

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penggunaan rokok elektrik di kalangan Generasi muda telah menjadi topik penelitian yang menarik karena adanya pergeseran yang terjadi dan berkaitan erat dengan identitas diri, gaya hidup, serta interaksi sosial. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa rokok elektrik tidak hanya dipandang sebagai alternatif rokok konvensional, tetapi juga berfungsi sebagai simbol modernitas, prestise, dan ekspresi diri. Studi-studi dari penelitian terdahulu kebanyakan menggunakan metode kualitatif, seperti wawancara mendalam, observasi, dan studi kasus, sehingga mampu menganalisa motivasi, pengalaman subjektif, dan persepsi pengguna secara mendalam.

Dari tinjauan penelitian terdahulu, dapat dilihat adanya kesenjangan penelitian, khususnya mengenai bagaimana Generasi muda mengalami pergeseran dari rokok konvensional ke penggunaan rokok elektrik sebagai bagian dari gaya hidup, serta pengaruh interaksi sosial dan teman sebaya. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menekankan aspek motivasi intrinsik-ekstrinsik, pemaknaan gaya hidup, dan pengaruh sosial di Tangerang Selatan.

Bramantyo dan Wulandari (2020) melalui penelitian “Pemahaman Makna Hijab Vapers dalam Menggunakan Vape” menggunakan pendekatan fenomenologi untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif perempuan berhijab yang menggunakan rokok elektrik. Dengan wawancara mendalam terhadap 12 partisipan dan analisis tematik, penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan rokok elektrik merupakan simbol modernitas, ekspresi diri, dan identitas sosial yang selaras dengan norma agama dan budaya komunitas hijabers tersebut. Dari sisi teori, penelitian ini menekankan pentingnya konteks sosial dan budaya dalam membentuk makna, sementara dari metodologi menyoroti fenomenologi sebagai alat memahami pengalaman subjektif. Penelitian ini memberikan dasar penting, tetapi terbatas pada kelompok perempuan yang berhijab. Posisi penelitian saat ini adalah memperluas cakupan penelitian dengan mengkaji Generasi Z secara umum di

wilayah Tangerang Selatan, menambahkan analisis motivasi intrinsik-ekstrinsik, serta menelusuri pengaruh teman sebaya, sehingga menghadirkan kebaruan dari sisi isu, teori, dan metodologi.

Harjanti dan Riswandari (2024) dalam penelitian “Makna Simbolik Pengguna Rokok Elektrik (Vape) Perempuan pada Komunitas HexOhm Pasuruan” menggunakan teori simbolik interaksionisme dan metode studi kasus kualitatif melalui observasi partisipatif. Penelitian ini menekankan bagaimana rokok elektrik digunakan sebagai sarana/symbol kebebasan, simbol identitas, dan alat sosialisasi. Analisis ini relevan karena menyoroti konstruksi identitas sosial melalui praktik vaping. Namun, penelitian ini hanya meneliti komunitas tertentu dan kurang menekankan motivasi intrinsik-ekstrinsik serta pengaruh teman sebaya, sehingga penelitian saat ini berposisi melengkapi penelitian terdahulu dengan memperluas konteks, memperkaya isu sosial, dan memadukan teori identitas sosial dengan motivasi konsumen.

Oktavia dkk., (2023) meneliti “Motif Penggunaan Rokok Elektrik (Vape) Studi Kasus Mahasiswi Antropologi Sosial FISIP UNTAN” dengan pendekatan studi kasus dan wawancara mendalam 10 mahasiswi. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial, estetika, dan identitas diri menjadi motif utama penggunaan rokok elektrik. Dari sisi metodologi, penelitian ini relevan karena menekankan mendalami pengalaman individu, tetapi dari sisi isu, fokusnya terbatas pada motif individual dan tidak mengaitkan dengan pengaruh teman sebaya.

Fitharizby (2020) meneliti persepsi remaja terhadap vape di Desa Sea, Kecamatan Pineleng melalui wawancara semi-terstruktur terhadap 15 partisipan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa remaja melihat rokok elektrik sebagai alat yang modern, lebih aman dibanding rokok konvensional, dan penggunaan dipengaruhi teman sebaya serta adanya rasa penasaran. Dari sisi teori dan isu, penelitian ini memberikan wawasan tentang persepsi dan pengaruh sosial, namun kurang menekankan pemakaian rokok elektrik sebagai gaya hidup dan identitas sosial. Penelitian ini menjadi acuan bagi penelitian saat ini untuk memvalidasi dan memperdalam analisis pengaruh sosial, terutama dalam konteks motivasi dan dampak dari interaksi teman sebaya.

