelas. Representasi kehidupan kelas atas dan kelas bawah menjadi tolak ukur dari istilah “idaman” ini (Putri, 2018). Tak terkecuali pada pemaknaan akan sebuah objek benda, seperti Iphone. Dalam fenomena gaya hidup masyarakat perkotaan sering dikaitkan dengan persoalan tradisi dan modernitas. Dimana masyarakat perkotaan identik dengan adanya industrialisasi dan konsumsi yang menumbuhkan keberadaan individu sebagai anggota kelompok masyarakat atau sosialita. Sosialita diartikan sebagai fenomena gemerlap (Muthoharoh, 2013). Kehidupan masyarakat perkotaan tidak dapat terlepas dari gaya hidup yang serba ada. Kemudahan akses terhadap jasa maupun barang diperkotaan mempengaruhi bagaimana cara hidup termasuk gaya hidup yang dijalankan oleh masyarakat perkotaan. Infrastruktur yang memadai, transportasi yang efisien, serta aksesibilitas terhadap penggunaan teknologi yang lebih mudah dan maju juga berdampak pada gaya hidup masyarakat perkotaan.

Penggunaan teknologi juga berpengaruh pada pilihan gaya hidup seseorang. Salah satu contohnya adalah dengan penggunaan ponsel pintar. Dari banyaknya merek ponsel pintar yang ada di pasaran, Iphone menjadi salah satu merek ponsel pintar yang banyak digunakan oleh masyarakat perkotaan. Oleh karena itu, Iphone sering sekali dikaitkan dengan gaya hidup yang dijalankan oleh masyarakat perkotaan (urban). Penggunaan Iphone yang banyak ditemukan di daerah perkotaan dapat memberikan pandangan tersendiri. Iphone menjadi bentuk representasi dari kehidupan dan aktivitas yang dijalankan oleh masyarakat perkotaan. Hal ini merujuk pada hasil wawancara yang dilakukan, informan SM mengatakan bahwa :

“Sejak kuliah pertama di Semarang dan hidup di Semarang, aku banyak beradaptasi dari budaya yang ada disini karena kebetulan aku anak kabupaten, termasuk salah satunya dalam hal konsumsi ya, apalagi aku anaknya juga suka interaksi dan diajakin main keluar, selama diajakin jalan maupun main keluar sama teman-teman aku di Semarang juga aku banyak melihat kalau kebanyakan warga Semarang itu menggunakan smartphone merek Iphone. Bahkan, di tingkat universitas seperti UIN Walisongo sendiri aja banyak mahasiswanya pengguna Iphone, dari situ aku punya pandangan tersendiri soal Iphone karena dulu di kabupaten tempat tinggalku aku sangat jarang bahkan hampir tidak pernah melihat pengguna Iphone, paling ada yang menggunakan hanya beberapa dan itu pun mereka yang memiliki uang banyak dan ekonominya stabil.” (wawancara dengan informan SM pada tanggal 20 Mei 2025).

Dilansir dari laman berita online yakni Telset.id (2014), hasil survei yang dilakukan oleh Crittercism (salah satu perusahaan yang mengelola aplikasi mobile di Amerika Serikat) bahwa para penduduk di kota besar Amerika Serikat, khususnya New York, salah satu kota modern di Amerika Serikat lebih memilih perangkat dengan sistem OS (Iphone) dibanding ponsel dengan sistem android. Hasil survei yang didapatkan tersebut juga menunjukkan bahwa pengguna Iphone sebagian besar banyak dijumpai di kota metropolitan seperti San Diego dan San Fransisco. Masyarakat pengguna Iphone di kota-kota besar tersebut diketahui juga banyak yang berasal dari generasi millennial dan

generasi Z. Pendapat lain juga diungkapkan oleh Informan SM mengenai dorongan dirinya menggunakan Iphone. Informan SM berkata :

“Dulu waktu masih pakai android aku sedikit merasa malu dan cukup minder dengan teman- teman pergaulanku, apalagi waktu diajakin pergi main keluar atau hanya sekedar duduk di café dan berbincang bareng, teman- temanku pada menaruh ponselnya di meja, sedangkan aku jarang mengeluarkan ponselku karena malu aku sendiri yang pakai android, ya walaupun dari mereka itu gapernah bully dan jadiin pengguna android sebagai lelucon, tapi minder aja gitu.” (wawancara dengan informan SM pada tanggal 20 Mei 2025).

Informan SM merasa berbeda sendiri dari teman- temannya terutama pada persoalan penggunaan ponsel. Dari pengakuannya, lingkungan pergaulannya memang tidak memberikan pengaruh secara langsung, tetapi dorongan untuk mengganti merek ponsel oleh Informan SM muncul dari dalam dirinya sendiri.

Di kalangan generasi Z, Iphone menjadi merek ponsel “idaman”. Hal ini dibuktikan dengan survei yang dilakukan oleh Financial Times, yakni lembaga surat kabar bisnis internasional Britania Raya. Survei tersebut mendapatkan hasil pada golongan generasi Z di Amerika merasa malu menggunakan android dan lebih memilih menggunakan Iphone. Faktor sosial menjadi pendorong penggunaan Iphone oleh generasi Z, rasa gengsi dan anggapan bahwa ponsel android merupakan ponsel jadul yang kehilangan zaman. Adanya persepsi dan pemaknaan sendiri terkait dengan Iphone juga berpengaruh pada lingkungan sosial, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Financial Times, sebanyak 90% remaja menjadi korban bully apabila tidak menggunakan Iphone.

Pandangan Chaney (2011) mengenai gaya hidup pada masyarakat modern dan dunia modernitas adalah masyarakat modern cenderung akan mengikuti tren dan suatu hal yang dianggap populer. Gaya hidup bagi Chaney berkaitan dengan eksistensi dan identitas diri individu. Dalam hal ini, konsep “kamu bergaya maka kamu ada” mewakili bagaimana penggunaan Iphone bagi individu, terutama bagi generasi Z menjadi hal penting yang dapat membuat

individu tetap eksis di lingkungan sosialnya. Hal ini seperti apa yang sudah dilakukan oleh Informan SM bahwa dirinya mengganti merek ponselnya karena merasa malu, anggapan tersebut muncul karena dirinya ingin tetap diakui dan tetap eksis di lingkungan pergaulannya. Sederhananya, penggunaan Iphone bagi informan SM menjadi bentuk representasi bahwa dirinya telah berhasil menyanggah predikat “bergaya” seperti apa yang dilakukan oleh teman-temannya.

Laporan dari Scoop Market yang menetapkan bahwa pangsa pasar Iphone di Asia cukup tinggi, ini termasuk di Indonesia. Menurut Web Index (Indonesia masuk dalam kategori salah satu negara berkembang dengan ketertarikan yang tinggi terhadap merek ponsel Iphone. Pernyataan tersebut didukung dengan data yang dihimpun dari bogortraffic.com, bahwa terdapat 25 persen dari 55 ribu pengguna Iphone di Indonesia tersebar di Balikpapan dan DKI Jakarta.

Gaya hidup dari pengguna Iphone yang ada di perkotaan terlihat pada penggunaan waktu dan uang yang mereka habiskan (Kasali,1998). Masyarakat perkotaan akan cenderung mengalokasikan uangnya untuk kebutuhan akan pembelian barang- barang yang premium serta tingkat konsumsi yang tinggi. Hal tersebut terjadi karena pendapatan dari masyarakat perkotaan yang lebih besar dari masyarakat pedesaan (Suci dan Sarpini, 2024). Penelitian milik Rismawati K (2022) menghasilkan fakta bahwa masyarakat perkotaan cenderung menjalani gaya hidup penikmat, dimana semakin membuat individu ingin melakukan segala sesuatu secara instant dan serentak dengan tingkat kenyamanan yang semakin tinggi. Saat ini, individu melakukan segala aktivitas seperti bekerja, berbelanja, makan bahkan berpergian hanya untuk terlihat lebih bergaya. Pada masyarakat perkotaan, individu cenderung lebih memilih berbelanja di supermarket dan di mall, makan dan minum di café, mencukur rambut di salon, dibanding dengan pergi ke tempat yang sejenis namun masih tradisional. Hal ini dilakukan oleh masyarakat perkotaan karena ingin terlihat bergaya dalam pandangan khalayak umum.

Fenomena tersebut juga terjadi pada pengguna Iphone yang berada di perkotaan. Terlebih Iphone merupakan merek ponsel yang memiliki citra dan nilai prestise yang baik dalam masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh University of Lincoln's School of Psychology mendapatkan hasil bahwa pengguna Iphone sebagian besar merupakan orang yang ekstrovert. Dalam penelitian tersebut juga ditemukan hasil bahwa sebagian dari para pengguna Iphone tersebut memandang Iphone hanya sebatas pada status dan nilai saja. Beberapa dari mereka menggunakan dan membeli Iphone hanya untuk kepentingan gaya hidup karena kecanggihan dan merek yang telah terbentuk sehingga menjadikan para penggunanya memiliki prestise tersendiri saat membeli maupun menggunakan produk tersebut (Nengsi & Mahendra, 2023).

Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Informan LA yang menyatakan bahwa dirinya juga menggunakan Iphone sebagai bagian dari representasi gaya hidupnya. Saat ditanya apakah terdapat perubahan dalam hidupnya setelah memakai Iphone dalam segala aspek. Informan LA mengungkapkan terdapat perubahan baik dari segi ekonomi maupun sosial. Berikut ungkapan dari Informan LA :

“Cukup berubah ya kak, kalau dulu waktu pakai android mungkin aku jarang foto- foto bahkan engga terlalu mendalami dunia fotografi, tapi setelah memakai Iphone karena aku suka sama hasil fotonya ditambah makin percaya diri ketika berfoto maupun mengambil foto sebuah objek. Disisi lain juga, karena hal tersebut membuat aku jadi lebih sering menjelajah tempat- tempat aestetik cuma untuk kebutuhan konten sosial media, misalnya di sosial media lewat ada café baru, cantik dan keren buat foto, pasti aku sama teman pergaulanku langsung kesana buat nambah stok foto konsumsi sosial media aja.” (wawancara dengan informan LA pada tanggal 18 Mei 2025).

Tak hanya itu, Informan LA juga mengungkapkan bahwa nilai prestise dan citra dari merek Iphone juga mendorong dirinya untuk menjalankan aktivitas tersebut. Informan LA banyak melihat di sosial media miliknya bahwa mereka yang menggunakan Iphone akan mengunggah postingan yang dinilai aestetik

dan memiliki kesan “keren”, “mewah”, hingga “eksklusif”. Oleh karena itu, sebagai pengguna Iphone, Informan LA menyesuaikan gaya hidup dan aktivitas yang ia tampilkan pada publik sesuai dengan citra dan nilai yang ada dari Iphone itu sendiri. Berikut ungkapan respon tambahan dari Informan LA saat dilakukan wawancara :

“Ya mau gamau, kalau mau dilihat sebagai pengguna Iphone juga dari penampilan dan cara konsumsi pun harus menunjukkan kalau kita ini memang pengguna Iphone. Salah satu contohnya ya kaya yang aku lakukan ka, misalnya dengan foto makanan dengan harga yang terbilang mahal, berkunjung ke tempat yang punya nilai dan kesan mewah, atau bahkan sekedar dari bagaimana cara berpakaian kita dengan barang- barang branded mungkin.” (wawancara dengan informan LA pada tanggal 18 Mei 2025).

Chaney menjelaskan bahwa dalam abad gaya hidup penampilan luar menjadi yang terpenting dari segalanya. Istilah kulit menggantikan isi, dan kulit menjadi hal utama yang dilihat dan diperhatikan menjadi suatu bentuk fakta realitas yang ada dalam lingkup gaya hidup modern (Chaney, 2011). Tak terkecuali dengan apa yang terjadi pada penggunaan Iphone. Pengguna Iphone akan berusaha menampilkan dirinya sebagus mungkin sesuai dengan citra dan nilai yang ada pada produk Iphone yang ia gunakan untuk menunjukkan bahwa dirinya merupakan pengguna Iphone. Tidak hanya dari komponen Iphone yang ia gunakan seperti dari desain dan warna produk, tetapi juga dari perilakunya sebagai pengguna Iphone. Hal ini juga meliputi bagaimana cara dia berpenampilan, bagaimana cara dia mengonsumsi sesuatu termasuk pada cara dalam menghabiskan uang dan waktu luangnya.

Chaney dalam mencetuskan pemikirannya mengenai gaya hidup melalui penampilan diri serupa dengan penjelasan dramaturgi milik Erving Goffman. Chaney dalam memaknai gaya hidup memang berkaca dari beberapa ahli sebelumnya, seperti salah satunya adalah Erving Goffman. Dalam dramaturgi milik Erving Goffman dijelaskan bahwa kehidupan sosial seperti halnya dengan

penampilan teatrikal. Dimana kehidupan individu diibartkan sebagai sebuah penampilan drama diatas panggung. Individu menjadi tokoh dalam drama tersebut. Penggunaan bahasa tubuh menjadi hal yang diperhatikan dalam oleh individu dalam interaksi sosialnya (Chaney, 2011) . Tindakan individu dalam memberikan penampilan terbaiknya pada publik sehingga penilaian dan pemaknaan aka napa yang diinginkan dapat tercapai. Layaknya aktor dan aktris yang sedang berakting diatas panggung, pengguna Iphone dalam menampilkan citra dirinya sebagai pengguna Iphone melalui tampilan luarnya dari penggunaan barang dan bahasa tubuh sebagai fasilitas dalam aktivitas sehari-harinya juga menjadi gambaran dalam realitas yang ada saat ini.

2. Gaya Hidup Homogen

Chaney dalam karyanya yang berjudul “Lifestyles” menjelaskan bahwa gaya hidup homogen merupakan konsep yang merujuk pada sebuah homogenitas atau keseragaman terhadap kehidupan masyarakat modern. Menurut pendapat Chaney, masyarakat modern cenderung mengalami homogenisasi terutama pada perilaku konsumsinya yang kemudian berdampak pada pengaburan gaya hidup antar kelompok (Chaney, 2011). Gaya hidup homogen juga dapat terjadi pada berbagai kalangan dalam masyarakat modern, termasuk pada kalangan generasi Z. Terlebih generasi Z ini lahir dengan dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.

Lingkungan sosial seperti lingkungan pergaulan dan pertemanan juga berpengaruh terhadap munculnya gaya hidup yang homogen dikalangan generasi Z. Hal ini juga terjadi pada generasi Z yang merupakan pengguna Iphone. Popularitas Iphone dikalangan generasi Z menjadi simbol dimana Iphone menjadi tanda atas kemewahan dan kesuksesan ekonomi bagi pemiliknya. Pada akhirnya, realitas tersebut menyebabkan masyarakat berlomba- lomba untuk memiliki Iphone, kemudian untuk melakukan

penyesuaian diri sebagai pengguna Iphone mereka akan berusaha untuk menjalani gaya hidup yang dianggap “bergengsi” dan modern.

Pernyataan diatas selaras dengan hasil temuan peneliti di lapangan bahwa Informan M mengatakan dirinya cenderung ikut-ikutan menjalani aktivitas sesuai dengan apa yang teman-temannya lakukan ketika sedang berkumpul. Perlu diketahui, teman-teman dari Informan M disini juga merupakan pengguna Iphone. Hal ini dilakukan karena atas dasar rasa ingin dianggap sama dan setara dengan pengguna Iphone lainnya.

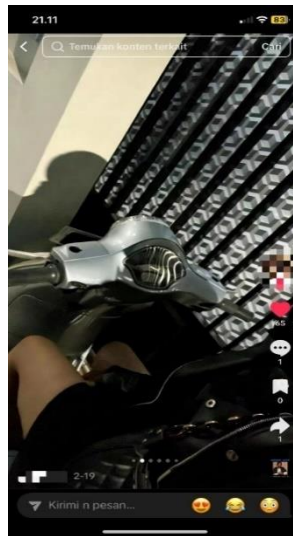
“Beberapa temanku yang juga pengguna Iphone itu kalau misal sedang nongkrong atau main bareng gitu biasanya pada pakai outfit baju yang keren-keren, terus barang-barang yang branded dan menurutku mahal, jadi kalau diajak keluar pastinya aku juga menyesuaikan dengan memakai outfit yang rapi, keren, serta tidak lupa memakai mungkin tas atau sepatu yang bermerek lah. Ini sebetulnya juga aku lakukan karena ketakutan dalam diri aku aja sebagai pengguna Iphone pastikan nantinya dilihat “mewah” gitu ya ka sama orang lain, jadi karena itu terus juga pengen dilihat gayanya sama kaya pengguna Iphone lainnya gitu.”

Tindakan yang dilakukan oleh informan M dengan lingkungan pergaulannya yang saling mempengaruhi satu sama lain bertujuan agar terlihat memiliki gaya yang sama selayaknya pengguna Iphone pada umumnya. Informan M menilai bahwa sebagai pengguna Iphone dirinya harus dapat “bergaya” terutama melalui penampilan dan tindakan. Seperti apa yang diungkapkan Chaney dalam teorinya, “penampilan merupakan segalanya” dimana tampilan luar merupakan unsur penting dalam membentuk identitas diri seseorang. Dalam hal ini, bagaimana penampilan diri dari pengguna Iphone menjadi hal penting bagi dirinya untuk membentuk identitas dirinya terhadap orang lain.

