

## Table Of Content

<b>Journal Cover</b>	2
<b>Author[s] Statement</b>	3
<b>Editorial Team</b>	4
<b>Article information</b>	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
<b>Title page</b>	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
<b>Article content</b>	7

---

# Academia Open



*By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*

---

## Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

## Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

## Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

## EDITORIAL TEAM

### Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

### Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

### Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

## Article information

**Check this article update (crossmark)**



**Check this article impact (\*)**



**Save this article to Mendeley**



(\*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

## **Perception Of Students On The Apple Smartphone As A Lifestyle**

### *Persepsi Mahasiswa Terhadap Smartphone Apple Sebagai Gaya Hidup*

**Vivi Mulyati, vivimulyati61@gmail.com, (0)**

*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

**Didik Hariyanto, didikhariyanto@umsida.ac.id, (1)**

*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

<sup>(1)</sup> Corresponding author

#### **Abstract**

This study aims to determine the perception of communication science students towards the Apple Smartphone brand as a lifestyle. This study uses the theory of Jean Boudrillard. Data collection was carried out by means of in-depth interviews and observations, supported by relevant literature by focusing on communication science students at the Muhammadiyah Sidoarjo university. The method used is purposive sampling, this technique uses informants who have been determined or have predetermined criteria to support this research. The results of the discussion above can be concluded that students' perceptions of smartphones as a lifestyle are divided into the following processes, one, perceptual selection occurs when students remember that iPhone users will look more visible or high-class than other smartphone users, and make users more confident. Second, the student perception organization collects information from various sources to be understood in order to consider whether to buy or not, so that they will not be disappointed with the items they buy. Third, the interpretation of the stimulus describes the meaning of the Apple smartphone as a brand that provides an identity for its users.

Published date: 2021-08-13 00:00:00

## I. PENDAHULUAN

Memasuki era digital teknologi saat ini, masyarakat bersosialisasi menggunakan teknologi komunikasi dalam semua aktivitasnya. Hal ini mendorong industri teknologi informasi dan komunikasi menjadi bisnis yang berkembang pesat, tidak terkecuali industri teknologi telepon genggam atau smartphone. Saat ini berbagai vendor mulai bermunculan & bersaing satu sama lain untuk mengunggulkan produk-produk inovasi terbaru.

Dengan teknologi yang semakin berkembang, terbukti munculnya berbagai alat telekomunikasi yang semakin canggih, telekomunikasi tingkat tinggi juga membantu masyarakat untuk menyelesaikan berbagai masalah dengan cepat. Smartphone memberikan kemudahan akan menghadapi masalah-hal dapat diselesaikan dalam waktu yang cepat dan singkat.

Smartphone merupakan alat komunikasi yang saat ini sedang digandrungi oleh masyarakat sebab smartphone memiliki kemampuan yang tinggi yang bisa menyerupai komputer. Hampir semua kebutuhan bisa dibantu oleh benda ini, mulai dari kegiatan sehari-hari, kuliah, sampai kegiatan pekerjaan. Telephone tidak lagi digunakan untuk SMS dan panggilan suara saja, tetapi telepon saat ini sudah sangat canggih bisa digunakan untuk mengirim email, mengambil gambar, membuat video, dan akses internet yang mudah.

Salah satu smartphone yang memiliki kemampuan tinggi adalah apple. Apple merupakan perusahaan teknologi multinasional yang berpusat di Cupertino, California. Apple tidak hanya memproduksi smartphone saja namun juga produk lain seperti: ipad, mac, apple watch dan sebagainya. Apple juga merek yang memiliki pendapatan dan produsen telepon genggam terbesar ketiga di dunia setelah Samsung dan Huawei, hal ini dikarenakan apple sering kali meluncurkan produk-produknya dengan berbagai spesifikasi yang tidak dimiliki oleh smartphone lain.

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya terhadap Smartphone Apple memiliki desain produk yang seringkali mengeluarkan produk barunya, yang setiap desainnya memiliki ciri khasnya tersendiri dan juga membuat banyak pengguna lebih percaya diri menggunakan smartphone ini dibandingkan produk lain. Pada bagian desain iphone selalu mengutamakan ciri produk kelas atas dan tidak lepas dari teknologi yang digunakan pada setiap produk mereka.

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya didapatkan sebuah hasil bahwa Smartphone selain menjadi gaya hidup juga sudah menjadi kebutuhan mahasiswa untuk mengakses secara mobile dengan alasan untuk lebih stylish, hiburan, kebutuhan, atau hanya sekedar mengikuti trend sesuatu

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu didapatkan sebuah hasil bahwa diperoleh hasil yang positif, bisa dilihat dari persepsi dan respon mahasiswa terhadap dampak yang dirasakan oleh mahasiswa/i Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sumatera Utara

