

## IPHONE DAN KONSTRUKSI IDENTITAS(Studi Kasus Pelajar di SMAS Yappenda Jakarta Utara)

**Kristiawan dan Rizki Briandana**  
Universitas Mercu Buana  
kris.m.ikom.mercubuana@gmail.com

**Abstract.** Fenomena pelajar di SMAS Yappenda ini menurut observasi awal penulis terdapat beberapa pengguna iPhone memiliki identitas yang unik dan bagaimana pengguna android memandangnya. telah dikonstruksi sebagai sebuah realitas sosial yang memiliki identitas tertentu sehingga memiliki ciri baik fisik maupun non fisik sehingga berdasarkan observasi awal tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam fenomena apa yang bisa menggambarkan konstruksi identitas pengguna iPhone ini dalam berinteraksi di lingkungan sekolahnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivis adalah paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Teori konstruksi realitas sosial dari Peter L Berger dan Luckmann digunakan sebagai pisau analisis lewat tiga proses pembentukan realitas sosial sebagai hasil konstruksi sosialnya. Ada tiga tahapan yakni eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dari keseluruhan informasi yang diberikan oleh informan bahwa dapat disimpulkan bahwa kecenderungan iPhone sudah tidak lagi dipandang sebagai barang mewah oleh karena harga yang semakin beranjak terjangkau dan moda pembelian bisa dengan menabung, Namun disisi yang lain masih ada anggapan dari pelajar yang tidak menggunakan iPhone terhadap pengguna iPhone bahwa pengguna iPhone masih dipandang datang dari mereka yang memiliki pergaulan yang eksklusif, mewah, dan satu orang menyatakan bahwa mereka masih memilih teman berdasarkan kepemilikan iPhone

**Keywords:** konstruksi realitas, identitas, iphone

**Abstrak.** The phenomenon of students at SMAS Yappenda, according to the author's initial observations, is that several iPhone users have unique identities and how Android users view them. has been constructed as a social reality that has a certain identity so that it has both physical and non-physical characteristics so that based on these initial observations the researcher is interested in studying more deeply what phenomena can describe the identity construction of iPhone users in interacting in their school environment. This research uses a qualitative method with a case study approach. The paradigm used in this research is the constructivism paradigm. The constructivist paradigm is a paradigm that is almost the antithesis of the ideology that places observation and objectivity in discovering reality or science. The theory of social reality construction from Peter L Berger and Luckmann is used as an analytical tool through three processes of forming social reality as a result of social construction. There are three stages, namely externalization, objectivation, and internalization. From the overall information provided by the informants, it can be concluded that the tendency for iPhones is no longer seen as a luxury item because prices are increasingly affordable and the mode of purchase can be by saving. However, on the other hand, there is still an opinion from students who do not use iPhones towards iPhone users. that iPhone users are still seen as coming from those with exclusive, luxurious relationships, and one person stated that they still choose friends based on iPhone ownership.

**Kata kunci:** construction of reality, identity, iphone

### PENDAHULUAN

Kebutuhan umat manusia yang sangat vital saat ini telah diraih melalui perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, bukan hanya pada pemanfaatannya dalam melakukan komunikasi informasi antar individu dalam berinteraksi, akan tetapi jauh dalam lingkup yang lebih luas, yakni berdampak pada bagaimana seseorang dengan penggunaan alat komunikasi tertentu (baca: smartphone) dikonstruksi oleh masyarakat kita saat ini. Perubahan dan perkembangan pola komunikasi melalui piranti digital begitu massif dan menggeser dari komunikasi langsung menjadi komunikasi tidak langsung, dalam hal ini

penggunaan media alat komunikasi berupa smartphone berkembang cukup signifikan baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Pada 2023, Newzoo memproyeksi ada 4,3 miliar pengguna smartphone secara global. (Pusparisa, 2021). Disamping sebagai alat komunikasi, smartphone saat ini bisa membawa kesadaran yang artifisial membentuk citra diri dimana hal ini melekat dengan merk tertentu yang dianggap prestisius baik dari segi tampilan, spesifikasi dan tentunya harga yang cukup tinggi. Adalah Iphone, sebuah smartphone yang kelahirannya di tahun 2007 membawa dampak tersendiri, sebagai pelopor telepon pintar (smartphone) di seluruh dunia. Smartphone milik Apple ini menghadirkan pengalaman yang sama dengan apa yang ada di Macintosh untuk personal computing dengan kelebihan, yaitu sebuah smartphone yang sangat mudah digunakan. Saat ini Apple telah menjelma menjadi vendor pembuat telepon yang paling untung di seluruh dunia. Tak hanya itu, iPhone menjadi patokan dasar dari semua smartphone yang ada saat ini. (p. 88)