Para pengguna Iphone cenderung akan memperhatikan penampilannya. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, para pengguna Iphone cenderung

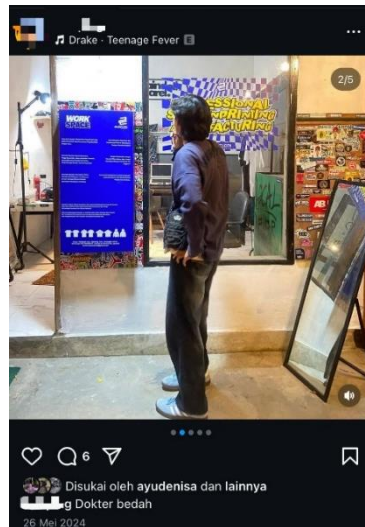
memiliki penampilan yang memiliki nilai mewah, tidak hanya itu, ini juga terjadi pada dunia virtual seperti dalam media sosial. Kebutuhan akan kontenisasi yang berisi unggahan postingan yang menunjukkan diri individu sebagai pengguna Iphone dengan menampilkan gaya hidup yang mewah agar dianggap “bergaya” sebagai pengguna Iphone. Antara satu pengguna Iphone dengan pengguna Iphone lainnya dari yang didapatkan oleh peneliti memiliki kemiripan dalam cara – cara menjalani aktivitas hidupnya.

Gambar 5. 1 . Informan SM dalam menampilkan gaya berpakaianya dengan berkendara diatas vespa matic milknya.



(sumber : akun sosial media TikTok milik informan SM

Gambar 5. 2. Informan LA dalam menampilkan gaya berpakaianya dengan latar tempat disuatu Café yang ada di Semarang.



(sumber : akun sosial media Instagram milik informan LA)

Dalam unggahan postingan milik kedua informan yang ada di berbagai platform sosial medianya menjadi bukti dari adanya kesamaan gaya yang dijalani. Kedua informan cenderung memiliki “gaya” yang sama. Dimana dalam gaya yang ditunjukkan melalui postingannya itu memiliki kesan “keren” hingga “mewah” bagi para pengikut maupun pengguna sosial media lainnya. Sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh informan M pada saat wawancara, kecenderungan akan tindakannya untuk berlaku sama dan terlihat sama seperti apa yang dilakukan oleh para pengguna Iphone lainnya adalah sebagai bentuk upaya dalam membentuk identitas dirinya sebagai pengguna Iphone. Tak terkecuali pada dua informan pemilik postingan diatas. Berdasarkan hasil temuan informasi yang didapatkan dari para informan penelitian, gaya hidup yang dilakukan oleh para pengguna Iphone memang cenderung homogen atau sama antara satu dengan lainnya. Fenomena mengikuti tren terbaru dalam hal mode maupun gaya hidup menjadi salah satu contoh dari homogenitas dari penggunaan Iphone.

Selain itu, Chaney juga mengatakan bahwa gaya hidup juga dapat dijadikan sebagai penunjuk atas cerminan diri seseorang maupun orang lain. Menurut Chaney, gaya hidup dapat menjadi sebuah pendefinisian diri bagi individu dalam lingkungan sosialnya. Termasuk pada konsep siapa dan bagaimana individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Namun, dalam pemahaman Chaney, gaya hidup yang sedang dijalani oleh seseorang tidak hanya mencerminkan tindakan pada orang lain, tetapi dapat juga dijadikan sebagai cerminan maupun contoh bagi orang lain untuk dicoba, ditiru bahkan dilakukan. Sesuai dengan konsep Chaney tersebut, gaya hidup homogenitas yang dilakukan oleh para pengguna Iphone merupakan suatu bentuk nyata dari gaya hidup sebagai cerminan diri seseorang maupun orang lain. Dimana gaya hidup yang dilakukan oleh satu individu (dalam konteks ini yakni pengguna Iphone) dapat berpengaruh secara sosial terutama dalam proses interaksi yang terjadi dalam lingkungan sosial individu tersebut.

3. Konsumsi dan Produksi Digital

Era globalisasi menjadikan semuanya serba digital. Adanya ponsel sebagai alat bantu dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Kegunaan ponsel di era globalisasi saat ini tidak hanya sebagai penghubung interaksi dan komunikasi. Kehadiran ponsel pintar dengan berbagai fitur yang ditawarkan juga mempercepat penyebaran informasi. Salah satunya adalah dengan penyebaran tren yang marak terjadi di berbagai platform sosial media. Ponsel pintar menjadi medium dalam mengakses internet termasuk dalam mengakses sosial media.

Kemudahan dalam mengakses internet dan menemukan berbagai informasi pada platform sosial media menjadi salah satu keunggulan dari kegunaan ponsel pintar. Penggunaan ponsel pintar oleh masyarakat juga ditunjukkan untuk berbagai hal. Salah satunya adalah untuk mengonsumsi berbagai konten-konten menarik yang ada dalam sosial media dengan berbagai bentuk. Individu beraktivitas dan berselancar dalam sosial media selain untuk

berkomunikasi tetapi juga untuk mencari hiburan, termasuk pada kemunculan tren yang sedang banyak diperbincangkan. Konsumsi digital ini dapat terjadi melalui platform sosial media seperti TikTok, Instagram, Line, Youtube, dan sebagainya.

Konsumsi digital ada karena dipengaruhi oleh perilaku konsumen, seperti preferensi akan sebuah konten di sosial media yang sedang dilihat, kebiasaan menonton, hingga kebiasaan interaksi dalam realitas virtual (sosial media). Seperti dengan hasil penelitian yang diungkapkan oleh Informan M. Ketika ditanya berapa lama durasi penggunaan Iphone miliknya dan biasanya digunakan untuk apa, informan M dengan lantang menjawab bahwa dirinya hampir sepanjang waktu menggunakan ponselnya bahkan mengaku sangat bergantung pada ponselnya. Tak hanya itu, informan M menjelaskan bahwa dengan durasi yang cukup lama itu, informan M biasanya menggunakan dan memanfaatkan ponselnya untuk berselancar dan melihat berbagai konten yang menarik di sosial media miliknya.

“Durasi pasti penggunaannya dalam seminggu terkadang juga tidak menentu ka, akan tetapi berdasarkan pengaturan dalam hasil durasi layar, fitur yang ada dalam Iphone, durasi penggunaan ponselku ini sekitar kurang lebih itu 8 jam. Dengan durasi yang berjumlah sekitar kurang lebih 8 jam tersebut, aku banyak memakai untuk melihat konten- konten di sosial media.” (wawancara dengan informan M pada tanggal 31 Mei 2025).

Kemudian, informan M juga menambahkan bahwa dalam mengakses dan melihat konten- konten yang ada di sosial media, informan tidak hanya berperan sebagai konsumen digital yang hanya melihat konten- konten yang ada sesuai dengan preferensinya, tetapi informan juga memproduksi konten- konten yang serupa. Tujuan dari produksi konten yang serupa ini bukan untuk plagiasi tetapi juga untuk memunculkan ide kreativitas dalam dirinya serta sebagai bentuk ekspresi diri dari informan agar orang lain juga dapat melihat dan mencontoh dirinya.

“Sebenarnya dalam bermedia sosial aku tidak hanya berperan sebagai konsumen digital aja ka, tetapi aku disini terkadang aku juga di posisi sebagai produsen digital. Biasanya aku banyak mengonsumsi sosial media untuk mencari rekomendasi tempat untuk healing, café untuk nugas, tempat makan viral dan lain- lain. Dalam mengunggah pada platform sosial media pun aku harus berhati- hati karena itu berkaitan dengan bagaimana citra diri aku nantinya terhadap masyarakat luas.” (wawancara dengan informan M pada tanggal 31 Mei 2025).

Dari pernyataan diatas, informan M tidak hanya sebagai konsumen tetapi juga sebagai produsen digital. Informan akan mempraktekkan apa yang telah ia temukan melalui konten yang ada di sosial media. Tidak hanya sampai disitu, setelah mempraktekkan secara sama atas konten yang ia temukan, perasaan ingin juga dicontoh dan ditiru oleh orang lain cukup sering muncul dalam benak dari informan M. Dalam hal ini, misalnya dulu teman A (tokoh pendamping) menyukai dan sangat hobi fotografi sehingga foto di akun sosial media milik temannya dulu. Dorongan untuk mengunggah foto yang sama dalam akun sosial media dari Informan M muncul dan membuat informan terus berusaha menampilkan konten- konten baik yang serupa pula. Inilah yang disebut dengan konsumsi dan produksi digital. Dimana orang tidak serta merta hanya sebagai konsumen yang melihat konten tetapi mereka juga membuat konten, bahkan mereka juga ingin kehadirannya dalam sosial media itu dianggap dan dilihat oleh masyarakat luas.

