

## ABSTRAK

**Putri Indah Sari. 2017. “Kepemilikan *iPhone* Bekas Sebagai *Personal Branding* di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial UNP”. *Skripsi*. Mahasiswa Jurusan Sosiologi Program Studi Pendidikan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Padang.**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan kepemilikan *iPhone* bekas Sebagai *personal branding* di kalangan mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial UNP. Latar belakang penelitian bermula dari beberapa mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi FIS UNP menggunakan *iPhone* bekas dari kalangan kelas menengah ke bawah sebagai ajang untuk *personal branding*. Realita tersebut membawa peneliti pada suatu pertanyaan yaitu bagaimana mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial melakukan perilaku *personal branding* melalui cara kepemilikan *smartphone* bekas bermerek *apple*. Pertanyaan tersebut akan dianalisis melalui 2 teori yaitu Teori konsumsi dari Jean Baudrillard yaitu sebagai *An Order Of Manipulation Of Sign* dan *The Theory Of The Leisure Class* dari Thorstein Veblen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus. Teknik pemilihan informan adalah dengan *purposive sampling*, jumlah informan sebanyak 9 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam (*indepth interview*) dan studi dokumentasi dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data dari Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan *iPhone* bekas di kalangan mahasiswa Sosiologi angkatan 2017 yang dilihat dari perilaku *personal branding* yang dilakukan mahasiswa Sosiologi FIS UNP angkatan 2017 melalui 4 cara; 1) *Mirror Selfie* 2) Konten tiktok 3) *Instastory* instagram mengenai kata-kata bijak dan; 4) *Instastory* instagram tentang kegiatan sehari-hari. Selanjutnya alasan mahasiswa Sosiologi angkatan 2017 memakai *iPhone* dilihat dari parameternya; 1) Pertimbangan kualitas kamera; 2) Lebih bergengsi; 3) Pengaruh Lingkungan; 4) Ingin mengikuti *trend* dan; 5) menunjukkan kelas sosial.

**Kata kunci:** Kepemilikan *iPhone* bekas, *Personal Branding*, Mahasiswa