Iphone hadir dengan spesifikasi yang membawa ciri khas tertentu yang membawa pembeda dengan smartphone lainnya. iPhone telah memainkan peran sentral dalam membentuk kehidupan sehari-hari dan budaya populer branding ke pembentukan identitas melalui konstruksi identitas individunya. Produk dengan kualitas, model desain, fitur serta aplikasi dari suatu produk dapat mempengaruhi persepsi dibenak konsumen. Apa yang telah dilakukan oleh Apple terhadap iPhone menjadi menarik untuk dipahami dan dipelajari karena pada Tahun 2013 penelitian yang dipublikasikan oleh jurnal BrandFinance bahwa merek Apple sebagai “The most valuable brands in the world” dan mendapat urutan pertama sebagai “Top five most valuable brands in the world”

Brand Value Rank 2013	Brand	Domicile	Brand Value 2013 (US\$ bn)	Brand Value 2012 (US\$ bn)	Change (US\$ bn)	Change (%)
1	Apple	US	87.3	70.6	16.7	24%
2	Samsung	South Korea	58.8	38.2	20.6	54%
3	Google	US	52.1	47.5	4.7	10%
4	Microsoft	US	45.5	45.8	-0.3	-1%
5	Walmart	US	42.3	38.3	4	10%

*Source: BrandFinance® Global 500 (2013)*

**Gambar 1.** 1 5 Merek Top Dunia

Fenomena remaja menggandrungi produk bermerk iPhone ini dengan system operasi IOS nya dapat dilihat dari penjualan yang terus meningkat Sepanjang 2017-2021, volume penjualan iPhone dilaporkan mengalami fluktuasi. Melansir dari Business of Apps, volume penjualan iPhone mencapai 242 juta unit pada 2021. Capaian tersebut meningkat 22,9% dibandingkan penjualan tahun sebelumnya yang berjumlah 196,9 juta unit. (Rezati, 2022) . Berangkat dari minat untuk membeli smartphone iPhone ini peneliti ingin mengungkap realitas dibalik fenomena pelajar di Jakarta khususnya di SMAS Yappenda yang menggunakan iPhone sebagai telpon pintarnya dalam memenuhi kebutuhan baik untuk komunikasi maupun untuk menggambarkan identitas yang dibangun dari fenomena yang terjadi ini.

Pelajar SMAS Yappenda dipilih sebagai subjek penelitian oleh karena fenomena pelajar di SMAS Yappenda ini menurut observasi awal penulis terdapat beberapa pengguna iPhone memiliki identitas yang unik dan bagaimana pengguna android memandangnya. iPhone sebagai alat komunikasi yang keberadaannya di tengah tengah masyarakat dunia pada umumnya dan masyarakat pelajar pada khususnya di daerah DKI Jakarta Utara dan tepatnya di SMAS Yappenda telah dikonstruksi sebagai sebuah realitas sosial yang memiliki identitas tertentu sehingga memiliki ciri baik fisik maupun non fisik, dan hal yang bersifat non fisik inilah yang sesungguhnya sangat menarik untuk dikaji oleh karena dapat mengungkap apa dibalik realitas sosial yang terjadi terkait konstruksi identitas pengguna iPhone di sekolah tersebut.

