

**PERSEPSI MAHASISWA PENGGUNA *IPHONE* SEBAGAI  
EKSISTENSI DIRI DI UNIVERSITAS MEDAN AREA  
(Studi Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area)**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**SHINTA WULAN PURNAMA  
198530134**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 6/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)6/10/23

**PERSEPSI MAHASISWA PENGGUNA *IPHONE* SEBAGAI  
EKSISTENSI DIRI DI UNIVERSITAS MEDAN AREA  
(Studi Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Medan Area

Oleh:

**SHINTA WULAN PURNAMA  
198530134**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area


Document Accepted 6/10/23


Access From (repository.uma.ac.id)6/10/23

## LEMBAR PENGESAHAN


Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Pengguna *Iphone* Sebagai Eksistensi Diri Di Universitas Medan Area (Studi Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area)  
Nama Mahasiswa : Shinta Wulan Purnama  
NPM : 198530134  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing


  
Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc  
Pembimbing I

  
Ria Wuri Andary, S.Sos, M.I.Kom  
Pembimbing II



  
Dr. Effiaty Juliana Hasibuan, M.Si  
Dekan



  
Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc  
Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 18 September 2023

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain dari berbagai sumber, telah dituliskan sumbernya dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika dalam penulisan karya ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 18 September 2023



Shinta Wulan Purnama  
198530134



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shinta Wulan Purnama  
NPM : 198530134  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Persepsi Mahasiswa Pengguna Iphone Sebagai Eksistensi Diri Di Universitas Medan Area (Studi Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 18 September 2023

Yang Menyatakan

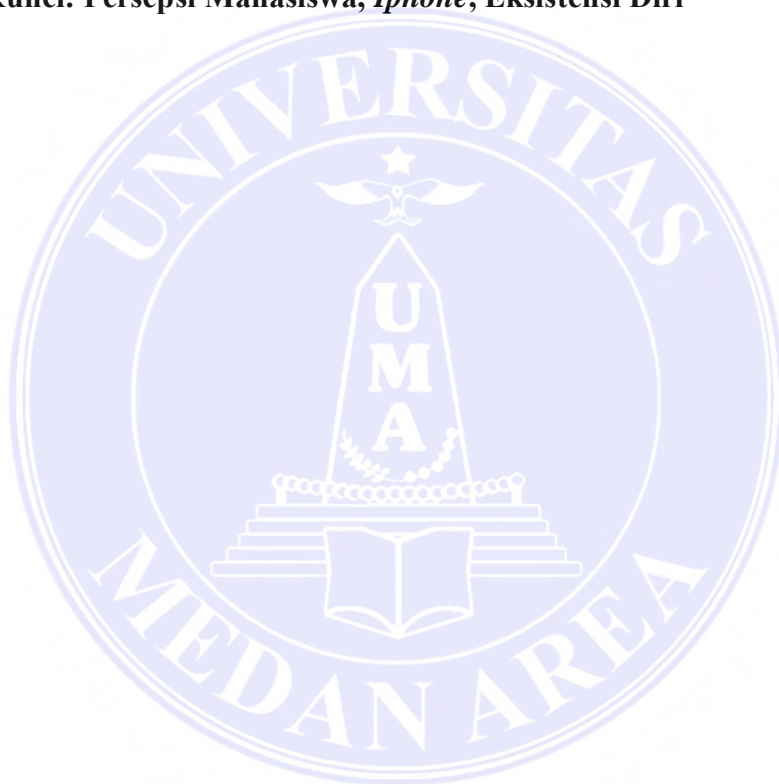


Shinta Wulan Purnama

## ABSTRAK

Gaya hidup mahasiswa cenderung konsumtif, seperti pembelian *smartphone* yang dianggap dapat mengikuti eksistensi dirinya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa pengguna *Iphone* sebagai eksistensi diri. Penelitian ini menggunakan teori persepsi menurut Jalaludin Rakhmat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menggunakan teknik *purposive* dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi dan dianalisis secara kualitatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa eksistensi diri telah mengembalikan persepsi mahasiswa terhadap benda-benda untuk menunjukkan siapa diri mereka berdasarkan pemilihan merek *smartphone* yang digunakannya, seperti *Iphone*.

**Kata Kunci:** Persepsi Mahasiswa, *Iphone*, Eksistensi Diri



## ABSTRACT

*Students' lifestyles tend to be consumptive, such as purchasing smartphones which are considered to follow their existence. The purpose of this research is to find out how students perceive Iphone users as their own existence. This research uses perception theory according to Jalaludin Rakhmat. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Using purposive techniques with data collection techniques through observation, in-depth interviews and documentation and analyzed qualitatively. This research concludes that self-existence has restored students' perceptions of objects to show who they are based on the choice of smartphone brand they use, such as the Iphone.*

**Keywords:** *Student Perception, Iphone, Self Existence*



## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Shinta Wulan Purnama, anak dari Yusnur Isnen dan Neni Ramadhani. Penulis dilahirkan di Kota Medan pada tanggal 27 Februari 2002. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara.

Penulis memulai pendidikan bersekolah di Taman Kanak-Kanak (TK) Pertiwi Serbelawan, Simalungun pada tahun 2006, dan melanjutkan ke tingkat Sekolah Dasar (SD), di Madrasah Ibtida'iyah Negeri Medan (MIN Medan) pada tahun 2007, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 27 Medan pada tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA), di SMA Negeri 3 Medan pada tahun 2016, dan selesai pada tahun 2019, dan sampai sekarang penulis melanjutkan pendidikan lanjut Studi Strata Satu (S1) Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Medan Area.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL), di Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Utara (DISKOMINFO PROVSU) Juli-Agustus pada tahun 2023.



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji dan syukur yang tidak henti-hentinya penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, serta hidayah-nya, serta tidak lupa juga sholawat berangkaikan Salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, semoga kelak kita mendapatkan syafa'atnya diakhir kelak nanti. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah **“Persepsi Mahasiswa Pengguna Iphone Sebagai Eksistensi Diri Di Universitas Medan Area (Studi Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area).”** yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah berpartisipasi, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya, papa Yusnur Isnen, dan mama Neni Ramadhani, yang selalu memberikan yang terbaik buat anak-anaknya dan mendidik, mendo'akan juga memberi nasehat serta bimbingannya untuk selalu semangat menjalani kehidupan yang dijalani sekarang maupun nanti kedepannya. Terimakasih atas perjuangannya untuk selalu berusaha mencukupi dan memenuhi kebutuhan selama hidup saya.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.

3. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc selaku Dosen pembimbing I saya yang telah memberikan arahan, masukan dan memberikan waktu selama penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Ria Wuri Andary, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing II saya, yang terus memberikan bimbingan, dan juga arahnya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Rezki Aulia, S.I.Kom, M.I.Kom selaku sekretaris skripsi penulis yang telah banyak memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta staff Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
8. Kakak saya, Halimatussa'diah, yang telah banyak membantu dan menemani sekaligus menjadi partner bertukar pikiran yang selalu ada dalam situasi apapun disamping saya. Terimakasih telah menjadi tempat saya berkeluh kesah dan selalu memberi bantuan ketika saya membutuhkannya.
9. Kepada keluarga besar saya, kakak dan adik sepupu-sepupu saya yang telah memberikan doa, dan semangatnya.
10. Kepada sahabat saya, Dinda, Lita, Aurin, Ridzky, Fadira, Elvi, Salsabilla, Rivia, Muhayya, terimakasih untuk semua doa, dukungan, bantuan hingga semangatnya sampai saat ini. Terimakasih sudah selalu menghibur dan menjadi warna selama perjalanan hidup saya sedari masa-masa SMP, SMA sampai saat ini.

11. Kepada teman-teman seperjuangan saya sedari maba sampai akhirnya kita semua bisa lulus bersama. Aliatasya, Dhea, Jihan, Devi, Dan juga teruntuk Yuli teman satu dosen pembimbing saya yang berhasil menyelesaikan skripsi ini bersama. Terimakasih untuk doa, dukungan, bantuan, hingga semangatnya sampai saat ini. Karena kalian saya banyak memahami dan mengerti berbagai karakter, sifat, dan tingkah laku yang beragam saat menjalin pertemanan.
12. Kepada teman-teman Kuliah Kerja Lapangan yang sampai sekarang masih terus berteman. Putri, Nikitasya, Mitha, Isabella. Terimakasih untuk tidak mengungguli satu sama lain dan untuk segala dukungannya, walaupun masing-masing memiliki mood swing dan kesabaran yang setipis tisu.
13. Teman-teman dekat dan bahkan orang-orang terdekat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya yang sudah memberikan waktunya, semangat, dukungan, bantuan berupa materil dan moril, serta doa nya. Dan seluruh teman-teman seperjuangan Prodi Ilmu Komunikasi khususnya kelas Bilingual stambuk 2019.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan berbagai saran dan kritik yang membangun agar penelitian yang berkualitas dapat terwujud demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini nantinya dapat memberikan manfaat untuk kita semua, Aamiin. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 18 September 2023



(Shinta Wulan Purnama)

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	8
1.3. Rumusan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Komunikasi .....	10
2.1.1. Unsur-Unsur Komunikasi.....	10
2.1.2. Fungsi Komunikasi .....	11
2.2. Persepsi.....	12
2.2.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi .....	13
2.2.2. Proses Terjadinya Persepsi .....	14
2.2.3. Sifat-Sifat Persepsi .....	14
2.2.4. Teori Persepsi .....	15
2.3. Mahasiswa .....	16
2.4. Iphone .....	17
2.4.1. Visi Dan Misi Iphone .....	21
2.5. Eksistensi Diri .....	22
2.5.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi Diri.....	23
2.5.2. Ciri-Ciri Dari Individu Yang Memiliki Eksistensi Diri .....	23
2.6. Penelitian Terdahulu/Relevan .....	24
2.7. Kerangka Pemikiran .....	33

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

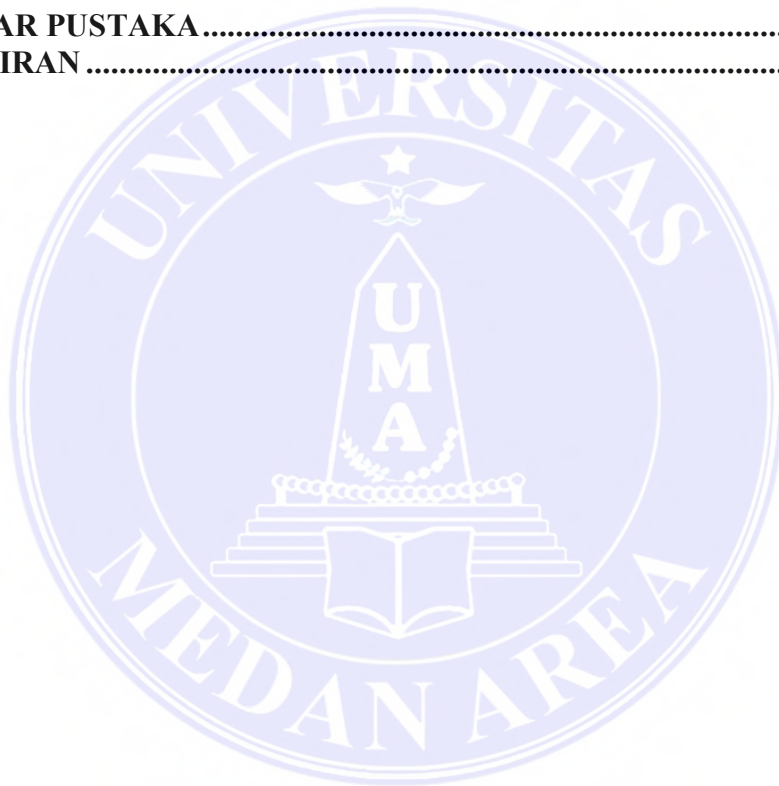
3.1. Jenis Penelitian.....	35
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
3.3. Informan Penelitian .....	37
3.4. Data dan Sumber Data.....	38
3.4.1. Data Primer .....	38
3.4.2. Data Sekunder.....	39
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6. Teknis Analisis Data .....	41
3.7. Teknik Keabsahan Data.....	42

### **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	44
--	----



4.1.1.	Makna Logo Universitas Medan Area .....	46
4.1.2.	Sejarah Fakultas Psikologi Universitas Medan Area .....	47
4.1.3.	Visi dan Misi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.....	48
4.1.4.	Struktur Organisasi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area .....	49
4.2.	Gambaran Umum Informan.....	49
4.3.	Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	50
4.3.1.	Hasil Penelitian .....	50
4.3.2.	Pembahasan .....	82
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1.	Kesimpulan .....	89
5.2.	Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		
<b>LAMPIRAN .....</b>		
		<b>91</b>
		<b>95</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Grafik Pengguna Aktif <i>Smartphone</i> .....	2
Gambar 1.2.	Grafik <i>Smartphone</i> Performa Terbaik.....	3
Gambar 1.3.	Kuisisioner Pengguna <i>Iphone</i> di Universitas Medan Area.....	7
Gambar 2.5.1.	Logo <i>Iphone</i> .....	21
Gambar 4.1.1.	Makna Logo Universitas Medan Area .....	46
Gambar 4.1.4.	Struktur Organisasi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Periode 2021-2023 .....	49



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.6.	Penelitian Terdahulu/Relevan .....	25
Tabel 2.7.	Kerangka Pemikiran.....	34
Tabel 3.2.	Jadwal dan Tahapan Penelitian.....	37



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Informan.....	95
Lampiran 2. Pedoman Wawancara Triangulasi Sumber.....	96
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara.....	97
Lampiran 4. Jenis Merek <i>Iphone</i> Para Informan Penelitian.....	100
Lampiran 5. Surat Pengantar Riset .....	101
Lampiran 6. Surat Keterangan Selesai Riset .....	103





## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

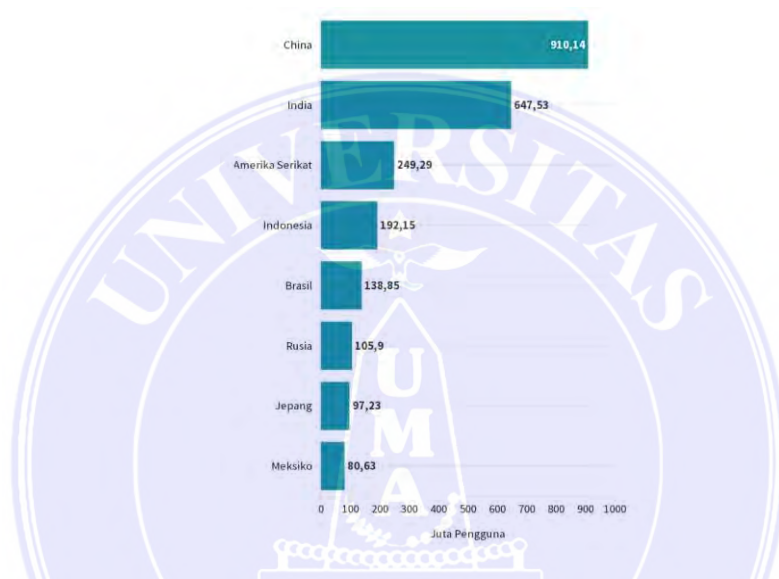
Komunikasi dan berkomunikasi adalah suatu hal yang paling penting di dalam kehidupan kita sebagai manusia. Komunikasi merupakan proses interaksi yang dilakukan antara satu orang dengan orang lainnya, satu orang dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok lainya untuk menyampaikan maksud serta tujuannya.. Komunikasi tentunya tidak terlepas dari unsur-unsur penting untuk membentuk komunikasi agar informasi yang diterima memiliki kesamaan persepsi. Seperti adanya komunikator, pesan, saluran/media, komunikan, dan efek/*feedback*. Karena jika komunikasi tidak berjalan dengan baik maka dapat menyebabkan kesalahpahaman antar pihak yang terlibat didalam komunikasi.

