

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Fenomena penggunaan iPhone di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS sudah menjadi sebuah gaya hidup tersendiri, di mana pilihan gadget tidak hanya berdasarkan fungsionalitas tetapi juga sebagai simbol status sosial. Mahasiswa menggunakan iPhone untuk menunjukkan prestise dan identitas sosial dalam lingkungan akademis dan sosial mereka. Gaya hidup ini didorong oleh keinginan untuk memperoleh pengakuan dan penerimaan sosial, serta mencerminkan nilai dan aspirasi pribadi. Penggunaan iPhone menjadi lebih dari sekedar alat komunikasi, melainkan juga sebagai gaya hidup. Pernyataan gaya hidup yang terkait dengan nilai-nilai modernitas, kemewahan, dan eksklusivitas.

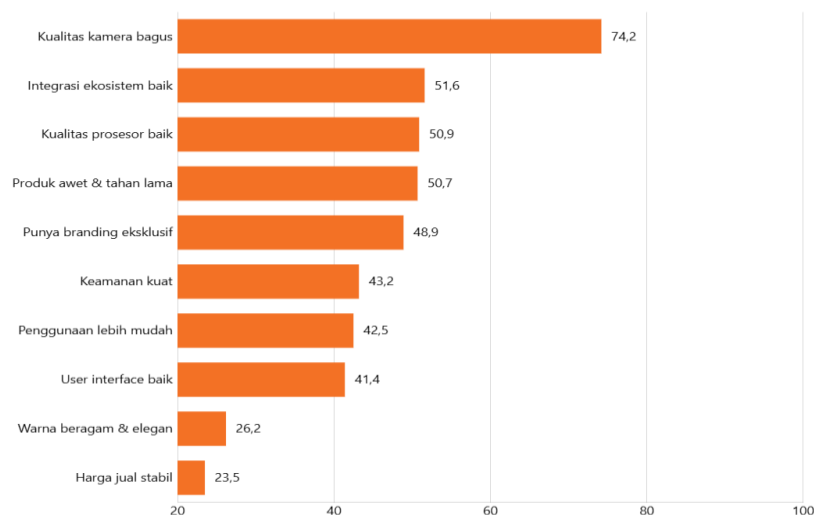
Smartphone terkemuka yang sangat diminati remaja atau mahasiswa adalah iPhone, yang diproduksi oleh perusahaan Apple dan menggunakan sistem operasi iOS pada perangkatnya. iPhone dikenal sebagai salah satu smartphone dengan harga tertinggi yang tersedia di Indonesia. Kemunculan iPhone pertama kali mencuri perhatian di seluruh dunia karena desainnya yang minimalis dan simpel dan hanya memiliki layar sentuh.

iPhone dikenal sebagai smartphone yang memiliki citra eksklusif. Pengguna iPhone sering terlihat lebih mewah dan elegan. Dari segi fitur, iPhone adalah pionir dalam penggunaan fitur multi-touch. Multi-touch adalah metode input pada layar sentuh yang memungkinkan pengguna untuk menggunakan dua atau lebih jari secara bersamaan. iPhone dikenal dengan pengenalan fitur multi-touch

ini, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan zoom dengan menggeser dan memperbesar gambar dengan mencubit layar.

Survei yang dilakukan oleh JakPat mengungkapkan beberapa alasan utama mengapa konsumen di Indonesia setia menggunakan iPhone. Mayoritas responden, yaitu sekitar 74,2%, menyatakan bahwa mereka setia menggunakan iPhone karena kualitas kamera yang sangat bagus. Selain itu, sebanyak 51,6% responden menyukai ekosistem Apple yang terintegrasi dengan baik, sedangkan 50,7% responden memilih iPhone karena prosesor yang berkualitas baik. Branding yang eksklusif dan keren juga menjadi alasan bagi 48,9% responden. Faktor lain seperti risiko keamanan yang rendah, kemudahan penggunaan, user interface yang ramah pengguna, pilihan warna yang beragam dan elegan, serta harga jual yang cenderung stabil, juga menjadi pertimbangan bagi konsumen setia iPhone di Indonesia. Survei ini dilakukan terhadap 442 responden pengguna iPhone pada 5 September 2022.