Khusus di kelas XII IPA dan IPS pengguna iPhone sangat minoritas jika dibandingkan dengan pengguna merek selain iPhone, dari jumlah total 380 siswa keseluruhan kelas XII baik IPA dan IPS, 116 informan memberikan respon positif untuk data awal pra penelitian dan dari 116 siswa tersebut kami dapatkan data untuk sekitar 33,6% siswa menggunakan iPhone dan 66,4% menggunakan smartphone

merek di luar iPhone, sehingga berdasarkan observasi awal tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam fenomena apa yang bisa menggambarkan konstruksi identitas pengguna iPhone ini dalam berinteraksi di lingkungan sekolahnya

### **METODE**

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivistik melalui pendekatan Kualitatif untuk menggambarkan konstruksi identitas pelajar yang menggunakan smartphone iPhone di kalangan pelajar yang tepatnya di SMAS Yappenda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. studi kasus merupakan suatu metode untuk memahami individu yang dilakukan secara integrative dan komprehensif agar diperoleh pemahaman yang mendalam tentang individu tersebut beserta masalah yang dihadapinya dengan tujuan masalahnya dapat terselesaikan

Adapun yang membedakan penelitian dengan pendekatan studi kasus dengan jenis pendekatan penelitian kualitatif yang lain terdapat pada kedalaman analisisnya pada sebuah kasus tertentu yang lebih spesifik.

Teknik pengumpulan data primer diambil dari wawancara mendalam melalui Focus Group Discussion (FGD), dimana metode FGD terkait erat dengan alasan utama mengapa FGD itu sendiri digunakan. Sebagai metode pengumpulan data dari suatu penelitian. Serta untuk memperoleh data/informasi yang kaya akan berbagai pengalaman sosial dari interaksi para individu yang berada dalam suatu kelompok diskusi merupakan justifikasi digunakannya metode ini. Dalam penelitian ini, data sekunder bisa didapat dari hasil penelusuran awal data pengguna iPhone di kelas XII IPA dan IPS dari guru BK/BP dan google form dari penulis itu sendiri yang sudah dibagikan ke guru BP/BK.

Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis secara kualitatif untuk mencapai sebuah kejelasan masalah dari apa yang diteliti agar diperoleh hasil yang maksimal. Kemudian, peneliti akan menggunakan konsep atau teori konstruksi identitas sebagai acuan analisis, tentang bagaimana akhirnya seseorang membangun sebuah identitas diri untuk menempatkan dirinya ke dalam sebuah jaringan sosial masyarakat sehingga terbangun sebuah narasi dari konstruksi identitas seseorang

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peneliti menjelaskan hasil dari tehnik pengumpulan data yaitu FGD (Forum Grup Discussion) dan wawancara yang dilakukan selama penelitian berlangsung serta analisis dari hasil penelitian berdasarkan data yang sudah ditemukan. Transkrip data hasil FGD disajikan dengan pedoman tatap muka, dimana informan dan peneliti berinteraksi secara langsung. Kemudian data tersebut di Analisa dengan literatur yang sudah peneliti tampilkan berdasarkan fokus pada penelitian ini. Teori konstruksi realitas atas realitas sosial Peter L Berger dan Luckmann digunakan sebagai teori yang membedah untuk menganalisa hasil temuan penelitian.

**Profil Informan.** Data yang digunakan sebagai informan dari 380 siswa kelas XII yang berpartisipasi aktif dalam mengisi pra penelitian yang peneliti sebarakan melalui google form berhasil menjangring 116, namun karena keterbatasan satu dan lain hal makan peneliti mengerucutkan menjadi 10 peserta didik, dimana 5 peserta didik mewakili sebagai pengguna iPhone yang berbasis IOS dan 5 peserta didik yang mewakili sebagai pengguna android dengan berbagai type yang akan disajikan dalam daftar table berikut sebagai peserta FGD (focus group discussion).

**Tabel. Profil Informan**

NO	Nama	Usia	Type Smartphone iPhone	Type Smartphone Non-iPhone
1	Nabil Haikal	17	iPhone Xr	
2	Syiva Kayla Septiana	17	iPhone Xr	
3	Raihan Septian Djodi Ritonga	18		Xiomi Poco m3
4	Deffandra Syahraya Harahap	17		Vivo y01
5	Arnold Londa Barrang	17		Infinix note 8
6	Muhammad Fadhilah Rasya Sanduan	16		Xiaomi Redmi 10
7	Andhita Ryanti	17	iPhone 11	
8	Riska Trias Cahya Ningrum	17	iPhone 11	
9	Natasya kayla carulesca	17	iPhone Xr	
10	Muhammad Raihan Kamil Fuady	18		Vivo v5 plus

Berdasarkan observasi penulis, data informan di atas cukup mewakili kalangan pelajar SMAS Yappenda untuk diwawancara dan diajak berdiskusi dalam satu focus group discussion, artinya tehnik pemilihan sampel dengan menggunakan random sampling dimana 5 peserta didik ini sudah penulis tetapkan sebagai informan kunci dalam melihat identitas pelajar yang menggunakan iPhone dan 5 peserta didik yang tidak menggunakan iPhone sebagai pembandingnya.