Informasi dari komunikasi tentunya berasal dari persepsi yang sama antara pihak yang terlibat dalam berkomunikasi. Mulyana (2007:181), mengatakan bahwa persepsi berpengaruh terhadap pesan yang kita sampaikan karena itulah persepsi merupakan inti dari komunikasi. Jika persepsi tidak akurat, maka komunikasi pun menjadi tidak efektif. Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera kita (indera peraba, indera penglihat, indera pencium, indera pengecap dan indera pendengar), atensi hingga interpretasi.

Sejalan dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi mempermudah manusia dalam berkomunikasi meskipun berjarak, untuk itulah komunikasi menjadi sangat penting dalam kehidupan manusia sehari-hari. Di era globalisasi

yang dimana masyarakat pastinya bersosialisasi menggunakan teknologi komunikasi dalam segala aktivitasnya, tidak terkecuali bagi para mahasiswa.

Pengguna *smartphone* aktif sepanjang tahun 2022 di Indonesia mencapai 192,15 juta orang, berdasarkan data *newzoo* dilansir dari *dataindonesia.id*, 2022. Sehingga Indonesia menjadi Negara terbesar ke empat di dunia di belakang China, India, Amerika Serikat. (Sarnita Sadya, 2023)



Gambar 1.1 Grafik Pengguna Aktif *Smartphone* (Newzoo, 2023)

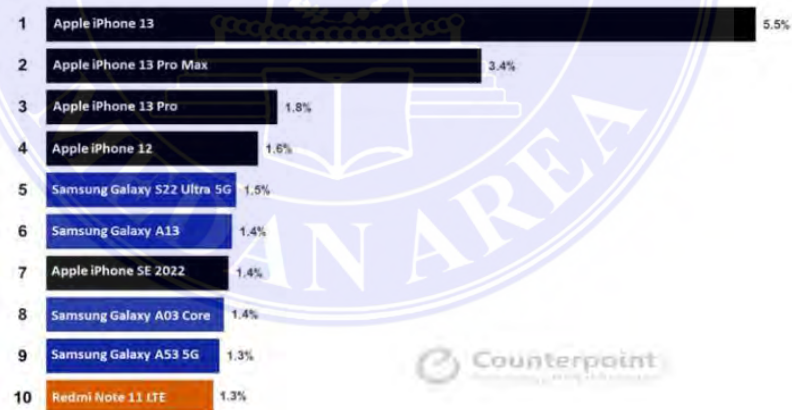
Oleh karena itu, dengan adanya pengguna aktif *smartphone* tersebut, akan mendorong industri teknologi informasi dan komunikasi menjadi bisnis yang berkembang pesat khususnya industri teknologi *smartphone*. Berbagai vendor akan bermunculan dan bersaing satu sama lain untuk mengunggulkan masing-masing merek produk inovasi mereka yang terbaru.

*Smartphone* merupakan alat komunikasi yang saat ini sedang diminati oleh semua orang karena *smartphone* memiliki kemampuan yang tinggi dan bisa menyerupai komputer. Hampir semua kebutuhan bisa dibantu oleh *smartphone*, mulai dari pekerjaan/kegiatan sehari-hari, bahkan samapai dunia pendidikan

khususnya perkuliahan. Selain digunakan untuk mengirim pesan dan panggilan suara, *smartphone* saat ini sudah sangat canggih bisa digunakan untuk mengirim *e-mail*, mengambil gambar, membuat *video* dan mengakses internet. Untuk itu dengan beragam desain, *camera* yang berkualitas, *system* keamanan yang maksimal serta fitur yang lebih *update* pada *smartphone*, salah satu *smartphone* yang memiliki kemampuan tinggi yang saat ini sedang diminati oleh banyak remaja dan mahasiswa adalah *Smartphone* dari produk merek *Apple* yaitu *Iphone*.

*Smartphone Iphone* menjadi *smartphone* dengan performa terbaik serta dengan penjualan terlaris sepanjang awal tahun 2022. Berdasarkan riset perusahaan *counterpoint* yang merilis *global monthly handset sales tracker* yang dilansir *kompas.com* 2022, pencapaian *Apple* memiliki kontribusi hingga 89% dari total penjualan *smartphone* sepanjang tahun 2022.

(Lely Maulida, 2022)



Gambar 1.2 Grafik *Smartphone* Performa Terbaik ( *Counterpoint Technology Market Research*, 2022 )

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa *Iphone* menjadi pesaing yang cukup berat bagi merek *smartphone* lainnya. Walaupun *Iphone* memiliki harga yang cukup tinggi diatas rata-rata pesaing dan bahkan jarang sekali ditemukan adanya iklan pada *smartphone Iphone* ini namun *Iphone* tetap

memiliki banyak peminat sehingga terus membuat *smartphone Iphone* ini tetap eksis diantara kalangan *smartphone* lain. *Smartphone* selain menjadi kebutuhan untuk mengakses secara mobile juga sudah menjadi menjadi gaya hidup untuk lebih *stylish*, hiburan, atau hanya sekedar mengikuti *trend* sesuatu.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Putri (2020), terkait “Penggunaan Produk *Apple* Sebagai Eksistensi Diri“ Studi Fenomenologi *Branding* Pengguna Produk *Apple* Sebagai Eksistensi Diri, didapatkan hasil dari penelitian ini adalah motif penggunaan produk *Iphone* adalah karena produk *Apple* memiliki nilai tambah tersendiri yang diciptakan oleh sebuah merek. Kemudian makna dalam menggunakan produk *Apple* adalah untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri dalam seseorang karena *brandingnya* menjadi nilai tambah sehingga para pengguna dari produk *Apple* ini paling sering melakukan aktivitas pengguna demi mewujudkan identitas diri.

Penelitian tersebut memperlihatkan bagaimana *smartphone Iphone* menimbulkan banyak persepsi mulai dari persepsi yang negatif hingga persepsi positif bagi tiap penggunanya dengan segala pandangan dan pendapat mengenai keunggulan dan kekurangan *Iphone* yang berbeda. Berbagai macam persepsi yang diterima membuat *smartphone Iphone* menjadi semakin banyak dikenal orang banyak.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, kebutuhan manusia patinya akan meningkat dan selalu berubah sesuai dengan kebutuhan manusia itu sendiri. Seperti halnya eksistensi diri seseorang, eksistensi diri yang dimaksud di sini adalah pemilihan merek *smartphone* yang digunakannya. Seseorang mungkin



memilih *smartphone* yang saat ini sedang *trend* untuk mengikuti gaya hidup (*life style*) demi mewujudkan eksistensi diri mereka.

Oleh sebab itu, di era yang *modern* ini eksistensi diri dianggap penting bagi setiap orang. Seperti salah satunya dalam suatu lingkungan pergaulan pada kalangan mahasiswa. Eksistensi diri dianggap sebagai bentuk representasi diri seseorang sehingga setiap manusia perlu untuk membentuk sebuah eksistensi dirinya sendiri agar dapat memberikan kesan di lingkungan tempat dia beradaptasi dan bersosial. Eksistensi diri seseorang di zaman yang sekarang ini dapat terbentuk dari tampilan diri seseorang mulai dari apa yang dikenakannya maupun apa yang dimilikinya.

Karena adanya merek *Iphone* ini tentunya para mahasiswa yang saat ini menghadapi era globalisasi *modern* ingin mengekspresikan dirinya bahwa dirinya ada dan mampu dalam menjalankan eksistensinya sebagai penunjuk akan status sosial nya. Seperti halnya wawancara awal dalam pra-observasi yang penulis lakukan dari salah satu Mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Psikologi bernama Riri yang mengatakan:

*“Aku dulunya pake android sih, tapi karna kawanku itu rata-rata pake Iphone jadi aku kaya pengen juga lama-lama pake Iphone. Udah gitu pun emang sekarang aku liat-liat banyak kali rata-rata yang pake Iphone ini mungkin karena Iphone ini bagus terus mereknya juga terkenal apalagi harganya mahal ya jadi mungkin lebih pede gitu ya pakai Iphone ini. Namanya juga dunia perkuliahan yakan jadi kayaknya Iphone untuk dipake ajang gaya-gayaan oke kali biar kelihatan gaketinggalan zaman aja dan lebih ngikutin apa yang menjadi trend di sekitar sih menurutku”.* (Penulis, 2023)

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Riri menjadikan menggunakan *smartphone* tersebut sebagai gaya hidup dan tidak mau ketinggalan zaman.

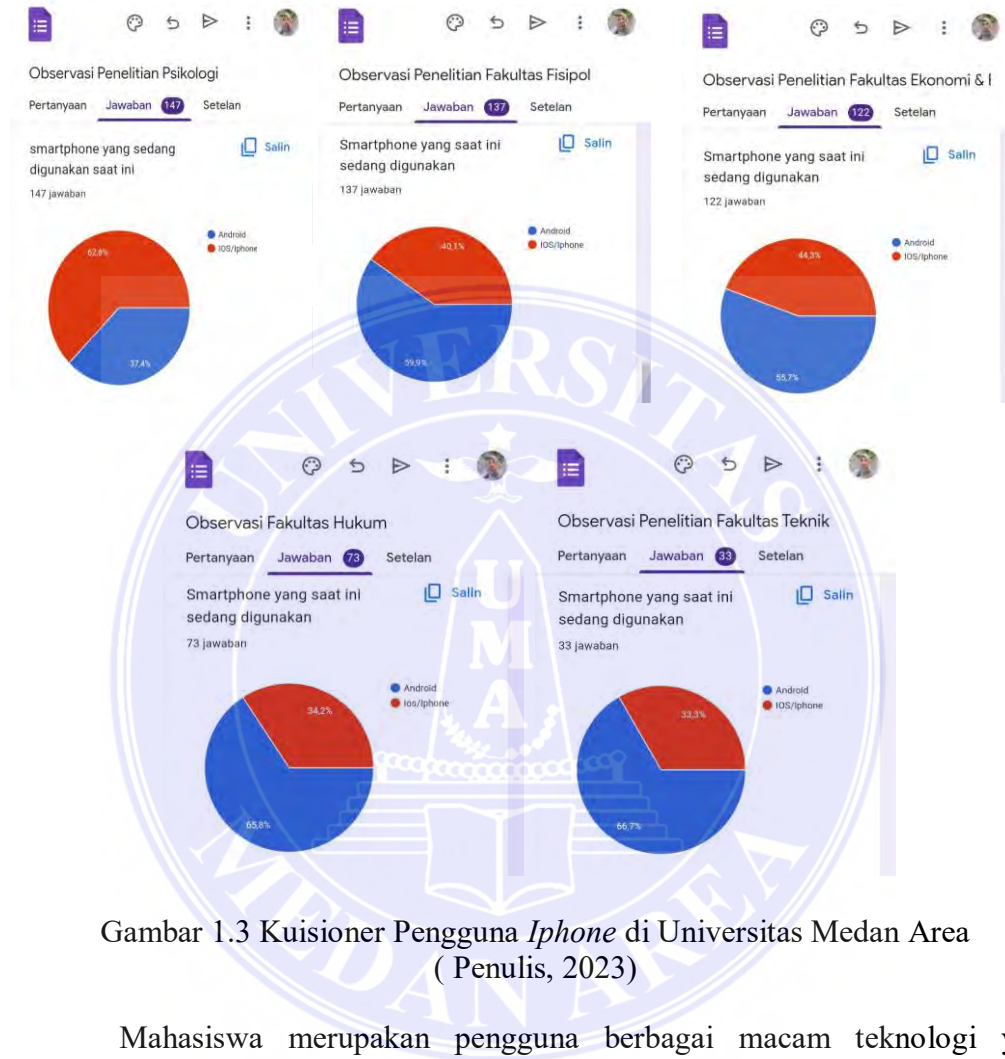
Kemudian juga penulis melakukan pra-observasi kepada mahasiswa lain yang bernama Putri Fakultas Psikologi, dimana Putri mengatakan:

*“Iphone ini ya sama aja kaya smartphone pada umumnya cuma harganya aja yang gak biasa terus juga yang buat gabiasa itu terkenal merk ini. Aku pakai Iphone ini biar keliatan lebih keren aja karena kawan juga uda pada pake Iphone ya namanya juga cewek gengsinya rada tinggi jadi akhirnya aku juga pakai Iphone biar ngerasa apaya lebih modern aja gitu. Karena kalau aku pakai barang atau produk bermerek pasti serasa kayak gimana gitu. Terus juga karena zaman sekarang itu lebih canggih gitukan jadi ya biar ngikutin perkembangan aja”.* (Penulis, 2023)

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Putri menggunakan *Iphone* hanya karena gengsinya melihat teman-temannya menggunakan *Iphone* sehingga Putri menggunakan *Iphone* karena hanya ingin terlihat keren dan mengikuti zaman.