Serta kelebihan yang dimiliki Smartphone Apple yang lainnya adalah aplikasi scan yang sudah tersedia di handphone nya, serta aplikasi edit foto yang memudahkan mahasiswa ketika mendapat tugas fotografi selain itu mahasiswa dapat memperoleh informasi secara *up to date* yang didukung oleh fitur dan aplikasi produk iphone tersebut. Hal-hal tersebutlah yang mempengaruhi masyarakat untuk memiliki produk iphone. Terlebih lagi iphone adalah produk yang memiliki harga yang cukup mahal dan mewah dikelasnya, oleh karena itu banyak mahasiswa yang ingin memiliki Smartphone Apple ini agar terlihat lebih *high class*. Dalam hal ini terlihat bahwa mahasiswa membeli iphone atas dasar keinginan bukan kebutuhan.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, kebutuhan manusia juga meningkat dan selalu berubah sesuai dengan kebutuhan manusia itu sendiri. Salah satunya adalah gaya hidup, gaya hidup yang dimaksud di sini adalah pemilihan handphone. Seseorang mungkin memilih smartphone yang saat ini sedang tren untuk mengikuti gaya hidup (life style).

Gaya hidup merupakan simbol seseorang untuk mencerminkan diri mereka. Hal ini penting karena maknanya dimulai dengan sesuatu yang dihasilkan menjadi objek konsumsi konsumen yang kemudian menjadi simbol bagi konsumen. Gaya hidup dapat dijelaskan sebagai pola penggunaan ruang, waktu dan objek dalam kehidupan sosial dalam memberikan makna pada kehidupan. Gaya hidup dikonstruksi di dalam sebuah ruang sosial tertentu yang didalamnya aktifitas penggunaan ruang, waktu, dan objek bersilangan dengan kesenangan, Baudrillard menyebutnya sebagai simulasi. Simulasi terjadi ketika sebuah teater citra dan pencitraan dipertontonkan. Segala sesuatu dapat menjadi bagian dari gaya hidup selama dapat dikonstruksi menjadi seperangkat citra, termasuk penggunaan iphone. Dalam Distertasi

tetapi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang menggunakan iphone memiliki makna lain yang ingin dicapai oleh penggunanya. Jadi pembelian iphone bukan lagi kebutuhan untuk mempermudah berkomunikasi, dan juga bukan untuk mempermudah aktivitas mereka sehari-hari tetapi lebih kepada tuntutan mencari simbol serta identitas diri mereka

Dalam perkembangan zaman gaya hidup mahasiswa yang mulai berganti menjadi individu yang lebih sering menghabiskan waktunya diluar rumah seperti pergi ke mall atau hanya untuk nonton film ataupun *shopping*. Sekarang ini gaya hidup yang dialami oleh mahasiswa berpengaruh juga terhadap perilaku konsumtif mereka.

Mahasiswa merupakan suatu hal yang cukup menarik untuk diteliti karena diusia 19-24 tahun sedang berada dalam posisi ingin mengekspresikan jati diri kepada lingkungannya serta mendapat pengakuan dalam pergaulannya. Setiap mahasiswa memiliki pandangan dan gaya hidup yang berbeda-beda, begitupun perbedaan cara mereka dalam memilih suatu produk seperti *smartphone*. Hal ini menimbulkan kebingungan antara pemenuhan kebutuhan pokok yang notabennya lebih penting dengan kebutuhan gaya hidup untuk memenuhi simbol yang dapat diterima oleh lingkungan

Persepsi merupakan pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada diluar sana, persepsi disebut inti komunikasi karena jika persepsi kita tidak akurat tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif, persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Setiap pesan komunikasi akan mendapat persepsi yang berbeda dari khalayak atau komunikan, banyak faktor yang mempengaruhinya. Begitu juga dengan gaya hidup mahasiswa pengguna iphone.

Dari hasil pra penelitian pada mahasiswa ilmu komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang menggunakan *smartphone* apple lebih sering menghabiskan waktu luangnya untuk berkumpul dengan teman-temannya ke tempat yang elit seperti *starbuck*, mall, cafe, dll.

Gaya hidup sendiri didefinisikan sebagai cara hidup yang di identifikasikan oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat). Gaya hidup suatu masyarakat satu dengan yang lainnya tidak sama, bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat akan bergerak dinamis.

Dari hasil survey pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dikatakan sebagai tujuan membeli *smartphone* adalah untuk gaya, peneliti yang dilakukan pada salah satu mahasiswa dengan inisial F membeli *smartphone* karena memiliki fitur yang lengkap, merek yang sudah terpercaya, mengikuti tren zaman sekarang serta gaya hidup yang tinggi, sebagaimana yang terlihat dari sudut pandang bagi setiap mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari yang selalu berada dalam taraf hidup dengan penuh persaingan untuk menyikapi perkembangan zaman yang terus berkembang dari waktu ke waktu, sehingga gaya hidup pun menunjukkan adanya perbedaan yang menonjol diantara kalangan mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil judul penelitian "Persepsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Terhadap *Smartphone* Merek Apple Sebagai Gaya Hidup.

## II.METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor dalam Moloeng. mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Lebih lanjut Moelang mengemukakan bahwa penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.

