SKRIPSI

IPHONE SEBAGAI SIMBOL STATUS SOSIAL EKONOMI PADA GENERASI Z DI KELURAHAN SUNGAI JAWI DALAM KECAMATAN PONTIANAK BARAT KOTA PONTIANAK

Program Studi Sosiologi

Oleh:

Nila Fitri
E.1041211066

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

SKRIPSI

IPHONE SEBAGAI SIMBOL STATUS SOSIAL EKONOMI PADA GENERASI Z DI KELURAHAN SUNGAI JAWI DALAM KECAMATAN PONTIANAK BARAT KOTA PONTIANAK

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Sosiologi

Oleh :

Nila Fitri
NIM. E1041211066

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK

2025

1

LEMBAR PERSETUJUAN

IPHONE SEBAGAI SIMBOL STATUS SOSIAL EKONOMI PADA GENERASI Z DI KELURAHAN SUNGAI JAWI DALAM KECAMATAN PONTIANAK BARAT KOTA PONTIANAK

Tanggung Jawab Yuridis Pada:

Nila Fitri
NIM. E1041211066

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing Utama

Dr. Syf. Ema Rahmaniah, M.Ed **Tanggal:……**
NIP. 197708272006042001

Dosen Pembimbing Pendamping

Viza Juliansyah, S.Sos., MA, MIR **Tanggal:……**
NIP. 198007142005011004

HALAMAN PENGESAHAN

IPHONE SEBAGAI SIMBOL STATUS SOSIAL EKONOMI PADA GENERASI Z DI KELURAHAN SUNGAI JAWI DALAM KECAMATAN PONTIANAK BARAT KOTA PONTIANAK

Oleh :

Nila Fitri
NIM.E1041211066

Dipertahankan di : Pontianak
Pada hari/tanggal : Rabu, 10 September 2025
Waktu : 09:00 – 10:00 WIB
Tempat : Ruang Sidang 5

Tim Penguji

Ketua	**Sekretaris**
Dr. Syf. Ema Rahmaniah, M.Ed	**Viza Juliansyah, S.Sos., MA.MIR**
NIP. 197708272006042001	**NIP. 198007142005011004**
Penguji Utama	**Penguji Pendamping**
Prof. Dr. Hj. Fatmawati, M.Si	**Dr. Herlan, S.Sos., M.Si**
NIP. 196004071990032001	**NIP. 197205212006041001**

Disahkan Oleh :
Dekan Fisip Untan

Dr. Herlan, S.Sos., M.Si
NIP. 197205212006041001

ABSTRAK

Nila Fitri (E.1041211066) : *iPhone* Sebagai Simbol Status Sosial Ekonomi Pada Generasi Z di Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat Kota Pontianak. **Skripsi. Program Studi Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tamjungpura. Pontianak 2025.**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana *iPhone* dimaknai sebagai simbol status sosial ekonomi oleh generasi Z di Kelurahan Sungai Jawi Dalam, Kecamatan Pontianak Barat, Kota Pontianak. Fenomena ini muncul seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat urban yang kini menekankan nilai simbolik daripada fungsi praktis suatu barang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead, untuk menganalisis makna simbolik *iPhone* yang terbentuk melalui interaksi sosial serta bagaimana simbol tersebut mempengaruhi identitas generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *iPhone* dipersepsikan sebagai simbol kemewahan, prestise, identitas sosial dan sebagian generasi Z juga memberi makna ekonomi karena dianggap mampu menunjang pekerjaan maupun aktivitas produktif. Analisis berdasarakan teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead dari tiga aspek yaitu: (1) *Mind*, generasi Z membentuk pemahaman tentang *iPhone* melalui interaksi dengan teman sebaya, keluarga, serta media sosial sehingga tercipta persepsi bahwa *iPhone* berbeda dari smartphone lain karena melekat dengan citra eksklusif. (2) *Self*, identitas diri generasi Z banyak dilekatkan pada kepemilikan *iPhone* yang digunakan untuk meningkatkan rasa percaya diri, prestise, dan pengakuan sosial (3) *Society*, makna simbolik *iPhone* terbentuk dan dipertahankan dalam konteks sosial yang lebih luas, seperti budaya konsumtif, pengaruh gaya hidup modern, serta tekanan dari lingkungan pertemanan. Faktor pendorongnya meliputi tekanan sosial, pengaruh media sosial, keinganan untuk memperoleh pengakuan, gaya hidup, citra merek *iPhone*, faktor ekonomi serta factor ekosistem Apple.

Kata Kunci: *iPhone*, simbol status, generasi Z, status sosial ekonomi, interaksionisme simbolik

ABSTRACT

Nila Fitri (E.1041211066): The iPhone as a Symbol of Socioeconomic Status Among Generation Z in Sungai Jawi Dalam Urban Village, West Pontianak District, Pontianak City. **Thesis, Sociology Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Tanjungpura University. Pontianak, 2025.**

