**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia. Sejak lahir dan selama proses kehidupannya, manusia akan selalu terlibat dalam tindakan – tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia, mulai dari kegiatan yang bersifat individual, diantara dua orang atau lebih, kelompok, keluarga, organisasi dalam konteks publik secara lokal, nasional,regional, dan global atau melalui media massa. Tindakan komunikasi dapat dilakukan secara verbal, non verbal, langsung dan tidak langsung. Komunikasi juga merupakan aktifitas dasar manusia, tidak dapat dipungkiri dalam era teknologi modern seperti saat ini, kehidupan manusia sangat bergelut dengan waktu akses informasi yang cepat, padat, serta akurat, menjadi suatu kebutuhan pokok bagi setiap individu. Salah satu bagian dari komunikasi yaitu adalah komunikasi massa.

Komunikasi massa berasal dari suatu istilah bahasa Inggris yaitu *Mass Communication*. Artinya, komunikasi menggunakan media massa. Istilah *mass communication* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan – pesan komunikasi yang sama. Pernyataan diatas menunjukkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

Seorang praktisi *Public Relations* yang baik harus dapat beradaptasi dengan cepat terhadap teknologi-teknologi terbaru. Dengan menguasai teknologi komunikasi , para praktisi *Public Relations* mampu menjangkau publik mereka tanpa harus diintervensi oleh *gatekeeper* yang melakukan sensor terhadap terbitnya suatu informasi. Sebaliknya, publik juga dapat berkomunikasi kepada *Public Relations*melalui media kontemporer yang telah ditentukan oleh praktisi *Public Relations.*

Perkembangan teknologi khususnya *smartphone* mempengaruhi cara praktisi *Public Relations* untuk menjalin komunikasi dengan publiknya. Contohnya adalah praktisi Humas akan lebih mudah mendapatkan informasi terbaru dan memudahkan berkomunikasi. Selain itu juga *smartphone* sangat berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan dalam berkomunikasi.

Praktisi *Public Relations* tidak menguasai teknologi terbaru, maka hal tersebut menjadi suatu kerugian besar bagi perusahaan atau organisasi tempatnya bekerja. Perkembangan teknologi akan selalu berbanding lurus dengan tugas dan peran *Public Relations*. Namun, keberadaan teknologi khususnya media Internet dalam ranah kerja praktisi *Public Relations* tidak serta merta mengesampingkan peran media konvensional seperti media massa televisi dan radio. Bagaimanapun kata-kata yang dilontarkan seorang praktisi *Public Relations* secara langsung melalui media televisi akan lebih dipercaya publik dibandingkan dengan serangkaian kata-kata yang ditulis di halaman situs web dunia maya. Semua jenis media akan saling mendukung dan melengkapi satu sama lain. Untuk itu seorang *Public Relations* yang baik harus dapat beradaptasi dalam penggunaan berbagai macam media demi tercapainya tujuan perusahaan atau organisasi tempatnya berkarya.

Media tersebut sangatlah banyak ragam dan bentuknya, diantara lain media massa cetak,elektronik dan internet. Media massa cetak, elektronik dan internet. Media massa cetak adalah media yang menyampaikan pesan atau informasi melalui media cetak seperti koran, tabloid, majalah dan lainnya. Media elektronik adalah media yang menyampaikan isi pesan atau informasi dalam bentuk media elektronik seperti televisi, radio, film dan lainnya yang bersifat audio, visual ataupun audio visual. Kelebihan media massa internet ini dapat diakses dengan mudah dimanapun dan kapanpun dikarenakan pada saat ini manusia dapat memilikinya dengan mudah salah satunya melalui *handphone* yang telah dirancang agar dapat dengan mudah mengakses internet. Salah satu *handphone* yang saat ini banyak digunakan oleh dunia terutama masyarakat Indonesia adalah *iPhone.*

*iPhone* adalah salah satu perangkat genggam nirkabel yang memiliki kemampuan layanan *push e-mail*, telepon *seluler, short messaging service*, internet dan berbagai kemampuan lainnya layaknya sebuah “komputer mini”.

*iPhone* yang fenomenal, sepertinya kalimat itu cocok untuk menggambarkan kondisi pasar *handphone* di Indonesia, seperti kita tahu bahwa beberapa waktu belakangan ini mulai banyak sekali yang menggunakan *iPhone*. Terutama di kota – kota besar. Padahal layanan *iPhone* di Indonesia itu sudah ada sejak tahun 2004.