## III.HASIL DAN PEMBAHASAN

Apple Inc adalah perusahaan teknologi multinasional yang berpusat di Cupertino, California, yang merancang, mengembangkan, dan menjual barang elektronik konsumen, perangkat lunak komputer, dan layanan daring. Perangkat keras yang diproduksi Apple meliputi telepon pintar *iphone*, komputertablet *iPad*, komputer pribadi *Mac*, pemutar media portabel *iPod*, jam pintar *Apple Watch*, pemutar media digital *Apple TV*, dan pengeras suara pintar *Momopod*. Perangkat lunak yang di produksi Apple meliputi sistem operasi *macOS* dan *iOS*, pemutar media *iTunes*, penjelajah web *safari*, dan perangkat kreativitas dan produktivitas *iLife* dan *Iwork*, serta berbagai aplikasi profesional seperti *Final Cut Pro*, *Logic Pro*, dan *Xcode*. Layanan daringnya meliputi *iTunes Store*, *iOS APP Store* dan *Mac APP Store*, *Apple Music*, dan *iCloud*.

Apple didirikan oleh Steve Jobs, Steve Wozniak, dan Ronald Wayne pada April 1976 untuk mengembangkan dan menjual komputer pribadi *Apple I* buatan Wozniak. Perusahaan ini resmi berdiri dengan nama *Apple Computer, Inc* pada Januari 1977. Penjualan komputer-komputernya, termasuk *Apple II*, menandai pertumbuhan perusahaan ini. Dalam kurun beberapa tahun, Jobs dan Wozniak mengerjakan banyak perancang komputer dan memiliki lini produksi. Apple menjadi perusahaan terbuka pada tahun 1980 dan meraup laba yang sangat besar. Selama beberapa tahun berikutnya, Apple memproduksi komputer-komputer baru yang memiliki antarmuka pengguna grafis inovatif seperti *Macintosh* pertama tahun 1978. Iklan produk Apple mendapat banyak pujian. Namun, harga produknya yang mahal dan perangkat lunak yang sedikit menjadi sumber perpecahan antara petinggi perusahaan. Pada tahun 1985, Wozniak keluar dari Apple dan Jobs mengundurkan diri. Jobs memboyong sejumlah karyawan Apple dan mendirikan perusahaan baru pada tahun berikutnya.

Seiring berkembangnya pasar komputer pribadi, angka penjualan komputer Apple menurun karena para pesaingnya menjual produk yang lebih murah, terutama komputer yang menggunakan sistem operasi *Microsoft Windows*. Perombakan petinggi Apple terus berlangsung sampai CEO Gil Amelio memutuskan pada tahun 1997



untuk membeli NeXT dan mengajak Jobs kembali ke Apple. Jobs kembali memimpin perusahaan dan diangkat menjadi CEO tidak lama kemudian. Ia mulai membangun kembali status Apple dengan membuka toko ritel pada tahun 2001, mengakuisisi sejumlah perusahaan perangkat lunak untuk membangun portofolio perangkat lunak Apple, dan mengubah sebagian perangkat keras yang dipakai oleh komputer-komputernya. Apple kembali sukses dan untung besar . pada Januari 20017, Jobs mengumumkan bahwa Apple Computer, Inc. berganti nama menjadi Apple Inc. untuk mencerminkan peralihan fokus perusahaan ke barang elektronik konsumen. Ia juga meluncurkan iPhone, telepon pintar yang dapat mendapat banyak pujian dan laris terjual. Pada Agustus 2011, jobs mundur dari jabtannya sebagai CEO karena masalah kesehatan dan digantikan oleh Tim Cook. Dua bulan kemudian, Jobs meninggal dunia. Kematianya menjadi awal era baru bagi perusahaan ini.

Karakteristik informan dalam penelitian perlu disajikan untuk mengetahui latar belakang informan. Informan dalam penelitian ini sebanyak 10 orang. Alasan memilih ke 10 informan tersebut karena mereka berdasarkan survei awal memilih tingkat interaksi yang tinggi dengan *Smartphone* sehingga mereka dianggap mampu menjawab pertanyaan penelitian. Berikut profil informasi berdasarkan nama, jenis kelamin:

**Tabel 1.** Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Informan	Jenis Kelamin	Lama Penggunaan
1.	Fida Fitriyah	P	2 tahun
2.	Arina Ulfa Rizka	P	2 tahun
3.	Alfio Syahnanda	L	4 tahun
4.	Dinda	P	1 tahun
5.	Rizky Fabio Setiawan	L	1,5 tahun
6.	Amalia Rachma Dewi	P	1 tahun
7.	Wildan Rizki R	L	3 tahun
8.	Veninda Martha Ayu P	P	1 tahun
9.	Putriany Rahmawati	P	2 tahun
10.	Muhammad Iqbal	L	1 tahun

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa informan berjumlah 10 orang terdiri atas informan laki-laki sebanyak empat orang dan informan perempuan sebanyak enam orang.

- **Karakteristik Objek Penelitian**
- **Karakteristik Responden**
- **Analisis Data**

Berikut ini adalah penjabaran mengenai hasil wawancara penelitian “Persepsi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo terhadap smartphone iphone sebagai gaya hidup”. Proses persepsi terdiri dari seleksi perseptual, organisasi persepsi, dan interpretasi stimulus.