Teori konstruksi sosial tidak dapat dilepaskan dari bangunan teoretik yang telah dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Peter L. Berger merupakan sosiolog dari New School for Social Research, New York, sementara Thomas Luckman adalah sosiolog dari University of Frankfurt (Nurhadi, 2015)

Dalam hal ini lebih lanjut Berger dan Luckmann memberikan pandangannya bahwa individu membangun pengetahuan terhadap realitas di atas bangunan struktur sosial yang sudah ada yang dikenal dengan konstruksi sosial. Dalam hasil FGD yang diselenggarakan pada hari Selasa tanggal 15 Agustus 2023, penulis mencoba bertanya terkait pandangan masing masing peserta didik terkait iPhone dalam konstruksi mereka secara personal

**Pembahasan.** Penelitian ini hendak mengungkap dan memaknai kembali realitas identitas individu dalam masyarakat yang terkait dengan pelajar di SMAS Yappenda yang menggunakan iPhone. Teori konstruksi realitas sosial dari Peter L Berger dan Luckmann digunakan sebagai pisau analisis lewat tiga proses pembentukan realitas sosial sebagai hasil konstruksi sosialnya. Ada tiga tahapan yakni eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

**Eksternalisasi iPhone.** Adalah iPhone dimaknai sebagai sebuah alat komunikasi oleh 10 informan yang masing masing memiliki makna subjektifnya dari pengetahuan awal yang mereka miliki, diantaranya ada yang memahami secara kolektif sama yakni dengan fitur fitur yang menarik, kapasitas memori dan kualitas audio dan video lewat kamera yang beresolusi tinggi menjadikan realitas sosial iPhone sebagai alat komunikasi yang cukup baik sebagai makna kolektifnya.

**Objektivasi iPhone.** Adalah ketika individu memahami realitas sosial, maka realitas sosial tersebut lepas dari individunya, dan ini berada di luar individu. Maka menjadi kenyataan sosial tersendiri namun objektivasi yang awalnya diproduksi oleh individu itu mampu mempengaruhi individu nah yang pada akhirnya proses internalisasi terjadi, hal ini terjadi ketika objektivasi memproduksi individu, dimana individu belajar memahami sebuah realitas sosial melalui proses sosialisasi. Dalam hal ini asumsi awal bahwa iPhone sebagai barang yang eksklusif sudah mendapati dalam proses internalisasi yang berbeda di kalangan pelajar terutama SMAS Yappenda yang memandang iPhone lebih kepada fitur dan teknologi yang baik yang nantinya menggugurkan adagium yang menyatakan sebagai alat komunikasi yang identic dengan eksklusifitas sebagai realias baru hasil konstruksi masyarakat baru khususnya di pelajar SMAS Yappenda.

**Internalisasi iPhone.** Proses pembentukan realitas sosial oleh masyarakat sebagai sebuah proses tahapan mulai dari eksternalisasi dan objektivasi maka yang terakhir adalah internalisasi, dimana proses ini terjadi ketika generasi berikutnya lahir ke dunia ketika pemahaman ini sudah ada, sehingga kemudian mereka menerimanya sebagai bagian dari cara mereka melihat dan memahami dunia sekitarnya. Dalam penelitian ini, konsep atau realitas iPhone sebagai sebuah kenyataan sosial yang dimaknai eksklusif dikonstruksi kembali oleh identitas pelajar di SMAS Yappenda sebagai sebuah realitas sosial yang tak lagi eksklusif, pemaknaan terhadap iPhone lebih didominasi kegunaan dan fitur-fitur yang menarik dan kualitas penggunaan kamera yang baik sesuai zaman dan kebutuhan mereka saat ini menjadikan iPhone sebagai pilihan produk yang tak lagi dilirik sebagai hal yang berkesan mewah, terlebih saat ini dari berbagai lapisan manapun sudah dapat mengakses daya beli iPhone ini.