*iPhone* merupakan telepon genggam yang kita punya cepat usang. Ponsel yang berumur sebulan seolah – olah menjadi barang kuno begitu berhadapan dengan *iPhone*. Banyak yang menggunakan ponsel cerdas ( *smartphone* ) yang penting canggih, elegan, dan tidak ketinggalan zaman, meskipun ponsel canggih hanya digunakan untuk telepon dan mengirim pesan singkat. Kini, semakin mudah menemui orang menenteng *iPhone* di mall maupun di pinggir jalan sekalipun. Rupanya produk Apple ini tengah digandrungi dan menjadi fenomena dalam masyarakat urban.

Kemudahan untuk mengakses informasi yang cepat serta fitur – fitur tertentu yang hanya dimiliki oleh *iPhone* ini menyebabkan masyarakat mulai tertarik untuk menggunakannya. Tidak terkecuali kalangan mahasiswa. Jumlah pengguna layanan *iPhone* di Indonesia diperkirakan yang ke 3 terbesar di Asia Tenggara.

Produk *Apple* ini memang menawarkan suatu nilai *prestige* tersendiri dalam pemakaiannya. Selain dapat digunakan untuk menelepon dan mengirim pesan, fasilitas dan kemudahan di *iPhone* yang membuat handset tersebut banyak diburu. Fitur yang menjadi andalan *iPhone* adalah adanya *iTunes* dan semua aplikasi bawaan dari *iPhone* itu sendiri digunakan oleh penggunanya.

Fasilitas lainnya yang menjadi unggulan dari *iPhone* adalah daya tarik dari penggunannya yang cukup tinggi yaitu aplikasi terbaik selalu datang lebih awal ke *iOS*, bisa langsung *update software* dari Apple secepatnya saat sudah tersedia, *iPhone* terbuat dari bahan metal dan kaca, cepat mengakses *internet* dan *iTunes*. Hal ini yang menjadi unggulan *iPhone* diperuntukkan untuk memudahkan mengakses internet terutama jejaring sosial yang khusus dirancang untuk pengguna *iPhone* agar dapat berkomunikasi dengan mudah dan efektif.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman – teman berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *facebook, myspace, twitter, path, line, whatsaap, skype* dan lainnya.

Aplikasi jejaring sosial dapat memudahkan interaksi manusia melalui aplikasi tersebut, setiap orang dapat berkomunikasi secara real time kepada semua orang yang sama – sama memiliki aplikasi jejaring sosial tersebut. Dengan memiliki aplikasi tersebut sekarang semua orang dapat melakukan komunikasi interpersonal kapanpun dan dimanapun tanpa terhalang oleh waktu. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas.

Indonesia sebagai bagian dari dunia bisa dikatakan tidak luput dari demam *iPhone.* Fenomena *iPhone* seolah tidak bisa terbantahkan. Jika awalnya, kebanyakan penggunaan *iPhone* di indonesia adalah wanita karir, perusahaan hingga pejabat. Kini, wacana itu sudah kita buang jauh – jauh. Pasalnya, para *iPhone* saat ini sudah meluas sampai kalangan pelajar SMP hingga mahasiswa. Sebuah perangkat seluler yang memiliki kemampuan layanan *push email,* telepon, sms dan lainnya.ini memang begitu fenomena belakangan ini, bukan sebagai alat berkomunikasi saja tapi kebutuhan.

Kebutuhan *iPhone* dalam kehidupan masyarakat di kota – kota besar kini ditandai dari pengguna *smartphone iPhone* di setiap aktivitasnya. Banyaknya *public figur* dan selebritis yang menenteng *iPhone* menjadikan ponsel ini berubah menjadi barang yang paling diminati saat ini. Namun pengguna *iPhone* lebih banyak menggunakan *handset* canggih itu untuk keperluan *lifestyle* dan kebutuhan berkomunikasi. Berbagai fiturdan kemudahan yang melengkapi perangkat genggam terkini seperti *iPhone* mutakhir mampu mengubah pola komunikasi penggunaan. Seperti yang tadinya mengomel saat macet, sekarang tenang saja karena tertuju pada *smartphoneiPhone* yang di genggamnya.

Para pengguna *iPhone* seakan diamanjakan oleh kecanggihan *smartphone* ini. Dengan menggunakan *iPhone* dimanapun dan kapanpun dengan mengakses internet. Aktivitas tentu saja menjadi mudah dan cepat. Bagi para penggiat teknologi atau kalangan biasanya memerlukan informasi cepat, *iPhone* merupakan perangkat telekomunikatif yang tepat. Dapat mengakses dimana saja dan kapan saja tanpa harus berada di depan komputer.

