

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **PENGGUNAAN PRODUK *APPLE* SEBAGAI EKSISTENSI DIRI “STUDI FENOMENOLOGI *BRANDING* PENGGUNAAN PRODUK *APPLE* SEBAGAI EKSISTENSI DIRI”**. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui motif, tindakan dan makna dari penggunaan produk *Apple* sebagai eksistensi diri.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Fenomenologi oleh Alfred Schutz. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, teknik pengumpulan data yaitu studi kepustakaan dan studi lapangan meliputi observasi dan wawancara mendalam, juga penelusuran data lewat internet yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

Hasil dari penelitian ini, melalui sepuluh informan diperoleh bahwa motif menggunakan produk *Apple* adalah karena produk *Apple* memiliki desain produk yang elegan dan minimalis sehingga menjadi nilai tambah yang diciptakan oleh sebuah *brand*. Tindakan yang dilakukan oleh para informan dalam menggunakan produk *Apple* adalah menjadikannya bagian dari gaya hidup untuk menunjang eksistensi. Kemudian makna menggunakan produk *Apple* adalah meningkatkan rasa kepercayaan diri dalam seseorang karena *branding*-nya menjadi nilai tambah sehingga para pengguna dari produk *Apple* ini kebanyakan melakukan kegiatan konsumsi demi penentuan identitas jati diri.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan sebuah masukan agar para pengguna produk *Apple* harus bisa lebih memanfaatkan nilai guna pada suatu produk sehingga dapat meminimalisir dan menghindari gaya hidup yang bersifat konsumtif.

Kata kunci: Fenomenologi, *Branding*, *Apple*, Eksistensi

ABSTRACT

*This research is titled **THE USE OF APPLE PRODUCT AS SELF EXISTENCE “STUDY PHENOMENOLOGY OF BRANDING APPLE PRODUCT USERS AS SELF EXISTENCE”**. The purpose of research is to know the motives, actions and meanings of use Apple product as self existence.*

The theory use in this study was the phenomenological theory by Alfred Schutz. The method of research used in qualitative with the phenomenological approach, data collection techniques is a literature studies and field studies include observation and deep interview, also browsing data via internet relating to the issues discussed.

The results of this study, through ten informants found that the motive for using Apple product is because Apple product have an elegant and minimalist product design so that is becomes an added value created by a brand. Actions taken by the informants in using Apple product were to make them part of their lifestyle to support their existence. Then the meaning of using Apple product is to increase self-confidence in a person because the branding is an added value so that the users of this Apple product mostly carry out activities for the sake of determining self-identity.

Based on the results of the research, researchers provide input that users of Apple product should be able to better utilize the use value of a product as to minimize and avoid a consumptive lifestyle.

Keywords: Phenomenology, Branding, Apple, Existence

RINGKESAN

Judul panalungtikan ieu nyaeta **PANGGUNAAN PRODUK *APPLE* SALAKU AYANA DIRI “STUDI FENOMENOLOGI *BRANDING* PANGGUNAAN PRODUK *APPLE* SALAKU AYANA DIRI”**. Tujuan di ayakeun panalungtikan ieu pikeun nerangkeun motif, laku lampah sareng hartos tina panggunaan produk *Apple* salaku ayana diri.

Tiori anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaeta tiori Fenomenologi ti Alfred Schutz. Metode panalungtikan anu digunakeun sacara kualitatif kalayan pandekatan fenomenologi, tehnik pangumpulan data nyaeta studi pustaka sareng studi lapangan kalebet pangamatan sareng wawancara anu jero, sareng milarian data liwat internet anu aya hubunganana sareng masalah anu dibahas.

Hasil tina panalungtikan ieu, ngalangkungan sapuluh informan medakan yen motif panggunaan produk *Apple* sabab produk *Apple* ngagaduhan desain produk anu elegan sareng minimalis janten nilai tambah anu diciptakeun ku merek. Laku lampah anu dilakukeun ku informan dina ngagunakeun produk *Apple* nyaeta ngajantenkeun aranjeunna bagian tina gaya hirupna pikeun ngadukung ayana. Teras hartos ngagunakeun produk *Apple* nyaeta ningkatkeun kapercayaan diri kusabab merekna janten nilai tambah sahingga pangguna produk *Apple* ieu seurna ngalaksanakeun kagiatan pikeun nangtoskeun identitas diri.

Dumasar kana hasil panalungtikan, panaliti nyayogikeun masukan supados pangguna produk *Apple* kedah langkung sae mangpaatkeun nilai panggunaan produk supados tiasa ngaleutikan sareng nyingkahan gaya hirup anu konsumtif.

Kata konci: Fenomenologi, merek, *Apple*, ayana