Fenomena tersebut dalam istilah dari David Chaney mengenai gaya hidup sebagai budaya tontonan atau *culture of spectacle*. Dalam bukunya yang berjudul “Lifestyles.” Chaney mendefinisikan gaya hidup sebagai bagian dari budaya tontonan masyarakat. Masyarakat dalam menjalani aktivitasnya cenderung akan dinilai saling mempengaruhi satu sama lain. Penggambaran atas apa yang dilakukan oleh individu merupakan hasil respon dirinya atas preferensi yang berasal dari orang lain (Chaney, 2011). Terlebih masyarakat

Indonesia juga banyak yang berasal dari generasi Z. Individu dalam pandangan Chaney pada konsep tersebut tidak hanya melihat budaya yang ada, tetapi juga ada perasaan ingin diakui dan dicontoh konten yang telah dihasilkan agar menjadi sebuah “gaya.” Sederhananya, konsep Chaney ini menjadikan perilaku masyarakat setelah modernitas menggambarkan perilaku bahwa individu tidak hanya sebagai penonton yang hanya diam melihat, tetapi juga ingin ditonton dan dilihat selayaknya seorang aktor atau aktris. Oleh karena itu, dalam hal ini terdapat hubungan atau relasi saling Tarik-menarik dalam masyarakat karena mereka secara sadar maupun tidak telah mempengaruhi satu sama lain.

4. Gaya Hidup Hedonisme dan Pengeluaran Tinggi

Hedonisme sendiri berasal dari kata “hedon” (bahasa Yunani) yang artinya kesenangan. Secara umum, hedonisme merupakan sebuah konsep yang mengarah pada pemaknaan terkait dengan pandangan maupun prinsip dalam menjalani kehidupan yang didasarkan atas kenikmatan hidup (Umami, 2013). Hedonisme dapat terjadi pada siapa saja. Tak terkecuali terhadap penggunaan Iphone. Diketahui Iphone menjadi salah satu merek ponsel dengan branding yang baik di masyarakat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jajak Pendapat (JakPat), sebanyak 74,2% responden yang berpartisipasi dalam survei tersebut mengaku setia dalam menggunakan Iphone karena alasan kualitas kamera yang bagus saat digunakan. Disamping itu, sebanyak 48,9% responden memberikan penilaian yang baik terhadap Iphone, branding yang keren dan eksklusif menjadi alasan utamanya (Databoks Katadata, 2022).

Branding yang bagus dimiliki oleh Iphone sehingga mampu memberikan penilaian positif atas produknya. Hal ini tentu juga berpengaruh pada gaya hidup para penggunanya. Iphone bukan hanya sekedar ponsel biasa, melainkan menjadi sebuah simbol gaya hidup modern dan elit. Dalam penelitian milik Hepat, dkk (2024) ditemukan hasil bahwa adanya anggapan Iphone sebagai barang premium berpengaruh terhadap gaya hidup bagi penggunanya, dimana

gaya hidup penggunaanya akan semakin tinggi. Penggunaan Iphone yang didasarkan atas branding baik dan simbol yang dibawa terjadi karena adanya ledakan emosi dari dalam diri seseorang. Individu akan cenderung merasa senang apabila memiliki Iphone. Pada akhirnya, ini yang mendorong kepemilikan Iphone oleh individu bukan berdasarkan pada kebutuhan tetapi lebih pada keinginan. Seiring dengan berjalannya waktu, perubahan gaya hidup individu pun terjadi. Seperti yang dialami oleh informan LA dalamungkapannya pada saat dilakukan wawancara.

“Dulunya aku kurang tertarik sama barang- barang branded ka, tetapi setelah menggunakan Iphone dan berkumpul dengan orang- orang pengguna Iphone, terkadang juga kalau pergi keluar terus melihat pengguna Iphone diselingi dengan pakai barang branded jadi ada keinginan untuk melakukan hal yang sama, soalnya kadang juga ngerasa minder terus takut dikatain “maksa pakai Iphone” padahal gayanya biasa aja, makanya aku juga kadang ambil freelance job kecil- kecilan gitu buat tambah- tambah pemasukan biar bisa kebeli barang branded juga gitu.” (wawancara informan pada tanggal 18 Mei 2025).

Pengakuan dari Informan LA mengikuti gaya hidup temannya dengan membeli barang branded karena rasa takutnya akan penilaian yang buruk terhadap dirinya sebagai pengguna Iphone. Hal ini terjadi karena adanya pengaruh dari lingkungan pergaulan yang berdampak pada emosional diri individu. Terungkap pula apabila informan LA rela menerima freelance job untuk menambah penghasilan guna membeli barang- barang yang dianggapnya branded dan mampu mengimbangi produk (Iphone) yang ia gunakan.

Chaney menjelaskan bahwa gaya hidup dapat menjadi penunjuk sikap, nilai, moral, dan tindakan seseorang. Maksud dari ungkapan Chaney tersebut adalah gaya hidup menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat, dimana gaya hidup bergantung pada bentuk kultural masing- masing individu. Hal ini meliputi cara penggunaan barang- barang, gaya, tata krama, pengalaman sosial, serta kebiasaan dari individu (Chaney, 2011). Dari apa yang dilakukan oleh

informan LA melalui pernyataan tersebut dirinya mengalami perubahan dalam bentuk gaya hidup yang sekarang cenderung hedonis terlihat dari ketertarikannya akan barang- barang branded merupakan bagian dari pengalaman sosialnya.

Pada beberapa orang mungkin hal ini terlihat berpengaruh ke arah negatif karena perilaku konsumsi informan LA terkesan menghambur- hamburkan uang hanya untuk membeli barang branded dengan harga mahal padahal ada barang yang serupa dengan kualitas sama namun harganya lebih terjangkau. Hal ini kembali lagi pada pemaknaan atas pola tindakan maupun gaya hidup seseorang seperti pada konsep gaya hidup sebagai penunjuk sikap, nilai, moral, dan tindakan seseorang yang dikemukakan oleh David Chaney. Hasil temuan yang ditemukan di lapangan seperti wawancara diatas juga ditemukan pada penelitian serupa milik (Mufidah & Wulansari, 2018), dimana gaya hidup hedon dengan penggunaan barang branded sah- sah saja dilakukan oleh semua orang apabila mereka mampu untuk melakukannya. Selain itu, rasa nyaman yang didapatkan ketika mengenakan atau mengonsumsi barang branded juga menjadi alasan penggunaan barang branded.

Penggunaan ponsel pintar dikalangan mahasiswa terutama mereka yang menjadi bagian dari generasi sangatlah beragam, termasuk pada kebutuhan aktivitas sehari- hari. Hal tersebut berpengaruh juga pada pilihan gaya hidup yang dijalankan oleh individu. Selain untuk komunikasi, akses terhadap internet juga memberikan fungsi lain dalam penggunaan ponsel pintar. Internet yang menawarkan berbagai informasi dapat ditemukan dengan mudah oleh individu ketika menggunakan ponselnya. Hal ini juga terjadi pada generasi Z dalam penggunaan ponselnya. Dalam penggunaan internet, generasi Z ini merupakan salah satu generasi yang tergolong aktif dalam berbagai platform digital terutama sosial media seperti TikTok, Instagram, Youtube, Twitter . Penggunaan platform sosial media oleh generasi Z ini juga beragam tujuannya,

seperti untuk hiburan, kebutuhan estetasi visual, tren viral, hingga pembelajaran edukasi.

B. Dampak Gaya Hidup yang Dijalankan Oleh Pengguna Iphone Dikalangan Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo

Penggunaan Iphone yang mendorong pada pilihan bentuk gaya hidup yang dijalankan oleh pengguna Iphone dikalangan mahasiswa generasi Z memiliki tujuan yang berbeda. Hal ini berkaitan dengan bagaimana dampak yang akan dirasakan oleh individu dalam pengguna Iphone dalam membentuk pilihan gaya hidup pengguna nantinya. Berdasarkan hasil temuan dilapangan, dampak- dampak yang dihasilkan dari gaya hidup yang dijalankan oleh pengguna Iphone dikalangan Mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo diantaranya yaitu :

1. Dampak Sosial

a. Simbol identitas diri dan rasa gengsi

Manusia pada hakikatnya merupakan makhluk sosial, dimana dalam menjalani kehidupannya tidak dapat terlepas dari orang lain. Pemilihan gaya hidup juga berpengaruh terhadap bagaimana interaksi individu dengan lingkungan pergaulannya, mulai dari bagaimana individu menjalin interaksi dengan lingkungannya dengan siapa dirinya bergaul, serta dampak yang dihasilkan oleh interaksi dengan pergaulannya, serta bagaimana dampak yang terjadi atas pergaulan yang dipilihnya. Hal ini juga termasuk pada penggunaan ponsel pintar, terlebih pada era globalisasi. Berbagai kecanggihan dan kepraktisan ditawarkan dalam penggunaan ponsel pintar. Penggunaan ponsel pintar dewasa ini tidak hanya sebagai alat komunikasi saja, tetapi juga sebagai bagian dari penilaian taraf sosial seseorang (Aufa Yolanda, 2016). Hal tersebut juga terjadi pada salah satu posel pintar bermerek Iphone, dimana Iphone tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai representasi dari tanda status sosial seseorang.