Musfialdy (2025) melalui “Konstruksi Makna Kenyamanan dalam Penggunaan Vape bagi Remaja Perempuan di Siak Sri Indrapura: Perspektif Fenomenologi Sosial” meneliti pengalaman subjektif remaja perempuan dalam menggunakan rokok elektrik dengan fenomenologi sosial. Penelitian tersebut menyatakan bahwa kenyamanan penggunaan rokok elektrik dikaitkan dengan relaksasi, ekspresi diri, dan interaksi sosial. Fokus penelitian ini menekankan dimensi emosional dan sosial, tetapi belum menelusuri motivasi intrinsik-ekstrinsik dan pengaruh teman sebaya secara mendalam.

Penelitian internasional oleh Robertson, Hoek, & Blank (2022) “*A Qualitative Analysis of Electronic Nicotine Delivery Systems (ENDS) Uptake and Use among Young Adult Never-Smokers in New Zealand*” menggunakan wawancara mendalam untuk mengeksplorasi motivasi pemuda non-perokok dalam menggunakan ENDS. Hasil penelitian menyoroti rasa penasaran, estetika, dan norma kelompok sebagai faktor utama. Meskipun memberikan perspektif dari non-perokok, penelitian penulis ini ingin memperluas penelitian ini dengan memasukkan pengaruh interaksi sosial, dan pemaknaan rokok elektrik sebagai bagian dari gaya hidup.

Dengan menganalisis keenam penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa walaupun banyak studi meneliti motivasi, persepsi, dan penggunaan rokok elektrik masih terdapat kesenjangan penelitian terkait pemaknaan rokok elektrik sebagai bagian dari gaya hidup Generasi muda, khususnya fenomena pergeseran dari rokok konvensional yang disebabkan oleh interaksi sosial dan teman sebaya. Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi, dan memperluas penelitian terdahulu, dengan menekankan aspek pemaknaan gaya hidup, motivasi intrinsik-ekstrinsik, dan pengaruh teman sebaya di Tangerang Selatan.

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	Pemahaman Makna Hijab Vapers dalam Menggunakan Vape	Makna Simbolik Pengguna Rokok Elektrik (VAPE) Perempuan pada Komunitas HexOhm Pasuruan	Motif Penggunaan Rokok Elektrik (Vape): Studi Kasus Mahasiswi Antropologi Sosial FISIP UNTAN	Persepsi Remaja Pada Rokok Elektrik Vape (Studi Pada Anak Usia Remaja Di Desa Sea Kecamatan Pineleng)	Konstruksi Makna Kenyamanan dalam Penggunaan Vape bagi Remaja Perempuan di Siak Sri Indrapura	A qualitative analysis of electronic nicotine delivery systems (ENDS) uptake and use among young adult never-smokers in New Zealand
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun	Bagus Dwi Bramantyo & Christiana Wulandari (2020)	D. A. Puji Harjanti & N. Riswandari (2024)	Oktavia, S., Banowati, L., Anindita, M. W., Musa, D. T., & Alamri, A. R. (2023.)	Fitharizby, I. K., Boham, A., & Senduk, J. J. (2020).	Musfialdy, F.(2025)	Robertson, L., Hoek, J., & Blank, M. (2022).

	Terbit, dan Penerbit						
3.	Fokus Penelitian	Makna & negosiasi identitas pengguna vape yang berhijab	Mengidentifikasi makna simbolik dan identitas diri perempuan pengguna vape dalam komunitas.	Mengungkap motif sosial, estetika, dan identitas diri dalam penggunaan vape di kalangan mahasiswa.	Menjelaskan persepsi remaja tentang vape, faktor sosial dan kultural yang memengaruhi penggunaannya.	Menganalisis konstruksi makna kenyamanan dan pengalaman personal pengguna vape perempuan.	Mengkaji motivasi, pengalaman, dan alasan penggunaan ENDS pada kelompok muda non-perokok.
4.	Teori	Fenomenologi, Interaksi Simbolik, Identitas Sosial	Dramaturgi Goffman, Konstruksi Makna.	Teori Motivasi Sosial & Gaya Hidup.	Teori Persepsi Risiko, Interaksi Simbolik.	Teori Identitas Sosial & Presentasi Diri	Health Behavior Theory, Cultural Identity Framework
5.	Metode Penelitian	Kualitatif – wawancara mendalam & analisis tematik	Kualitatif – wawancara & observasi partisipatif	Kualitatif – studi kasus & wawancara mendalam.	Kualitatif – wawancara dan observasi lapangan.	Kualitatif – fenomenologi & analisis naratif	Kualitatif – in-depth interviews & thematic analysis
6.	Persamaan dengan penelitian	Memiliki kesesuaian pada fokus kajian mengenai	Menunjukkan kesamaan dalam mengkaji peran komunitas dan simbolisme yang	Sejalan dalam meneliti motivasi intrinsik maupun	Sama dalam mengungkap persepsi serta faktor-faktor yang	Memiliki kesamaan dalam menelaah pengalaman	Memiliki keterkaitan dalam pendekatan kualitatif