This research aims to understand how the iPhone is perceived as a symbol of socioeconomic status by Generation Z in Sungai Jawi Dalam Urban Village, West Pontianak District, Pontianak City. This phenomenon emerges alongside the shift in consumption patterns among urban communities, which now place more emphasis on the symbolic value of goods rather than their practical function. The study employs a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, interviews, and documentation. It applies George Herbert Mead's symbolic interactionism theory to analyze the symbolic meaning of the iPhone formed through social interaction, and how this symbol influences the identity of Generation Z. The results of the study indicate that the iPhone is perceived as a symbol of luxury, prestige, and social identity, while some members of Generation Z also attribute economic value to it, as it is considered capable of supporting work and productive activities. The analysis, based on George Herbert Mead's theory of symbolic interactionism, is examined through three aspects: (1) *Mind*, generation Z's understanding of the iPhone is shaped through interactions with peers, family, and social media, creating the perception that the iPhone differs from other smartphones due to its association with an exclusive image. (2) *Self*, generation Z's self-identity is closely tied to iPhone ownership, which serves to enhance self-confidence, prestige, and social recognition. (3) *Society*, the symbolic meaning of the iPhone is constructed and sustained within a broader social context, such as consumer culture, the influence of modern lifestyles, and peer group pressure. The driving factors include social pressure, the influence of social media, the desire for recognition, lifestyle, the iPhone's brand image, economic factors, and Apple's ecosystem.

Keywords: iPhone, symbolic status, generation Z, socioeconomic status, symbolic interactionism

RINGKASAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul "*iPhone* Sebagai Simbol Status Sosial Ekonomi Pada Generasi Z di Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat Kota Pontianak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan *iPhone* di kalangan generasi Z yang tidak hanya didasarkan pada fungsi teknologi, melainkan sebagai representasi status sosial, identitas diri dan gaya hidup. *iPhone* dianggap sebagai barang mewah yang memiliki nilai simbolik tinggi dimata remeja generasi Z dan menjadi sarana untuk menunjukkan gengsi serta prestise dalam lingkungan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan teori interaksionisme simbol oleh George Herbert Mead. Teori ini menekankan bahwa makna objek dibentuk melalui proses sosial dengan tiga konsep utama: *mind, self,* dan *society*. Penulis melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan fokus pada generasi Z berusia 20-24 tahun yang berdomisili di Kelurahan Sungai Jawi Dalam, pengguna *iPhone dan* bukan pengguna *iPhone*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana generasi Z memaknai *iPhone* sebagai simbol status sosial ekonomi dan apa faktor-faktor yang mendorong konstruksi makna tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *iPhone* dimaknai sebagian besar generasi Z sebagai simbol kemewahan, prestise, dan citra diri dalam pergaulan maupun media sosial. Beberapa informan rela membeli *iPhone* secara kredit demi memenuhi ekspektasi sosial. Analisis teori Mead memperlihatkan bahwa: (1) *mind*,

persepsi tentang *iPhone* terbentuk melalui interaksi dengan teman sebaya, keluarga, dan media sosial yang menekankan citra eksklusif *iPhone*, (2) *self*, kepemilikan *iPhone* menjadi sarana membangun identitas diri, meningkatkan rasa percaya diri, serta memperoleh pengakuan sosial, (3) *society*, makna simbolik *iPhone* dipertahankan dalam budaya konsumtif, gaya hidup modern, dan tekanan kelompok.

Selain sebagai simbol sosial, sebagian generasi Z juga memberi makna ekonomi pada *iPhone* karena dianggap mampu menunjang produktivitas, khususnya dalam pekerjaan dan pembuatan konten digital. Faktor yang memengaruhi konstruksi makna tersebut meliputi pengaruh media sosial, tekanan pertemanan, gaya hidup konsumtif, citra merek, serta pertimbangan ekonomi dan ekosistem Apple.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam masyarakat perkotaan seperti Kota Pontianak, *iPhone* bukan hanya alat komunikasi melainkan simbol material yang dianggap memiliki makna penting dalam pergaulan sekaligus sarana ekonomi. Simbol ini memperkuat perbedaan kelas dan memperlihatkan adanya pergeseran nilai konsumsi dari fungsi ke simbol, serta menunjukkan bagaimana budaya digital dan pertimbangan ekonomi turut membentuk identitas sosial generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa generasi Z sangat dipengaruhi oleh simbol-simbol visual dan budaya digital dalam membentuk identitas sosialnya. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi masyarakat khususnya generasi Z, institusi pendidikan, serta pelaku industri dalam memahami dinamika konsumsi simbolik dan perilaku sosial generasi Z di era digital.

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Nila Fitri

Nomor Induk Mahasiswa : E1041211066

Program Studi : Sosiologi

Dengan ini saya menyatakan skripsi ini merupakan hasil karya mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini dan sepanjang pengetahuan mahasiswa dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan teridentifikasi dalam daftar pustaka.

Pontianak. 23 Juli 2025

Yang membuat pernyataan:

Nila Fitri
E1041211066

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Ilmu ada tiga tahapan. Jika seseorang memasuki tahapan pertama, dia akan sombong. Jika dia memasuki tahapan kedua, maka dia akan rendah hati. Jika dia memasuki tahapan ketiga, maka dia akan merasa bahwa dirinya tidak ada apa-apanya.’