**Identitas Pelajar SMAS Yappenda.** Sebagai sebuah proses, identitas tidak pernah ajeg, sifatnya yang dinamis membuat kajian ini akan selalu menarik untuk diteliti. Hal yang sama penulis dapatkan dalam penelitian ini dimana identitas sebagai subjek yang bebas terus mempengaruhi dan dipengaruhi oleh setting sosialnya, Teori identitas memusatkan perhatiannya pada hubungan saling memengaruhi di antara individu dengan struktur sosial yang lebih besar. Pengertian identitas berdasarkan pada pemahaman tindakan manusia dalam konteks sosialnya. Hal tersebut dianggap penting dilakukan untuk mengetahui posisi siapa kita dan siapa mereka, siapa diri (self) dan siapa yang lain (others). Teori identitas memberikan pemahamannya pada ide yang luas tentang diri dan sosialnya. Identitas diri adalah gabungan dari aspek eksternal individu yang membentuk identitas diri.

Identitas pelajar di SMAS Yappenda yang menggunakan iPhone dipandang oleh tiga orang key informan sebagai seseorang yang masih memiliki identitas eksklusif yang terkait dengan siapa mereka bergaul. Dan pergaulan ini dipandang mewah oleh saudara Reyhan, Arnold, dan Rasya. Ketika penulis konfirmasi: “Bagaimana pandangan saudara (bagi yang tidak menggunakan iPhone) melihat orang menggunakan iPhone saat ini di sekolah?” “Dari beberapa alternative penulis arahkan kepada alternatif jawaban dengan polling di Whatsapp, tiga informan atas nama Arnold, Muhammad Raihan dan Rasya lebih memilih memaknai dalam pandangan mereka terhadap teman nya yang menggunakan iPhone adalah mereka cenderung eksklusif dalam pergaulan. Dan untuk alternative jawaban iPhone digunakan sebagai sarana untuk menjaring pertemanan hanya di kemukakan oleh Reyhan.

Kategori alternative jawaban yang lain yang dikonfirmasi penulis kepada pelajar yang tidak menggunakan iPhone dalam melihat temannya yang menggunakan iPhone mendapatkan tanggapan dari tiga informan yaitu Reyhan, Arnold, dan Rasya mereka memandang bahwa mereka yang menggunakan iPhone memiliki pergaulan yang mewah. Untuk mendapatkan informasi yang berimbang, penulis juga mengkonfirmasi bagaimana tanggapan kepada mereka yang menggunakan iPhone dalam memandang dan memaknai pengguna android, dan dari beberapa alternatif jawaban yang penulis arahkan, ke lima informan memandangnya sebagai seseorang yang tidak suka konsumerisme (memiliki kesenangan untuk berbelanja atas dasar kesenangan atau keinginan bukan kebutuhan). Untuk kategori seseorang yang tidak gaul, mereka yang datang dari ekonomi kelas bawah, seseorang yang tidak mengikuti gaya hidup, seseorang yang tidak suka mengikuti trend setter dan seorang yang tidak suka bergaya hidup mewah tidak mendapatkan tempatnya, artinya bagi seorang pengguna iPhone tidak memandang orang yang menggunakan android tidak masuk dalam ke lima kategorisasi tersebut.

Hal yang perlu penulis konfirmasi ulang datang dari informan yang bernama Syifa Kayla, yang memandang bahwa alasan Syifa menggunakan iPhone merasa dirinya lebih keren. Dari sini ada perasaan subjektif yang kita bisa memandang bahwa dengan menggunakan atribut handphone iPhone sebagai identitas yang membawa perasaan lebih keren, merujuk pada kualitas produk handphone iPhone yang informan miliki. Memandang iPhone sebagai produk yang berkualitas dan mampu memenuhi kebutuhannya.

