

ABSTRAK

Masyarakat *modern* saat ini, memiliki keinginan untuk mengikuti adanya perkembangan teknologi. Salah satu hasil adanya perkembangan teknologi, yaitu adanya teknologi *vape*. *Vape* merupakan alat pengganti rokok yang lebih alternatif dan lebih *modern*. Dengan meningkatnya pengguna *vape*, memunculkan adanya perkembangan budaya baru penggunaan *vape*. Dengan perkembangan budaya *vape* tersebut, memunculkan adanya budaya populer penggunaan *vape*. Pada proses perkembangan budaya populer *vape* tersebut, terdapat perkembangan nilai *self-esteem*. Pemakaian barang tersebut merupakan penggambaran gaya hidup konsumerisme. Pada penelitian ini gaya hidup konsumerisme penggunaan *vape* yang dianalisis dengan Teori Masyarakat Konsumerisme oleh Jean Baudrillard. Penelitian ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan pola konsumsi konsumen dan faktor-faktor yang mendorong terjadinya pola konsumsi pengguna *vape* di Java Vape. Hal tersebut dapat menggambarkan perilaku konsumerisme pada pengguna *vape*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan jenis data deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara, melalui pedoman wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data yang diambil dari hasil wawancara narasumber sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Pada tahap analisis data, penelitian ini menggunakan teknik analisis data interaktif. Pada penelitian ini didapatkan hasil data dari narasumber yang rata-rata merupakan mahasiswa yang setiap bulannya menghabiskan Rp300.000,00-Rp350.000,00 untuk memenuhi kebutuhan *vape*. Selain itu terdapat data wawancara dari pekerja Java Vape dalam cara pandang mereka terhadap pola konsumsi pengguna *vape* yang berbelanja di Java Vape. Dari hasil data tersebut didapatkan gambaran tentang *vape* memengaruhi gaya hidup, kelas sosial, dan kepuasan diri. Hal tersebut merupakan akibat dari pengaruh adanya pandangan pengguna *vape* yang menggunakan *vape* untuk kebutuhan di luar fungsi aslinya. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pola perilaku konsumerisme pada pengguna *vape* dipengaruhi adanya faktor-faktor tertentu, serta cenderung memunculkan dampak negatif yaitu adanya perilaku konsumtif.

Kata Kunci: *Vape*, Pola Konsumsi, Citra iklan, Gaya Hidup Konsumerisme, Nilai Simbol.

ABSTRACT

Today's modern society has the desire to follow technological developments. One of the results of technological developments, namely the existence of vape technology. Vape is a more alternative and more modern substitute for cigarettes. With the increase in vape users, there is the development of a new culture of vape use. With the development of vape culture, there has been a popular culture of vape use. In the process of developing popular vape culture, there is a development of the meaning of vape as a sign to reflect lifestyle, status symbol, and self-appreciation. The meaning of these goods is a depiction of a consumerist lifestyle. In this research, the consumerist lifestyle of using vape will be analyzed in line with the Theory of Consumerism Society by Jean Baudrillard. This research also aims to describe consumer consumption patterns and the factors that drive the consumption patterns of vape users at Java Vape. This can describe the consumerism behavior of vape users. This research is qualitative research using descriptive data types. Data collection in this study was carried out using the interview method, through interview guidelines, observation, and documentation. Sources of data were taken from interviews with informants according to predetermined criteria. At the data analysis stage, this study used qualitative methods. In this research, data was obtained from sources who on average were students who spent Rp300.000,00-Rp350.000,00 every month to meet their vape needs. Apart from that, there is interview data from Java Vape workers regarding their views on the consumption patterns of vape users who shop at Java Vape. From the results of these data, an overview is obtained about vape affecting lifestyle, social class, and self-satisfaction. This is a result of the influence of the views of vape users who use vape for needs other than its original function. From this research, it can be concluded that consumerist behavior patterns among vape users are influenced by certain factors, and tend to have negative impacts, namely consumer behavior.

Keywords: Vape, Consumption Patterns, Advertising Image, Consumerist Lifestyle, Symbolic Value.