	yang dilakukan	pemakaian penggunaan vape sebagai bagian dari identitas diri dan representasi sosial pengguna	melekat pada penggunaan vape, khususnya pada kelompok perempuan	ekstrinsik yang memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan vape, termasuk faktor sosial dan pencarian penerimaan.	memengaruhi perilaku vaping, sehingga mendukung pemahaman mengenai proses pembentukan makna penggunaan vape.	subjektif dan kenyamanan pengguna sebagai elemen penting dalam membentuk konstruksi makna terkait vape	yang mendalami makna, pengalaman, dan motivasi penggunaan vape, sehingga memperkuat kerangka konseptual penelitian ini.
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Penelitian ini terbatas pada kelompok pengguna hijab yang nge-vape, sedangkan penelitian yang dilakukan mencakup generasi Z secara lebih luas tanpa membatasi	Fokus penelitian hanya pada perempuan dan komunitas spesifik, sementara penelitian ini mencakup pengguna dari berbagai latar belakang dan mempertimbangkan dinamika sosial lebih luas.	Penelitian terdahulu menitikberatkan pada motif penggunaan, sedangkan penelitian ini memperluas pembahasan pada dimensi gaya hidup dan pengaruh teman sebaya.	Lebih menyoroti persepsi risiko dan pengetahuan remaja tentang vape, sementara penelitian ini berfokus pada pemakaian vape sebagai gaya hidup.	Menekankan kenyamanan penggunaan, sedangkan penelitian ini menambahkan analisis motivasi intrinsik-ekstrinsik serta penerimaan sosial.	Dilakukan di luar konteks Indonesia, sehingga penelitian ini menawarkan kontribusi kebaruan dari sudut pandang budaya dan sosial generasi Z di Indonesia.

		atribut identitas tertentu					
8.	Hasil Penelitian	Menemukan bahwa penggunaan vape dipandang sebagai sarana ekspresi diri dan membangun identitas kelompok hijabers modern	Komunitas memiliki peran penting dalam memberikan legitimasi sosial terhadap perilaku vaping.	Menunjukkan bahwa motivasi utama penggunaan vape adalah faktor sosial, estetika, dan dianggap lebih “kekinian”.	Menyimpulkan bahwa persepsi remaja tentang vape cenderung positif karena dipandang lebih aman dan modern.	Menghasilkan temuan bahwa kenyamanan menjadi alasan utama remaja perempuan menggunakan vape dan membentuk makna personal terhadap penggunaan vape.	Mengungkap bahwa alasan penggunaan ENDS pada non-perokok didorong oleh rasa penasaran, estetika, dan norma sosial yang berkembang di kalangan anak muda.



2.2 Landasan Teori

2.2.1 Komunikasi Identitas

Komunikasi identitas adalah teori yang menjelaskan bagaimana individu membentuk dan menampilkan identitas dirinya melalui proses komunikasi dalam interaksi sosial. Michael Hecht dalam (Littlejohn and Foss, 2009, p. 131) menguraikan bahwa identitas terbagi ke dalam dua dimensi, dan dua dimensi tersebut berinteraksi lalu terurai ke dalam empat tingkatan atau lapisan, yaitu *personal*, *enacted*, *relational*, dan *communal identity*.

Lapisan *personal identity* merujuk pada bagaimana individu memandang dirinya sendiri, termasuk nilai, keyakinan, dan citra diri yang ingin dipertahankan. Sementara itu, *enacted identity* berkaitan dengan bagaimana identitas tersebut diekspresikan melalui perilaku komunikasi, simbol, dan tindakan yang dapat diamati oleh orang lain. Selanjutnya, *relational identity* menjelaskan bahwa identitas terbentuk melalui hubungan dengan orang lain, khususnya dalam interaksi interpersonal dan kelompok. Adapun *communal identity* berkaitan dengan rasa memiliki terhadap kelompok sosial yang lebih luas, di mana identitas seseorang dipengaruhi oleh norma, kebiasaan, dan makna kolektif yang hidup dalam komunitasnya.