(Sumber Databoks)



Gambar 1.1.
Persentase Alasan Responden Menggunakan iPhone
Sumber : Databoks 2022

Sebanyak 48,9% responden yang memilih produk iPhone dikarenakan keeksklusivitas produk ini berhubungan dengan gaya hidup menunjukkan bahwa iPhone tidak hanya dianggap sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penunjang gaya hidup. Produk ini menjadi simbol status yang dapat meningkatkan kepercayaan diri penggunanya. Dalam konteks penelitian tentang gaya hidup pengguna iPhone di kalangan mahasiswa, temuan ini relevan karena menunjukkan bagaimana citra merek dapat mempengaruhi pilihan gaya hidup mahasiswa. Mahasiswa cenderung memilih iPhone karena dianggap mewakili gaya hidup modern, prestisius, dan eksklusif, yang sejalan dengan nilai-nilai gaya hidup yang mereka anut.

Pengguna iPhone juga dapat dengan mudah mengunduh dan menginstal berbagai perangkat lunak melalui Apple Store. iPhone memiliki beragam fungsi, seperti merekam video, mengambil foto, memutar musik, mengirim dan menerima email, menjelajah web, mengirim pesan singkat, serta menerima panggilan suara visual. Selain itu, pengguna dapat mengaktifkan berbagai fitur lainnya seperti permainan, aplikasi referensi, navigasi GPS, jejaring sosial, dan lainnya dengan mengunduh aplikasi dari App Store. Pada tahun 2012, App Store menawarkan lebih dari 700.000 aplikasi yang dikembangkan oleh Apple dan pengembang pihak ketiga (Sumber [Wikipedia](#))

Gaya hidup yang tercermin melalui pilihan gadget ini tidak hanya berfokus pada aspek materil. Ini juga berkaitan dengan bagaimana teknologi, khususnya iPhone, memengaruhi cara mahasiswa berinteraksi dan membangun relasi sosial. Penggunaan iPhone memungkinkan akses ke berbagai aplikasi dan media sosial

yang menjadi ruang utama untuk ekspresi diri, berbagi pengalaman, dan menjalin komunikasi. Dalam konteks ini, iPhone tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga alat penting untuk mempertahankan konektivitas sosial dan kehadiran online yang kuat.

Fenomena penggunaan gadget, khususnya produk-produk dari Apple seperti iPhone, di kalangan remaja dan mahasiswa, seperti yang terlihat di lingkungan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan, menunjukkan bagaimana teknologi telah menjadi pusat dalam membentuk interaksi sosial, komunikasi, dan identitas di era modern. Produk iPhone, dengan citra eksklusif dan prestise, tidak hanya menjadi alat komunikasi tapi juga simbol status sosial, menandakan afiliasi dengan nilai-nilai tertentu seperti inovasi, kecanggihan, dan keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu. Dalam konteks akademik, khususnya di kalangan mahasiswa yang mempelajari Ilmu Komunikasi, pilihan gadget menjadi lebih dari sekedar alat teknologi, ini merupakan ekstensi dari diri mereka sendiri, memungkinkan mereka untuk tetap terhubung, mendapatkan informasi, dan berpartisipasi dalam diskursus digital. Ketergantungan pada gadget ini mencerminkan pergeseran dalam cara remaja berkomunikasi, dimana interaksi tatap muka kian dikurangi dan digantikan dengan komunikasi digital.

Dampak dari fenomena ini sangat luas, mempengaruhi dinamika pertemanan, proses pembelajaran, dan bahkan kesehatan mental. Di satu sisi, aksesibilitas informasi dan kemudahan komunikasi mendukung pengembangan diri dan pembelajaran mandiri. Di sisi lain, peningkatan waktu layar dan penggunaan media sosial yang berlebihan bisa berkontribusi pada perasaan isolasi, kecemasan

sosial, dan gangguan keseimbangan hidup. Pentingnya memahami dampak teknologi, khususnya penggunaan gadget di kalangan remaja, menjadi topik yang relevan untuk dijelajahi lebih lanjut dalam studi Ilmu Komunikasi. Ini tidak hanya membuka wawasan tentang bagaimana teknologi mempengaruhi komunikasi dan interaksi sosial, tapi juga bagaimana bisa mengembangkan strategi untuk menggunakan teknologi secara lebih sehat dan efektif, memastikan bahwa teknologi mendukung pertumbuhan pribadi dan sosial yang seimbang.