Dilansir dari Palpos.bacakoran.co (2025), Iphone menjadi merek ponsel yang paling dicari oleh anak muda sebagai simbol dan teknologi terkini. Dalam perkembangannya di tahun 2025 ini, Iphone menjadi ponsel pintar yang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga menjadi simbol serta gaya hidup yang dijalani oleh anak muda di Indonesia. Hal tersebut juga terjadi pada millennial awal dan generasi Z yang menjadikan Iphone sebagai bagian dari integral identitas sosial terutama di era digital. Iphone sering kali menjadi estetasi status sosial seseorang.

Dari hasil wawancara dengan para informan, ditemukan bahwa penggunaan ponsel pintar dengan merek Iphone dinilai dapat meningkatkan status sosial. Hal ini selaras dengan ungkapan dari Informan W, dimana informan W kerap kali mendapatkan penilaian dari orang lain bahwa dirinya merupakan orang yang lahir dari orang tua yang berkecukupan dalam hal materi.

“Aku sering sekali mendapat pujian kalau aku anaknya orang berada ka, tapi aku juga sebenarnya sama kaya yang lain, padahal sebenarnya aku juga makan seperti yang lain, tetapi aku dulu sebelum sebagai pengguna Iphone aku juga mengira kalau yang bisa beli dan menggunakan Iphone hanya orang-orang tertentu dikarenakan harganya yang cukup mahal” (wawancara dengan informan W pada tanggal 21 Mei 2025).

Informan W menjelaskan bahwasanya dirinya tidak hanya mendapat penilaian orang lain sebagai pengguna Iphone, tetapi dirinya juga mengaku bahwa sebelum menggunakan Iphone dirinya pernah mengalami fase ini. Dirinya mengungkapkan bahssanya dirinya dulu juga melihat Iphone sebagai ponsel milik mereka yang berasal dari kelas atas.

Chaney menjelaskan bahwa gaya hidup dapat menjadi identitas diri dan citra bagi para penggunanya (Chaney, 2011). Penggunaan konsep gaya hidup menurut David Chaney dalam dunia modernitas memiliki hubungan dan saling berkaitan. Dimana dalam pandangan masyarakat, gaya hidup

dilihat bersamaan dengan perkembangan gaya, globalisasi, perkembangan teknologi, transformasi, Dalam dunia modernitas, gaya hidup diibaratkan sebagai permainan citra dalam membentuk identitas individu. Pemaknaan akan sebuah objek benda- benda memiliki hubungan timbal balik dan relasi simbolis. Gaya hidup menjadi ajang dalam pengekspresian benda- benda yang memiliki peran dan citra yang sentral (Adibah & Harianto, 2019)

Penggunaan Iphone dikalangan generasi Z juga dipengaruhi oleh berbagai konten yang ada di sosial media yang menampilkan bagaimana Iphone ini menjadi tren ponsel dengan kualitas pixel kamera yang bagus. Oleh karenanya orang berbondong- bonding mengganti ponselnya dan beralih ke Iphone. Keaktifan generasi Z dalam mengakses sosial media dengan beragam informasi seputar Iphone membuat generasi Z ini menjadi mudah terpengaruh untuk menyukaianya. Termasuk di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan hasil temuan penelitian melalui wawancara dengan informan S diketahui bahwa kepemilikan Iphone olehnya dilatarbelakangi sebagai bentuk rasa gengsi dirinya terhadap teman- temannya yang menggunakan Iphone. Informan S mengungkapkan bahwa dalam lingkungan pergaulannya, seseorang yang menggunakan Iphone akan dianggap “up to date” dan memiliki kesan yang “keren” dibandingkan dengan mereka yang tidak memiliki Iphone. Hal ini juga terjadi karena anggapan dalam lingkungan pergaulannya yang melihat bahwa Iphone ini merupakan ponsel yang dibanderol dengan harga yang relatif tinggi.

“Menurut aku setelah menggunakan Iphone terutama di lingkungan pergaulan itu punya dampak yang cukup besar ya ka, contohnya nih, misal kalau kita mau mengajak teman- teman kita untuk foto bareng di tempat tongkrongan itu rasanya aku percaya diri aja gitu pakai Iphone, beda kalau pakai android, aku agak malu karena kameranya kurang jelas ditambah dengan biasanya itu pengaburan cahaya, jadi kalau foto hasilnya jelek itu udah ga pede ditambah lagi kalau ketika kumpul itu rasanya makin malu

buat mengajak foto. Selain itu, kalau teman-teman itu pada menaruh ponselnya di meja itu kalau dilihat orang kadang aku malu sendiri karena cuma pakai android” (wawancara informan S pada tanggal 20 April 2025).

Sikap dan perilaku yang muncul dari informan itu bermula dari rasa gengsinya yang harus terlihat sama dengan yang lain. Gengsi sebagai bentuk ungkapan perasaan dari adanya pengaruh pemaknaan akan objek benda.

b. Intensitas interaksi dalam pergaulan yang meningkat

Penggunaan Iphone dikalangan mahasiswa membawa perubahan dalam aktivitas kehidupan terutama di lingkungan pergaulan. Pada mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo Semarang, diketahui bahwa penggunaan Iphone memberikan perubahan pada intensitas interaksi antara pengguna dengan teman-teman di lingkungan pergaulannya. Hal tersebut sesuai dengan yang ditunjukkan oleh informan W pada saat dilakukan sesi wawancara.

“Sebelum dan sesudah penggunaan Iphone aku mengalami perubahan di lingkungan pergaulan terutama ya, kalau dahulu sebelum menggunakan Iphone itu aku merasanya teman-teman itu pada yang biasa aja gitu bahkan cenderung seperti acuh tak acuh karena mungkin android dinilai biasa aja mungkin ya, apalagi dari segi kamera, tetapi pada saat aku memakai Iphone itu teman-temanku banyak yang tiba-tiba mendekat terus sering mengajak komunikasi, contohnya kaya tiba-tiba pinjam hp buat foto, buat bikin konten di TikTok gitu lah ka.” (Wawancara dengan informan W pada tanggal 21 Mei 2025)

Dari pernyataan tersebut, informan menjelaskan bahwa sejak menggunakan Iphone dirinya merasa intensitas interaksi dengan teman-temannya menjadi meningkat.

c. Peningkatan status sosial

Iphone dikalangan mahasiswa tidak hanya berfungsi sebagai ponsel pintar biasa yang digunakan sebagai alat komunikasi dan akses informasi. Iphone juga menjadi objek pembentukan citra diri dari para penggunanya termasuk pada pembentukan status sosial. Dalam lingkungan dan aktivitas

sosial, Iphone memberikan dampak pada peningkatan status sosial dimana Iphone mampu memberikan makna status sosial yang tinggi. Hal ini sesuai dengan apa yang dirasakan oleh informan M pada pra riset yang dilakukan oleh peneliti.

“Sebetulnya perubahan di lingkungan sosial tidak banyak, Cuma terkadang beberapa orang- orang disekitar saya itu mendefinisikan dan menganggap saya sebagai orang yang berstatus sosial tinggi terutama dalam hal ekonomi, dan memang itu saya alami setelah saya menggunakan Iphone, sebelum menggunakan Iphone orang- orang juga tidak banyak berkomentar tentang diri saya.” (Hasil wawancara dengan informan M pada 31 Mei 2025)

Berdasarkan pemaparan informan, dapat dijelaskan bahwa informan merasakan bahwa dirinya kerap kali mendapatkan anggapan- anggapan dari lingkungan sosialnya yang lebih berfokus dan mengarah pada kepemilikan Iphone. Informan juga mengungkapkan bahwa dirinya merasakan hal tersebut setelah informan beralih menggunakan Iphone. Diketahui bahwa Iphone merupakan merek ponsel pintar yang dibanderol dengan harga yang tergolong mahal karena memiliki target pasarnya sendiri sehingga terjadi pengklasifikasian dalam sebuah produk terkait dengan status sosial seseorang.

Chaney (2011) dalam gaya hidup dijelaskan bahwa penampilan luar adalah segalanya, berkaitan dengan itu penampilan luar melalui penggunaan Iphone yang ditunjukkan oleh mahasiswa Generasi Z FISIP UIN Walisongo Semarang menciptakan citra dirinya pada orang lain. Pada konteks ini adalah adanya sanjungan dan anggapan bahwa penggunaan Iphone dikalangan generasi Z terutama mahasiswa FISIP UIN Walisongo Semarang berasal dari Masyarakat kelas atas dan berstatus sosial tinggi. Triningrum (2021) menjelaskan bahwa Masyarakat Indonesia menganggap bahwa memiliki Iphone adalah bagian dari gaya hidup mewah karena citra

merek yang sudah populer dan dikenal luas pada masyarakat luas, khususnya dikalangan anak muda.