Dengan demikian, berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan, penulis melakukan penelitian yaitu pada mahasiswa fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Penulis melakukan penelitian pada Fakultas Psikologi berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan sebelumnya, karena informan penelitian penulis adalah mahasiswa yang menggunakan *Iphone*. Penulis mencari pengguna *Iphone* terbanyak di beberapa Fakultas yang ada di Universitas Medan Area seperti Fakultas Fisipol, Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi dan juga Fakultas Psikologi. Dan hasil survei yang penulis dapatkan ialah, penulis menemukan pengguna *Iphone* terbanyak di Universitas Medan Area ialah pada mahasiswa Fakultas Psikologi. Hasil survei tersebut dapat dilihat dengan jumlah responden 147 dan menghasilkan bahwa 92 mahasiswa yang menggunakan *Iphone* dan 55 mahasiswa

yang menggunakan *android*, dengan jumlah perbandingan 62% mahasiswa pengguna *Iphone* dan 37% pengguna *android*. Hasil Survei tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1.3 Kuisisioner Pengguna *Iphone* di Universitas Medan Area (Penulis, 2023)

Mahasiswa merupakan pengguna berbagai macam teknologi yang memiliki kebutuhan akan informasi dan komunikasi yang tinggi baik itu secara langsung maupun tidak langsung demi mendapatkan keuntungan akan bertambahnya intensitas dalam berinteraksi.

Berdasarkan hal tersebut dengan latar belakang yang penulis uraikan diatas, untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang ditulis dalam bentuk skripsi dengan judul: “Persepsi Mahasiswa Pengguna *Iphone* Sebagai

Eksistensi Diri Di Universitas Medan Area (Studi Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area)".

## 1.2. Fokus Penelitian

Pembatasan masalah digunakan agar fokus penelitian tidak melampaui dan berfokus pada pembahasan yang akan dibahas agar nantinya penelitian akan lebih fokus dalam mencapai hasil yang diinginkan. Adapun fokus penelitian ini adalah penelitian ini dilaksanakan di Universitas Medan Area pada Fakultas Psikologi dengan luas lingkup meliputi persepsi mahasiswa terhadap penggunaan merek *smartphone Iphone* sebagai eksistensi diri pada mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Psikologi.

## 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan di atas, adapun yang menjadi rumusan permasalahan dalam proposal penelitian ini yaitu: bagaimana persepsi mahasiswa pengguna *Iphone* sebagai eksistensi diri di Universitas Medan Area ?

## 1.4. Tujuan Penelitian

Dengan demikian, yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap pengguna *Iphone* sebagai eksistensi diri di Universitas Medan Area .

## 1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Setelah dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu. Dan diharapkan dapat dijadikan rujukan



untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan teoritis terkait tentang persepsi mahasiswa terhadap pengguna *Iphone* sebagai eksistensi diri di Universitas Medan Area.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis adalah manfaat yang nantinya dapat digunakan oleh pihak-pihak yang terlibat, seperti:

### a. Bagi Penulis

Untuk mendapatkan manfaat berupa ilmu pengetahuan dan wawasan baru dan juga menambah informasi terbaru seperti persepsi mahasiswa terhadap pengguna *Iphone* sebagai eksistensi diri di Universitas Medan Area.

### b. Bagi Pembaca

Untuk menambah wawasan, informasi, dan juga referensi bacaan bagi mahasiswa yang akan melakukan dan menyusun laporan penelitian.

## 3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan penelitian dibidang Ilmu Komunikasi dan juga menjadi media referensi bagi peneliti selanjutnya yang menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama khususnya mengenai persepsi mahasiswa terhadap pengguna *Iphone* sebagai eksistensi diri di Universitas Medan Area.

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Pengertian Komunikasi

Menurut Hidayat (2012: 19), komunikasi berasal dari bahasa latin “*communicare*” berarti memberitahukan. “*communis*” yang berarti milik bersama dan berlaku dimanaa-mana, sehingga “*communis opinio*” merupakan pendapat umum. Untuk itu komunikasi adalah usaha dalam membangun kebersamaan dan didasari oleh adanya persamaan persepsi akan sesuatu sehingga mendorong pelaku komunikasi untuk memahami sesuai keinginan dan tujuan bersama.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* adalah kata yang berasal dari bahasa latin *communicatio* dan *communis* yang artinya sama makna. Artinya komunikasi diantara dua orang dengan kesamaan makna mengenai apa yang menjadi topik pembicaraan didalam komunikasinya. (Effendy, 2011: 9)

Menurut Andrew E. Sikula (dalam Lawasi & Triatmanto, 2017: 145), komunikasi yaitu proses pemindahan informasi, pengertian, dan pemahaman dari seseorang, suatu tempat, atau sesuatu kepada sesuatu, tempat dan orang lain. Upaya komunikasi untuk merumuskan asas penyampaian informasi dan membentuk pendapat serta sikap. (Hovland dalam Effendy. 2015: 10)

Berdasarkan pengertian komunikasi diatas menurut para ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana yang menjadi penyampai pesan/komunikator menyampaikan pesan berupa ide, gagasan, pemikiran kepada komunikan melalui media tertentu untuk memberikan pengertian dan makna yang sama terhadap komunikan sehingga komunikan memperoleh pengaruh dan mengalami perubahan tingkah laku.

##### 2.1.1. Unsur - Unsur Komnikasi

Unsur komunikasi memiliki hubungan yang erat dan berketergantungan satu dan lainnya untuk menentukan keberhasilan dari sebuah komunikasi.

Komunikasi menjadi efektif apabila memiliki unsur yang paling mendasar sebagai syarat terjadinya komunikasi.

Menurut Effendy (2004: 6), adapun unsur-unsur komunikasi yaitu:

- a. Komunikator (sumber)  
Yang menjadi sumber pengirim informasi/pesan kepada komunikan disebut komunikatro. Dimana komunikator memegang kendali atas terjadinya komunikasi. Untuk itu seorang komunikator harus terampil dalam berkomunikasi, juga kaya ide dan kreativitas.
- b. Pesan  
Proses komunikasi yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.
- c. Media  
Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.
- d. Komunikan  
Komunikan atau penerima pesan adalah pihak yang akan menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator.
- e. Efek  
Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikasinya. Oleh sebab itu, pengaruh dapat juga diartikan sebagai perubahan , penguatan keyakinan atas pengetahuan, tindakan, serta sikap seseorang sebagai akibat dari penerimaan pesan.
- f. Umpan Balik  
*Output* yang dihasilkan berupa tanggapan atau respon berupa hasil pengaruh pesan antara komunikator dan komunikan dalam berkomunikasi, komunikator akan memperoleh *feedback* positif, negatif, atau netral.

Berdasarkan penjelasan beberapa ahli diatas, maka unsur komunikasi tidak lepas dari adanya komunikator, pesan, media, komunikan, efek dan umpan balik agar terciptanya proses komunikasi yang baik.

### 2.1.2. Fungsi Komunikasi

Sebagai penyampaian informasi adalah fungsi dari komunikasi yang utama. Menurut Suharno (2016: 33-37), ada 5 fungsi dari komunikasi yaitu:

1. *To Inform* (menginformasikan)  
Komunikasi memberikan informasi dan memberitahukan segala penyampaian pesan dan informasi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain serta segala sesuatu yang disampaikan oleh orang lain.

2. *To Educate* (mendidik)  
Fungsi mendidik adalah mengetahui peran komunikasi dalam menyampaikan pengetahuan agar dapat dimengerti, serta memberikan pendidikan bagi yang membutuhkan agar lebih baik dan dapat memberikan pengertian tentang arti pentingnya komunikasi dalam aspek pendidikan.
3. *To Entertain* (Menghibur)  
Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
4. *To Influence* (Mempengaruhi)  
Fungsi komunikasi adalah untuk mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi dengan cara saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan berusaha mengubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan.
5. *Surveillance* (Pengawasan)  
Komunikasi baik itu komunikasi massa maupun interpersonal pada dasarnya memiliki fungsi pengawasan.

Oleh sebab itu, inti dari fungsi komunikasi adalah agar dapat menjadi pengawasan ketika seseorang memperoleh informasi baik dari luar maupun dalam lingkungannya. Komunikasi pun berfungsi sebagai alat yang meliputi interpretasi, mendidik, menghibur, serta mempengaruhi oranglain dalam berperilaku.

## 2.2. Persepsi

Persepsi merupakan komponen penting dalam berkomunikasi, persepsi menjadi penting karena persepsi adalah inti dari komunikasi. Persepsi adalah suatu pemberian makna pada stimuli inderawi yang tidak hanya melibatkan sensasi namun juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori. Sehingga persepsi adalah analisa hingga interpretasi suatu individu terhadap pesan atau makna yang melibatkan faktor-faktor psikologis individu tersebut. (Rakhmat, 2011: 50)

Menurut Wibowo (2013: 59), persepsi merupakan suatu proses dimana kita mengorganisir informasi dan menginterpretasikan kesan terhadap lingkungan sekitar yang terjadi melalui suatu proses dimulai dengan dorongan yang diterima oleh pengertian kita. Persepsi merupakan proses bagaimana individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan dan memberikan makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan tempat individu tersebut berada sehingga stimulus tersebut berasal dari proses belajar dan pengalaman. (Asrori, 2009: 214)



Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses dalam mengartikan dan memaknai sesuatu yang dapat diterima dari lingkungan dan keadaan sekitar melalui alat indra. Dengan begitu cara pandang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari persepsi dan persepsi yang timbul setiap orang memiliki perbedaan dalam sudut pandang pengindraan yang telah mempresepsikan sesuatu baik itu persepsi positif maupun negatif yang nantinya akan mempengaruhi tindakan manusia itu sendiri.

### 2.2.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Notoatmojo (2015: 56), ada banyak faktor yang menyebabkan stimulus masuk kedalam perhatian seseorang. Faktor tersebut terbagi menjadi dua bagian yaitu faktor eksternal dan internal, yaitu:

1. Faktor Eksternal
  - a. Kontras, menarik perhatian seperti kontras berupa warna, ukuran bentuk dan gerakan.
  - b. Perubahan intensitas, seperti suara yang berubah dari pelan menjadi keras, atau cahaya yang berubah intensitasnya akan menarik perhatian seseorang.
  - c. Pengulangan, dengan adanya pengulangan maka stimulus yang pada awal mulanya tidak menarik perhatian akan mendapat perhatian kita.
  - d. Sesuatu yang baru, sesuatu yang baru akan lebih menarik perhatian daripada sesuatu yang telah kita ketahui sebelumnya.
  - e. Sesuatu yang menjadi perhatian orang banyak.
2. Faktor Internal
  - a. Pengalaman dan pengetahuan, untuk menginterpretasikan informasi yang diperoleh berdasarkan pengalaman masa lalu yang telah dipelajari akan menyebabkan terjadinya perbedaan interpretasi.
  - b. Minat, keinginan terhadap sesuatu.
  - c. Harapan, harapan akan sesuatu akan mempengaruhi persepsi terhadap sesuatu.
  - d. Kebutuhan, akan menyebabkan individu dalam menginterpretasikan stimulus secara berbeda.
  - e. Motivasi, seseorang yang termotivasi akan menjaga dan menginterpretasikan sesuatu.
  - f. Emosi, dimana seseorang akan mempengaruhi persepsinya berdasarkan emosinya terhadap stimulus yang ada.
  - g. Budaya, dengan adanya latar belakang budaya yang sama akan menghasilkan interpretasi secara berbeda.



Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi itu ada dua faktor mulai dari faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal melekat pada objeknya dan faktor internal terdapat pada orang yang mempersepsikan.

### 2.2.2. Proses Terjadinya Persepsi

Individu mengenali suatu objek dari luar dan ditangkap melalui alat inderanya. Bagaimana individu menyadari, mengerti apa yang diindera ini merupakan suatu proses terjadinya persepsi. Proses terjadinya persepsi menurut Walgito (2010: 102), yaitu:

1. Proses kealaman atau proses fisik, proses ketika stimulus mengenai alat indera.
2. Proses filosofi, ketika stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak.
3. Proses psikologis, ketika terjadi proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar, atau apa yang diraba.
4. Individu menyadari akan apa yang dilihat, atau apa yang didengar, diraba, yaitu stimulus yang diterima melalui alat indera.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa proses terjadinya persepsi terhadap suatu objek merupakan faktor internal dan eksternal individu yang mencakup keberadaan objek, kejadian, dan orang lain melalui pemberian nilai terhadap objek tersebut.