Fenomena ini juga memiliki dampak sosial dan ekonomi yang signifikan pada mahasiswa. Mereka mungkin merasa tertekan untuk membeli produk iPhone dengan harga yang cukup tinggi, bahkan dengan mengorbankan sumber daya finansial yang terbatas. Dalam usaha untuk memenuhi keinginan akan produk iPhone, mahasiswa sering kali mencari cara-cara kreatif, seperti mengambil pinjaman, bekerja keras, atau mengorbankan aspek lain dari kehidupan mereka.

Akibatnya pertanyaan tentang dampak penggunaan gadget merek iPhone terhadap gaya hidup di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan menjadi sangat relevan dan menarik untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami pemahaman terkait dengan bagaimana penggunaan produk Apple, khususnya iPhone, memengaruhi gaya hidup mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan. Studi ini akan melibatkan analisis interaksi antara iPhone, komunikasi sosial, keputusan konsumen, serta dampaknya pada kehidupan sehari-hari dan keuangan mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga akan menginvestigasi strategi yang digunakan oleh mahasiswa untuk mengatasi potensi

dampak negatif yang mungkin timbul dari pengorbanan finansial mereka demi memenuhi gaya hidup hedonistik yang dipicu oleh iPhone.

Perubahan zaman dan perkembangan teknologi mengakibatkan munculnya sifat hedonisme dalam masyarakat terutama remaja. (Karlina Supelli, 2003) menyatakan bahwa hedonisme adalah sebuah gangguan yang timbul akibat 'virus hedon', dengan istilah 'hedonis' merujuk pada individu yang terpengaruh oleh gangguan ini. Menurut (Vionnalita Jennyya, Maria Heny Pratiknjo, et al., 2021) menyatakan hedonisme itu perspektif kehidupan yang memandang bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama dalam hidup. Bagi pengikut pandangan ini, kegembiraan, perayaan, dan rekreasi menjadi prioritas utama dalam hidup, tanpa memperhatikan apakah hal tersebut menyenangkan bagi orang lain atau tidak. Mereka meyakini bahwa hidup hanya terjadi sekali, sehingga mereka merasa perlu mengejar kenikmatan hidup sebaik mungkin.

Mahasiswa yang menganut gaya hidup hedonisme mungkin menggunakan produk-produk Apple sebagai simbol status dan kemewahan, dan komunikasi yang efektif tentang merek ini penting untuk mencapai pemahaman dan persepsi yang sama di antara mereka. Dengan pemahaman yang sama terhadap simbol-simbol iPhone, maka tujuan komunikasi terkait dengan merek tersebut dapat tercapai dengan lebih efektif dalam lingkungan mahasiswa tersebut. Penting untuk mencatat bahwa tren penggunaan produk iPhone menjadi lebih kompleks ketika terkait dengan gaya hidup.

Gaya hidup hedonisme didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk mengejar kesenangan pribadi, kemewahan, dan kenyamanan di atas segala

hal. Fenomena ini dianggap sebagai cerminan dari perubahan sosial, dengan globalisasi sebagai katalis utamanya. Meskipun globalisasi telah menjadi bagian dari sejarah manusia, dampaknya terhadap penyebaran nilai-nilai hedonistik, termasuk pergeseran moral dan perilaku, semakin terlihat. Pengaruh budaya barat, yang sering berbeda dengan nilai-nilai tradisional, memperkuat hasrat dan gaya hidup hedonistik di kalangan berbagai lapisan masyarakat, termasuk mahasiswa. Gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa tercermin dari rutinitas harian mereka, yang mencakup kecenderungan untuk mencari kesenangan, seperti membeli barang-barang mewah dan kebiasaan berbelanja dengan kredit meski masih tergantung pada orang tua, termasuk membeli smartphone terkini yang harganya mahal. (Vionnalita Jennyya, Pratiknjo, et al., 2021).