2. Dampak Ekonomi

a. Praktik Konsumerisme

Fenomena penggunaan Iphone dikalangan generasi Z menjadikan Iphone tidak hanya sebagai alat dukung fungsional, tetapi juga dapat membantu orang lain dalam mendefinisikan perilakunya. Keberhasilan Iphone dalam membangun citra mereknya. Penggunaan Iphone oleh generasi Z juga berpengaruh pada praktik konsumerismenya, dimana Iphone diartikan sebagai gaya hidup dan nilai- nilai yang cocok untuk meonjalkan jati dirinya sebagai pengguna Iphone. Hal ini juga dilakukan oleh individu melalui interaksi virtual dalam sosial media. Individu akan cenderung menampilkan nilai- nilai yang diyakininya sebagai pengguna Iphone, termasuk pada nilai prestise yang terdapat pada Iphone dalam sosial medianya.

Penggunaan Iphone yang berpengaruh pada pembentukan jati diri juga dialami oleh informan M dalam akun sosial medianya. Pertama, informan M mengaku banyak menggunakan ponselnya untuk kepentingan mencari informasi dan tren terkini yang ada di sosial media. Informan M menyebutkan bahwa dirinya mampu menggunakan waktu luangnya hanya untuk mengakses sosial media. Durasi penggunaan Iphone olehnya untuk mengakses sosial media pun tergolong cukup lama, yakni sekitar 8 jam perhari.

“Aku memakai ponselku paling sering digunakan itu untuk mengakses social media, biasanya untuk hiburan dan mencari informasi, tapi lebih banyaknya untuk mencari referensi konten yang nantinya diunggah di akun sosial media aku, biasanya aku bisa memakai ponselku untuk mengakses sosial media itu paling tidak dalam sehari 8 jam lamanya. Biasanya dengan melihat akun sosial media influencer gitu aku jadiin

referensi buat konten yang aku upload juga nantinya.” (wawancara dengan informan M pada tanggal 31 Mei 2025).

Tujuan dalam mengakses sosial media yang dilakukan oleh informan M ini juga sebagai bentuk upaya dirinya untuk menunjukkan citra diri yang ia inginkan kepada para pengikutnya. Influencer atau selebritas yang berada di sosial media memiliki peran yang cukup besar terhadap pembentukan citra dari informan. Namun, perlu diketahui juga bahwa kondisi tersebut juga memberikan dampak terhadap pola konsumsi individu. Individu cenderung mengikuti aktivitas maupun gaya hidup yang dilakukan oleh para influencer, akan tetapi di sisi lain para influencer ini memiliki pemasukan yang lebih besar bahkan konsumsi barang yang dilakukannya biasanya berupa endorsement, berbeda dengan kita sebagai masyarakat biasa yang mengonsumsi barang yang sama dengan menggunakan keuangan pribadi kita. Oleh karena itu, beberapa orang merasa apabila pembentukan citra dan identitas dirinya yang dipengaruhi oleh influencer di sosial media menjadikan dirinya cukup boros karena perilaku konsumsinya.

Dalam wawancara yang dilakukan pada saat proses penelitian, informan M juga mengungkapkan bahwa dirinya merasa cukup boros setelah menjalani gaya hidup seperti apa yang ia inginkan untuk mendapatkan citranya sebagai pengguna Iphone.

“Sejak jadi pengguna Iphone aku cukup boros dan konsumernya, karena kualitas kamera yang dihasilkan oleh Iphone terus keinginan aku dalam mengunggah konten di sosial media supaya dilihat “estetik” oleh para pengikut aku jadinya aku sering pergi ke tempat- tempat lucu, café lucu, atau sekedar jalan – jalan ke booth di mall yang lucu jadi membuat pengeluaran aku cukup membengkak ya, ditambah lagi kalau keluar harus mikirin gaya berpakaianya juga, sedangkan aku tipe yang kalau misal bajunya udah dipakai foto dan di unggah di sosial media aku gamau pakai itu lagi karena nanti pasti dikira bajunya itu- itu mulu kaya gapunya baju.” (wawancara dengan informan M pada tanggal 31 Mei 2025).

Hasil temuan tersebut dapat didefinisikan secara sederhana bahwa informan M merasa dirinya agak boros karena kebutuhan kontenisasi dalam sosial media olehnya, Selain itu, sebagai pengguna Iphone dirinya juga kerap kali mencari referensi yang sesuai dengan citra dirinya sebagai pengguna Iphone sehingga ia cenderung mencontoh perilaku pengguna Iphone lainnya. Hal lain juga menjadi alasan dari praktik konsumerismenya dimana ponsel dengan merek Iphone sendiri sudah membawa kesan prestise tersendiri tanpa dirinya harus menjelaskan kepada orang lain bahwa dirinya merupakan bagian dari unsur prestise itu sendiri.

David Chaney dalam teori gaya hidupnya menyebutkan bahwa gaya hidup juga dapat digunakan sebagai bentuk penunjuk sikap, nilai, moral dan tindakan individu. Dalam konteks ini, nilai prestise yang diyakini oleh individu terhadap penggunaan Iphone mendorong dirinya untuk bersikap dan bertindak seperti pengguna Iphone yang memunculkan kesan “mewah” dan “keren. Selain itu, dalam berbagai tuntutan modernitas yang ada, informan juga memberikan tampilan luar yang sangat luar biasa untuk mempertahankan eksistensinya sebagai pengguna Iphone. Menunjukkan dan menampilkan identitas dirinya sebagai pengguna Iphone melalui penampilan luar seperti dari penggunaan pakaian, apakah dari merek branded maupun dari penggunaan pakaian yang tidak mau dipakai berulang kali merupakan bentuk upaya dari informan untuk tetap mempertahankan dirinya sebagai pengguna Iphone yang memiliki gaya hidup mewah.

b. Peningkatan Penjualan Produk Mewah Lainnya

Tren penggunaan Iphone sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat moderen, dimana tidak hanya berdampak pada penjualan produk Iphone itu sendiri. Hal ini juga berdampak pada peningkatan penjualan produk mewah lainnya seperti dengan penjualan barang- barang branded. Penggunaan barang- barang mewah ini dilakukan dengan berdasarkan pada

bagaimana penggunaan uang yang dialokasikan untuk membentuk citra dirinya sebagai pengguna Iphone. Realitas dan anggapan bahwa Iphone merupakan ponsel pintar mewah mendorong penggunaanya untuk menyamakan bagaimana pola konsumsi dan kebiasaan selaras dengan citra yang ada pada Iphone.

Berdasarkan hasil pengamatan, pengguna Iphone terutama yang berasal dari mahasiswa akan cenderung memiliki bentuk gaya hidup mewah. Terlihat pada bagaimana mereka dalam mengalokasikan penggunaan uangnya, dimana mereka akan memperhatikan penampilan mereka, terutama pada gaya berpakaian. Kebiasaan penggunaan gaya berpakaian dengan menggunakan merek- merek branded banyak ditemui pada mahasiswa pengguna Iphone. Hal dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan eksistensi dan citra diri yang ada pada pengguna Iphone.

Chaney (2011) menyinggung bagaimana kebiasaan sosial menjadi modal simbolik dalam gaya hidup. Kebiasaan yang dilakukan oleh pengguna Iphone tersebut dapat menjadi modal simbolik dalam lingkungan sosialnya. Hal ini dapat dilihat dari cara- cara dan gaya yang ditampilkan oleh pengguna Iphone melalui kebiasaan dirinya dalam mempertahankan eksistensi dirinya, termasuk pada penggunaan dan pengelolaan uang yang dilakukan oleh para pengguna Iphone dikalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo Semarang. Selaras dengan penelitian milik Wibowo (2017) yang menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh pada pengalokasian anggaran seseorang untuk sebuah produk. Misalnya terlihat dengan orang yang memiliki gaya hidup mewah akan cenderung mengeluarkan uang untuk membeli barang- barang premium dengan kualitas tinggi. Namun sebaliknya, orang yang lebih berfokus pada efisiensi anggaran mungkin akan mencari produk dengan kualitas baik tetapi dengan harga yang jauh lebih terjangkau.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan data penelitian yang telah dikumpulkan dan dianalisis, mengenai gaya hidup dari pengguna Iphone dikalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo. maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya penggunaan Iphone tidak hanya dilatarbelakangi oleh aspek fungsional teknologi, tetapi juga dilatarbelakangi oleh tekanan sosial, kultur, hingga simbolisasi dari perangkat tersebut yang mencerminkan gaya hidup yang dilakukan oleh generasi Z, terutama dikalangan mahasiswa yang ada di lingkungan FISIP UIN Walisongo.