### 2.2.3. Sifat-Sifat Persepsi

Menurut Mulyana (2001: 176), menjelaskan bahwa setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas disekelilingnya. Berikut ini sifat-sifat persepsi yang dapat dikatakan bahwa sifat-sifat ini mempengaruhi persepsi yang dilakukan manusia antara lain :

1. Persepsi Berdasarkan Pengalaman  
Dimana pola perilaku individu berdasarkan persepsi mereka terhadap realita pada lingkungan sosial mereka yang telah dipelajari. Ketiadaan pengalaman terdahulu dalam menghadapi suatu objek jelas akan membuat seseorang akan menafsirkan objek tersebut berdasarkan dugaan semata atau pengalaman yang mirip. Hal tersebut membuat seseorang terbiasa merespon suatu objek dengan cara tertentu, sehingga seseorang sering kali gagal mempersepsikan perbedaan yang sama dalam suatu objek lain yang mirip
2. Persepsi Bersifat Selektif  
Faktor utama yang mempengaruhi selektifitas adalah atensi, dimana atensi ini sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

- a. Faktor internal seperti faktor biologis antara lain rasa lapar dan haus, yang berhubungan dengan kebutuhan. Faktor fisiologis yaitu bentuk fisik yang tampak. Faktor sosial seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, pengalaman, penghasilan, peranan, status sosial, masa lalu ataupun kebiasaan.
  - b. Faktor psikologis seperti kemauan, keinginan, motivasi, emosi dan harapan. Faktor eksternal adalah atribut-atribut objek yang dipersepsi seperti gerakan, kontras, kebaruan, ataupun perulangan.
3. Persepsi Bersifat Dugaan  
Seseorang menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang manapun.
4. Persepsi Bersifat *Evaluative*  
Seseorang harus melakukan evaluasi pesan berdasarkan pengalaman terdahulu yang pernah dialaminya, begitu pula setelah melakukan interpretasi pesan seseorang akan tetap melakukan evaluasi berdasarkan pengalaman yang pernah dialami terdahulu untuk mencocokkan apakah kejadiannya sama. Dengan demikian persepsi bersifat pribadi dan subjektif.
5. Persepsi Bersifat Kontekstual  
Konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Dalam mengorganisasikan suatu objek, seseorang biasanya meletakkan dalam suatu konteks tertentu dengan prinsip-prinsip:
- a. Struktur objek atau kejadian berdasarkan prinsip kemiripan atau kedekatan dan kelengkapan.
  - b. Kecenderungan seseorang dalam mempersepsi suatu rangsangan atau kejadian berdasarkan latar belakangnya.

Maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi adalah suatu sifat yang memiliki pandangan yang berbeda disekitarnya seperti berdasarkan lingkungan, atensi yang dipengaruhi oleh faktor internal dan psikologisnya dari berbagai sudut pandang manapun dari berbagai pengalamannya yang dirasakannya.

#### 2.2.4. Teori Persepsi

Menurut Jalaludin Rakhmat (2011: 57), persepsi seseorang dipengaruhi oleh 3 indikator, yaitu:

1. Perhatian  
Teori ini disusun berdasarkan proses stimulus yang menjadi menonjol Perhatian terjadi apabila individu mengonsentrasi diri pada satu sensasi yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal.
2. Faktor-Faktor Fungsional  
Teori ini menyatakan bahwa informasi dalam stimuli berasal dari adanya kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal yang kita sebut sebagai faktor personal. Yang membentuk persepsi nantinya bukan dari

jenis dan bentuk stimulus melainkan karakteristik orang yang memberikan respon pada stimulus tersebut. Kerangka acuan ini mempengaruhi interpretasi seseorang terhadap pesan yang diterima dan evaluasi suatu objek tergantung pada pengetahuan pribadi.

### 3. Faktor-Faktor Struktural

Faktor ini berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya terhadap sistem saraf individu. Maksudnya adalah untuk memahami suatu peristiwa tidak hanya dari fakta yang terpisah melainkan harus menyeluruh seperti melihat konteksnya, lingkungannya serta masalah yang dihadapi. Sifat-sifat perseptual dan kognitif dari faktor struktural ditentukan oleh sifat struktur secara menyeluruh. Jika individu dianggap sebagai anggota kelompok, maka semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok dipengaruhi oleh anggota kelompok itu sendiri dengan efek berupa asimilasi/kontras.

Berdasarkan teori persepsi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses untuk mengartikan segala informasi yang diperoleh yang berupa kesan, tanggapan/pandangan dan pemahaman seseorang tentang objek di luar diri individu.

### 2.3. Mahasiswa

Menurut Santoso (2012), yang dilansir dari pamuncar.blogspot.com definisi mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar di perguruan tinggi tersebut dapat disebut dengan mahasiswa dan mereka yang terdaftar hanyalah sebagai syarat administratif untuk menjadi seorang mahasiswa. Namun bukan hanya sekedar masalah administratif, secara etimologis mahasiswa terdiri dari dua kata yaitu “maha” yang berarti sangat, amat dan besar dan “siswa” berarti murid atau pelajar.

Jadi mahasiswa adalah generasi penerus bangsa yang mampu bersaing dan mengharumkan nama bangsa untuk menyampaikan, menyatukan pikiran demi memajukan bangsa sehingga mahasiswa menjadi penerus yang memiliki loyalitas tinggi dalam dunia pendidikan.

## 2.4. *Iphone*

Dikutip dari situs resmi Unnes.ac.id, perusahaan *Iphone* yang pertama kali didirikan pada tanggal 1 April 1976 Januari 1977 dimana perusahaan *Apple* masih bernama *Apple Computer, Inc* yang kemudian sudah berganti nama menjadi *Apple Inc* pada Januari 1977. Namun pada 9 Januari 2007, kata “Computer” dihapus untuk mencerminkan fokus *Apple* terhadap bidang elektronik setelah peluncuran *Iphone*. *Apple Inc* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang mendesain, mengembangkan dan menjual perangkat elektronik, *software computer*, dan PC. Perusahaan *Apple* berpusat di Silicon Valley, Cupertino, California yang didirikan oleh Steve Jobs, Steve Wozniak, dan Ronald Wayne.

*Apple* juga dikenal dengan produk perangkat lunak diantaranya dengan sistem operasi *OS X* dan *iOS*, pemutar musik *iTunes* serta penambahan *web safari*. Perangkat keras diantaranya komputer meja *iMac*, komputer jinjing *Macbook Pro*, pemutar lagu *iPod*, tablet PC *iPad*, *airpods* serta telepon genggam *Iphone* dan jam tangan *Apple Watch*. *Apple* adalah perusahaan teknologi informasi terbesar di dunia setelah *Samsung Electronics*. Dan kini perkembangan produk *Apple* yakni produk *smartphonenya* yaitu *Iphone* merupakan produk yang unggul dengan penjualan yang sangat cepat. Maka dari itu perusahaan *Apple* selalu meluncurkan produk *Iphone* dengan tipe baru dengan kurun waktu yang cepat yaitu disetiap tahunnya.

Perkembangan *Iphone* dari generasi ke generasi dimulai dari versi orisinilnya yang pertama diperkenalkan oleh Steve Jobs sendiri di Macworld Conference & Expo di tahun 2007, yaitu:



1. *Iphone 2G*  
Meluncur pada Juni 2007, produk ini adalah generasi pertama *Iphone* dengan kapasitas memori 4Gb hingga 16Gb dan jaringan selulernya hanya terbatas pada teknologi EDGE saja. Kelebihan *Iphone 2G* pada saat itu adalah sudah bisa mengakses *google maps* dengan layar sentuh multi *touch* dan pengoperasian *smartphone* yang benar-benar baru.
2. *Iphone 3G*  
Kemudian tahun 2008 muncul produk *Iphone* generasi kedua yang dimana pada *Iphone* generasi kedua ini mengalami perubahan desain, peningkatan sistem operasi dengan dukungan jaringan 3G. Namun kapasitas pada *Iphone* ini hanya memiliki kapasitas sampai dengan 8Gb saja.
3. *Iphone 3GS*  
Pada tahun berikutnya *Iphone* generasi ketiga ini diluncurkan dengan penambahan nama produk menjadi 3GS, dimana “S” yang berarti peningkatan internal dan *speed*. Artinya *Iphone 3GS* ini memiliki performa jauh lebih cepat dibanding *Iphone* sebelumnya dan pada *Iphone* inilah muncul fitur pertama yaitu perekam video.
4. *Iphone 4*  
Tahun 2010, *Iphone* generasi keempat muncul dengan nama produk *Iphone 4*. *Iphone 4* hadir dengan beberapa perubahan dan merupakan *Iphone* pertama yang berhasil membuat publik dunia terpesona, termasuk di Indonesia. *Iphone 4* ini dilengkapi dengan kamera 5 sampai dengan 8MP dengan kapasitas memori hingga 64GB. Ios 4 yang dijalankan didalam *Iphone 4* ini pun memperkenalkan fitur multitasking, yaitu mengenalkan siri.
5. *Iphone 4S*  
Sehingga pada tahun 2011 muncul generasi kelima *Iphone* yang masih mempertahankan desain milik pendahulunya yakni *Iphone 4* namun bedanya *Iphone* ini menambah seri terbaru yaitu 4S dan merupakan *Iphone* pertama yang ditawarkan dalam warna putih. Huruf “S” pada namanya melambangkan “Siri” yaitu merupakan asisten pribadi buatan. Dan pada iOS 5 ini mulailah diperkenalkannya layanan Icloud, *iMesagge*, *notification center*, *Reminder*.
6. *Iphone 5*  
Diumumkan di tahun 2012, *Iphone 5* hadir dengan perubahan desain yang cukup drastis dengan bentuk yang lebih tipis dan ringan dan merupakan produk ponsel tercepat dari generasi sebelumnya. Dan dimulai dari *Iphone 5* *Apple* mengeluarkan produk dengan 2 warna yaitu hitam dan *silver*. Sistem operasi yang dimiliki *Iphone 5* pun dengan sistem terbaru yakni dengan iOS 6, retina *display*, jaringan 4G LTE dan *free turn-byturn-navigation*.
7. *Iphone 5S*  
Tahun 2013 hadirlah *Iphone 5S* yang pertama kali diluncurkan dalam varian warna emas dan dengan desain yang benar-benar berbeda dari generasi sebelumnya. Huruf “S” pada namanya melambangkan “*Security*”, dimana *Iphone 5S* memperkenalkan sensor sidik jari bernama *touch id*. Performanya semakin kencang dan performa untuk merekam *video slow-motion* pertama kalinya sepanjang sejarah *Iphone*.



8. *Iphone 6 dan 6 Plus*  
Merupakan generasi *Iphone* ke 8 yang dihadirkan pada tahun 2014, Hadir dengan ukurna layar masing-masing dengan layar 4,7 dan 5,5 inci dengan desain *body* yang semakin ramping hingga lensa kamera yang sudah timbul dan menonjol sendirian pada bagian belakang *Iphone*.
9. *Iphone 6S dan 6S Plus*  
*Apple* kembali merilis dua ponsel unggulannya pada Tahun 2015. *Iphone 6 Plus* lebih tebal dibandingkan *Iphone 6* dengan kapasitas penyimpanan memori 16, 32, 64, dan 128Gb. Dengan peningkatan performa kamera menjadi 12 MP yang tentu mampu merekam *video* dengan kualitas 4K.
10. *Iphone SE*  
Pada tahun 2016 hadir lah generasi berikutnya yaitu *Iphone* dengan label SE saja. Dimana *Iphone SE* ini merupakan *special edition* dengan desain yang lebih mungil dari generasi sebelumnya setara dengan *Iphone 5* namun spesifikasinya setara dengan *Iphone 6*. Dengan perkembangan kamera utama dan depan menjadi 8MP dan 1,2 MP, serta didukung dengan NFC untuk mendukung *apple pay*, *sensor barometer*, *bluetooth*, *wi-fi*, serta prosessor A9.
11. *Iphone 7 dan 7 Plus*  
Di tahun yang sama tepat pada 2016 *Apple* merilis generasi selanjutnya yaitu produk *Iphone* yang diberi nama *Iphone 7* dan *Iphone 7 Plus*. Dengan desain yang lebih mewah dan spesifikasi yang lebih baik dimana *Iphone* ini sudah menggunakan Ios terbaru yaitu iOS 10. *Iphone 7 Plus* hadir dengan mengusung layar luas 5,5 dengan resolusi 1080x 1920 *pixels* yang dikombinasikan dengan teknologi layar LED *backlit IPS LCD* sehingga menjanjikan kualitas warna lebih jernih dan juga halus dimata ketika dipandang, meskipun dalam waktu yang lama.
12. *Iphone 8*  
Dirilis pada Tahun 2017, generasi berikutnya ini memiliki kapasitas memori 64 Gb dan 256 Gb dengan sistem operasi yang sudah menggunakan iOS 11. Dengan *prosessor A11 bionic* yang baru, dengan tambahan fitur pada layar dan jugafitur kamera yang semakin bagus kualitasnya. *Iphone 8* ini diberi sertifikat IP67 artinya bahwa *Iphone* ini tahan debu dan air hingga kedalaman 1 meter dengan waktu paling lama 30 menit. Dan paling canggihnya lagi *Iphone* ini memperkenalkan fitur baru yaitu Qi *wireless charging* untuk memudahkan setiap pengguna dapat mengisi daya baterai hanya dengan menempelkan pada tatakan pengisian daya baterai yang disebut *air power*.
13. *Iphone X*  
Dirilis bersamaan dengan *Iphone 8* pada tahun 2017. *Iphone X* menampilkan pada perubahan desain yang lebih terbaru dari produk sebelumnya dan juga dengan desain tahan terhadap debu, air dan tanah. Dengan ukuran layar 5,8 inci yang menawarkan tampilan OLED atau Retina Super. Dan dimulai dengan *Iphone x* lah *Iphone* mulai tidak memiliki tombol *home*, dengan layar *full touch screen* dan dengan bantuan siri. Kemudian dilengkapi dengan *face id* yang lebih aman dengan bentuk kamera dan penginderaan kedalaman yang dapat membuka kunci telepon dengan mendeteksi langsung wajah pengguna.

14. *Iphone XS, XS Max dan XR*

Satu tahun setelah peluncuran *Iphone x* pada tahun 2018 *Apple* merilis *Iphone* seri terbaru yang dimana menghadirkan perpaduan desain antara aluminium dan *stainless steel* dengan satu buah kamera punggung dan panel layar LCD dengan tampilan OLED. Kapasitas memori yang ditawarkan mulai dari 64, 128, 256 hingga 512 GB dengan kemampuan daya baterai yang lebih awet. *Iphone* ini juga mendukung *face id* dan *image stabilizer* dengan ukuran perangkat yang lebih besar.