Era globalisasi yang semakin maju telah membawa dampak signifikan dalam perkembangan teknologi telekomunikasi. Proses globalisasi ini telah mengubah lanskap perangkat telekomunikasi dengan cepat, terutama dengan kemajuan teknologi nirkabel dan teknologi radio. Dalam konteks globalisasi ini, smartphone muncul sebagai salah satu hasil yang paling mencolok. Perkembangan teknologi telekomunikasi yang pesat telah memungkinkan masyarakat untuk memiliki akses yang lebih luas dan lebih mudah terhadap berbagai jenis produk baru, termasuk smartphone. Ini merupakan perubahan signifikan dibandingkan dengan produk-produk sebelumnya, karena dalam era ini persaingan antara merek produk semakin meningkat, menghasilkan variasi produk yang lebih berkualitas yang dapat dipilih oleh konsumen.

Smartphone menjadi simbol kemajuan teknologi dan konektivitas global. Perangkat ini tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga sebuah platform yang menyediakan berbagai fitur dan aplikasi yang mengubah cara manusia berinteraksi, bekerja, bermain, dan belajar. Kemajuan teknologi smartphone telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk sosial, ekonomi, dan budaya. Dengan perkembangan ini, penting untuk memahami peran dan dampak smartphone dalam konteks globalisasi. Ini akan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana teknologi telekomunikasi dan produk seperti smartphone telah mengubah cara kita hidup dan berinteraksi dalam dunia yang semakin terhubung secara global. Seiring berjalannya waktu, perusahaan-perusahaan di bidang teknologi komunikasi semakin menawarkan beragam produk baru yang menghadirkan inovasi yang berbeda dibandingkan dengan produk sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh peningkatan persaingan antara merek-merek produk, yang mendorong konsumen untuk dapat memilih berbagai variasi produk dengan kualitas yang lebih unggul (Gede et al., 2015).

Pemahaman konsumen Indonesia terhadap teknologi smartphone, khususnya terhadap produk-produk seperti iPhone, mencerminkan evaluasi yang kompleks terhadap nilai. Penelitian yang dilakukan oleh Mubarak dan Murtiasih mengungkapkan bahwa, di Indonesia, keputusan pembelian tidak semata-mata didasarkan pada reputasi merek, tetapi secara signifikan dipengaruhi oleh faktor-faktor konkret seperti kualitas produk dan persepsi terhadap harga. Temuan ini menyoroti kebutuhan bagi produsen, termasuk merek global seperti iPhone, untuk menyesuaikan strategi mereka dengan mempertimbangkan faktor kualitas dan

penetapan harga yang kompetitif untuk menarik dan mempertahankan konsumen dalam pasar yang sangat beragam dan kompetitif seperti Indonesia. Ini menunjukkan sebuah dinamika pasar di mana konsumen cenderung melakukan evaluasi menyeluruh terhadap apa yang mereka terima dibandingkan dengan apa yang mereka bayarkan, memaksa merek untuk berinovasi tidak hanya dalam aspek teknologi, tetapi juga dalam strategi pemasaran dan penetapan harga mereka (Naufal Mubarak & Sri Murtiasih, 2022).

Konsep pembelian barang oleh individu telah bergeser signifikan dari sekadar memenuhi kebutuhan dasar menjadi ekspresi gaya hidup dan identitas yang dikonstruksi oleh media. Jean Baudrillard, dalam karyanya *"The Consumer Society: Myths and Structures,"* menawarkan wawasan mendalam mengenai transformasi ini, mengungkapkan bagaimana konsumerisme telah menjadi pusat kehidupan sosial dan budaya. Baudrillard berpendapat bahwa dalam masyarakat konsumen, barang dibeli tidak hanya untuk nilai fungsional mereka tetapi sebagai bagian dari sistem signifikasi yang lebih luas, di mana konsumsi barang berfungsi sebagai sarana komunikasi dan diferensiasi sosial. Iklan, sebagai salah satu alat media yang paling berpengaruh, memainkan peran kunci dalam membentuk citra dan keinginan, mengarahkan konsumen tidak hanya untuk membeli tetapi juga untuk mengadopsi identitas tertentu yang dikaitkan dengan produk. Melalui representasi yang cermat dan sering idealistik, iklan menciptakan realitas hiperreal di mana nilai simbolik barang menjadi lebih penting daripada kegunaan praktisnya, mendorong orang untuk mengejar kepuasan melalui akumulasi dan exhibisi barang-barang konsumsi sebagai simbol status dan afiliasi grup (Jean Baudrillard, 1970).