2.3 Landasan Konsep

2.3.1 Pemaknaan

Konsep pemaknaan menjelaskan bahwa individu tidak hanya berperan sebagai penerima pesan secara pasif, tapi juga sebagai penerima yang aktif dalam memberikan makna terhadap pesan yang diterimanya. Menurut Hall dalam (Xie et al. 2022), makna tidak terbentuk secara otomatis dari pesan yang disampaikan oleh media, melainkan melalui proses *decoding* yang dilakukan oleh audiens. Dalam proses tersebut, setiap individu dapat menghasilkan pemaknaan yang berbeda karena dipengaruhi oleh latar belakang, budaya, pengalaman, pengetahuan, serta nilai-nilai yang dimilikinya. Oleh karena itu, pesan yang sama dapat dimaknai

secara beragam oleh audiens yang berbeda. Hall juga menjelaskan bahwa makna tidak melekat secara tetap pada teks media, tetapi dibentuk melalui interaksi antara pesan yang diproduksi oleh media dan interpretasi yang dilakukan oleh audiens. Dengan demikian, pemaknaan merupakan proses aktif yang memungkinkan khalayak untuk menerima, menegosiasikan, atau bahkan menolak makna yang ditawarkan oleh suatu pesan media.

2.3.2 Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan cara seseorang mengekspresikan dirinya melalui aktivitas, minat, dan interaksi yang dijalankan dalam keseharian. Menurut (Bourdieu, 2018) gaya hidup terbentuk melalui “habitus” yang artinya kebiasaan dan pola pikir yang terbentuk dari pengalaman dan latar belakang seseorang. “Habitus” atau kebiasaan ini yang menentukan bagaimana individu bertindak, berpikir, serta melakukan setiap pilihan dalam hidup. *“Lifestyle is a unitary set of distinctive preferences generated by taste, through which individuals express their social position across different domains of life.”* (Bourdieu, 2018, p. 173)

Gaya hidup tidak muncul atau terbentuk begitu saja, tapi melalui proses sosial yang panjang dan juga dipengaruhi oleh lingkungan tempat seseorang bertumbuh. Menurut (Giddens, 2020) gaya hidup itu “proyek diri” yang selalu diperbarui sepanjang waktu. Melalui pandangan ini, setiap individu memiliki kebebasan untuk menentukan bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain. Misalnya, dari pemilihan pakaian, cara berbicara, yang dimana seseorang secara sadar membangun citra dan identitas dirinya. Gaya hidup menjadi sarana penting untuk mengekspresikan kebebasan dan keunikan diri di tengah masyarakat.

Selain itu, (Featherstone, 2019) menambahkan bahwa perkembangan ekonomi dan budaya membuat gaya hidup menjadi hal yang bersifat komersial. Di era sekarang ini gaya hidup dapat diproyeksikan dalam bentuk produk dan citra yang ditampilkan melalui media massa. Seseorang bisa membeli “gaya hidup” tertentu melalui barang seperti pakaian tren, gadget, atau tempat hiburan tertentu. Konsumsi produk-produk sekarang ini bukan lagi hanya untuk memenuhi

kebutuhan, tetapi untuk memperoleh pengakuan sosial dan membangun identitas diri.

Secara keseluruhan, gaya hidup dapat disimpulkan sebagai hasil interaksi dari pilihan pribadi dan pengaruh sosial. Setiap individu memiliki kebebasan untuk menentukan gaya hidupnya, tetapi pilihan tersebut tetap dipengaruhi oleh lingkungan, nilai-nilai sosial, dan budaya yang melingkupinya. Dalam masyarakat modern, gaya hidup menjadi simbol dari siapa seseorang dan bagaimana ia ingin dipersepsikan oleh orang lain.

Dengan demikian, gaya hidup bukan hanya sekadar kebiasaan, tetapi juga bentuk komunikasi sosial yang mencerminkan nilai, status, dan identitas. Pemahaman tentang gaya hidup memerlukan pendekatan yang luas karena melibatkan aspek sosial, psikologis, dan budaya. Gaya hidup tidak pernah berdiri sendiri, karena selalu terkait dengan cara manusia memahami dirinya dan dunia di sekitarnya.