Seleksi perseptual merupakan pendapat seseorang mengenai apa yang mereka lihat. Setiap orang atau individu mempunyai pendapat sendiri tentang hal yang mereka lihat.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi menerima informasi dari apa yang ada dalam memori atau dalam ingatan konsumen. Hal ini terjadi karena mereka tidak menerima informasi/pendapat dari orang lain. Melalui wawancara langsung yang dilakukan oleh peneliti di dalam lapangan, informan yang di wawancarai memberikan tanggapan bahwa :

“Iphone digunakan untuk bergaya sangat mendukung, lalu buat nugas, bermedia sosial juga pasti sangat mendukung karena fitur-fitur di dalamnya sangat mumpuni meskipun dalam versi yang rendah.” (Putriany Rahmawati, Pada senin 28 Desember 2020)

Mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan Iphone digunakan untuk mempermudah tugas perkuliahan, bermedia sosial seperti instagram, twitter, facebook dll.

“menurut saya cocok soalnya mahasiswa kan banyak sekali tugas dari kampus, nah Iphone ini enak buat ngetik kalau misalkan tidak ada laptop dan juga penyimpanan yang cukup bisa menyimpan banyak file.” (Wildan Rizki R, pada Kamis 26 November 2020)

Hasil wawancara dengan wildan menyampaikan bahwa Iphone cocok untuk mahasiswa. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi yang sudah lam menggunakan Iphone merasakan canggihnya HP ini tentunya mempermudah pekerjaan mereka sebagai mahasiswa.

Organisasi persepsi ialah konsumen mengelompokan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang

menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman ini.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk dipahami untuk menimbang jadi membeli atau tidak, dengan begitu mereka tidak kecewa dengan barang yang kan dibeli. Sebagian dari mereka tertarik dengan karena memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh smartphone lain.

“Yang membuat saya tertarik dengan Iphone karena handphonenya yang kecil dan tipis sehingga nyaman ketika dibawa. Serta penyimpanan data yang akurat seperti security dan privasinya, jadi tidak usah was-was kalau suatu waktu ada data kita yang hilang.” ( Alfio Syahnanda, pada Kamis 26 November 2020)

Mereka tertarik dengan Iphone karena Hpnya yang kecil, ramping dan mudah dibawa kemana-mana, serta memiliki keamanan untuk menyimpan berkas yang sudah dipastikan sangat aman ketika data tiba-tiba hilang. Hal ini juga dibenarkan oleh Fida

“Karena Iphone punya sistem operasi yang lebih efisien dan keamanan yang di miliki Iphone sangat tinggi. Serta Iphone mempunyai material yang premium, dan terakhir mempunyai tampilan yang terkesan elegan.” ( Fida Fitriyah, pada Rabu 02 Desember 2020)

Menurut ungkapan Fida keamanan yang di miliki Iphone sangat aman untuk menyimpan data. Dengan tampilannya yang terlihat elegan membuat daya ketertarikan nya lebih tinggi.

“Yang pertama performa buat main game pubg lebih enak lebih smoot, yang kedua untuk bikin video lebih enak jernih.” (Wildan Rizky R, pada Kamis 26 November 2020)

Tidak semua orang tertarik dengan Iphone karena memiliki security yang aman, hal ini di sampaikan Wildan bahwa dia tertarik dengan performanya untuk kepentingan bermain pubg atau main game.

Interpretasi stimulus merupakan pengetahuan yang di dapat melalui pendapat orang lain, bukan dari apa yang mereka lihat. Seseorang tidak dapat menginterpretasi makna objek secara langsung, melainkan menginterpretasi makna informasi yang mewakili objek tersebut.

Seperti halnya mahasiswa Ilmu Komunikasi ketika ingin memiliki suatu barang, mereka akan bertanya terlebih dahulu dengan orang yang pernah membeli atau orang yang pernah memakai barang tersebut. Mereka akan bertanya apa kekurangan dan kelebihannya dengan barang itu. Seperti yang di ungkapkan oleh Alfio.

“Iphone memiliki harga yang terbilang cukup mahal karena fitur yang disediakan oleh Iphone tidak dimiliki oleh Handphone lain serta handphonenya juga sangat elegan. Dan Iphone adalah merek yang cukup terkenal di dunia sehingga menurut saya hal itu juga sedikit banyak mempengaruhi harga.” (Alfio Syahnanda, pada Kamis 26 November 2020)

Teman-teman mahasiswa masih banyak yang menyukai Iphone meski harganya yang terbilang tidak murah, ya memang karena kualitasnya juga bagus sebanding dengan harga yang di keluarkan. Serta Iphone merupakan merek yang sudah di kenal di dunia sehingga sedikit banyak mempengaruhi harga. Hal ini sesuai dengan yang di dungkapkan oleh responden Wildan bahwa ada harga ada kualitas.