(Ummar Bin Khattab)

“Selesaikan apa yang sudah dimulai. Percayalah, tidak ada yang mustahil selama masih ada doa dan usaha”

PERSEMBAHAN

1. Untuk bapak tercinta (Alm.) Abang Anyau**,** terimakasih semasa hidup telah menjadi bapak yang hebat untuk anaknya. Beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan menempuh pendidikan tinggi. Seandainya bapak masih ada bapak pasti akan bangga melihat anak bungsunya kini sudah ditahap menjadi calon sarjana. Mungkin bapak tidak menyangka jika anak bungsunya bisa kuliah dan akan menyelesaikan studi S-1. Terimakasih pak atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang telah diberikan walaupun singkat tapi sangat berarti. Semoga Allah SWT melapangkan kubur dan menempatkan bapak di tempat yang paling mulia disisi Allah SWT.
2. Untuk ibu tersayang Norojah, perempuan hebat yang tak pernah kenal lelah demi merawat dan membesarkan anaknya. Terimakasih ibu selalu memberikan dukungan dan doa-doanya untuk kelancaran dan kesuksekan anak bungsunya. Ibu menjadi motivasi penulis untuk selalu kuat dan selalu berusaha tanpa henti untuk meyelesaikan perkulihan ini. Ibu memang tidak pernah menempuh pendidikan tapi ibu selalu memberikan yang terbaik dan mendukung anaknya untuk bisa menempuh pendidikan hingga perguruan tinggi. Semoga ibu selalu dalam keadaan sehat dan bahagia selalu.
3. Untuk saudara-saudara (Abang dan Kakak), terutama kepada Mustafa dan Didin yang telah mengganti peran bapak untuk menghidupi keluarga dan memberikan dukungan baik moril atau materil kepada adik bungsu agar bisa menempuh pendidikan. Terimakasih kepada kedua abang yang memberi tanpa

pamrih, jika bukan karena kalian mungkin adik bungsu kalian tidak akan bisa meraih gelar sarjana. Terimakasih juga kepada kakak tertua Ani yang banyak memberikan pengajaran dan nasehat kepada penulis supaya tidak mudah menyerah. Kepada kakak Mita Normala, Sukmawati, dan Abang Hendra terimakasih telah memberikan dukungan serta doa kepada adik bungsu kalian, semoga segala kebaikan kakak dan abang yang diberikan kepada penulis dibalas Allah SWT dengan nikmat yang lebih besar.

4. Untuk keponakan tersayang Dini Cahyani, Kaseh Hawana, Risma, Siti, Nur Afiansyah, Dina, Azril, Annisa, Aliya dan Nadira terimakasih telah menjadi pelengkap yang senantiasa membuat penulis selalu tersenyum dan bahagia jika bersama kalian.
5. Untuk keluarga kedua di Pontianak datok (Alm.), nenek kak Ila dan bang Ari yang telah bersedia menjadi keluarga kedua menampung dan merawat penulis dengan penuh ikhlas di perantauan. Terimakasih penulis ucapkan kepada kalian semua.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan pada saat menyusun skripsi ini dengan judul "*iPhone* Sebagai Simbol Status Sosial Ekonomi Pada Generasi Z di Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat Kota Pontianak" dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki penulisan dalam skripsi ini agar lebih baik lagi kedepannya. Dengan demikian harapan penulis semoga skripsi ini bisa memberi manfaat pada proses pembelajaran dan bisa memberikan sumbang-sih referensi bacaan untuk para pembaca.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan proposal ini, terutama kepada Ibu Dr. Syf. Ema Rahmaniah, M.Ed selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Viza Juliansyah, S.Sos., MA, MIR selaku dosen pembimbing kedua yang sudah memberi berbagai masukan, arahan serta dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terimakasih juga kepada Ibu Prof. Dr. Hj. Fatmawati M.Si selaku dosen penguji pertama dan Bapak Dr. Herlan, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji pendamping yang telah banyak memberikan masukan arahan guna kesempurnaan dalam skripsi ini.

Tidak lupa juga pada kesempataan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Dr. Herlan, S.Sos M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak
2. Dr. Syf. Ema Rahmaniah, M.Ed selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak
3. Desca Thea Purnama, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak
4. Rizqi Ratna Paramita, S.Pd, MA selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA)
5. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak
6. Staf Tata Usaha dan Akademik serta Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak

Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberi bantuan serta dukungan sehingga terselesainya penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan, bantuan dan dorongan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalannya dari Allah SWT, dan hasil karya yang telah dibuat oleh penulis dapat memberikan pemahaman serta manfaat yang berguna bagi kita semua yang memerlukannya.

Pontianak, 28 Agustus 2024

Nila Fitri

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN ..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
ABSTRAK ..... **iii**
ABSTRACT ..... **iv**
RINGKASAN SKRIPSI ..... **v**
PERNYATAAN KEASLIAN ..... **vii**
MOTTO ..... **viii**
PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Identifikasi Masalah 13
1.3. Fokus Penelitian 13
1.4. Rumusan Masalah 14
1.5. Tujuan Penelitian 14
1.6. Manfaat Penelitian 15
1.6.1. Manfaat Teoritis 15
1.6.2. Manfaat Praktis 15
BAB II **17**
TINJAUAN PUSTAKA **17**
2.1. Definisi Konsep 17
2.1.1. *iPhone* 17
2.1.2. Generasi Z 19
2.1.3. Indikator Status Sosial Ekonomi 22
2.2. Kajian Teori 24