15. *Iphone 11 dengan seri Iphone 11, 11 Pro dan 11 Pro Max*

Untuk pertama kalinya *Apple* merilis 3 model *Iphone* sekaligus tepat pada tahun 2019 yaitu *Iphone 11*. Dengan ketajaman kamera dengan kejernihan gambar yang semakin meningkat karena lensa sudut lebar dan lensa sudut ultra lebar. Selain itu mode cahaya redup dan dengan kondisi apapun baik di malam hari maupun di bawah terik matahari dapat ditangkap oleh kamera dengan hasil gambar yang jernih. Dan juga didukung dengan sistem iOS terbaru dan performa tampilannya yang mendukung fitur *night mode*. Dan pada generasi ini kekuatan masa pakai baterai lebih efisien bertahan lama dibanding generasi sebelumnya.

16. *Iphone SE*

Dibutuhkan 4 tahun untuk *Apple* kemudian Kembali merilis *Iphone SE*. Tepat pada tahun 2020, *Iphone SE* hadir Kembali dengan peningkatan yang jauh lebih baik dari *Iphone SE* sebelumnya. Dimana *Iphone SE* yang kini telah mencakup kehadiran fitur *Touch Id* dengan *chip A13 bionic* sehingga mendukung performanya yang semakin kencang.

17. *Iphone 12 dengan seri Iphone 12, 12 Mini, 12 Pro, dan 12 Pro Max*

Tampil sedikit berbeda dari *Iphone 11* sebelumnya, tahun 2020 *Apple* Kembali merilis generasi *Iphone* selanjutnya dengan spesifikasi yang lebih meningkat yakni dari segi kamera yang mengalami peningkatan mulai dari bentuk dan kualitasnya. Masing-masing memiliki kapasitas memori dari 64, 128, 256, 512GB dan dengan ketahanan baterai yang semakin bagus dimana dapat bertahan hingga 80 jam. Dan pada *Iphone 12* ini sudah mampu menangkap sinyal 5G. Dan perangkat ini memiliki ketahanan daya tahan untuk mempertahankan meskipun dalam kondisi terkena air hingga kedalaman maksimal 6 meter dengan waktu paling lama 30 menit. Kualitas kamera juga meningkat dimana dapat mengambil gambar dan *video* dengan fokus pada subjek lebih cepat saat mengambil gambar.

18. *Iphone 13 dengan seri Iphone 13, 13 Mini, 13 Pro dan 13 Pro Max*

Pada tahun 2021 *Apple* resmi meluncurkan lini *Iphone 13* secara global. *Iphone 13* kini dibekali dengan poni (*notch*) yang di klaim lebih kecil 20 persen. *Iphone 13* ini juga ditenagai dengan *chipset* yang terbaru hingga 50 persen dan peningkatan pada *prosesor*, baterai, kamera dengan fungsi fotografi yang lebih baik. Kualitas kamera juga memungkinkan perekaman *video* profesional di bawah mode sinematik dan dapat melakukan pengeditan berkualitas tinggi di *iMovie* dengan kapasitas kamera pembesaran 3x untuk menangkap objek yang lebih jauh dengan kejelasan yang baik. Desain nya pun disusun secara diagonal seperti generasi sebelumnya dengan jumlah kamera yang bertambah dengan tampilan 3 buah kamera punggung. Dan yang menjadi kelebihanannya adalah kapasitas

penyimpanan yang tidak lagi 128, 256, 512GB namun generasi *Iphone 13* ini sudah memiliki kapasitas penyimpanan hingga 1TB. *Iphone 13* ini juga dapat melindungi perangkat dari kelembapan, kecepatan *refresh* 120 Hz, menghadirkan dual sim dan grafik 50 persen lebih cepat daripada *chiphandset* lainnya. Dan untuk pertama kalinya *Iphone 13 Pro Max* hadir dengan pelindung keramik pada layar.

19. *Iphone 14* dengan seri *Iphone 14*, *14 Pro* dan *14 Pro Max*

Seri terbaru diumumkan dalam acara *far out apple* pada tahun 2022 lalu. Teknologi hingga spesifikasi *Iphone 14* semakin menjadi yang terbaik dengan sistem operasi iOS terbaru dan peningkatan yang semakin baik dengan teknologi yang semakin baru. *Iphone 14* mengalami perubahan seperti desain pada layarnya yang dimana *Iphone 14* menghilangkan ciri khas layar depan berponinya (*notch*). Dan juga peningkatan kameranya dan lebih banya RAM. Dan ketahanan desain *Iphone 14* sangat kuat dari generasi sebelumnya.

#### 2.4.1. Visi dan Misi *Apple*



Gambar 2.5.1. Logo Iphone  
(Apple.co.id)

a. Visi

Untuk menghadirkan pengalaman pengguna terbaik kepada pelanggan melalui perangkat keras, perangkat lunak dan layanan yang inovatif.

b. Misi

Untuk membuat produk terbaik di dunia dan menjadikan dunia lebih baik dari yang kita temukan.

## 2.5. Eksistensi Diri

Pandangan psikologi eksistensial, Chaplin (2008: 177), mengatakan bahwa eksistensi adalah sebuah pandangan mengenai keberadaan manusia, situasinya dalam dunia, kebebasannya memilih tujuan kehidupan dan berusaha memahami arti kehidupannya sendiri. Unsur eksistensi memiliki hak yang lebih tinggi dan harus lebih diutamakan daripada esensi sehingga kebebasan dalam memilih adalah hal terpenting dalam hidupnya dan tertinggi melebihi *determinisme*.

Menurut Boss dan Binswanger yang dikutip (Lindzey, 2010: 123), mengatakan bahwa eksistensi diri adalah keberadaan manusia berkaitan dengan bagaimana cara manusia itu meng”ada” dalam dunia sesuai dengan identitas dirinya. Orang dapat memilih untuk hidup secara autentik maupun tidak autentik. Bentuk-bentuk sikap dan perilaku hidup baik secara autentik maupun tidak autentik merupakan sebuah usaha penyesuaian diri terhadap lingkungan maupun kondisi-kondisi yang mempengaruhi keberadaan individu tersebut. Artinya, mereka mempunyai kebebasan dalam memilih, menentukan dan menuhi apa yang menjadi makna dan tujuan hidupnya.

Teori tentang kodrat manusia yang berasal dari *logotherapy* dibangun atas tiga tiang, yaitu kebebasan kemauan, kemauan akan arti, dan arti kehidupan. Frankl (1991: 145), dalam bukunya yang berjudul *Psychotherapy and Existentialism* mengatakan, “Meski tunduk pada kondisi-kondisi dari luar yang mempengaruhi kehidupannya, namun manusia bebas memilih reaksi kondisi-kondisi tersebut”.

Berdasarkan pengertian menurut para ahli diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa eksistensi diri adalah kebutuhan manusia akan arti. Setiap orang meskipun harus tunduk pada kondisi-kondisi dari luar dirinya, namun pada dasarnya dalam memberikan tanggapan terhadap kondisi-kondisi tersebut setiap orang bersifat bebas. Sehingga setiap orang bebas mengambil sikap untuk menemukan arti hidup yang dimana kehidupan sosial manusia terpenting adalah keadaan dirinya sendiri atau eksistensi dirinya sendiri.



### 2.5.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Diri

Menurut Frankl (dalam Schultz, 2005: 145) ada tiga faktor yang mempengaruhi eksistensi manusia, yaitu:

#### 1. Spiritualitas

Spiritualitas menjadi faktor yang memang tidak pernah bisa dijelaskan dengan istilah materil walaupun memang spritualitas sangat dipengaruhi olehnya, tapi material tidak menyebabkan terjadinya spritualitas. Spritualitas artinya kepercayaan pada sesuatu yang berada di luar diri, misalnya tradisi dan agama. Selain dengan tuhan, kepercayaan juga melibatkan hubungan individu dengan sesama maupun dunia secara keseluruhan yang berkaitan dengan pencarian jati diri dan makna hidup. Untuk itu spritualitas adalah kesadaran individu tentang asal, tujuan dan nasib kehidupan yang dipilihnya.

#### 2. Kebebasan

Untuk menemukan eksistensi ada suatu hal yang memang tak bisa dilupakan yaitu kebebasan. Yang dimana individu tidak diatur oleh faktor nonspiritual atau kondisi lingkungan. Dimana individu memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana dalam bersikap dan bertingkah laku ketika ingin menjadi sehat secara psikologis. Dengan kata lain ketika individu yang tidak memiliki kebebasan maka hal tersebut akan menjadi penghambat potensi diri yang pada akhirnya mengganggu pencapaian eksistensi hidup. Kebebasan eksistensi adalah kebebasan tertinggi, yang sesungguhnya dan yang mencakup semua kebebasan.

#### 3. Tanggung Jawab

Individu juga harus mempertanggung jawabkan atas pilihannya, dengan kata lain ini merupakan konsekuensi yang harus dihadapi.

Berdasarkan teori diatas dapat di ingat bahwa faktor yang mempengaruhi eksistensi diri yaitu spiritual, Kebebasan dan tanggung jawab, ketika seseorang memahami ketiga faktor ini maka tidak akan ada yang sampai berlebihan dalam mengejar eksistensi.

### 2.5.2. Ciri-Ciri Dari Indiviu yang Memiliki Eksistensi Diri

Menurut Smith (2003: 54-57), individu yang memiliki eksistensi memiliki ciri-ciri diantaranya:

#### 1. Kesadaran diri

Kesadaran diri yaitu mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, menyadari apa yang mampu dilakukan serta mengetahui bagaimana cara melakukannya.

#### 2. Kepercayaan diri

Kepercayaan diri yaitu kemampuan individu untuk melihat sisi positif dari diri sendiri tanpa melupakan rasa malu.



3. Harga diri  
Harga diri merupakan suatu nilai yang dimiliki oleh seseorang individu.
4. Kesadaran  
Kesadaran yaitu menyadari hal yang penting dalam dirinya untuk segera direalisasikan. Kesadaran yang kuat akan misi pribadi Kesadaran yang kuat akan tujuan yang perlu dilakukan dan semangat serta fokus dalam melakukannya.
5. Daya tarik pribadi  
Daya tarik individu yang dapat mempengaruhi penilaian orang lain terhadap dirinya.
6. Kesadaran dan rasa hormat akan keunikan diri  
Kesadaran dan rasa hormat disini yaitu tidak membandingkan diri dengan orang lain, atau mengkhawatirkan apa yang tidak dimiliki diri, dan sangat mengapresiasi keunikan dari diri sendiri.
7. Konsisten terhadap kehidupan  
Maksud dari konsisten terhadap kehidupan yaitu tidak mudah terbawa dengan adanya perubahan kejadian.
8. Ketenangan dan kedamaian  
Ketenangan dan kedamaian yaitu selalu tetap bersikap dingin meskipun sedang menghadapi banyak masalah.

Berdasarkan penjelasan diatas, kebanyakan orang tidak sadar bahwa setiap orang mempunyai eksistensi diri yang beragam, ada yang memang sealakadarnya saja atau bahkan sengaja mencari sensasi demi terwujudnya eksistensi diri terkhususnya di dunia maya atau sosial.

## **2.6. Penelitian Terdahulu/Relevan**

Penelitian terdahulu/relevan ini menjadi salah satu acuan dan referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian, sehingga dapat memperbanyak teori yang nantinya bisa digunakan dalam melakukan penelitian yang dilakukan. Berikut ini merupakan penelitian yang relevan terkait dengan penelitian yang dilakukan:

Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu/Relevan

No.	Nama Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Fifi Oktaviani Triningrung (2021)	Gaya Hidup dan Citra Merek <i>Iphone</i> 10 dan 11 pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang	Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif serta metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara terhadap informan yang menggunakan <i>Iphone</i> 10 dan 11.	Keseluruhan informan memiliki sikap yang tidak setuju terhadap anggapan pembelian Iphone karena gaya hidup. Pengaruh lingkungan pertemanan informan secara tidak langsung memberikan informasi mengenai fitur yang memiliki <i>Iphone</i> apalagi kameranya yang terkenal dikalangan anak muda. Niat para informan menggunakan <i>Iphone</i> ialah untuk menikmati fitur canggih yang ada pada Iphone. Sehingga citra merek yang positif sangat erat hubungannya dengan kesetiaan, kepercayaan konsumen.	Adapun persamaan dalam penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti merk <i>smartphone</i> yang sama yaitu Iphone dengan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif dengan pengumpulan data observasi dan wawancara.	Adapun perbedaan dari penelitian tersebut yaitu perbedaan terkait judul, yang dimana penelitian ini berfokus tentang Persepsi Mahasiswa Pengguna Iphone Sebagai Eksistensi Diri. Sedangkan penelitian tersebut mengenai gaya hidup dan citra merek pada <i>Iphone</i> 10 dan 11.