Aspek penting yang perlu diperhatikan, yaitu strategi yang digunakan oleh mahasiswa untuk mengatasi potensi dampak negatif dari pengorbanan finansial mengacu pada tindakan atau pendekatan yang diambil oleh mahasiswa untuk mengelola atau meminimalkan konsekuensi buruk yang mungkin timbul akibat pengeluaran besar-besaran untuk memenuhi gaya hidup hedonistik yang dipicu oleh merek iPhone. Dampak negatif ini dapat mencakup masalah keuangan, seperti utang atau kekurangan dana untuk kebutuhan penting lainnya. Mahasiswa mungkin menggunakan strategi seperti pengaturan anggaran yang ketat, mencari sumber pendapatan tambahan, atau memprioritaskan pengeluaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Fenomena ini menunjukkan bahwa mahasiswa sering merasa terdorong untuk membeli produk iPhone dengan harga yang tinggi, bahkan dengan mengorbankan sumber daya finansial yang terbatas, sehingga memerlukan strategi yang efektif untuk mengelola dampak finansial yang ditimbulkannya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemahaman kita tentang hubungan yang kompleks antara teknologi, merek, dan gaya hidup mahasiswa dalam konteks digital saat ini. Pemahaman yang lebih dalam tentang strategi yang digunakan oleh mahasiswa untuk menjaga keseimbangan antara keinginan untuk memiliki produk iPhone dengan keterbatasan finansial mereka akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap literatur yang ada dalam bidang ini dan juga dapat memberikan panduan yang berguna bagi mahasiswa dan pihak terkait dalam menghadapi tantangan sejenis.

Konteks latar belakang penelitian ini, kita juga perlu mengingat bahwa iPhone memainkan peran yang sangat penting dalam fenomena ini. iPhone ini

mencakup aspek-aspek seperti eksklusivitas, keunggulan teknologi, dan aura prestise yang sering kali terkait dengan produk-produk Apple, seperti iPhone. Dalam gaya hidup hedonisme, iPhone ini menjadi sangat menarik karena menciptakan persepsi bahwa penggunaan produk iPhone adalah bentuk pemenuhan kepuasan pribadi dan pengalaman sensoris yang intens.

Menurut (Clyde Kluckhohn, 1953) menyatakan, setiap sistem nilai budaya dalam suatu kebudayaan membawa bersamaan sejumlah masalah dasar yang mencerminkan aspek-aspek fundamental dalam kehidupan manusia. Terkait hal itu, sistem nilai budaya yang mendorong mahasiswa memilih gaya hidup ini juga dapat dianalisis dalam konteks masalah-masalah dasar dalam kehidupan manusia.

Gaya hidup mahasiswa saat ini juga dipengaruhi oleh teknologi informasi dan media sosial. Mereka selalu mencari informasi terbaru, menghabiskan waktu di dunia maya, dan sering kali berfokus pada tampilan fisik dan citra sosial mereka di media sosial, seperti selfie di tempat-tempat mewah dan ngehits. Namun, penting untuk dicatat bahwa gaya hidup ini seringkali bertentangan dengan kondisi ekonomi keluarga mahasiswa. Meskipun demikian, mereka terkadang memaksakan diri untuk mengejar gaya hidup yang dianggap sebanding dengan teman-teman mereka yang mungkin memiliki kondisi ekonomi yang lebih mapan. Dalam konteks penelitian ini tentang gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan, pemahaman tentang sistem nilai budaya ini dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang motivasi dan perilaku mahasiswa dalam memilih gaya hidup tertentu serta dampaknya pada kehidupan sehari-hari mereka.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan pengkajian yang lebih mendalam tentang **“Gaya Hidup Pengguna iPhone di Kalangan Mahasiswa ilkom Fisip Unpas”**