“Menurut saya Iphone lebih mahal karena peformanya, sebab Iphone memiliki suatu kelebihan yang tidak dimiliki oleh Handphone android.” (Wildan Rizky R, pada Kamis 26 November 2020)

Performa yang ada di Iphone sangat bagus dan banyak yang minat terhadap performa tersebut, dengan performa yang bagus juga ada harga yang bagus. Ungkapan yang disampaikan oleh Wildan bahwa ada kelebihan yang di miliki Iphone serta performa yang menakjubkan sehingga memiliki harga yang lebih mahal dibanding Hp lain.

Smartphone merupakan alat telekomunikasi yang di gunakan untuk berkomunikasi. Di jaman sekarang smartphone sudah menjadi kebutuhan untuk sehari-hari, karena smartphone memiliki banyak fungsi tidak hanya digunakan untuk alat komunikasi.

Setiap orang atau individu mempunyai menginginkan suatu barang dengan merek yang mereka sukai, karena hal itu bisa membuat mereka lebih percaya diri dan merasa puas karena keinginannya terpenuhi. Seperti yang diungkapkan oleh Alfio

“Handphone Hightclass, misalnya ketika orang mengangkat telfon dan terlihat logo Applenya pasti orang disekitarnya berfikir itu handphone mahal padahal kalau dilihat type yang dibawah 6s memiliki harga yang cukup terjangkau.” (Alfio Syahnanda, pada Kamis 26 November 2020)

Hasil wawancara dengan responden Mahasiswa Umsida yang bernama Alfio mengatakan bahwa merek merupakan logo atau lambang dari suatu barang, dengan adanya merek mereka akan bisa menilai bagaimana diri kita dari luar.

"Handphonenya anak muda, handphone kalangan atas atau hightclass. Mengapa saya mengatakan seperti itu karena Handphone bisa menunjukkan jati diri mereka, apalagi Iphone di dikenal dengan image Handphone untuk kalangan menengah keatas atau hightclass sehingga Iphone cocok untuk anak muda." (Rizky Fabio, Kamis 26 November 2020)

Iphone memang dikenal dengan merek yang unggul, sebab itu mereka memberikan ungkapan iphone adalah Hp kalangan atas. Mahasiswa Umsida beranggapan bahwa Smartphone bisa menunjukkan jati diri mereka.

- Seleksi Perseptual
- Organisasi Persepsi
- Interpretasi Stimulus
- Smartphone Apple pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
- Smartphone Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Pengguna *Smartphone* menghasilkan dampak yang cukup signifikan bagi kehidupan manusia. Efektivitas, kecepatan dan kontinuitas akses smrtphone memang memiliki dampak positif bagi penggunaannya, namun di satu sisi. Hal ini juga menimbulkan kecenderungan-kecenderungan baru yang berdampak negtaif. Tetapi tidak semuanya berdampak negatif seperti halnya yang disampaikan oleh Putriany.

"Sedikit merubah life style saya karena di jaman sekarang dituntut untuk lebih up to date dalam memilih life style dan juga terlihat lebih kekinian." (Putriany Rahmawati, pada Senin 28 Desember 2020)

Di jaman sekarang kita di tuntutan untuk lebih kreatif terutama mahasiswa. Dengan memakai Iphone sedikit mengubah gaya hidup saya dan kebiasaan saya, inilah yang membuat teman-teman Ilmu Komunikasi bertahan dengan menggunakan Iphone.

"tidak ada perubahan untuk life style saya setelah saya menggunakan Iphone." (Veninda Martha, pada Kamis 10 Desember 2020)

Tidak semua orang berubah gaya hidupnya karena menggunakan Iphone, seperti halnya dengan Veninda yang mengatakan tidak ada perubahan apapun sewaktu menggunakan Iphone. sama seperti tanggapan Amalia.

"Tidak ada perubahan yang saya rasakan." (Amalia Rachma D, pada Kamis 10 Desember 2020)

Hal ini juga disamapikan oleh Amalia yang tidak merasakan perubahan setelah menggunakan Iphone, dia yang dulu sebelum menggunakan Iphone ya seperti ini dan sesudah memakai Iphone ya sama seperti ini. Meski beberapa teman-teman Mahasiswa mengatakan tidak ada perubahan apapun, mereka tetap menyukai Smartphone *Apple* ini.

Berdasarkan hasil dari data yang diperoleh dalam sebuah wawancara langsung pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Smartphone merupakan alat telekomunikasi yang di gunakan untuk komunikasi, karena di jaman sekarang tidak bisa dipungkiri bahwa Smartphone sudah menjadi kebutuhan atau kewajiban. Saat ini Smartphone sedang digandrungi oleh masyarakat sebab Smartphone memiliki kemampuan yang tinggi yang bisa menyerupai komputer, hampir semua kebutuhan busa dibantu oleh benda satu ini, dari kegiatan sehari-hari, kuliah, sampai kegiatan pekerjaan.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi cenderung menggunakan smartphone dengan merek Apple, mereka menggunakan Iphone dengan berbagai type, dari type yang lama hingga type terbaru pengeluaran Iphone. Sebenarnya meski type lama atau baru tidak mengurangi fungsi dari Smartphone tersebut, karena type lama atau baru sama-sama cocok untuk mahasiswa yang memiliki banyak tugas, seperti yang di ungkapkan oleh salah satu responden mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo bahwa banyak sekali tugas dari kampus, Iphone ini nyaman ketika digunakan untuk menulis dan juga memiliki ruang penyimpanan yang cukup besar sehingga bisa menyimpan banyak file atau berkas.