Fitur *iPhone*, *smartphone iPhone* justru menjadi candu yang benar – benar telah bercampur dengan darah dan daging mereka. Sepertinya jika tidak ada *“iPhone”* maka hidup mereka kosong, hampa, seperti hidup sendiri penuh dengan kesepian. Sampai ada yang berpendapat bahwa *iPhone* telah menjadi bagian dari kehidupan mereka sehari – hari mulai dari bangun pagi sampai saat akan memejamkan mata untuk tidur di malam hari semua aktifitasnya tidak lepas dari *iPhone.*

Hasil pengamatan peneliti, fenomena *iPhone* juga terjadi di lingkungan mahasiswa. Fitur yang menarik yang ada di *iPhone* inilah yang membuat sebagian mahasiswa memakai *iPhone,* ada yang menggunakan keaktifitasan berkomunikasi, untuk memudahkan mereka dalam melakukan *browsing,* bahkan ada pula yang hanya untuk mengikuti *trend.*

*iPhone* ini seperti hal nya perangkat yang ada pada komputer yang dapat kita akses atau kita gunakan kapan saja dan dimana saja tanpa harus menggunakan laptop atau komputer. Dengan memiliki *iPhone*, maka akan mempermudah mahasiswa untuk mendapatkan informasi atau tugas yang mereka inginkan kapan saja tanpa harus ke warnet. Kemudahan yang ditawarkan inilah yang banyak membuat saya memakainya.

Mengacu pada fenomena penggunaan *iPhone* maka peneliti tertarik untuk mengamati dan meneliti lebih lanjut dengan mengambil judul **“FENOMENA KEBUTUHAN PENGGUNA i*PHONE* DI UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN BANDUNG”**

**1.2 Pertanyaan Penelitian**

Dalam penelitian ini digunakan pertanyaan penelitian. Pertanyaan penelitian dimaksudkan untuk memberi arahan pada penelitian dalam mengungkapkan tentang gejala atau fenomena dalam beberapa tema masalah yang berkenaan dengan judul.

Peneliti menjabarkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Fenomena penggunaan *iPhone* di kalangan mahasiswa
2. Bagaimana Noumena penggunaan *iPhone* di kalangan mahasiswa
3. Bagaimana Kontruksi Sosial penggunaan *iPhone* di kalangan mahasiswa
4. Bagaimana Motif penggunaan *iPhone* di kalangan mahasiswa

**1.3 TujuanPenelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui fenomena penggunaan *iPhone* di kalangan mahasiswa

2. Untuk mengetahui noumena penggunaan *iPhone* di kalangan mahasiswa

3. Untuk mengetahui kontruksi sosial penggunaan *iPhone* di kalangan mahasiswa

4. Untuk mengetahui motif penggunaan *iPhone* di kalangan mahasiswa

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil akhir penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembang ilmu, khususnya ilmu komunikasi. Maka dari itu, kegunaan penelitian ini dibagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

**1.4.1 Kegunaan Teoritis**

A. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai fenomena kebutuhan pengguna *iPhone* yang terjadi

B. Diharapkan berguna bagi kajian ilmu komunikasi dalam kaitannya dengan fenomena kebutuhan*iPhone*

C. Penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan mengenai fenomena kebutuhan pengguna *iPhone*

**1.4.2 Kegunaan Praktis**

A. Penelitian ini dapat memberikan masukan dan pengetahuan bagi masyarakat umum dalam fenomena kebutuhan pengguna *iPhone*

B. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan mengenai dampak baik dan dampak buruk fenomena kebutuhan pengguna *iPhone*

**1.5 Kerangka Pemikiran**

**1.5.1Kerangka Teoritis**

*iPhone* yang pada awalnya ditunjukan pada perusahaan atau pekerja keras kini telah berubah menjadi perangkat yang dapat memuaskan ketergantungan kaum muda terhadap fitur pesan pendek dan instan. *iPhone* pun kini berubah begitu popular di masyarakat, khususnya pada kalangan mahasiswa. Dalam *iPhone* terdapat fitur *Applications Store.*

Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak diluar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya dimana individu berasal. Manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya melalui respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Karena itu, paradigma definisi sosial lebih tertarik terhadap apa yang ada dalam pemikiran manusia tentang proses sosial, terutama para pengikut interkasi simbolis. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

