

Vape Sebagai Gaya Hidup Baru (studi kasus pengguna vape di Kota Makassar) = Vape Sebagai Gaya Hidup Baru

Dody Bimantara Marsigit, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20481661&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Vapers (pengguna vape) tidak hanya melihat vape dari nilai guna utamanya saja, yaitu sebagai alternatif pengganti rokok konvensional. Mereka juga melihat vape dari sisi nilai estetikanya. Salah satu alasannya adalah, karena vape yang sebenarnya diperuntukkan kepada para perokok, ternyata bisa membuat tertarik orang-orang yang bukan perokok. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bagaimana proses ekspansi produk vape yang merupakan hal baru, sehingga bisa diterima oleh masyarakat. Selain itu penelitian ini juga menjelaskan tentang bagaimana para penggunanya tidak hanya melihat vape dari nilai gunanya saja melainkan dari nilai estetikanya berdasarkan merk, model, dan keaslian barang melalui perspektif budaya konsumen Featherstone. Vape juga dijadikan sebagai gaya hidup konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari kesadaran untuk memperbaiki diri, mobilitas sosial dan perubahan diri para penggunanya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan datanya adalah wawancara serta observasi mendalam.

Kata

Kunci: budaya konsumen, gaya hidup konsumen, perokok, vape

ABSTRACT

Vapers (vape users) do not only value vaping as a alternative to the traditional cigarettes. However, people also view vaping from its aesthetic point of view. One of the main reasons of vaping. This research has indicated how this new product has been successfully expanded to be accepted by community. Moreover, this study also explains of how vapers view vaping not only from it main values but also from it aesthetic values base on brands, models, and the authenticity products based on the consumer culture Featherstone point of view. Vape is also used as a consumer culture lifestyle as users becoming more aware of improving themselves, social mobility, and self-changes of users. This research uses qualitative methods and in-depth interview as the data collection technique as well as observation.

Keywords: consumer culture, consumer lifestyle, smokers, vape