Iphone merupakan salah satu brand Smartphone yang bisa dibilang cukup unggul, sebab Iphone memiliki spesifikasi yang bagus. Selain memiliki spesifikasi yang mumpuni iphone dikenal dengan smartphone yang memiliki harga yang cukup mahal dibanding dengan smratphone lain dari pengeluaran ditahun yang sama. Seperti yang dikatakan oleh responden bernama Iqbal kalau Iphone adalah Hp mahal, hp yang mewah dan elegan, Iqbal memberikan tanggapan seperti itu karena kebanyakan orang yang menggunakan iphone dikenal dari kalangan atas. Meski tidak semuanya seperti itu tapi kebanyakan memang benar yang diungkapkan oleh Iqbal. Memiliki harga yang cukup mahal akan dikesankan mewah meski dengan type Iphone yang lama.

Persepsi merupakan pengetahuan yang tanpak mengenai apa yang di luar sana, persepsi disebut inti komunikasi karena jika persepsi kita tidak akurat tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif, persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Setiap pesan komunikasi akan mendapat persepsi yang berbeda dari khalayak atau komunikan, banyak faktor yang mempengaruhinya. Begitu juga dengan gaya hidup mahasiswa pengguna iphone

Persepsi yaitu proses yang terdiri dari seleksi, organisasi dan interpetasi terhadap stimulus menurut seleksi

perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada Psikologikal set yang dimiliki. Psikologi set yaitu berbagai informasi yang ada dalam memori konsumen. Jadi mahasiswa Ilmu Komunikasi menerima informasi dari dalam ingatan atau memori konsumen kerena mereka tidak menerima/pendapat orang lain. Seleksi perseptual terjadi saat mahasiswa Ilmu Komunikasi mengingat bahwa pengguna iphone akan terlihat lebih nampak atau highclass dari pengguna smartphone lain, serta membuat penggunaanya lebih percaya diri. Menurut ungkapan yang diberikan oleh teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo bahwa iphone sangat cocok untuk mahasiswa yang mempunyai banyak tugas jadi dibutuhkan hp yang tidak lemot dan sering trobel, selain itu mahaiswa dituntut untuk lebih kreatif dalam menghadapi perkembangan zaman yang cukup pesat entah promosi di media sosial, membuat mini vlog dll. Maka dari itu Iphone sangat cocok untuk mahasiswa. Dengan adanya Iphone teman-teman bisa lebih kreatif untuk menghadapi perkembangan zaman. Sering kali tugas teman-teman ilkom disuruh membuat vlog, mengambil gambar yang tentunya harus mempunyai ruang penyimpanan yang besar, maka dari itu Iphone cocok untuk anak kuliah-an yang memiliki dan menyimpan banyak file dan tidak akan takut nge hang.

Ketika seseorang atau individu menginginkan sesuatu mereka/konsumen akan mengingat memori yang pernah mereka alami yang disebut dengan seleksi perseptual, hal ini terjadi dengan mahasiswa Ilmu Komuniasi bahwa pengguna smartphone Apple memiliki respon yang cukup baik dan positif, kebanyakan dari mereka beranggapan pengguna iphone dari kalangan menengah ke atas atau dibilang *highclass*. Seperti yang dijelaskan bahwa persepsi bisa mempengaruhi banyak faktor salah satunya adalah gaya hidup.

Proses kedua setelah seleksi perseptual adalah organisasi perspsi. Organisasi persepsi (*perceptual organization*) berarti bahwa konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Mahasiswa Ilmu Komunikasi mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk dipahami untuk menimbang jadi membeli atau tidak, dengan begitu mereka tidak kan kecewa dengan barang yang kan dibeli. Sebagian dari mereka tertarik dengan karena memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh smratphone lain.

Ketertarikan merupakan suatu keadaan atau peristiwa yang terjadi pada seseorang terhadap suatu hal yang terlihat berbeda dari yang lain. Dalam keadaan tertentu ketika seseorang tertarik dengan suatu hal maka rasa ingin memiliki juga muncul. Ketertarikan yang menimbulkan ingin memiliki di rasakan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo terhadap smarphone Apple. Dalam ungkapan yang disampaikan oleh fida dalam wawancara yang dilakukan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi bahwa kebanyakan mahasiwa tertarik karena iphone memiliki sistem operasi yang lebih efisien dan keamanan yang di miliki iphone sangat tinggi. Serta Iphone mempunyai material yang premium, dan terakhir memiliki tampilan yang terkesan elegan.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi banyak memberikan tanggapan kalau mereka tertarik karena spesifikasi yang lengkap dan kamera yang sangat menunjang untuk tugas yang membutuhkan kamera jernih. Mereka cukup diuntungkan dengan adanya iphone karena memiliki kamera yang bisa dibilang sangat bagus dengan hasil yang tidak mengecewakan.