2.3.3 Konsumsi Simbolik

Konsumsi simbolik merupakan konsep yang memandang aktivitas konsumsi tidak hanya berorientasi pada fungsi suatu produk, tetapi juga pada makna sosial, budaya, dan simbolik yang melekat pada produk tersebut. Secara teoritis, konsep ini berakar pada pemikiran (Bourdieu, 2018) tentang *taste*, *distinction*, dan *cultural capital*, “The very close relationship linking cultural practices (or the corresponding opinions) to educational capital and, secondarily, to social origin...” (Bourdieu, 2018, p. 13). yang menjelaskan bahwa preferensi konsumsi individu merepresentasikan posisi sosial serta menjadi penanda pembeda antar kelompok. Dalam kerangka ini, pilihan terhadap suatu produk bukan hanya didasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi juga pada bagaimana produk tersebut mampu merepresentasikan gaya hidup, kelas sosial, dan selera budaya tertentu. Perspektif Bourdieu ini sangat relevan dengan budaya konsumsi anak muda, di mana objek yang digunakan sering kali berfungsi sebagai penanda simbolik atas identitas kelompok.

(Dalla Chiesa dan Dekker, 2024) menjelaskan bahwa barang memiliki *symbolic meaning* yang memungkinkan individu mengonstruksi dan mengomunikasikan identitas sosialnya kepada jejaring sosial melalui dua dimensi utama, yaitu status dan taste. Mereka menegaskan bahwa barang dikonsumsi tidak hanya untuk kegunaan praktis, tetapi juga karena kemampuannya menjadi medium untuk menunjukkan preferensi sosial, diferensiasi selera, dan afiliasi budaya.

Dalam konteks komunikasi, *symbolic consumption* menunjukkan bahwa makna suatu produk terbentuk melalui interaksi sosial dan interpretasi kolektif. Sebuah barang memperoleh nilai simboliknya ketika digunakan untuk merepresentasikan citra tertentu yang diakui oleh kelompok sosial. Oleh sebab itu, produk konsumsi dapat berfungsi sebagai *medium lifestyle signaling*, yaitu sarana untuk menampilkan kesan modern, autentik, eksklusif, atau dekat dengan budaya tertentu. Dengan demikian, landasan konsep konsumsi simbolik digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana mahasiswa memaknai rokok elektrik sebagai simbol gaya hidup, penanda selera sosial, serta medium komunikasi simbolik dalam proses pembentukan identitas dan penerimaan sosial.

2.3.4 Social Vaper

Menurut Robertson, Hoek, & Blank (2022) *social vaper* menggambarkan individu yang menggunakan rokok elektrik dalam situasi tertentu saja, terutama ketika berada di lingkungan sosial. Penggunaan tersebut tidak dilakukan secara terus-menerus atau intens, melainkan lebih bergantung pada kondisi dan konteks, seperti saat berkumpul, nongkrong, atau berinteraksi dengan teman sebaya. Dengan demikian, penggunaan rokok elektrik dalam konteks ini bersifat situasional dan mengikuti dinamika sosial yang sedang berlangsung.

Perilaku tersebut tidak dapat dipisahkan dari proses interaksi sosial antarindividu. Menurut (Soejono, 2012), interaksi sosial terjadi apabila terdapat dua unsur utama, yaitu kontak sosial dan komunikasi. Kontak sosial sendiri dapat berlangsung dalam berbagai bentuk, baik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun antarkelompok. Dalam konteks penggunaan rokok

elektrik, interaksi ini tidak hanya terlihat dari aktivitas penggunaan, tetapi juga dari respon, penerimaan, serta hubungan yang terjalin dalam lingkungan pertemanan.

Selain itu, perilaku sebagai *social vaper* juga dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal berkaitan dengan lingkungan sosial, seperti keluarga dan terutama teman sebaya. Dalam situasi ini, individu cenderung menyesuaikan diri dengan kebiasaan yang ada dalam kelompoknya. Hal ini sejalan dengan penelitian (Nugroho, 2017) yang menyatakan bahwa individu dengan kebiasaan merokok lebih mudah membangun interaksi dengan sesama pengguna dibandingkan dengan non-pengguna. Fenomena serupa juga dapat dilihat pada pengguna rokok elektrik, di mana mereka cenderung lebih merasa nyaman dan terhubung dengan sesama pengguna dalam situasi sosial.

Di sisi lain, faktor internal berkaitan dengan bagaimana individu memaknai rokok elektrik tersebut. Bagi sebagian generasi muda, penggunaan rokok elektrik dipandang sebagai hal yang wajar dan bahkan menjadi bagian dari identitas diri. Dalam beberapa situasi, rokok elektrik juga dimaknai sebagai simbol keakraban, kedekatan sosial, serta representasi gaya hidup yang ingin ditampilkan dalam lingkungan pertemanan.