2.2.1. Interaksioniseme Simbolik 24
2.3. Hasil Penelitian Relevan 28
2.4. Alur Pikir Penelitian 32
BAB III 35
METODE PENELITIAN 35
3.1. Jenis Penelitian 35
3.2. Langkah-langkah Penelitian 36
3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian 38
3.4. Subjek dan Objek Penelitian 39
3.5. Teknik Pengumpulan Data 40
3.6. Instrumen Atau Alat Pengumpulan Data 43
3.7. Analisis Data 44
BAB IV 47
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN 47
4.1. Deskripsi Lokasi 47
4..1.1 Sejarah Singkat 47
4.1.2. Letak Geografis Kelurahan Sungai Jawi Dalam 49
4.1.3. Keadaan Demografis Kelurahan Sungai Jawi Dalam 50
4.1.4. Kondisi Sosial Kelurahan Sungai Jawi Dalam 58
4.1.5. Potensi Kelembagaan Kelurahan Sungai Jawi Dalam 60
4.2. Profil Informan 62
BAB V 65
HASIL DAN PEMBAHASAN 65
5.1. Makna *iPhone* Sebagai Simbol Status Sosial Ekonomi pada Generasi Z .. 66
5.1.1. Persepsi Generasi Z Terhadap *iPhone* 66
5.1.2. Aspek Sosial dan Budaya Dalam Memaknai *iPhone* 71
5.1.3 Makna Ekonomi *iPhone* Bagi Generasi Z 76
5.2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Generasi Z Terhadap Makna *iPhone* 79
5.2.1. Faktor Ekonomi 79
5.2.2. Faktor Sosial 81
5.2.3. Faktor Media Sosial 85
5.2.4. Faktor Citra *iPhone* 88

5.2.5. Faktor Gaya hidup 90
5.2.6. Faktor Ekosistem Apple..... 96
5.3. Analisis Teori 98
5.3.1. Teori Interaksionisme Simbolik..... 98
BAB VI 107
PENUTUP 107
6.1. Kesimpulan..... 107
6.2. Saran 109
DAFTAR PUSTAKA 111

DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

1.1 Data Pengiriman Unit dan Pangsa Pasar 5 vendor *Smartphone* Terbesar di Dunia Q1 2023 vs Q1 2024……...2
1.2 Statistik Pengguna *iPhone* di Indonesia Berdasarkan Usia dan Merek…….4
1.3 PDRB per Kapita Kota Pontianak Tahun 2021-2023……5
1.4 Rata-Rata Pengeluaran per-Kapita Sebulan Makanan dan Bukan Makanan di Kota Pontianak Tahun 2021-2024…….6
2.1 Hasil Penelitian Relevan……...30
3.1 Jadwal Penelitian……..39
4.1 Daftar Kepala Kampung/Lurah Sungai Jawi Dalam…… 48
4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2024……..51
4.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia Tahun 2024……52
4.4 Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2024…….53
4.5 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Tahun 2024……54
4.6 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian Tahun 2024……55
4.7 Profil Informan…….63

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berpikir……...…….34

4.1 Peta Kelurahan Sungai Jawi Dalam…….50

4.2 Struktur Organisasi Kelurahan Sungai Jawi Dalam Tahun 2024…….61

5.1 Harga *Iphone* Berdasarkan Series Tahun 2025……67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi manusia sebagian besar menggunakan sebuah simbol. Simbol yang dimaksud bisa berbentuk kata-kata atau pun objek tertentu, misalnya barang yang mempunyai suatu nilai atau makna di luar fungsi praktisnya. Banyak benda yang sering dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari seperti, kendaraan, perhiasan, rumah dan lain sebagainya yang menjadi simbol untuk mempresentasikan identitas, status maupun nilai tertentu dalam lingkungan masyarakat. Salah satunya adalah penggunaan *smartphone,* dimana merek yang dipilih seseorang kerap di kaitkan dengan status sosial atau identitas pemiliknya.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, terutama pada perangkat komunikasi dan juga informasi yang mana menjadi alat penghubung antara satu sama lain yang tidak ada batasan jarak, waktu dan tempat. Kemajuan teknologi yang sangat cepat telah memberi perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat modern. Gabungan dari berbagai fungsi alat komunikasi yang memiliki dampak besar dalam kehidupan masyarakat ialah *smartphone* (Daeng, dkk. 2017). Salah satu jenis *smartphone* yang ikonik dan memiliki pengaruh besar salah satunya *iPhone. iPhone* adalah sebuah perangkat *smartphone* yang di produksi oleh Apple Inc.

Hal ini membuat *iPhone* tidak hanya dipandang dari segi fungsi, tetapi dari nilai simbolik yang melekat pada penggunanya. *iPhone* memiliki harga jual yang tinggi sehingga masyarakat Indonesia menganggap bahwa jika mempunyai *iPhone* adalah suatu gaya hidup yang mewah sebab sudah mempunyai suatu *brand* terkenal yang biasanya hanya dimiliki pada kalangan menengah ke atas khususnya anak muda (Noor, dkk. 2021). Sejak pertama kali diluncurkan, *iPhone* tidak sekedar sebagai perangkat komunikasi yang canggih, melainkan juga untuk simbol status sosial di berbagai kalangan masyarakat.

Pada industri *smartphone* secara global terdapat 5 *brand* yang berkedudukan taraf atas mulai dari tahun 2018. Untuk lebih lengkap dapat dilihat pada tabel di bawah ini. Pada tabel 1.1 menggambarkan persentase pangsa pasar (*market share*) pengiriman ponsel pintar secara menyeluruh sejak tahun 2023.