1. Penggunaan ponsel pintar dikalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo memiliki peran dalam membentuk citra diri dari para penggunanya. Citra diri yang merujuk pada konteks modern, kreatif, produktif, serta terkoneksi secara sosial dengan sesama pengguna Iphone dirasakan oleh pengguna Iphone terutama dikalangan mahasiswa generasi Z di lingkungan FISIP UIN Walisongo. Adanya tekanan sosial yang bertujuan dan berorientasi pada suatu status sosial serta simbolisasi yang terdapat pada Iphone dapat menjadi alat representasi diri dalam mencerminkan gaya hidup yang dianggap “eksklusif” dan “moderen”. Hal ini dilatarbelakangi oleh realitas lingkungan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo yang menjadikan Iphone dan memposisikannya sebagai perangkat yang dapat mendefinisikan status, simbol, serta identitas diri terutama pada kalangan mahasiswa generasi Z.
2. Mengenai bentuk gaya hidup yang dijalankan oleh para pengguna Iphone terutama dikalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo banyak dipengaruhi oleh bagaimana seseorang (yang merupakan pengguna Iphone) dalam memaknai penggunaan uang dan waktunya, terutama setelah menggunakan Iphone. Berdasarkan data temuan lapangan yang

menggambarkan bagaimana Iphone ini mengalami simbolisasi dan objektifikasi produk yang dinilai mampu menunjukkan atas gaya hidup penggunanya. Gaya hidup pengguna Iphone disini ditampilkan sesuai dengan nilai-nilai dan aspek simbolik yang ada pada perangkat tersebut. Hal ini meliputi estetika digital, efisiensi, kecanggihan, serta yang paling penting yaitu identitas diri dari penggunanya. Bentuk-bentuk gaya hidup yang dapat dijumpai pada pengguna Iphone dikalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo diantaranya yaitu (1) gaya hidup urban, hal ini terjadi karena banyaknya pengguna Iphone yang berada di wilayah perkotaan dan menjadikan Iphone sebagai perangkat tren kehidupan modern khas dari perkotaan sehingga menjadikan sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat urban (perkotaan), (2) gaya hidup homogen, hal ini terjadi karena Iphone mampu memberikan citra dan status sosial, serta simbol bagi diri para penggunanya yang mengarah pada aspek dan nilai-nilai premium sehingga memberikan kesan prestise tersendiri terhadap para penggunanya, ini juga berpengaruh terhadap bagaimana pola pikir dari penggunanya dalam memilih pola gaya hidup yang akan dijalani dan membentuk ekosistem yang sama pada para pengguna Iphone lainnya, singkatnya, para pengguna Iphone antara satu dengan yang lain terlihat seperti memiliki pola gaya hidup dan ketertarikan pada hal yang sama, tak terkecuali pada yang terjadi mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo, (3) gaya hidup homogen, dimana Iphone tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup generasi Z yang membawa simbol dan makna sendiri sehingga mendorong para penggunanya memiliki pola kebiasaan dan berperilaku terutama pada aktivitas konsumsi yang sama, (4) konsumsi dan produksi digital, Iphone menjadi produk digital yang erat kaitannya dengan masyarakat modern termasuk pada generasi Z, gaya dengan menirukan atas informasi yang tersedia secara digital seperti dalam media sosial menjadi bagian dari konsumsi gaya hidup generasi Z, namun tidak hanya itu generasi Z juga memanfaatkan Iphonanya untuk

menghasilkan informasi seputar gaya hidup yang ia jalankan sesuai dengan referensi yang ditemui, (5) gaya hidup hedonisme dan pengeluaran tinggi, citra merek Iphone berpengaruh pada cara konsumsi penggunanya, termasuk pada pilihan gaya hidup yang dijalankannya, kebiasaan berbelanja yang terjadi pada pengguna Iphone dikalangan generasi Z merupakan bentuk pilihan gaya hidup yang dijalani, termasuk gaya hidup hedonisme yang hanya memperhatikan kesenangan semata daripada kebutuhan dalam menjalankan aktivitasnya.

3. Bentuk dari gaya hidup yang dijalankan oleh pengguna Iphone dikalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo, terutama yang terindikasi bahwa gaya hidupnya dipengaruhi oleh kepemilikan perangkat tersebut memberikan dampak pada diri penggunanya. Dampak yang terjadi atas penggunaan ponsel pintar antara merek Iphone dengan merek lain pun memiliki perbedaan. Hal ini terjadi karena Iphone kerap kali diposisikan dalam pembentukan citra, status, hingga identitas diri individu. Dampak gaya hidup yang dijalankan oleh para pengguna Iphone terutama dikalangan mahasiswa generasi Z FISIP UIN Walisongo banyak ditemukan pada aspek sosial dan ekonomi. Pada aspek sosial terlihat pada beberapa realitas yang ditemukan seperti (1) perasaan gengsi yang muncul sebagai akibat dari tanda status yang dibawa oleh Iphone sebagai ponsel pintar eksklusif dengan desain mewah, (2) intensitas interaksi dalam pergaulan meningkat, Iphone yang menjadi bagian dari gaya hidup membawa kesan dan nilai tersendiri bagi para penggunanya menjadikan para penggunanya memiliki pilihan gaya hidup yang hampir sama antara satu dengan lain (gaya hidup homogen), hal ini membantu dalam proses interaksi dengan sesama, pengguna Iphone bahkan menambah intensitas interaksi diantara penggunanya, (3) peningkatan status sosial, citra branding yang digunakan oleh Iphone dalam memasarkan produknya mampu memberikan label pada produk tersebut sebagai barang “mewah”, hal ini tentu saja mendorong penggunanya untuk memilih gaya hidup yang juga dinilai

“mewah” untuk menyamakan dan menyetarakan atas produk yang dimiliki, kemudia ini juga berdampak pada lingkungan sosial yang mendefinisikan bahwa pengguna Iphone merupakan mereka yang berasal dari kelas atas dari pilihan gaya hidup mewah yang diperlihatkan. Selanjutnya, pada aspek ekonomi, gaya hidup yang dijalankan oleh pengguna Iphone terutama dikalangan mahasiswa generasi Z juga memiliki dampak dalam aspek ekonomi. Diantaranya seperti (1) praktik konsumerisme yang terjadi karena adanya ekspektasi terhadap standar gaya hidup yang menjadi acuan bagi para penggunanya di lingkungan FISIP UIN Walisongo guna memenuhi kebutuhan akan sebuah pengakuan sosial sehingga menjadikan para penggunanya cenderung konsumtif pada kebiasaan aktivitas konsumsinya, (2) peningkatan penjualan produk mewah lainnya, kebiasaan aktivitas konsumsi yang cenderung konsumsi dikarenakan adanya simbol yang dibawa dari Iphone itu sendiri dan diyakini oleh masyarakat era modernitas seperti saat ini, hal tersebut terlihat pada penjualan produk mewah yang meningkat terutama dikalangan para pengguna Iphone.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, adapun saran dan harapan yang nantinya dapat bermanfaat bagi pihak- pihak terkait, sebagai berikut :

1. Bagi para pengguna Iphone yang terindikasi pemilihan gaya hidup karena perangkat Iphone.

Harapannya agar orang- orang yang terindikasi akan pemilihan gaya hidup karena penggunaan perangkat Iphone yang ia gunakan termasuk atas aspek maupun nilai sosial dari perangkat tersebut dapat dijadikan sebagai pelajaran untuk kedepannya. Terlebih di era globalisasi dan zaman yang serba digital ini, berbagai informasi tersaji didalam ponsel pintar yang sudah dilengkapi dengan akses internet yang semakin cepat dan canggih. Dimana seseorang dapat menemukan berbagai referensi dan gaya hidup yang dapat dilakukan.

Proses pencarian gaya hidup yang akan dilakukan pun harus didasarkan pada skala kebutuhan dan prioritas diri agar tidak memberikan dampak yang merugikan bagi diri sendiri, termasuk bagi para pengguna Iphone. Maka dari itu, selektifitas menjadi hal penting terutama dalam proses memilih gaya hidup termasuk pada minat dan ketertarikan dalam penggunaan uang dan waktu untuk mencegah terjadinya kerugian pada diri sendiri.