Menurut **Bungin** dalam Buku **Kontruksi Sosial Media,** mengatakan bahwa :

**Realitas sosial tersebut adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wawancara publik, sebagai hasil dari kontruksi sosial. Realitas dikontruksi melalui proses ekstrenalisasi (bagian penting dalam kehidupan individu dan menjadi bagian dari dunia sosio-kulturalnya), obyekvasinya ( terjadi melalui penyabaran opini tanpa harus terjadi tatap muka antar individu dan pencipta produk sosial itu), dan internalisasi ( suatu manifestasi dari proses – proses subyektif orang lain yang demikian menjadi bermakna secara subyektif bagi individu itu sendiri). Selain itun kontruksi sosial tidak pernah dalam ruang hampa namun syarat dengan kepentingan – kepentingan. (Bungin, 2011:23).**

Menurut **Bungin** dalam Buku **Kontruksi Sosial Media,** mengatakan bahwa :

**Realitas sosial yang dimaksud terdiri dari realitas obyektif, realitas simbolis, dan realitas subyektif. Realiats obyektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia obyektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolis merupakan ekspresi simbolis dari realitas obyektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subyektif yaitu realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas obyektif dan simbolis ke dalam individu melalui proses internalisasi. (Bungin,2011:24).**

Manusia adalah mahluk sosial yang selalu membutuhkan manusia lain untuk membantu memenuhi kebutuhan hidupnya. Setiap orang dalam menjalani hidup setiap harinya akan melakukan komunikasi dengan orang lain. Komunikasi yang tercipta antara orang satu dengan orang lainnya akan membentuk suatu hubungan yang kemudian akan menikat individu yang satu dengan yang lainnya.

Ruang lingkup yang lebih besar lagi akan membentuk suatu kelompok, komunitas, masyarakat desa, kota, negara bahkan dunia. Kelompok yang terbentuk ini kemudian mampu menjadi modal sosial seseorang yang dapat digunakannya agar tetap survive menjalani hidup.

Alat komunikasi, *iPhone* hadir dengan kelebihan yang dimilikinya mampu memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu kelebihan yang dimilikinya adalah *Applkasi Store* yang dimana terdapat semua aplikasi sosial, hiburan, informasi dan kebutuhan lainnya yang diperlukan oleh penggunanya. Selain itu, *iPhone* mempunyai nilai guna bagi kalangan mahasiswa seperti pertukaran informasi pembelajaran, tanya jawab, kisi – kisi, ujian dan kebutuhan lainnya yang dapat membantu siswa dan rutinitas kesehariannya. Disisi lain, *iPhone* bagi sebagian besar siswa adalah sebagai ajang, aktualisasi diri, mengikuti tren dan membentuk status sosial.

**1.5.2 Kerangka Konseptual**

Panduan dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah **Teori Fenomenologi** dalambuku **Kuswarno** mengatakan bahwa:

**Fenomenologi merupakan pendekatan yang beranggapan bahwa fenomena bukanlah realitas yang berdiri sendiri. Fenomena yang tampak merupakan objek yang penuh dengan makna yang transdental. Untuk mendapatkan nilai kebenaran yang sesungguhnya, maka harus menerobos melalui fenomena yang tampak itu.(Kuswanto, 2008:210).**

Fenomenologi tidak berasumsi bahwa penelitian mengetahui arti sesuatu bagi orang – orang yang sedang diteliti. Yang ditekankan oleh fenomenologi ialah aspek subjektif dari perilaku manusia. Mereka berusaha masuk kedalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkanoleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi (*phenomenological method)* yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respon atas kehadiran atau keberadaan manusia bukan sekedar pemahaman atas bagian yang spesifik atau perilaku khusus. Menurut **Stephen W Little John** yang dikutip oleh **Koswara** dalam **Metode Komunikasi** bahwa :

***“phenomenology makes actual lived experience the basic dataof reality”* ( Little John, 1996:204).**

Fenomenologi menjadikan pengalaman terhadap yang sesungguhnya sebagai data dasar realitas, sebagai suatu gerakan dalam berfikir fenomenologi dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa kesadaran ingin mengetahui. Objek pengetahuan berupa gejala dan kejadian dipahami melalui pengalaman secara sadar.