Interpretasi stimulus merupakan tahap terpenting dalam persepsi. Karena, seseorang tidak dapat menginterpretasikan makna objek secara langsung, melainkan menginterpretasi mankna informasi yang dipercayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Jadi pengetahuan yang didapat melalui pendapat orang lain bukan dari apa yang mereka lihat. Interpretasi stimulus menggambarkan merek samrtphone apple dan identitas bagi penggunaanya.

Dalam hal merek menurut ungkapan salah satu responden mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah iphone sudah memiliki tempat untuk konsumennya dan juga iphone merupakan merek yang banyak dikenal bahkan seluruh dunia. Saat ini banyak sekali orang menginginkan suatu barang karena merek high end. Merek merupakan suatu nama, simbol, tanda, desain, atau gabungan diantaranya untuk di pakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya. merek adalah produk atau jasa yang dimensinya memperkenalkan merek tersebut dengan beberapa cara dari produk atau jasa lainnya yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama.

Seperti mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan sebuah produk hp dengan merek Apple karena Apple tau iphone memiliki kualitas yang bagus. Hal ini juga di dukung dengan spesifikasinya yang tinggi, maka dari itu iphone memiliki harga yang di bilang tidak murah karena memiliki kualitas yang bagus. Seperti yang di ungkapkan Fida Fitriyah salah satu mahasiswa Ilmu Komunikasi bahwa iphone merupakan hp yang sangat canggih, karena sesuai dengan pengalaman yang fida rasakan sewaktu dulu masih menggunakan android harus download beberapa aplikasi yang dibutuhkan saat kuliah tapi semenjak menggunakan Iphone fida tidak lagi kesusahan mengunduh terlebih dahulu karena aplikasi yang digunakan sudah tersedia di hp nya langsung. Dalam masalah kualitas dan kecanggihan smartphone dengan merek apple tidak perlu di ragukan lagi. Mahasiswa ilmu komunikasi sangat menyukai Smartphone apple ini, sehingga mereka bisa menggunakan smartphone tersebut dengan bijak.

Sebagian orang beranggapan bahwa merek yang sudah di kenal banyak orang bahkan dunia memiliki harga yang terbilang mahal, seperti smartphone Apple ini yang memiliki harga yang cukup mahal. Akan tetapi meski harganya yang mahal tidak membuat orang-orang tidak ingin memilikinya. Seperti yang di ungkapkan Amalia salah satu

responden mahasiswa ilmu komunikasi universitas muhammadiyah sidoarjo bahwa kualitas yang diberikan oleh Iphone cukup baik, serta Iphone adalah merek yang sudah dikenal dunia sehingga membuat harganya yang mahal. Mahasiswa ilmu komunikasi tidak terlalu mementingkan harga karena Iphone merupakan salah satu kebutuhan untuk menunjang kegiatan perkuliahan

Kebutuhan mahasiswa adalah memiliki smartphone yang canggih, memiliki ruang penyimpanan yang besar sehingga bisa menampung banyak file. Spesifikasi yang di berikan oleh Iphone sangat menguntungkan bagi mahasiswa misalnya ketika mendapat tugas membuat mini vlog yang harus menghasilkan video yang jernih sehingga layak untuk di tampilkan. Dengan memiliki kamera yang bagus dan ruang penyimpanan yang besar memudahkan untuk mengerjakan mini vlog tersebut. Selain itu mereka membutuhkan smartphone untuk kegiatan sehari hari misalnya untuk bermain media sosial, karena media sosial merupakan suatu kebutuhan untuk bersosialisasi sebab mereka lebih tertarik menggunakan media sosial untuk bersosialisasi.

Gaya hidup merupakan simbol seseorang untuk mencerminkan diri mereka. Hal ini penting karena maknanya dimulai dengan sesuatu yang dihasilkan menjadi objek konsumsi konsumen yang kemudian menjadi simbol bagi konsumen. Gaya hidup dapat dijelaskan sebagai pola penggunaan ruang, waktu dan objek dalam kehidupan sosial dalam memberikan makna pada kehidupan. Gaya hidup dikonstruksi di dalam sebuah ruang sosial tertentu yang di dalamnya aktifitas penggunaan ruang, waktu, dan objek bersilangan dengan kesenangan, Baudrillard menyebutnya sebagai simulasi. Simulasi terjadi ketika sebuah teater citra dan pencitraan dipertontonkan. Segala sesuatu dapat menjadi bagian dari gaya hidup selama dapat dikonstruksi menjadi seperangkat citra, termasuk penggunaan iphone .

Perubahan gaya hidup yang di tampilkan mahasiswa ilmu komunikasi universitas muhammadiyah sidoarjo cukup baik dan positif sehingga membuat mereka bisa lebih memanfaatkan waktu yang ada. Teman-teman mahasiswa menyadari bahwa perubahan yang ada pada dirinya memberikan dampak positif, membuat mereka lebih kreatif, dan lebih up to date karena di jaman sekarang mereka di tuntut untuk lebih maju dan berkembang.