No	Nama Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
2.	Vivi Mulyati dan Didik Hariyanto (2021)	Persepsi Mahasiswa Terhadap Smartphone <i>Apple</i> Sebagai Gaya Hidup	Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kualitatif Deskriptif.	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat dua alasan penggunaan <i>smartphone Apple</i> dikalangan mahasiswa Universitas Sidoarjo yaitu: a. Sebagai penunjang kebutuhan perkuliahan, menggunakan fitur-fitur aplikasi yang mempermudah kuliah, dan ada sebagian kecil yang menggunakannya sebagai gaya hidup. b. Sebagai gaya hidup. Mahasiswa hanya melihat trend masa kini dan simbol dari <i>Apple</i> yang dikesankan mewah, jadi mereka yang memegang Iphone akan merasa kekinian dan merasa mampu secara ekonomi.	Adapun persamaan dalam penelitian tersebut adalah meneliti merk <i>smartphone Apple</i> .	Adapun perbedaan dalam penelitian tersebut adalah terdapat perbedaan pada judul penelitian yaitu penelitian tersebut mengenai Persepsi Mahasiswa Terhadap <i>Smartphone Apple</i> Sebagai Gaya Hidup. Sedangkan judul dari proposal penelitian ini adalah Persepsi Mahasiswa Pengguna Iphone Sebagai Eksistensi Diri Di Universitas Medan Area. Dan juga perbedaan

No	Nama Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
3.	Mila Sari Sagita Putri (2020)	Penggunaan Produk <i>Apple</i> Sebagai Eksistensi Diri (Studi Fenomenologi <i>Branding</i> Pengguna Produk <i>Apple</i> Sebagai eksistensi diri)	Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi. Teknik pengumpulan datanya yaitu studi kepustakaan dan studi lapangan meliputi observasi dan wawancara, juga penelusuran data melalui internet yang berkaitan dengan yang dibahas.	Hasil dari penelitian ini adalah motif penggunaan produk Iphone adalah karena produk <i>Apple</i> memiliki desain produk yang elegan dan minimalis sehingga menjadi nilai tambah yang diciptakan oleh sebuah merk. Tindakan yang dilakukan oleh para informan dalam penggunaan produk <i>Apple</i> adalah bagian dari gaya hidup untuk mendukung eksistensi. Serta meningkatkan rasa kepercayaan diri dalam seseorang karena brandingnya menjadi nilai tambah sehingga para dari produk <i>Apple</i> ini paling sering melakukan aktivitas	Adapun persamaan dalam penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti mengenai fenomena tentang eksistensi diri dan juga terdapat persamaan pada merk <i>smartphone</i> yang diteliti yaitu <i>Apple</i> , dan juga metode penelitian yaitu kualitatif.	Terdapat perbedaan pada Teknik pengumpulan datanya yaitu studi kepustakaan dan studi lapangan, sedangkan penelitian yang akan penulis teliti adalah dengan pengumpulan data wawancara, observasi dokumentasi dan triangulasi data, kemudian informan yang digunakan, dalam penelitian tersebut adalah

No	Nama Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
				pengguna demi mewujudkan identitas diri.		mahasiswa dan mahasiswi universitas nya saja. Sedangkan informan yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah berfokus pada mahasiswa.
4.	Satriani Adaming (2019)	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ponsel <i>Iphone</i> (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar)	Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif <i>purposive</i> sampling dengan jumlah responden 44. Dengan pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi pertanyaan kepada responden. Penelitian ini menggunakan analisis	Citra merek, kualitas produk baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara persepsi harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian <i>smartphone</i> <i>Iphone</i> pada Mahasiswa pendidikan Ekonomi UNM.	Adapun persamaan dalam penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti merk <i>smartphone</i> yang sama yaitu <i>Iphone</i> dan membahas tentang adanya persepsi.	Adapun perbedaan dari penelitian tersebut yaitu perbedaan terkait judul, dimana penelitian ini berjudul Persepsi Mahasiswa Pengguna <i>Iphone</i> Sebagai Eksistensi Diri di Universitas



No	Nama Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			regresi linier berganda dengan hipotesis yang diuji T test dan F test.			Medan Area dan menggunakan metode kualitatif bukan kuantitatif.
5.	Dina Putriyani (2017)	Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna (Studi Pada Pengguna <i>Iphone</i> di Universitas Muhammadiyah Malang)	Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan korelasi dan analisis regresi linear berganda. Tipe penelitian <i>explanatory research</i> dengan dasar penelitian <i>survey</i> .	Terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap loyalitas pengguna dimana semakin tinggi citra merek akan semakin tinggi loyalitas pengguna produk <i>Iphone</i> . Dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada persepsi kualitas produk terhadap loyalitas.	Adapun persamaan dalam penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti merk <i>smartphone</i> yang sama yaitu <i>Iphone</i> dan membahas tentang adanya persepsi para pengguna <i>Iphone</i> .	Perbedaan dari penelitian tersebut yaitu perbedaan terkait judul, yang dimana penelitian ini berjudul Persepsi Mahasiswa Pengguna <i>Iphone</i> Sebagai Eksistensi Diri Di Universitas Medan Area bukan mengenai citra merek pada <i>Iphone</i> sendiri dan menggunakan metode kualitatif bukan kuantitatif.

No	Nama Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
6.	Nadia Nurul Afifah (2016)	Realitas Pelajar SMA Pengguna <i>Iphone</i> di Kota Bandung	Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan interaksi simbolik. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Uji keabsahan data yang digunakan ialah perpanjang pengamatan, meningkatkan ketekunan, dan juga triangulasi data dengan teknik triangulasi sumber.	Status sosial memiliki peranan penting dalam membuat seseorang pada akhirnya menggunakan <i>Iphone</i> , para informan berpendapat bahwa dengan menggunakan <i>Iphone</i> merupakan tindakan yang konsumtif. Citra diri saat seseorang menggunakan <i>Iphone brand</i> dari <i>apple</i> sendiri.	Adapun persamaan dalam penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti merk <i>smartphone</i> yang sama yaitu <i>Iphone</i> dengan metode penelitian yang sama yaitu pengumpulan data observasi dan wawancara.	Adapun perbedaan dari penelitian tersebut yaitu perbedaan terkait judul, yang dimana penelitian ini membahas tentang Persepsi Mahasiswa Pengguna <i>Iphone</i> Sebagai Eksistensi Diri. Sedangkan penelitian tersebut mengenai realitas pelajar SMA pengguna <i>Iphone</i> .

No	Nama Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
7.	Rizka Haryanti (2016)	Fenomena Kebutuhan Pengguna <i>Iphone</i> di Universitas Katolik Parahyangan Bandung	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, pengumpulan data melalui studi kepustakaan dan studi lapangan melalui wawancara mendalam dengan partisipasi sepuluh orang informan pengguna aktif fitur <i>Iphone</i> di kalangan mahasiswa yang ada di kota Bandung.	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa mahasiswa pengguna <i>Iphone</i> dalam menggunakan fitur <i>Iphone</i> , sebagian dari mereka tidak menyebutkan hanya satu motif saja. Sehingga ada beberapa faktor pendorong yang melatar belakangi mereka menggunakan fitur <i>Iphone</i> .	Adapun persamaan dalam penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti merk <i>smartphone</i> yang sama yaitu <i>Iphone</i> .	Adapun perbedaan dalam penelitian tersebut adalah terdapat perbedaan metode dan judul penelitian yaitu penelitian tersebut mengenai Fenomena Kebutuhan Pengguna <i>Iphone</i> di Universitas Katolik Parahyangan Bandung Sedangkan judul dari penelitian ini adalah Persepsi Mahasiswa Pengguna <i>Iphone</i> Sebagai Eksistensi Diri di Universitas Medan Area.

No	Nama Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
8.	Nurul Febrian (2015)	Persepsi Pengguna terhadap <i>Brand Image Apple</i> (Iphone)	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan diambil kesimpulan yang bersifat khusus kepada yang bersifat umum kemudian disajikan dalam bentuk narasi. Hasil penelitian persepsi pengguna terhadap <i>brand image apple</i> adalah persepsi yang timbul dari pengguna <i>apple</i> melalui <i>brand image</i> produk tersebut.	Adapun persamaan dalam penelitian tersebut adalah meneliti merk <i>smartphone</i> yaitu <i>Apple (Iphone)</i> .	Terdapat perbedaan pada judul penelitian yaitu penelitian tersebut mengenai Persepsi Pengguna terhadap <i>Brand Image Apple</i> (Iphone). Sedangkan judul penelitian ini adalah Persepsi Mahasiswa Pengguna <i>Iphone</i> Sebagai Eksistensi Diri Di Universitas Medan Area.

Berdasarkan penelitian terdahulu/relevan yang dijadikan sebagai rujukan, maka dapat disimpulkan bahwa merek *smartphone Apple* yang saat ini paling banyak diminati masyarakat khususnya para mahasiswi menyebabkan terciptanya kondisi dimana kita tidak bisa lagi membedakan antara mana yang menggunakannya demi kebutuhan dan mana yang hanya menggunakan produk tersebut demi pencitraan semata dalam arti hanya untuk membangun eksistensi dirinya. Para pengguna *Iphone* menggunakan merek *smartphone* tersebut adalah bagian dari gaya hidup karena nilai *brandingnya*, citra merek dan kualitas produk yang cukup tinggi sehingga meningkatkan rasa kepercayaan diri dalam mendukung eksistensi diri mereka. Bukan hanya satu faktor mereka dalam menggunakan merek *smartphone Apple*, namun mereka memiliki beberapa faktor pendukung yang lain seperti terciptanya identitas dan eksistensi diri mereka, dan juga dari segi harga produk *Iphone* sendiri sehingga para penggunanya yang dianggap mampu secara ekonomi dan ingin selalu terlihat *stylish* dan *modern*.

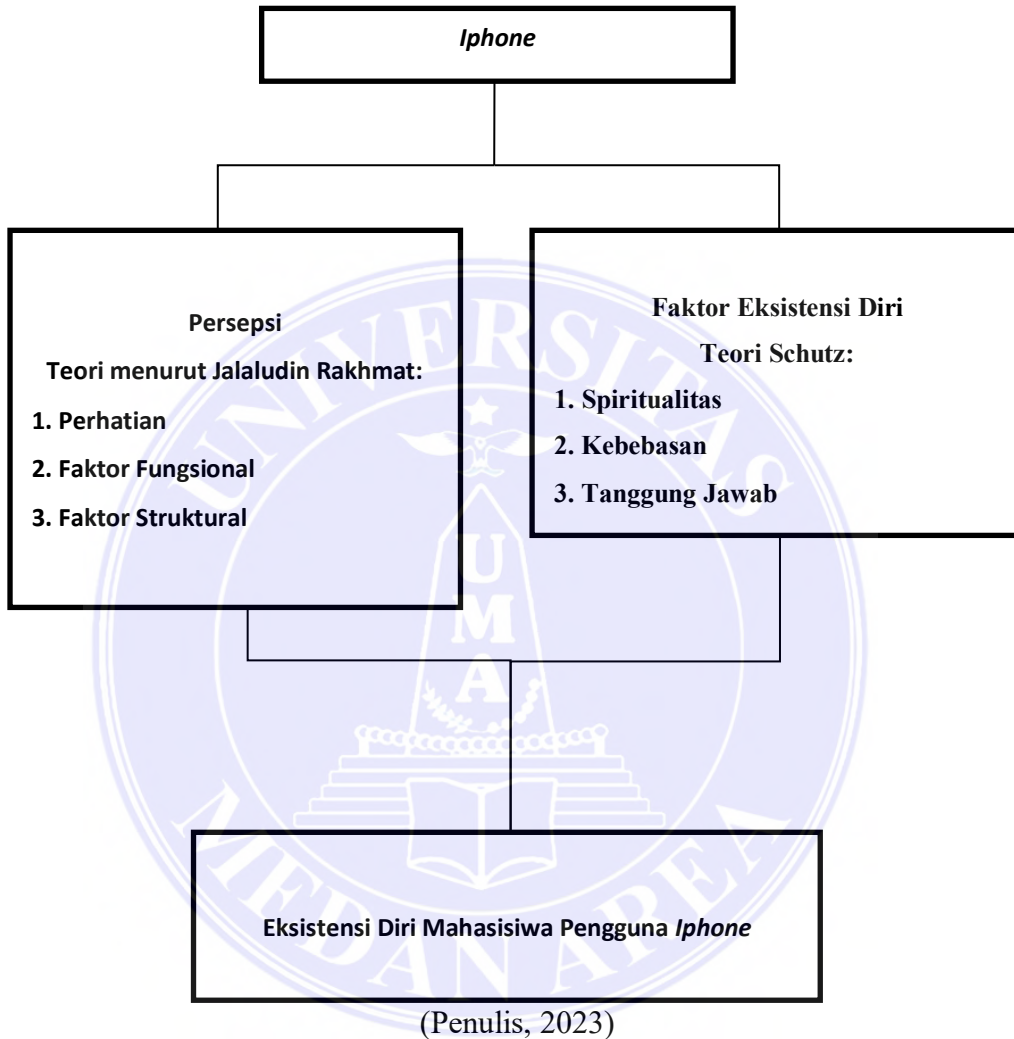
## 2.7. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah dasar pemikiran yang memuat perpaduan antara teori dengan fakta, observasi, dan kajian teori, yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Kerangka berpikir dapat digambarkan dengan bagan yang menunjukkan alur pikir peneliti dan keterkaitan antar variabel yang diteliti. Bagan ini disebut juga dengan paradigma atau model penelitian.



Berikut merupakan bagan kerangka pemikiran yang akan peneliti jadikan dasar dalam penelitian :

Tabel 2.7 Kerangka Pemikiran



## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Dimana pendekatan kualitatif adalah penelitian dengan menggunakan metode ilmiah untuk mengungkapkan suatu fenomena dengan cara mendeskripsikan data dan fakta melalui kata-kata secara menyeluruh terhadap subjek penelitian (Mulyana, 2008: 151).

Dukeshire & Jennifer Thurlow (dalam Sugiyono 2018: 205) juga mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif berkenaan dengan data yang bukan angka, mengumpulkan dan menganalisis data yang bersifat naratif. Metode penelitian kualitatif terutama digunakan untuk memperoleh data yang kaya, informasi yang mendalam tentang isu atau masalah yang akan dipecahkan. Metode penelitian kualitatif menggunakan *focus group*, *interview* secara mendalam, dan observasi berperan serta dalam mengumpulkan data.

Menurut Merriam (dalam Sugiyono 2018: 206), dalam buku *Qualitative Research; A Guide to Design and Implementation* menyatakan :

1. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang berfungsi untuk menemukan dan memahami fenomena sentral.
2. Peneliti kualitatif tertarik untuk memahami bagaimana orang-orang menginterpretasikan pengalamannya, mengkonstruksi apa yang telah dialami hidupnya.
3. Seluruh tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mencapai pemahaman yang mendalam bagaimana orang-orang merasakan dalam proses kehidupannya, memberikan makna, dan menguraikan bagaimana orang menginterpretasikan pengalamannya.
4. Peneliti kualitatif ingin memahami fenomena berdasarkan pandangan partisipan atau pandangan internal (*perspectives emic*), dan bukan pendapat peneliti sendiri atau pandangan eksternal (*perspectives etic*).

Penulis juga menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Dimana deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam.

Menurut Moleong (2005: 4), pendekatan deskriptif kualitatif yaitu pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, *video*, dokumentasi pribadi, catatan dan dokumentasi lainnya.

### 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Medan Area Kampus 1 yang beralamat Jl. H. Agus Salim Siregar, Kenangan Baru, Kec. Medan Tembung, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20223. Dengan waktu penelitian yang akan dilaksanakan pada Februari-Juni 2023.