## PENUTUP

**Kesimpulan.** Merujuk pada teori konstruksi realitas sosial dari Berger dan Luckmann, tiga tahapan dalam pembentukan realitas sosial akan mewarnai kesimpulan kali ini, Berdasarkan paparan yang telah disampaikan maka dapat penulis rumuskan kesimpulan bahwa proses pembentukan realitas sosial yang dipahami secara kolektif sehingga membentuk konstruksi sosial atas iPhone sebagai alat komunikasi yang sangat digandrungi saat ini terutama di kalangan pelajar pada umumnya dan di SMAS Yappenda

pada khususnya telah membawa proses eksternalisasi sebagai hasil interaksi dengan individu lainnya merekonstruksi iPhone sebagai sebuah alat komunikasi yang tak lagi dilihat sebagai suatu hal yang eksklusif dan prestisius. Dimana secara objektivasi iPhone dimaknai secara kolektif sebagai alat komunikasi yang eksklusif, artinya hanya dari beberapa kalangan tertentu saja yang dapat memilikinya, mengingat harga jual yang cukup tinggi, untuk itu dalam proses internalisasi terjadi interaksi dan pemaknaan baru terhadap iPhone dimana tak lagi dipandang sebagai barang mewah, semua kalangan bisa memilikinya dengan cara cara tertentu, tak terkecuali di kalangan pelajar SMAS Yappenda yang bisa mendapatkan lewat menabung atau pemberian hadiah, Konstruksi identitas pelajar yang menggunakan iPhone yang dipandang sebagai objektivasi sangat jauh berbeda dengan kenyataan yang ditemukan di lapangan dimana identitas pelajar yang menggunakan iPhone sebagai seseorang yang eksklusif, mewah, datang dari keluarga golongan atas maka dalam penelitian ini telah terjadi eksternalisasi sekaligus internalisasi yang berbeda dalam konstruksi identitas pelajar yang menggunakan iPhone.

iPhone sebagai alat komunikasi yang secara eksternal sebagai alat komunikasi eksklusif tidak lagi mendapat tempatnya, perubahan yang terus terjadi dengan begitu cepat memunculkan pergeseran pandangan bahwa seseorang yang menggunakan iPhone tidak melulu sebagai seorang individu dengan identitas yang eksklusif, mewah dan datang dari kelas sosial atas. Seorang yang menggunakan iPhone saat ini lebih melihat sebagai seorang individu dengan identitas pragmatis, dimana kebutuhan untuk memenuhi gaya hidup generasi alfa ada pada iPhone. Namun disini lain masih ada pandangan yang melihat bahwa atribut yang melekat bagi pengguna iPhone masih dikonstruksi sebagai identitas eksklusif dan mewah.

**Saran.** Dalam penelitian ini, penulis hendak memberikan saran berupa harapan ada pihak yang meneruskan terhadap penelitian ini lebih lanjut karena bagi penulis, realitas sosial dengan identitas adalah dua hal yang sifatnya dinamis, tidak tetap dan terus berubah, untuk itu penulis mengharapkan ada penelitian lanjutan terkait tema konstruks identitas ini tak hanya dalam bidang teknologi namun semua realitas sosial yang pada akhirnya dapat menambah wacana keilmuan dibidang tersebut. Penelitian ini juga dapat memberikan arah wacana baru dalam keilmuan yang bisa menambah referensi realitas sosial yang kekinian di kalangan masyarakat perkotaan dengan generasi alpha yang sedang menggandrungi inovasi inovasi dibidang teknolo