Tabel 1.1

Data Pengiriman Unit dan Pangsa Pasar 5 Vendor *Smartphone* Terbesar di Dunia, Q1 2023 vs Q1 2024

Perusahaan	**Pengiriman 1Q24**	**Pangsa Pasar 1Q24**	**Pengiriman 1Q23**	**Pangsa Pasar 1Q23**	**Perubahan dari Tahun ke Tahun**
Samsung	60.1	20.8%	60.5	22.5%	-0.7%
Apple	50.1	17.3%	55.4	20.7%	-9.6%
Xiaomi	40.8	14.1%	30.5	11.4%	33.8%
Transsion	28.5	9.9%	15.4	5.7%	84.9%
OPPO	25.2	8.7%	27.6	10.3%	-8.5%
Lainnya	84.7	29.3%	79.0	29.4%	7.2%
Total	**289.4**	**100.0%**	**268.5**	**100.0%**	**7.8%**

Sumber: IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tacker, 2024

Tabel 1.2 menampilkan data pengiriman unit dan pangsa pasar lima vendor *smartphone* terbesar di dunia pada kuartal pertama tahun 2023 dan 2024. Samsung memimpin dengan pengiriman 60,1 juta unit dan pangsa pasar 20,8% pada Q1 2024 meskipun mengalami penurunan tipis 0,7% dibandingkan Q1 2023. Apple berada di posisi kedua dengan 50,1 juta unit dan pangsa pasar 17,3% mengalami penurunan signifikan 9,8%. Xiomi dan Transsion menunjukkan pertumbuhan pesat masing-masing 33,8% dan 84,9% memperkuat posisi mereka di peringkat ketiga dan keempat, sementara OPPO mengalami penurunan 8,5%. Total pengiriman ponsel pintar global meningkat 7,8% menjadi 289,4 juta unit, menandakan pemulihan pasar yang berkelanjutan meski tantangan makro ekonomi masih ada. Pertumbuhan ini didorong oleh permintaan yang kuat di berbagai wilayah.

Dilansir dari Katadata.co.id, pada Maret 2023 pangsa pasar produk Apple di Indonesia mencapai 7,57%. Dari total 221,5 juta pengguna internet, angka ini setara dengan sekitar 16,8 juta pengguna. Jika dihitung dari 190 juta pemiliki ponsel pada tahun 2023, maka jumlah pengguna produk Aplle sekitar 14,4 juta. Rincian pangsa pasar Apple di Indonesia MacBook 5,775%, iPad 20,5% dan *iPhone* 11,56% (Katadata.co.id, 2024).

Tabel 1.2

Statistik Pengguna *Smartphone* di Indonesia Berdasarkan Usia dan Merek Tahun 2024

Usia	*iPhone*	Samsung	Xiaomi	Oppo	Vivo
Gen Z	31%	20%	15%	12%	10%
Millennial	35%	18%	14%	12%	11%
Gen X	22%	22%	16%	14%	8%
Baby Boomer	23%	20%	12%	13%	10%

Sumber : Pasitive CCTV, 2024

Tabel 1.1 menunjukkan presentase pengguna *smartphone* di Indonesia berdasarkan kelompok usia dan merek yang digunakan. Data ini mengungkapkan bahwa *iPhone* paling banyak digunakan oleh kelompok Millennial (35%) dan Gen Z (31%), sementara Samsung memiliki jumlah pengguna yang relatif merata di semua kelompok usia dengan puncak di Gen X (22%). Xiaomi, Oppo, dan vivo juga memiliki pengguna yang signifikan di berbagai usia dengan Xiaomi dan Oppo lebih dominan di kalangan Gen Z dan Millennial. *iPhone* banyak digunakan oleh generasi Z karena dianggap memiliki simbol identitas. Banyak anak muda merasa bangga ketika menggunakan *iPhone*, karena *smartphone* ini sering dikaitkan dengan gaya hidup modern dan dianggap bisa meningkatkan kepercayaan diri ketika berinteraksi dengan teman-teman.

Namun, untuk memahami fenomena penggunaan *iPhone* sebagai simbol identitas secara spesifik di Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kota Pontianak penting untuk melihat kondisi sosial ekonomi masyarakat Kalimantan Barat. Rata-rata pendapatan dan pegeluaran per Kapita di Kalimantan Barat. Penulis menggunakan

data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita untuk menggambarkan tingkat pendapatan rata-rata masyarakat Kota Pontianak. PDRB per kapita merupakan indikator ekonomi yang menunjukkan rata-rata nilai tambah bruto yang dihasilkan oleh seluruh penduduk di suatu wilaya dalam satu tahun. Karena BPS tidak secara langsung melampirkan data pendapatan per kapita, maka PDRB perkapita yang digunakan sebagai gambaran pendapatan masyarakat. Data PDRB per kapita di Kota Pontianak dapat dilihat pada tabel 1.3 di bawah ini :

Tabel 1.3

PDRB per Kapita Kota Pontianak 2021-2023

Tahun	PDRB per Kapita ADHB Kota Pontianak (Rp/tahun)
2021	70.960.000
2022	76.480.000
2023	82.050.000

Sumber :Badan Pusat Statistik, 2025

Tabel 1.3 menggambarkan perkembangan PDRB per kapita di Kota Pontianak dari tahun 2021 sampai 2023. Data ini menunjukkan adanya peningkatan nilai PDRB per kapita setiap tahunnya yang digunakan sebagai gambaran rata-rata pendapatan masyarakat Kota Pontianak. Peningkatan PDRB per kapita tidak hanya mencerminkan bertambahnya nilai bruto yang dihasilkan masyarakat, tetapi menjadi indikator bahwa daya beli masyarakat terhadap barang premium seperti *iPhone* di Kota Pontianak semakin meningkat setiap tahunnya. Selanjutnya perlu diperhatikan juga terkait pengeluran per kapita di Kalimantan Barat. Perkembangan pengeluaran per kapita di Kalimantan Barat dapat dilihat pada tabel 1.4 berikut :