1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Masalah

1.2.1. Fokus Penelitian

Dalam konteks penelitian ini, maka peneliti akan memusatkan perhatian pada topik penelitian yang diajukan, yakni bagaimana **Gaya Hidup Pengguna iPhone Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS.**

1.2.2. Pertanyaan Masalah

Untuk meneliti bagaimana gaya hidup pengguna iPhone di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS. Maka identifikasi masalah yaitu:

1. Bagaimana motif mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan dalam memilih dan menggunakan produk iPhone.
2. Bagaimana tindakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan dalam Menggunakan iPhone Sebagai Gaya Hidup.
3. Bagaimana makna iPhone sebagai simbol status memengaruhi persepsi diri dan identitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk melakukan penyelidikan, menggambarkan, dan mengumpulkan pengetahuan mengenai gaya hidup pengguna iPhone di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS. Selain itu, tujuan penelitian ini juga adalah untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan

dalam proses penyusunan laporan skripsi, yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi tersebut.

Selanjutnya, tujuan lainnya adalah untuk memahami dan menguraikan seluruh rangkaian proses mulai dari penangkapan pengalaman, motivasi, hingga perilaku komunikasi mahasiswa yang terkait dengan gaya hidup pengguna iPhone di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui motif utama mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan dalam memilih dan menggunakan produk-produk iPhone, dan bagaimana pemilihan ini terkait dengan gaya hidup mereka.
2. Untuk mengetahui tindakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan dalam Menggunakan iPhone Sebagai Gaya Hidup mereka.
3. Untuk mengetahui makna iPhone sebagai simbol status memengaruhi persepsi diri dan identitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah agar dapat memberikan manfaat yang bermanfaat bagi pembaca dan juga dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu yang terkait dengan masalah penelitian ini. Manfaat dari penelitian ini terdiri dari dua aspek, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.3.2.1. Kegunaan Teoritis

1. Untuk memahami secara teoritis motif utama mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan dalam memilih dan menggunakan produk-produk iPhone, serta bagaimana pemilihan ini terkait dengan gaya hidup mereka.
2. Untuk mengkaji secara teoritis gaya hidup pengguna iPhone di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS, termasuk tindakan sosial. Dengan demikian, penelitian ini akan berkontribusi pada pemahaman teoritis tentang bagaimana iPhone dan gaya hidup dapat memengaruhi kehidupan sehari-hari dan kesejahteraan individu.
3. Untuk memberikan kontribusi teoritis terkait dengan makna iPhone sebagai simbol status dalam membentuk persepsi diri dan identitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan.

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan penelitian secara praktis bagi peneliti dan akademis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Menambah Pengetahuan Pribadi, penelitian ini akan memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara penggunaan iPhone dan gaya hidup di kalangan mahasiswa. Hal ini akan memperkaya pengetahuan pribadi mereka dalam bidang komunikasi, konsumerisme, dan psikologi sosial.

Pengembangan Keterampilan Penelitian, peneliti akan mengembangkan keterampilan penelitian, seperti perancangan penelitian, pengumpulan dan

analisis data, serta interpretasi hasil penelitian. Hal ini akan berguna dalam pengembangan keterampilan metodologis mereka.

Kontribusi Terhadap Karier Akademis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk publikasi ilmiah, presentasi konferensi, atau penelitian lanjutan. Ini dapat meningkatkan profil akademis peneliti dan memberikan kontribusi pada karier mereka sebagai peneliti dan dosen.

2. Bagi Akademis

Pengembangan Bidang Studi, Penelitian ini akan mengembangkan pemahaman akademis dalam bidang studi komunikasi dan psikologi sosial. Hasilnya dapat digunakan sebagai referensi dalam pengajaran dan penelitian lanjutan.

Sumber Referensi, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang berguna bagi para akademisi, mahasiswa, dan peneliti lainnya yang tertarik dengan topik terkait. Ini dapat digunakan dalam penyusunan kurikulum, tesis, atau penelitian lainnya.

Kontribusi Terhadap Pemahaman Sosial, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dampak penggunaan iPhone pada gaya hidup mahasiswa. Hal ini dapat digunakan untuk menginformasikan kebijakan atau intervensi sosial yang relevan.