Menurut **Kuswarno** dalam Buku **Fenomenologi : Konsepsi, Fenomena dan Contoh Penelitiannya,** mengatakan bahwa :

**Memahami metodelogi fenomenologi, akan lebih jelas dengan mengikuti pemikiran dari Alfred Schutz. Walaupun pelopor fenomenologi dalam Edmund Husserl. Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Selain itu, melalui Schutz lah pemikiran – pemikiran Husserl yang disarankan abstrak pada masa itu dapat dimengerti. (Kuswarno, 2009:38).**

Inti dari pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif terutama dalam mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari – hari.

Dalam pandangan Schutz, manusia adalah mahluk sosial, sehingga kesadaran akan di dunia kehidupan sehari – hari adalah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna yang beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk memahami satu sama lain dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian ada penerimaan timbal balik atas dasar pengalaman bersama, dan tipikasi atas dunia bersama. Melalui tipikasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam dunia yang lebih luas, dengan juga melihat diri kita sendiri sebagai orang memainkan peran dalam tipikal.

Menurut **Schutz** dalam Buku **Kuswarno** dalam judul **Fenomenologi : Konsepsi, Fenomena dan Contoh Penelitiannya,** mengatakan bahwa :

**Tindakan manusia adalah bagian dari posisinya di masyarakat. Sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi hanyalah kamuflase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada di sekelilingnya. (Schutz:113).**

Konsep “sosial” didefinisikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih dan konsep “tindakan” didefinisikan sebagai perilaku yang membantu makna subjektif. Akan tetapi menurut Schutz makna subjektif tersebut bukan ada pada dunia privat, personal atau individu. Makna subjektif terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor manusia yang berperilaku dalam dunia sosial keseharian sebagai realitas yang bermakna secara sosial berupa sebuah “kesamaan” dan “kebersamaan” di antara para aktor. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”.

Selain makna “intersubjektif”’ dunia sosial, menurut Schutz harus dilihat secara historis. Oleh karenanya Schutzmenyimpulkan bahwa tindakan sosial adalah tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang maupun akan datang.

Menurut **Kuswarno** dalam Buku **Fenomenologi : Konsepsi, Fenomena dan Contoh Penelitiannya,** mengatakan bahwa :

**Dalam konteks fenomenologi, para pengguna *iPhone* adalah aktor yang melakukan tindakan sosial bersama aktor lainnya sehingga memiliki kebersamaan dan kesmaaan dalam ikatan makna intersubjektif. Mengikuti pemikiran Schutz, para pengguna *iPhone* sebagai aktor mungkin memiliki salah satu dari dua motif, yaitu motif berorientasi ke masa depan *( in order to motive)* dan motif berorientasi ke masa lalu (*because motive)* (Kuswarno,2009:111)**

Model komunikasi fenomenologi dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 1.1 Bagan Teori Fenomenologi**

NOUMENA

FENOMENA

FENOMENOLOGI

**Sumber : Alfred Schutz tahun 1949**

Bagan kerangka aplikasi teori fenomenologi tersebut menunjukan bahwa pendapat terdapat dua jenis realitas sosial dalam fenomenologi. Yaitu Fenomena dan Noumena. Menurut **Koentjoro** dalam **Jurnal Ilmiah Psikologi(2009:24)** mengatakan bahwa:

**1. Fenomena adalah realitas sosial yang dapat kita observasi, realitasnya eksis dan dapat kita jelaskan secara rasional.**

**2. Noumena adalah realitas sosial yang dapat kita observasi, realitasnya ada, namun belum tentu mampu dijelaskan secara rasional. Hal ini bukan berarti bahwa noumena tersebut tidak rasional, namun otak manusia belum mampu menjelaskan secara rasionaldan mungkin saja suatu saat noumena menjadi rasional.**

**Gambar 1.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**FENOMENA KEBUTUHAN PENGGUNA *iPHONE* DI KALANGAN UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN BANDUNG**

**FENOMENOLOGI  
(ALFRED SCHUTZ)**

**KEBUTUHANPENGGUNA *iPHONE***

**MOTIF**

KONTRUKSI SOSIAL

**NOUMENA**

**FENOMENA**

**1. Motif Masa Lalu**

**2. Motif Masa Kini**

**3. Motif Masa Akan Datang**

**Tindakan atau Perilaku mahasiswa**

***iPhone* memenuhi kebutuhan mahiswa**

**1*. Application Store***

**2. Alat Bisnis**

**3. Alat Hiburan**

**4. Akses Cepat**

**5. Sosial Media**

**6. Gengsi**

**7. Gaya HIdup**

**Sumber Alfred Schutz 1949, Dan Modifikasi Peneliti Tahun 2014**