Tabel 3.2. Jadwal dan Tahapan Penelitian

No.	Kegiatan	2022				2023								
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Juli	Aug	Sep
1.	Pengajuan Judul dan Dosen Pembimbing	■												
2.	Penentuan Dosen Pembimbing		■											
3.	Penyusunan dan Bimbingan Proposal			■	■									
4.	Seminar Proposal					■								
5.	Revisi dan Bimbingan						■	■	■	■	■			
10.	Seminar Hasil											■	■	
11.	Revisi Seminar Hasil											■	■	
12.	Sidang Meja Hijau													■

( Penulis, 2023 )

### 3.3. Informan Penelitian

Informan penelitian menurut Bungin (2010: 107-108), yaitu subjek penelitian yang mana dari merkadata penelitian dapat diperoleh, memiliki pengetahuan luas dan mendalam mengenai permasalahan penelitian, sehingga memberikan informasi yang bermanfaat. Informan juga berfungsi sebagai pemberi umpan balik terhadap data penelitian. Dan penelitian ini menggunakan teknik sampel *purposive* yang dikenal dengan istilah seleksi.

Informan penelitian didasarkan pada karakteristik tertentu dalam kasus tertentu menunjukkan kemiripan dengan ciri-ciri informan yang sudah dipahami sebelumnya. Informan penelitian ini ialah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian yang akan diteliti yaitu mengenai para mahasiswa



pengguna merek *smartphone Iphone*. Adapun standar kriteria yang digunakan untuk pemilihan informan penelitian antara lain :

1. Bersedia menjadi informan dan mempunyai waktu untuk dimintai informasi terhadap objek pertanyaan
2. Sehat jasmani dan rohani
3. Merasakan pengalaman/fenomena secara langsung dan bukan sekedar diketahui saja
4. Memiliki pengetahuan dan tergolong masih sedang terlibat dalam kasus yang tengah diteliti
5. Mahasiswa yang sudah menggunakan merek *smartphone iphone* selama 7 tahun

Dengan demikian informan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Medan Area, yang berfokus di Fakultas Psikologi dengan informan penelitian berjumlah 4 orang.

### **3.4. Data dan Sumber Data**

Menurut Moleong (2005: 157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Adapun sumber data yang akan digunakan peneliti ini meliputi:

#### **3.4.1. Data Primer**

Menurut Lofland (dalam Moleong, 2010), data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian melalui wawancara, observasi maupun dokumentasi terhadap informan penelitian. Data primer dikumpulkan melalui pihak-pihak terkait yang menggunakan *smartphone* merek *Iphone*.

### 3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang tidak langsung namun dapat memberikan data tambahan yang mendukung data primer yaitu data yang sudah diolah yang diperoleh dari berbagai sumber referensi bacaan yang ada di media cetak maupun media elektronik. Sehingga memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan guna mendukung pembahasan.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai berbagai cara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data:

#### 1. Observasi

Marshall (dalam Sugiyono 2018: 272), menyatakan bahwa dengan melalui observasi penulis belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Observasi/pengamatan adalah peneliti mengamati objek yang sedang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh hasil data. Dengan melakukan observasi akan memperoleh gambaran *real* suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Faisal (dalam Sugiyono 2018: 272), mengklasifikasikan obserfasi menjadi 3 yaitu:

- a. Observasi Partisipatif, penulis terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

Stainback (dalam Sugiyono 2018: 273), membagi observasi partisipasi menjadi 4 yaitu partisipasi pasif (*passive participation*), partisipasi moderat (*moderate participation*), partisipasi aktif (*active participation*), dan partisipasi lengkap (*complete participation*).

- b. Observasi Terus Terang atau Tersamar, penulis melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian sehingga para informan mengetahui sejak awal hingga akhir terkait aktivitas peneliti. Tetapi suatu saat peneliti bisa saja untuk tidak terus terang/tersamar dalam observasi untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.
- c. Observasi Tak Berstruktur, dimana fokus penelitian masih belum jelas. Fokus observasi masih akan terus berkembang selama kegiatan observasi berlangsung.

Penelitian ini penulis menggunakan observasi partisipasi pasif (*passive participation*) karena peneliti datang ketempat yang akan menjadi lokasi penelitian yang akan diteliti, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan yang sedang diteliti.

## 2. Wawancara.

Esterberg (dalam Sugiyono 2018: 279), mendefinisikan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Esterberg (dalam Sugiyono 2018: 280), juga mengemukakan 3 macam wawancara yaitu:

- a. Wawancara terstruktur, pengumpulan data bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh dengan menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan tertulis dengan alternative jawaban yang sudah disiapkan.
- b. Wawancara semi terstruktur, pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur untuk menemukan permasalahan secara terbuka, dimana pihak informan diminta pendapat, dan idenya.
- c. Wawancara tak berstruktur, penulis bebas melakukan wawancara tanpa menggunakan pedoman wawancara

yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya garis besar dari inti permasalahan yang ditanyakan.

Dengan demikian, dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara secara mendalam dengan para mahasiswa pengguna merek *smartphone Iphone* dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini adalah foto-foto peneliti dengan responden pada saat wawancara maupun observasi. Menurut Bambang (2012: 103), metode dokumentasi mengacu pada bagaimana data dikumpulkan dengan merekam data yang ada. Sehingga dokumentasi ini merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

#### 3.6. Teknik Analisis Data

Bogdan dan Biklen (dalam Gunawan, 2013: 210), analisis data merupakan proses mencari dan mengatur hasil penelitian berupa wawancara, bahan-bahan, serta catatan guna meningkatkan pemahaman dalam menyajikan kesimpulan dalam temuan. Teknik analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (dalam Herdiansyah, 2012:164-179), mencakup beberapa tahap yaitu:

##### 1. Pengumpulan data.

Melakukan pengumpulan data sebelum pelaksanaan penelitian, saat penelitian hingga akhir penelitian dari yang dilakukan dengan melakukan wawancara, survei, observasi serta dokumentasi sehingga data yang dikumpulkan dirasa cukup untuk dilakukan analisis.

##### 2. Reduksi data.

Setelah data-data dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah proses pengolahan. Penulis menyeragamkan hasil data terhadap jawaban-



jawaban informan dan observasi yang telah dilakukan penulis yang dikemas dengan alur yang jelas dalam bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis.

3. *Display* data.

Penyajian data pada penulis berbentuk uraian rangkuman hasil wawancara dan observasi yang dihasilkan setelah melakukan pengumpulan dan pengolahan data yang telah di reduksi ke dalam matriks yang telah di kategorikan berdasarkan tema.

4. Generalisasi dan kesimpulan.

Generalisasi adalah penarikan suatu kesimpulan pada penelitian kualitatif yang merupakan jawaban dari pertanyaan wawancara yang harus berkaitan dengan teori yang mendasari penelitian yang dilakukan. Setelah generalisasi dibuat, maka penulis menarik kesimpulan dari penelitian.

### 3.7. Keabsahan Data

Menurut Zulfadrial (2012: 89) “keabsahan data merupakan padaan dari konsep kesahihan (*validitas*) dan keandalan (*realibilitas*) menurut versi penelitian kualitatif dan di sesuaikan dengan tututan pengetahuan, kreteria dan paradigma sendiri”. Keabsahan data merupakan tingkat kepercayaan atau kebenaran dalam hasil penelitian. Keabsahan data dapat ditentukan dengan menerapkan teknik triangulasi data pada saat prosedur pengumpulan data.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2018: 320-322).

1. Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data.

2. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu di cek dengan observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka penulis melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar, atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda.

3. Triangulasi Waktu

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam

waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

Dengan demikian, dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber, dimana peneliti melakukan wawancara kepada narasumber lain yaitu Psikolog. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengecek ulang informasi/data yang diperoleh melalui hasil wawancara kepada informan yang kemudian data tersebut akan ditanyakan kepada informan yang masih bersangkutan dengan topik yang diteliti.



## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan wawancara yang telah dilaksanakan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area sebagai eksistensi diri dimana eksistensi diri telah mengembalikan persepsi mereka terhadap benda-benda untuk menunjukkan keberadaan, terutama *Iphone*. Para informan menggunakan *Iphone* memberikan kesempatan pada benda tersebut untuk menjelaskan siapa dirinya dengan pemilihan merek *smartphone* yang digunakannya. *Iphone* memberikan gengsi tersendiri bagi para penggunanya terutama di kalangan mahasiswa Universitas Medan Area dan pada akhirnya menimbulkan rasa bangga tersendiri di tengah-tengah lingkungan sosialnya masing-masing.

Adapun alasan mereka dalam menggunakan produk *Iphone* berdasarkan beberapa faktor salah satunya berdasarkan keinginan mereka sendiri karena *Iphone* telah menyita perhatian mereka karena *Iphone* memiliki fitur yang canggih, *design* produk yang *slim*, elegan, minimalis sehingga terlihat mewah dari segi harga dan kualitas. Gaya hidup para informan berdasarkan faktor pengaruh kondisi lingkungan sosialnya dimana ingin selalu mengikuti *trend* di setiap zamannya dan ada juga yang menggunakannya karena kebutuhan. Serta dapat meningkatkan rasa percaya diri tiap informan terutama menunjang status sosial mereka di lingkungan tempat mereka beradaptasi. Sehingga dengan mereka menggunakan *Iphone* akan dianggap sebagai orang yang mampu, memiliki status sosial yang tinggi, dan terlihat bergaya hingga akhirnya terkesan serba mewah.

## 5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat dijadikan sebagai masukan yang diberikan terkait penelitian yang dilakukan ini yaitu:

a. Untuk pengguna produk *Iphone*

Untuk meningkatkan eksistensi diri itu tidak hanya bisa didapat dari suatu *brand*/produk saja namun bisa dari hal-hal lainnya seperti prestasi, kemampuan berfikir dan bersikap. Karena belum tentu dengan menggunakan *Iphone* akan dipandang memiliki semuanya, karena *Iphone* hanyalah sebatas *prestige*. Pakailah *smartphone* sesuai dengan kebutuhan, jangan terlalu memaksa hanya karena mengikuti teman-teman agar dapat diterima dan dapat diakui keberadaanya dalam lingkungan khususnya pertemanan.

b. Untuk peneliti selanjutnya

Diharapkan agar dapat menambahkan *variable* lain selain persepsi terhadap *Iphone* sebagai eksistensi diri, dan juga diharapkan penelitian ini nantinya dapat dijadikan sebagai referensi dan juga rujukan untuk mendukung penelitian yang akan diteliti untuk selanjutnya dengan mencantumkan segala sumber yang ada pada penelitian ini sehingga penelitian ini digunakan dengan sebaik-baiknya.

c. Untuk pihak produsen *Iphone*

Diharapkan agar terus dapat berinovasi, berkreasi, dan juga berkeaktivitas untuk mengembangkan dan memperbaiki segala teknologi yang ada didalam produk *Iphone*.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Andrew E, Sikula. 2017. *Komunikasi Bisnis*. Surakarta: Erlangga.
- Asrori, Mohammad. 2009. *Psikologi Pembelajaran*. Bandung: CV Wacana Prima.
- Bambang Riyanto. 2012. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFPG.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bogdan, Robert C. dan Biklen Kopp sari. 1982. *Qualitative Research for education: An Introduction to Theory and Methods*. Allyn and Bacon, Inc: boston London.
- Chaplin, J. P. 2008. *Kamus Lengkap Psikologi*. Ahli Bahasa: Kartono Kartini, Raja Grafindo: Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Ilmu Komunikasi Terori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Ilmu Komunikasi Terori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Faisal, Sanapiah. 1990. *Penelitian Kualitatif (Dasar-dasar dan Aplikasi)*. Malang: Ya3 Malang.
- Fadila, Dewi dan Sari Lestari Zainal Ridho. 2013. *Perilaku Konsumen*. Palembang: Citrabooks Indonesia.
- Feldman, R. S. 2012. *Pengantar Psikologi Understanding Psychology*. Jakarta: Salemba Humanika
- Frankl, V. E. 1991. *Psychotherapy and Existentialism: Selected papers on Logotherapy*. Newyork: A Touchstone book.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hidayat, Dasrun. 2012. *Komunikasi Antarpribadi Dan Medianya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hall, Calvin S dan Gardner Lindzey. 2010. *Teori-Teori Psikodinamik*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Penelitian dan Laporan*. Malang: UMM Press.
- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Hanani, Silfia. 2017. *Komunikasi Antarpribadi (Teori dan Praktik)*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hovland, Carl I., Irving K. Janis, and Harold H., Kelley. 1953. *Communication and Persuasion, New Haven*. CT: Yale University Press.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Marshal and Rossman, G. 1995. *Designing Qualitative Research*. California: Sage Publication Inc.

- Miles, M.B & Huberman A.M. 1984. *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan Oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Rosda Karya Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Rosda Karya Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Komunikasi Efektif "Suatu pendekatan lintas budaya"*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Komunikasi Efektif "Suatu pendekatan lintas budaya"*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurjaman, Kadar dan Umam, Khaerul. 2012. *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2015. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rakhmat. Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Schultz, Danue. 2005. *Psikologi Pertumbuhan, Model-Model Kepribadian Sehat*. Yogyakarta: Kanisius.
- Smith, H. W. 2003. *Filsafat Komunikasi, Tradisi dan Metode Fenomenologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sondang, P Siagian. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara. Jakarta.
- Stainback, Susan and Wiliam Stainback. 1988. *Understanding and Conducting Qualitative Research*. Iowa: Kendal Publishing Company.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. 2016. *Komunikasi Bisnis Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Aktivitas Bisnis*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Todaro, M. P., & Smith, S.S. 2003. *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Edisi Kedelapan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wibowo. 2013. *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Abidin, Zainal. 2007. *Analisis Eksistensial: Sebuah Pendekatan Alternatif untuk Psikologi dan Psikiatri*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Zuldafril. 2012. *Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Yuma Pustaka.

### **Skripsi**

- Fentri, D. M. 2017. *Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau Di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau*. Jom Fisip.
- Muhammad habibillah. 2019. *Persepsi Mahasiswa terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone (Studi kasus mahasiswa jurusan*

*teknik komputer Politeknik Negeri Sriwijaya*). Skripsi. Politeknik Negeri Sriwijaya.