2. Bagi Pengguna Iphone

Harapannya bagi para pengguna Iphone agar tidak terdampak oleh adanya tekanan sosial yang terdapt pada perangkat ponsel tersebut juga berkaitan dengan penggunaan Iphone. Kemudian penggunaan Iphone juga disarankan untuk tidak hanya melihat dari segi aspek sosial dari penggunaan Iphone tetapi juga pada segi kecanggihan teknologi yang dapat membantu dalam menjalankan aktivitas sehari-hari termasuk pada kebutuhan akademis, pekerjaan, dan pencarian informasi. Penggunaan ponsel pintar secara bijak dan sesuai dengan kebutuhan juga disarankan kepada para pengguna Iphone, tidak hanya pada penelitian ini tetapi untuk seluruh pengguna Iphone yang berada di wilayah belahan bumi mana pun.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Harapannya agar peneliti selanjutnya dapat mengkaji terkait dengan fenomena penggunaan Iphone terhadap gaya hidup dengan menggunakan teori yang lebih relevan dengan kondisi masyarakat modern dalam realitas yang ada. Harapan berikutnya, agar peneliti dapat mengkaji terkait fenomena penggunaan Iphone terhadap gaya hidup yang kemudian implikasinya baik itu untuk dirinya sendiri maupun untuk lingkungan sosialnya, sehingga dapat melihat perbedaan dari hasil penelitian. Penulis juga berharap agar penelitian ini dapat menjadi rujukan bacaan bagi penelitian yang dilakukan di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *TEMATIK*, 7(2). <https://doi.org/10.38204/tematik.v7i2.461>
- Albertus, Y. (2020). Konsumerisme terhadap Gawai dan Dampaknya bagi Lingkungan: Studi Kasus pada Apple Inc. *Jurnal Hubungan Internasional*, 13(1). <https://doi.org/10.20473/jhi.v13i1.17616>
- Ardiva Zakia, Asri Ayu Adisti, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5).
- Budiningsih, T. E., & Setiawan, D. (2015). GAYA HIDUP PUNKLUNG (Studi Kasus pada Komunitas Punklung di Cicalengka, Bandung). *Jurnal Psikologi TALENTA*, 1(1). <https://doi.org/10.26858/talenta.v1i1.5224>
- Deandra, R. R. (2018). Gaya Hidup Mahasiswa Bidikmisi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga. In *Analytical Biochemistry* (Vol. 11, Issue 1).
- Adibah, D., I., & Harianto, S. (2019). Gaya Hidup Remaja Santri Nongkrong Di Kafe. *Paradigma*, 8(1).
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2). <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). "True Gen": Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*.
- Ghilmansyah, R., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2022). Fenomena Thrifting sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor. *Jurnal Nomosleca*, 8(1). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i1.6308>
- Haryono, A., & Elistia. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Apple Iphone. *JCA Ekonomi*, 1(2).
- Haryono, A. P. dan Yanuartuti, S. (2023). Karya Tari "FOMO On TikTok" Sebagai Ungkapan Takut Tertinggal Trend TikTok dalam Bentuk Tipe Dramatik. *Solan : Jurnal Seni Pertunjukan*. 1(1), 39- 50. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/solah/>

- Hepat, D. A. R., dkk. (2024). Gaya Hidup Hedonis Pada Pengguna Smartphone Iphone (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS*, 7(1), 237–244.
- Huda, F. H. A., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Pengaruh Brand Imagedan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian IPHoned di Kota Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 6417–6432.
- Indarto, A. F. dan Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al – Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*.
- Irwanto, M. T. (2016). Gaya Hidup Remaja Pengguna Smartphone Di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1).
- Jennyya, V., Pratiknjo, M. H., & Rumampuk, S. (2021). Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Holistik*, 14(3).
- Kabalmay, Y. A. D. (2017). “CAFE ADDICT”: GAYA HIDUP REMAJA PERKOTAAN (Studi Kasus pada Remaja di Kota Mojokerto) Yudi. *Universitas Airlangga*, 01.
- Karin, L. R., & Yuningsih, A. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Proses Transformasi Identitas Diri. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i2.9489>
- Khan, I. A., & Bansal, V. (2018). Effect of Using PC Tablets on Perceived Learning Outcomes of Generation Z Trainees. *International Journal of Learning and Development*, 8(1). <https://doi.org/10.5296/ijld.v8i1.12309>
- Kristyowati, Y., & Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, Mt. (2021). *GENERASI “Z” DAN STRATEGI MELAYANINYA*. 02(1). <https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s>
- Mufidah, E. F., & Wulansari, P. S. D. (2018). Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial. *JKI (Jurnal Konseling Indonesia)*, 3(2). <https://doi.org/10.21067/jki.v3i2.2468>
- Muhazir, S. M., & Ismail, N. (2015). Generasi Z: Tenaga Kerja Baru dan Cabarannya. *Artikel Psikologi*.
- Nur Rohim, A., & Dwi Priyatno, P. (2021). POLA KONSUMSI DALAM IMPLEMENTASI GAYA HIDUP HALAL. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Binsin*, 4.

- Pandusaputri, N. A., dkk. (2024). Kenyamanan Pengguna Ios dan Android Di Kalangan Generasi Z. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(5).
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1). <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
- Putra, H. P., & Elpanso, E. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Universitas Bina Darma. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 170–174
- Putri Anggreni, & I Wayan Gita Arsana. (2022). PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MEREK SMARTPHONE BERDASARKAN SISTEM OPERASI (Studi Perbandingan Smartphone menggunakan Iphone S/IOS dengan Android OS). *JUIMA: JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 12(1). <https://doi.org/10.36733/juima.v12i1.5183>
- Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2018). eWOM PADA GENERASI Z DI SOSIAL MEDIA. *Journal Manajemen DayaSaing*, 20(2).
- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 323–331.
- Rijali, A. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33). <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1). <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Santosa, E. T. (2015). Raising children in digital era. *Elex Media Komputindo*, 45(1).
- Saputri, K. K. (2020). Kontruksi Sosial Terhadap Perubahan Gaya Hidup (Studi Kualitatif Tentang Mahasiswa Rantau Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Airlangga). *Skripsi Universitas Airlangga*.
- Sari, D., Rifayanti, R., & Putri, E. T. (2022). Kontrol Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Wanita Dewasa Awal di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1). <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i1.7155>
- Sari, I. P., Ifdil, I., & Yendi, F. M. (2020). Konsep Nomophobia pada Remaja Generasi Z. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 5(1). <https://doi.org/10.29210/3003414000>

- Sari, R. D., dkk. (2023). Iphone dalam perspektif nilai tanda dan simbol di kalangan mahasiswa fisip unsri *. *Jurnal Sosiologi Usk: Media Pemikiran & Aplikasi*, 17.
- Silalahi, D. M., & Indrawati. (2024). Personal Branding Pada Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Riau Kepulauan Di Batam (Studi Pengguna Iphone). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(4), 196–207.
- Socius, J., dkk. (2024). *FOMO (FEAR OF MISSING OUT) DAN PERILAKU KONSUMTIF SISWA MAN 2 MATARAM*. 00(00), 2442–8663. <https://doi.org/10.24036/XXXXXXXXXX-X-XX>
- Sukirno Setyo, F., & Harianto, S. (2017). Pergeseran Gaya Hidup Masyarakat Sub Urban Area di Kota Mojokerto. *Paradigma*, 5(1).
- Taswiyah, T. (2022). Mengantisipasi Gejala Fear of Missing Out (fomo) Terhadap Dampak Sosial Global 4.0 dan 5.0 Melalui Subjective Weel-Being dan Joy of Missing Out (JoMO). *Jurnal Pendidikan Karakter JAWARA (Jujur, Adil, Wibawa, Amanah, Religius, Akuntabel)*, 8(1).
- Thamrin, H., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(1), 1–14.
- Wibowo, A. F. (2017). Pengaruh gaya hidup, prestise dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Taiwan Tea House Semarang).
- Youarti, I. E., & Hidayah, N. (2018). Perilaku Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z. *Jurnal Fokus Konseling*, 4(1). <https://doi.org/10.26638/jfk.553.2099>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digita. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosia*, 5(1), 69–87.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1). <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>
- Subowo, A. T., (2021). Membangun Spiritualitas Bagi Generasi Z, DUMANIS : Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani, 4(4). <https://doi.org/10.56630/jti.v5i2.376>
- Suci, A. D. N., & Sarpini, S. (2024). Tingkat Konsumsi di Indonesia: Perbandingan Antara Perkotaan dan Pedesaan. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 10(5), 81–90.

- Nengsi, M. K., & Mahendra, R. . (2023). The Influence Of Brand Image And Lifestyle On Iphone Product Purchasing Decisions (Case Study at Ibox Bencoolen Mall Bengkulu City). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 773 – 778. <https://doi.org/10.53697/emak.v4i3.1344>
- Chaney, D. (2011). *Lifestyle : Sebuah Pengantar Komprehensif* (I. S. Ibrahim, Ed.). JALASUTRA.
- Susanto, A. B.. (2001). *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta : PT. Kompas Media Nusantara.
- Bagong, Suyanto J, Dwi Narwoko. (2004). *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Susanto, E. H., dkk. (2011). *Komunikasi Bencana*. Yogyakarta : Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM)
- Whittle & Wilson. (1998). *Bound by Loyalty*. Columbia : Whitlands Publishing Ltd.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Amerika Serikat : Knopf Doubleday Publishing Group
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo
- Kasali, Rhenald. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positionning* ". Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.