Tabel 1.4

Rata-Rata Pengeluaran per-Kapita Sebulan Makanan dan Bukan Makanan di Kota Pontianak Kalimantan Barat Tahun 2021-2024

Tahun	Makanan (Rp/bulan)	Non-Makanan (Rp/bulan)	Jumlah (Rp/bulan)
2021	748.202,08	946.399,39	1.694.618,85
2022	797.962,04	962.665,99	1.760.628,03
2023	812.858,00	1.093.106,00	1.905.964,00
2024	894.524,00	1.192.444,00	2.086.967,00

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2025

Pada tabel 1.4 menunjukkan perkembangan rata-rata pengeluaran per kapita per bulan di Kota Pontianak dari tahun ke tahun untuk kategori makanan dan non-makanan. Dari data tersebut, terlihat bahwa adanya peningkatan yang konsisten dari tahun 2021-2024. Pada tahun 2021, pengeluaran untuk makanan sebesar Rp748.202,08 dan non-makanan Rp946.399,39, kemudian meningkat secara bertahap hingga mencapai Rp894.524,00 untuk makanan dan Rp1.192.444,00 untuk non-makanan pada tahun 2024. Sehingga pengeluaran per kapita naik dari Rp1.694.618,85 menjadi Rp2.086.967,00. Peningkatan ini menunjukkan adanya pertumbuhan daya beli masyarakat terutama di Kota Pontianak, yang tidak hanya meningkatkan konsumsi kebutuhan pokok tetapi juga pengeluaran untuk kebutuhan non-makanan. Dengan melihat data ekonomi diatas, dapat dipahami bahwa sejauh mana daya beli masyarakat berperan dalam membentuk simbol melalui kepemilikan *iPhone*.

Selain melihat daya beli masyarakat dari rata-rata pengeluaran per kapita, perlu juga memperhatikan indikator sosial ekonomi lain seperti tingkat kemiskinan dan gini ratio. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kalimantan Barat tahun 2024, tingkat kemiskinan di provinsi ini tercatat sebesar 6,95%. Angka ini menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian masyarakat yang hidup dibawah garis kemiskinan dan memiliki keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan dasar, termasuk akses terhadap barang-barang konsumsi premium seperti *iPhone.*

Di sisi lain, gini ratio Kalimantan Barat pada tahun 2024 berada di angka 0,310 yang menunjukkan adanya ketimpangan pendapatam pada tingkat sedang. Gini ratio ini menggambarkan distribusi pendapatan yang belum merata di masyarakat, sehingga terdapat perbedaan kelompok masyarakat berpenghasilan tinggi dan rendah (Badan Pusat Statistik, 2024) . Kondisi ketimpangan ini semakin memperkuat posisi *iPhone* sebagai simbol status sosial ekonomi di kalangan generasi muda seperti generasi Z karena kepemilikan *iPhone* tidak hanya menjadi penanda kemampuan finansial namun juga mempertegas perbedaan kelas sosial di lingkungan sosial mereka.

Data sosial ekonomi di atas seperti rata-rata pendapatan dan pengeluaran per kapita, tingkat kemiskinan, dan gini ratio sangat penting untuk memahami mengapa *iPhone* dapat berfungsi sebagai simbol identitas di kalangan generasi Z di Kota Pontianak khususnya di Kelurahan Sungai Jawi Dalam. Rata-rata pendapatan dan pengeluaran per kapita yang terus meningkat khususnya di wilayah perkotaan, ini menunjukkan adanya masyarakat dengan daya beli yang cukup tinggi. Kemudian masih adanya tingkat kemiskinan dan nilai gini ratio yang menunjukkan

ketimpangan pendapatan, hal ini menandakan bahwa tidak semua lapisan masyarakat memiliki akses ekonomi yang sama. Ketimpangan ini mempertegas perbedaan kelas sosial di masyarakat sehingga kepemilikan *iPhone* tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga berfungsi sebagai simbol. Dengan demikian data sosial ekonomi tersebut memperkuat argumen bahwa *iPhone* di Kota Pontianak bukan sekadar alat teknologi komunikasi namun dijadikan sebagai simbol dalam masyarakat.

Setelah melihat kondisi sosial ekonomi masyarakat, penting juga untuk memahami bagaimana kelompok usia generasi Z di Kota Pontianak. Penulis memfokuskan penelitiannya pada generasi Z berusia 20-24 tahun. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pontianak tahun 2023 jumlah penduduk dalam kelompok umur 20-24 tahun yang termasuk dalam generasi Z yakni 55.231 jiwa *(Badan Pusat Statistik, 2024).*

Penelitian ini menekankan pada *iPhone* yang dijadikan sebagai simbol pada generasi Z di Kota Pontianak. Banyak anak muda memilih *iPhone* karena mereka merasa bahwa ada makna khusus yang melekat pada perangkat tersebut. Bagi mereka, *iPhone* sering digunakan untuk menunjukkan gaya hidup, mengikuti tren atau untuk menambah rasa percaya diri saat bergaul dengan teman-teman. Dengan demikian, *iPhone* lebih dipandang sebagai sebuah simbol yang memiliki arti penting dalam kehidupan sehari-hari dikalangan genarasi Z, bukan hanya sebagai sebuah alat komunikasi.