### **Penelitian Terdahulu**

- Dina Putriyani. 2017. *Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Fifi Oktaviani Triningrum. 2021. *Gaya Hidup dan Citra merek Iphone 10 dan 11 pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung*. Skripsi. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Mila Sari Sagita Putri. 2022. *Penggunaan Produk Apple Sebagai Eksistensi Diri*. Skripsi (s1) Tesis. Fisip Unpas. repository.unpas.ac.id
- Nadia Nurul Afifah. (2016). *Realitas Pelajar SMA pengguna Iphone di Kota Bandung*. Universitas Islam Bandung. Diunduh di repository.unisba.ac.id.
- Nurul Febrian. 2015. *Persepsi Pengguna Terhadap Brand Image Apple (Iphone)*. Skripsi. Universitas Medan Area. repositori.uma.ac.id.
- Rizka Haryanti. 2016. *Fenomena Pengguna Iphone di Universitas Katolik Parahyangan Bandung*. Skripsi (s1) tesis. Unpas. Repository.unpas.ac.id.
- Satriani Adaming. 2019. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Pembelian Pada Produk Ponsel Iphone*. Skripsi. Universitas Negeri Makassar.
- Vivi Mulyati, Didik Hariyanto. 2021. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Smartphone Apple Sebagai Gaya Hidup*. Academia Open. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia.

### **Jurnal**

- Apriani Try L and Ainun N Rohmah. 2023. *Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Pada Konten Kreator Ifan Ghafur*. Journal Ilmu Komunikasi. 11 (1)
- Esterberg, Kristin G. 2002. *Qualitative Methods*. Jurnal Pengembangan Bisnis. 1 (1)
- Gloria J. M Sianipar. 2020. *Consumer Perception On Service Of Grab Car In Medan*. Jurnal Ilmiah Simanteks. ISSN. 2550-0414. 4 (2)
- Lawasi, E. S., & Triatmanto, B. 2017. *Pengaruh Komunikasi, Motivasi, Dan Kerjasama Tim Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan. 5 (1)
- Merriam and Sharan, B. 2004. *The Role of Cognitive Development in Mezirow's Transformational Learning Theory*. Jurnal of Adult Education Quarterly. 55, (1)
- Sianipar, Gloria. 2020. *Consumer Perception On Service Of Grab Car In Medan*. Jurnal Ilmiah Simantek. ISSN. 2550-0414. 4 (2)
- Sunaryo, A. S. 2013. *Hubungan Antara Persepsi Tentang Kondisi Fisik Lingkungan Kerja Dengan Sikap Kerja Dalam Meningkatkan Etos Kerja Karyawan UD. ES WE di Surakarta*. Talenta Psikologi. 2 (2)



## Website

- Dukeshire, Steven & Thurlow, Jennifer. 2002. *Understanding the Link Between Research and policy. Rural Communities Impacting Policy Project*. Diakses dari <http://www.ruralnovascotia.ca/documents/policy/research%20and%20policy.pdf>
- Gleen Kaonang. 2015. *Sejarah Perkembangan Iphone*. <https://hybrid.co.id/post/sejarah-apple-iphone>.
- Lely Maulida. 2022. *10 Ponsel Terlaris di Dunia April 2022, Lini Iphone 13 Mendominasi*. Dilansir dari <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/27/07000047/10-ponsel-terlaris-di-dunia-april-2022-lini-iphone-13-mendominasi>
- Logo Universitas Medan Area. <https://uma.ac.id/page/logo-universitas-medan-area>
- Penjelasan Visi Misi Iphone. <https://megabisnis.id/penjelasan-misi-dan-visi-apple/Perkembangan Iphone Dari Masa Ke Masa>. <https://tekno.republika.co.id/berita/r5hdip368/hadir-15-tahun-ini-perubahan-iphone-dari-masa-ke-masa-part4>
- Sarnita Sadya. 2023. *Pengguna Smartphone Indonesia Terbesar Keempat Dunia pada 2022*. Diakses dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-smartphone-indonesia-terbesar-keempat-dunia-pada-2022>
- Santoso, B. Definisi, Peran dan Fungsi Mahasiswa. 6 Juni 2012. Dipetik 20 Maret 2019. Dari Definisi, Peran dan Fungsi Mahasiswa. Diakses dari <https://pamuncar.blogspot.com>
- Sejarah Dan Profil Perusahaan Iphone. 2022. <https://m.kumparan.com/amp/berita-terkini/sejarah-dan-profil-perusahaan-apple-yang-terkenal-1y70oENEAWG>
- Sejarah Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. <https://psikologi.uma.ac.id/sejarah/>
- Sejarah Universitas Medan Area. <https://uma.ac.id/page/sejarah-uma>
- Struktur Organisasi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. <https://psikologi.uma.ac.id/struktur-organisasi/>
- Visi dan Misi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. <https://psikologi.uma.ac.id/visi-dan-misi/>

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Pedoman Wawancara Informan

1. Menggunakan *Iphone* karena keinginan sendiri?
2. Awal menggunakan *Iphone* seri apa dan *Iphone* yang sekarang digunakan seri apa?
3. Sudah berapa lama meenjadi pengguna *Iphone*?
4. Kesan selama menggunakan *Iphone*?
5. Menggunakan *Iphone* karena fitur nya yang canggih sehingga mempermudah aktivitas perkuliahan dan bermedia sosial?
6. Alasan yang melatarbelakangi menggunakan *Iphone*?
7. Kondisi lingkungan/orang terdekat menjadi faktor dalam menggunakan *Iphone*?
8. Menggunakan *Iphone* untuk menunjang status sosial?
9. Menggunakan *Iphone* untuk membangun citra diri?
10. Menggunakan *Iphone* agar mendapatkan pujian?
11. Menggunakan *Iphone* karena gaya hidup?
12. Merasa percaya diri dalam bergaul jika menggunakan *Iphone*?
13. Ingin selalu menggunakan seri terbaru *Iphone*?
14. Menggunakan *Iphone* karena gengsi yang lebih tinggi?
15. *Iphone* memberi kesan mewah dan modern?
16. Kelebihan dan kekurangan *Iphone*?
17. Konsekuensi menggunakan *Iphone*?



## Lampiran 2. Pedoman Wawancara Triangulasi Sumber

1. Bagaimana persepsi anda melihat para subyek/mahasiswa yang menggunakan *Iphone* apakah mereka menggunakan *Iphone* karena kebutuhan atau hanya karena keinginan?
2. Bagaimana menurut anda terhadap perkembangan psikososial para subyek/mahasiswa?
3. Apakah cara subyek/mahasiswa bersosialisasi dapat mempengaruhi gaya hidup sehingga muncul eksistensi diri pada diri mereka sendiri?
4. Krisis kepercayaan diri membuat para subyek/mahasiswa mengikuti gaya hidup yang sedang ramai dilakukan?
5. Apakah kemajuan teknologi menyebabkan para subyek/mahasiswa mengalami eksistensi diri sehingga merubah pola pikir dan perilaku mereka?
6. Tindakan para subyek/mahasiswa yang menggunakan *Iphone* dapat mempengaruhi kepribadian dirinya?
7. Bagaimana gaya hidup yang timbul terhadap para subyek/mahasiswa pengguna *Iphone*?
8. Apa kritik dan pesan anda terhadap para subyek/mahasiswa yang menggunakan *Iphone* sebagai eksistensi diri?
9. Apa harapan anda terhadap perkembangan eksistensi diri para subyek/mahasiswa?
10. Para subyek/mahasiswa memiliki loyalitas yang tinggi untuk menunjukkan gaya hidup yang prestige
11. Di era digital dan keterbukaan media sosial memungkinkan setiap orang untuk melihat beragam gaya hidup termasuk gaya hidup selebritas
12. Bagaimana menurut anda dengan permasalahan para subyek/mahasiswa pengguna *Iphone*?
13. Apakah para subyek/mahasiswa mengalami permasalahan jati diri dan eksistensi?

### Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara



Bersama, Desy Arvianita  
(Subjek Penelitian Pertama), Kamis, 4 Mei 2023.



Bersama, Dinda Sandrilla  
(Subjek Penelitian Kedua), Selasa, 9 Mei 2023.





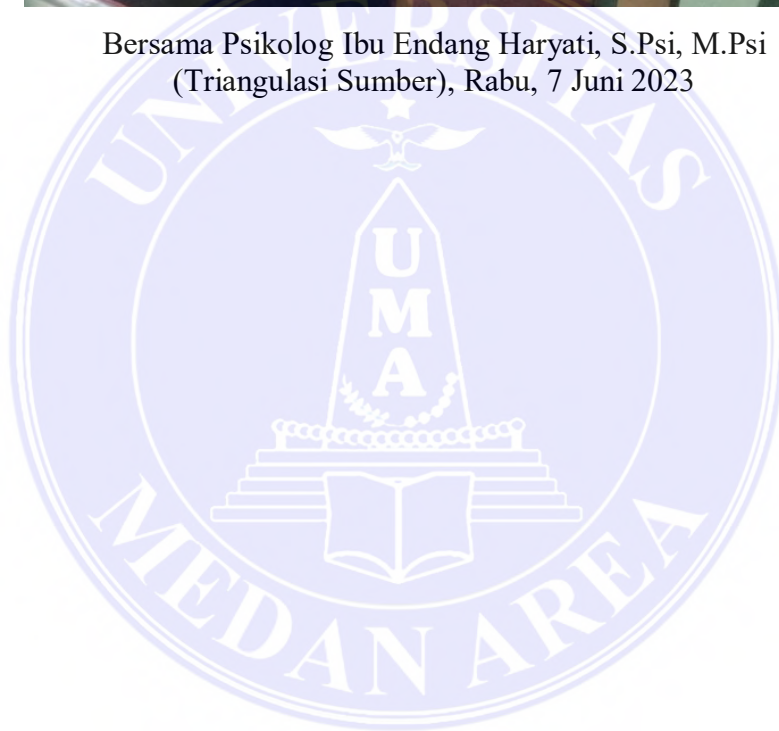
Bersama, Salsabilla Rahma  
(Subjek Penelitian Ketiga), Jumat, 12 Mei 2023.



Bersama, Annisa Azahra  
(Subjek Penelitian Keempat), Senin, 15 Mei 2023.



Bersama Psikolog Ibu Endang Haryati, S.Psi, M.Psi  
(Triangulasi Sumber), Rabu, 7 Juni 2023



#### Lampiran 4. Jenis Merek Iphone Para Informan Penelitian



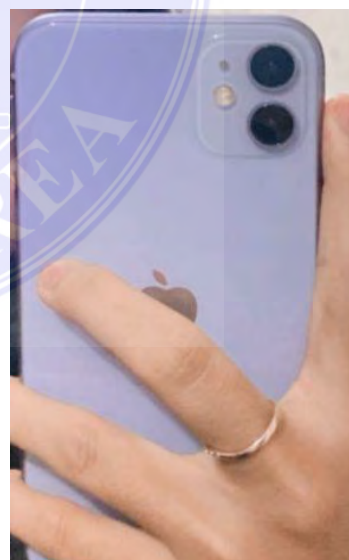
Desy Arvianita  
Iphone 12 (Informan 1)



Dinda Sandrilla  
Iphone 12 Pro Max (Informan 2)



Salsabilla Rahma  
Iphone 10/x (Informan 3)



Annisa Azahra  
Iphone 11 (Informan 4)



## Lampiran 5. Surat Pengantar Riset



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, (061) 8201994, Fax (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 334 /FIS.3/01.10/II/2023  
Lamp : -  
Hal : Pengambilan Data/Riset

27 Februari 2023

Kepada Yth,  
**Universitas Medan Area Fakultas Psikologi**  
Di  
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Shinta Wulan Purnama  
N P M : 198530134  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke **Universitas Medan Area Fakultas Psikologi, Jl. Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jalan Gedung PBSI, Medan 20223** dengan judul Skripsi **Persepsi Mahasiswa Pengguna Iphone Sebagai Eksistensi Diri di Universitas Medan Area (Studi Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area)**

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Errati Juana Hasibuan, M.Si

Tembusan  
- Mahasiswa YDS  
- Arsip





# UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Seiabadi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

Nomor : A25/UMA/B/01.7/III/2023  
Lamp. : 1 (satu) lembar.  
Hal : Izin Riset Dan Pengambilan Data

01 Maret 2023.

Kepada Yth.

**Dekan Fakultas Psikologi**

Universitas Medan Area

di - M e d a n

Dengan hormat, sesuai dengan surat yang dari Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik nomor : 334/FIS.3/01.10/II/2023 tertanggal 27 Februari 2023, perihal Permohonan Izin Pengambilan Data dan Riset di Fakultas Psikologi Kampus 1 Universitas Medan Area oleh mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Shinta Wulan Purnama  
No. Pokok Mahasiswa : 198530134  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan melaksanakan pengambilan data tersebut, untuk penyusunan skripsi dengan judul "Persepsi Mahasiswa Pengguna Iphone Sebagai Eksistensi Diri di Universitas Medan Area (Studi Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area)".

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wakil Rektor Bidang Pengembangan  
SDM dan Administrasi Keuangan,



Dr. Ir. Suswati.,MP

**Tembusan :**

1. Dekan Fakultas Isipol
2. Mahasiswa Ybs
3. File



## Lampiran 6. Surat Keterangan Selesai Riset



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

### SURAT KETERANGAN Nomor : 1435/UMA/B/01.7/VIII/2023

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Shinta Wulan Purnama  
No. Pokok Mahasiswa : 198530134  
Fakultas : Isipol

Benar telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area dengan Judul skripsi judul **“Persepsi Mahasiswa Pengguna Iphone Sebagai Eksistensi Diri Di Universitas Medan Area (Studi Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area).**

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Isipol.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 4 Agustus 2023.  
An Rektor,  
Wakil Rektor Bidang Pengembangan SDM dan  
Administrasi Keuangan,



Dr. Ir. Suswati, MP

Tembusan :  
- Mahasiswa Ybs  
- File