## DAFTAR RUJUKAN

- Annya Balqis Aisyah, C. E. R. F. D. A. M. I. F., 2021. KONSTRUKSI IDENTITAS MAHASISWA DALAM BERMEDIA SOSIAL (Studi Kasus 4 Mahasiswa FIS UNJ Pengguna Media Sosial Instagram). saskara, p. 3.
- Barker, C., 2004. Cultural Studies. Yogyakarta: Kreasi wacana.
- Basrowi, S. d., 2002. Metode Penelitian Perspektif Mikro: Grounded theory, Fenomenologi, Etnometodologi, Etnografi, Dramaturgi, Interaksi Simbolik, Hermeneutik, Konstruksi Sosial, Analisis Wacana, dan Metodologi Refleksi. Surabaya: Insan Cendekia..
- Berger Peter dan Luckman, 1990 . "Tafsiran Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan".. Jakarta.: LP3ES,.
- Bertens, K., 1999. "Sejarah Filsafat Yunani". Yogyakarta: Kanisius..
- Dr Sugeng Pujileksono, 2015. Metode Penelitian Komunikasi Kalitatif,. Malang: Intrans Publishing, .
- Eny Ratnasari, S. S. d. R. R., 2021. Social Media, Digital Activism, and Online Gender-Based Violencein Indonesia. Nyimak Journal of Communication, 5(1).
- Faturochman, T. T. H. M. W. M. d. L. G., 2012. Psikologi untuk Kesejahteraan Masyarakat.. Yogyakarta: : Pustaka Pelajar.
- Gard, T., 2021. Steve Jobs: Stay Hungry, Stay Foolish, iMemoriam Sang Inovator Visioner. In: Yogyakarta: Gradien Mediatama, p. 88.
- Hamidi, 2005. Metode Penelitian Kualitatif. In: Malang: UMM press.
- Hidayat, D. N., . (2003),. Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik.. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Indonesia.
- Humas, 2016. Metode Penelitian Kualitatif Dengan Jenis Pendekatan Studi Kasus. LPM Penalaran UNM, p. 1.

- John W. Creswell, 2014. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. : . In: Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- John, S. W. .. L., 2009. *Theori Of Human Communication*. 9 ed. Singapore: Chengange Learning and Salemba Humanika.
- Kirana, G. A., 2015. *TINJAUAN BRAND AWARENESS PADA MEREK iPhone*, Bogor: SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESATUAN.
- Latiefah, U., 2013. *Pesantren Waria dan Kosntruksi Identitas*. *Jurnal Pemikiran Sosiologi* , p. 89.
- Latiefah, U., 2013. *Pesantren Waria dan Kosntruksi Identitas*. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, p. 91.
- Luzar, L. C., 2015. “Teori Kontruksi Realitas Sosial”. Jakarta: Binus University School Of Design,.
- Nurhadi, Z. F., 2015. *Teori-teori komunikasi: teori komunikasi dalam perspektif* . In: 121. Bogor: Ghalia Indonesia.
- piliang, y. a., 2011. *dunia yang dilipat*. bandung: matahari .
- Poloma, M., 2004. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Pratama, K. R., 2020. <http://tekno.kompas.com>. [Online] [Accessed Desember 2020].
- Pujileksono, S., 2016. *metode penelitian komunikasi kualitatif*. malang: kelompok instran publishing.
- Pujileksono, S., 2016. *metode penelitian komunikasi kualitatif*. malang: kelompok intrans publishing.
- Pusparisa, Y., 2021. <https://databoks.katadata.co.id/>. [Online] Available at: [datapublish/2021/07/01/daftar-negara-pengguna-smartphone-terbanyak-indonesia-urutan-berapa](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/01/daftar-negara-pengguna-smartphone-terbanyak-indonesia-urutan-berapa)
- Rezati, M. A., 2022. <https://databoks.katadata.co.id/>. [Online] Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/21/penjualan-iphone-capai-242-juta-unit-pada-2021>
- Rofi'ah, S. S. S. D. P. L., 2021. *POLA JARINGAN KOMUNIKASI PADA PARTISIPASI POLITIK AKAR*. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, p. 19.
- Santrock, J. W., 2003. *Adolescence Perkembangan Remaja* *Adolescence Perkembangan Remaja* Terjemahan Shinto B. Adelar dan Sherly Saragih. Jakarta: Erlangga.
- Sukidin, B. d., . 2002. . *Metode Penelitian Perspektif Mikro: Grounded theory, Fenomenologi, Etnometodologi, Etnografi, Dramaturgi, Interaksi Simbolik, Hermeneutik, Konstruksi Sosial, Analisis Wacana, dan Metodologi Refleksi*. Surabaya: Insan Cendekia..
- Suparno., 1997.. “Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan”. Yogyakarta: Kanisius.
- Suparno, 1997.. “Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan”. Yogyakarta: Kanisius.
- Suparno, 1997.. “Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan”.. Yogyakarta: Kanisius..
- thomas, s., 2023. <https://marketsplash.com/id/statistik-iphone/>. [Online] Available at: <https://marketsplash.com/id/statistik-iphone/>
- thomas, s., 2023. <https://marketsplash.com/id/statistik-iphone/>. [Online] Available at: <https://marketsplash.com/id/statistik-iphone/>