Terkait dengan Apple bukan sekedar menciptakan *iPhone* untuk suatu sistem teknologi namun juga memiliki nilai keindahannya tersendiri. Suatu sistem teknologi yang bukan sekedar terdapat makna tetapi juga nilai tambah *(addes value)* dengan produk-produk yang inovatif, daya tarik yang elegan serta memiliki tingkat keistimewaan yang tinggi juga terdapat citra elit dari awal mula pembuatannya. Adanya nilai tambah tersebut yang membuat pengguna *iPhone* tidak hanya mengkonsumsi suatu barang berdasarkan fungsinya. Karena merek *iPhone* memiliki nilai keistimewaan tersendiri sehingga mendorong masyarakat untuk menggunakannya. Baudrillard mengatakan bahwa pola konsumsi masyarakat berubah yang semula berlandaskan *use value* sekarang menjadi *sign value* (Pratiwi, 2015).

Mulyati dan Haryanto mengatakan dalam tulisan jurnalnya yang berjudul *"Persepsi Mahasiswa Terhadap Smarphone Apple Sebagai Gaya Hidup"* mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo mengunakan *iPhone* tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi, namun ada makna lain yang pengguna inginkan. Mereka menggunakan *iPhone* dengan tujuan tertentu seperti adanya tuntutan mencari simbol dan identitas pribadi mereka. Mahasiswa dengan usia 19-24 tahun ialah mereka yang sedang berada pada fase di mana mereka ingin mengekpresikan identitas diri serta mendapat pengakuan di lingkungan pergaulannya. Dalam situasi seperti ini, muncul dilema antara memenuhi kebutuhan utama yang lebih mendesak atau kebutuhan gaya hidup demi mempertahankan status sosial yang diakui oleh lingkungan mereka. Dari hasil wawancara penelitian terdapat beberapa argumen yang mengatakan bahwa *iPhone*

sering digunakan anak muda karena merupakan handphone *highclass*, misalnya ketika mengangkat telepon maka akan terlihat logo Apple sehingga orang yang berada di tempat tersebut menganggap itu *handphone* yang mahal atau *handphone* kalangan atas. Ada juga yang mengatakan *handphone* bisa mengungkapkan jati diri, terutama *iPhone* yang citranya sering dikaitkan dengan kalangan atas (Mulyati dan Haryanto, 2021).

Status sosial dalam masyarakat berkaitan dengan perilaku konsumtif. Status sosial adalah perubahan keadaan dalam masyarakat melalui aktivitas sosial. Status sosial ekonomi mengarah pada posisi dan tingkatan individu di kalangan masyarakat yang diukur berdasarkan pendidikan, jenis pekerjaan, pendapatan, kekayaan dan pengeluaran mereka. Secara garis besar status sosial serta *lifestyle* individu menunjukkan kepribadian dan perilaku mereka. Baik atau pun buruk keadaan ekonomi dapat memiliki dampak signifikan pada gaya hidup seseorang (Taluke, dkk 2021).

Menurut Herry SW seorang pengamat *gadget*, *iPhone* di Indonesia dipandang sebagai simbol status sosial yang mencerminkan tingkat kemampuan finansial seseorang. Faktor gengsi ini menjadi dorongan tersendiri bagi masyarakat, terutama di kalangan kelas menengah ke atas. “Pada dasarnya, *iPhone* di Indonesia masih dianggap sebagai simbol gaya hidup, dimana orang yang menggunakan *iPhone* dianggap lebih keren, elegan bahkan lebih gengsi” kata Herry dalam KumparanTeach. Kemudian Lucky Sebastian juga mengatakan bahwa banyak masyarakat Indonesia membeli *iPhone* disebabkan oleh faktor gaya hidup. Kata Lucky “Bagi kita *iPhone* menjadi suatu barang yang diminati, tidak hanya karena

teknologinya tetapi juga sebagai perangkat gaya hidup". Sehingga masyarakat menganggap *iPhone* sebagai simbol status sosial ekonomi (kumparan.com, 2023).

Gaya hidup sekarang ini merupakan ciri atau pun sifat masyarakat modern. Gaya hidup berhubungan erat terhadap kelas sosial individu yang mempengaruhi pola konsumsi tertentu. Gaya hidup individu yang memiliki pengaruh besar seperti para selebgram biasanya menjadi acuan seseorang untuk meniru hal yang sama dan cenderung melakukan perilaku konsumtif supaya bisa menyamakan diri dengan kelompok tertentu (Safri, 2018). Gaya hidup generasi Z berkaitan dengan penggunaan *iPhone* sebab bagi mereka terdapat kepuasan tersendiri ketika bisa mengikuti tren *iPhone*, hal ini yang menyebabkan mereka berusaha untuk bisa menggunakan produk terbaru dari *iPhone.* Kebanyakan remaja membeli *iPhone* biasanya didorong oleh gaya hidup, dengan adanya pandangan masyarakat bahwa orang yang mempunyai *iPhone* cenderung dianggap sebagai orang kaya (Pospos, 2024).

