

## ABSTRAK

Penelitian yang berjudul **IPHONISASI IDENTITAS (Konstruksi Identitas Pengguna iPhone)** ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan iPhone yang pada dasarnya merupakan alat komunikasi, namun saat ini berubah menjadi penunjang konstruksi identitas dan eksistensi. Selain itu, proses konstruksi identitas tersebut berujung membentuk suatu gaya hidup. Selama ini, anggapan orang yang menggunakan iPhone, dikenal dan dimaknai berasal dari golongan menengah ke atas, padahal tidak semua demikian.

Objek penelitian ini yaitu identitas pengguna iPhone, dengan subjek mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Siliwangi Tasikmalaya yang menggunakan iPhone. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif fenomenologi yang didukung dengan tiga landasan teori, di antaranya teori interaksionisme simbolis, teori konstruksi sosial atas realita, dan teori identitas sosial. Selain itu, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil menunjukkan bahwa konstruksi identitas pengguna iPhone dipengaruhi oleh tiga hal, yaitu pikiran (*mind*), diri sendiri (*self*), dan masyarakat (*society*). Ketiga hal tersebut membentuk menjadi suatu gaya hidup hingga menciptakan eksistensi pengguna. Sehingga, tidak semua pengguna iPhone dikatakan atau dimaknai sebagai orang yang berasal dari golongan menengah ke atas, terlepas iPhone tersebut asli atau pun tiruan. Bahkan, upaya memperoleh iPhone pun beranekaragam di antaranya dengan mengumpulkan dari uang jajan, menabung hasil dari jerih payah bekerja, hingga meminta langsung secara cuma-cuma kepada orang tuanya.

**Kata Kunci:** Identitas, iPhone, Konstruksi, Interaksionisme Simbolis, Gaya Hidup

## **ABSTRACT**

*The research entitled IPHONIZATION OF IDENTITY (iPhone User Identity Construction) is motivated by the widespread use of the iPhone, which is basically a communication tool, but has now turned into a supporter of identity and existence construction. In addition, the process of identity construction leads to the formation of a lifestyle. So far, it is assumed that people who use iPhones are known and interpreted as coming from the upper middle class, even though not all of them are like that.*

*The object of this research is the identity of iPhone users, with the subject of students of the Faculty of Economics and Business (FEB) Siliwangi University Tasikmalaya who are using iPhone. The research method used is qualitative phenomenology supported by three theoretical foundations, including symbolic interactionism theory, social construction theory of reality, and social identity theory. Besides, the data collection techniques used are observation, in-depth interviews, and documentation.*

*The results show that the identity construction of iPhone users is influenced by three things, namely the mind (mind), self (self), and society (society). These three things form a lifestyle to create user existence. So, not all iPhone users are said or interpreted as people who come from the upper middle class, regardless of whether the iPhone is genuine or imitation. In fact, efforts to get an iPhone also vary, including collecting from pocket money, saving the results of hard work, to asking directly for free from his parents.*

**Keywords:** Identity, iPhone, Construction, Symbolic Interactionism, Lifestyle