Di zaman sekarang life style bisa berubah karena lingkungan dan media sosial. Seperti yang di paparkan oleh Iqbal bahwa semenjak menggunakan Iphone sedikit banyak mengubah gaya hidupnya, dulu iqbal kurang up date di media sosial, kurang wawasan tapi semenjak menggunakan Iphone iqbal lebih trendi dan lebih aktif di media sosial. Misalnya mengikuti gaya berpakaian terkini dan lebih mengikuti trend, seperti penggunaan suatu produk dengan merek tertentu "hight class"

#### IV.KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap smartphone sebagai gaya hidup, terbagi dalam proses sebagai berikut, satu, seleksi perseptual terjadi saat mahasiswa mengingat bahwa pengguna iphone akan terlihat lebih nampak atau highclass dari pengguna smartphone lain, serta membuat penggunaanya lebih percaya diri. Kedua, organisasi persepsi mahasiswa mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk dipahami untuk menimbang jadi membeli atau tidak, dengan begitu mereka tidak kan kecewa dengan barang yang kan dibeli. Ketiga, interpretasi stimulus menggambarkan pemaknaan smartphone apple sebagai sebuah merek yang memberikan identitas bagi penggunaanya.

Terdapat dua alasan bagi penggunaan *smartphone* Apple di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Pertama, sebagai penunjang kebutuhan perkuliahan seperti mengakses internet, menggunakan fitur-fitur aplikasi yang mempermudah kuliah, dan ada sebagian kecil yang menggunakannya sebagai gaya hidup. Smartphone apple memiliki fitur-fitur yang menunjang seperti kamera yang jernih sehingga tidak perlu menggunakan kamera profesional lagi, ruang penyimpanan yang besar, aplikasi yang terbilang cukup lengkap, serta sistem yang ada di dalam Apple itu sendiri, yang tentunya sangat mendukung proses perkuliahan mereka yang dilakukan secara daring. Kedua, sebagai gaya hidup. Mahasiswa hanya melihat *trend* masa kini dan simbol dari Apple yang di kesankan mewah, jadi mereka yang memegang Iphone akan merasa kekinian dan merasa mampu secara ekonomi.

## References

1. Addha Vidiah Esty (2017). Studi Deskriptif Gaya Hidup Pada Mahasiswa Pengguna Iphone Di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Di akes 27 November 2019
2. Anggriani Nurli (2015). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Smartphone Merek Apple di Kota Palembang. Di akses 28 Oktober 2019
3. Ayu Putu (2007). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT.Agung Automall Denpasar. Di akses 27 September 2019
4. Apa yang dimaksud dengan merek (brand). <https://www.dicto.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-merek-brand/14586>. diakses 28 Nopember 2019
5. Christianus Ivan (2017). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi (studi kasus pada mahasiswa/I fakultas ekonomi kampus 1 universitas sanata dharma yogyakarta). Di akes 12 Oktober 2019
6. Fuad Asyhar (2015). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Purworejo. Di akses 12 Oktober 2019

7. Hariyanto Didik (2018). Komodifikasi Ibadah Umrah Di Jawa Timur Dalam Prespektif Baudrillard
8. Hariyanto Didik. Persepsi Penonton Televisi Terhadap Tayangan Reka Ulang Peristiwa.  
<https://studylibid.com/doc/509579/persepsi-penonton-televisi-terhadap-tayangan-reka-ulang-p>
9. Jumlah pengguna smartphone di indonesia/via statista.com <https://www.selipan.com/sponsored/mungkin-kamu-ngga-sadar-5-hal-ini-busa-bikin-baterai-smartphone-cepat-rusak/>
10. Lai Ying-Hsiao (2017). Consumer Behavior in the Smartphone Segment Market, Jen-Chieh Chung. Di akses 02 Desember 2019
11. Mangkunegara Prabu Anwar. (2012). Perilaku Konsumen
12. Markiano Rocky (2019). Persepsi Mahasiswa/I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Terhadap Budaya K-pop di Media. Di akses 04 Desember 2019
13. Moleong J. Lexy. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif
14. Pawanti Hastiti Mutia (2013). Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard. Di akses 25 November 2019
15. Profil Apple. [https://id.m.wikipedia.org/wiki/apple\\_inc](https://id.m.wikipedia.org/wiki/apple_inc).
16. Sejarah universitas muhammadiyah sidoarjo. <https://umsida.ac.id/tentang-umsida/sejarah-universitas-muhammadiyah-sidoarjo/>. Di akses 5 Januari 2020
17. Setiadi J Nugroho. (2013). Perilaku Konsumen
18. Thalib Tri Rachmat (2016). Smartphone Sebagai Gaya Hidup Di Kalangan Mahasiswa STIKPER Gunung Sari Makassar Jurusan Keperawatan Angkatan 2014. Di akses 04 Desember 2019
19. Voglestein Fred (2015). Apple VS Google