Di berbagai kota besar termasuk kota Pontianak terkhusus pada Kelurahan Sungai Jawi Dalam, *iPhone* telah berkembang menjadi simbol yang menandakan prestise, gaya hidup modern, dan pengakuan sosial di mata masyarakat. Kepemilikan *iPhone* tidak hanya sekadar soal fungsi atau kebutuhan komunikasi, melainkan lebih pada bagaimana perangkat ini dimaknai sebagai penanda identitas dan pencintraan diri, terutama di kalangan generasi Z. Banyak orang memilih menggunakan *iPhone* karena ingin menunjukkan bahwa mereka mengikuti perkembangan zaman dan ingin diakui dalam lingkungan sosialnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa *iPhone* telah menjadi simbol yang kuat dalam interaksi sosial,

dimana makna dan nilai yang melekat pada *iPhone* sering kali lebih penting daripada manfaat praktisnya.

iPhone sebagai simbol status sosial ekonomi ini menarik untuk dilakukan penelitian karena menggambarkan perubahan pola konsumsi masyarakat dan penambahan fungsi alat komunikasi yang selain berfungsi sebagai alat komunikasi juga berperan sebagai simbol status sosial ekonomi terutama pada generasi Z di era digital. Di daerah Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kota Pontianak, status sosial juga sering kali ditampilkan melalui barang-barang konsumtif dan *iPhone* menjadi salah satu produk yang di inginkan banyak orang. Sehingga fenomena ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana generasi Z memaknai *iPhone*, apakah anya sebatas simbol gengsi atau juga memiliki makna lain.

Temuan lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar generasi Z memandang *iPhone* sebagai simbol kemewahan, prestise, dan citra diri. Tetapi, ada juga yang memaknainya secara ekonomi, karena *iPhone* dianggap mampu menunjang pekerjaan maupun aktivitas produktif, seperti pembuatan konten digital dan aktivitas kerja lainnya. Hal ini menggambarkan bahwa makna *iPhone* bagi generasi Z beragam antara simbol status dan fungsi ekonomi. Selain itu, terdapat fenomena perbedaan perlakuan sosial yang dialami oleh pengguna dan bukan pengguna *iPhone.* Perbedaan yang ditemukan dilapangan seperti yang terjadi disebuah kafe, pengguna *iPhone* sering mendapatkan pelayanan yang lebih ramah oleh kasir, sementara bukan pengguna terkadang mendapat perlakuan kurang ramah. Perbedaan perlakuan ini mencerminkan bahwa *iPhone* bukan hanya

perangkat teknologi melainkan simbol yang mempengaruhi interaksi sosial dan stratifikasi dalam kehidupan sehari-hari.

Melihat latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis memiliki ketertarikan untuk membahas dan mempelajari lebih lanjut tentang *iPhone* sebagai simbol status sosial ekonomi sehingga penulis mengambil judul penelitian "*iPhone* Sebagai Simbol Status Sosial Ekonomi Pada Generasi Z di Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat Kota Pontianak".

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah di paparkan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Meningkatnya perilaku konsumtif pada generasi Z untuk memenuhi gaya hidup.
2. Terjadi peralihan fungsi telepon genggam dari sekadar alat komunikasi menjadi sebuah simbol status sosial ekonomi.
3. Terdapat beragam pandangan berbeda oleh masyarakat terhadap pengguna *iPhone* sebagai simbol status sosial ekonomi.

1.3. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka dalam penelitian akan dibatasi untuk menjaga kualitas dan fokus penelitian sehingga kajiannya tetap konsisten dan jelas. Oleh sebab itu penelitian

ini berfokus pada *iPhone* sebagai simbol status sosial ekonomi pada generasi Z di Kelurahan Sungai Jawi Dalam Kecamatan Pontianak Barat Kota Pontianak dengan menggunakan teori interaksionisme simbolik.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana generasi Z di Kelurahan Sungai Jawi Dalam memaknai *iPhone* sebagai salah satu simbol status sosial ekonomi?
2. Apa faktor yang mendorong generasi Z di Kelurahan Sungai Jawi Dalam menganggap *iPhone* sebagai simbol status sosial ekonomi seseorang?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah di paparkan di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut, yakni:

1. Untuk menganalisis makna *iPhone* sebagai simbol status sosial ekonomi pada generasi Z Kelurahan Sungai Jawi Dalam.
2. Untuk mengetahui faktor yang mendorong generasi Z di Kota Pontianak menganggap bahwa *iPhone* sebagai simbol status sosial ekonomi seseorang.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan kajian sosiologi, khususnya dalam memahami fenomena konsumsi simbolik di era digital. Penelitian ini memperkaya literatur tentang bagaimana *iPhone* sebagai produk teknologi tidak hanya dilihat dari segi fungsional tetapi juga sebagai simbol status sosial ekonomi di kalangan generasi Z. Temuan penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang perubahan pola konsumsi masyarakat modern yang kini lebih menekankan pada nilai simbolik suatu barang, serta memperkuat teori-teori yang membahas hubungan antara teknologi, identitas, dan status sosial dalam masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji peran teknologi dalam pembentukan identitas sosial dan perilaku konsumsi generasi muda.

1.6.2. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

   Penelitian ini berperan penting dalam mengasah kemampuan penulis untuk menerapkan berbagai teori dan pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura. Dengan adanya penelitian ini membantu penulis untuk mengembangkan keterampilan berpikir kritis, analitis, serta meningkatkan

kepercayaan diri dalam menyusun karya ilmiah yang relevan dengan fenomena sosial di masyarakat.

2) Bagi Masyarakat

   Penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi agar masyarakat, khususnya generasi Z dan orang tua supaya lebih bijak dalam mengambil keputusan konsumsi serta tidak terjebak pada perilaku konsumtif yang hanya berorientasi pada simbol atau gengsi.

3) Bagi Institusi Pendidikan

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan edukasi dan refensi dalam meningkatkan literasi digital serta pemahaman kritis terhadap pengaruh media dan teknologi dalam membentuk pola pikir dan perilaku konsumsi remaja.

4) Bagi Pelaku Industri dan Pemasaran

   Temuan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memahami tren generasi Z dalam memilih produk berdasarkan nilai simbolik dan citra merek.