Penggunaan rokok elektrik juga berkaitan dengan pembentukan citra diri, citra ini sering kali dipersepsikan sebagai bentuk keaslian diri atau sikap apa adanya (Nurohmah, Nurbayani, & Samlawi, 2020). Dalam lingkungan sosial, karakter tersebut justru dapat memberikan nilai positif, seperti dianggap loyal dan memiliki solidaritas yang kuat terhadap kelompoknya. Menurut (Jabeen, 2018), dalam konteks modern, perilaku maskulin sering kali ditunjukkan sebagai upaya untuk memperoleh pengakuan, status, serta penerimaan dalam kelompok sosial.

Dengan demikian, konsep social vaper menunjukkan bahwa penggunaan rokok elektrik tidak semata-mata didasarkan pada kebutuhan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh interaksi sosial, lingkungan pertemanan, serta makna yang dibangun individu terhadap dirinya sendiri. Oleh karena itu, rokok elektrik tidak hanya dipahami sebagai alat konsumsi, tetapi juga sebagai bagian dari proses sosial dan pembentukan identitas di kalangan generasi muda.

2.3.5 Rokok Elektrik

Rokok elektrik merupakan perangkat elektrik yang dirancang untuk menghantarkan nikotin melalui proses pemanasan cairan yang mengandung nikotin (*e-liquid*). Menurut (WHO, 2023), rokok elektrik dikategorikan sebagai *Electronic Nicotine Delivery Systems* (ENDS), yaitu perangkat yang bekerja dengan cara memanaskan cairan yang biasanya terdiri dari nikotin, propilen glikol, gliserin, dan perasa, sehingga menghasilkan uap yang dihirup oleh pengguna.

Tidak seperti rokok konvensional yang melalui proses pembakaran tembakau untuk menghasilkan asap, rokok elektrik menghasilkan uap melalui proses pemanasan, sehingga sering kali dianggap sebagai alternatif yang lebih modern dan “lebih aman”. Namun, sejumlah penelitian mengatakan bahwa uap yang dihasilkan tetap mengandung zat kimia berbahaya dan nikotin yang bersifat adiktif, yang berpotensi menimbulkan gangguan kesehatan seperti iritasi paru-paru, gangguan jantung, dan ketergantungan nikotin (U.S. Food and Drug Administration, 2023).

Sejarah munculnya rokok elektrik dimulai pada tahun 2003 ketika seorang asal Tiongkok bernama Hon Lik menciptakan perangkat penguap nikotin sebagai alternatif rokok tembakau. Produk ini kemudian berkembang pesat secara global dan mulai dikenal di Indonesia sekitar tahun 2014. Seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial, rokok elektrik mengalami perubahan makna dan tidak hanya berfungsi sebagai alternatif rokok, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup, simbol identitas diri, serta penanda modernitas bagi sebagian kalangan muda (Global Tobacco Report, 2022).

Perangkat rokok elektrik memiliki beberapa bagian seperti baterai, coil, *cartridge* yang berisi cairan nikotin (*e-liquid*), serta penutup *cartridge* yaitu *mouthpiece* yang digunakan untuk menghirup uap. Cairan atau yang biasa disebut *liquid* yang digunakan memiliki kandungan campuran nikotindan perasa buatan yang memiliki rasa yang bervariasi, mulai dari rasa teh, soda, buah-buahan dan

makanan manis. Banyaknya variasi rasa dan desain perangkat yang unik menjadi salah satu daya tarik utama bagi pengguna.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang ada, rokok elektrik sekarang hadir dalam berbagai jenis yang memiliki karakteristik, bentuk, dan cara penggunaan yang berbeda-beda. Jenis-jenis rokok elektrik yang umum ditemukan sebagai berikut:

1. *E-Cigarette*

E-Cigarette adalah salah satu bentuk dari rokok elektrik yang mirip dengan rokok tembakau biasa, baik dari segi ukuran maupun warna. Alat ini menggunakan cartridge sekali pakai yang sudah berisi cairan nikotin. *Device* ini tidak memiliki tombol apapun jadi bisa langsung dipakai. Namun peminatnya sedikit karena memiliki ketahanan baterai yang kecil dan tidak bisa diisi ulang.

2. Vape Pen

Vape pen memiliki ukuran yang lebih besar daripada *e-cigarette* dan bedanya dengan E-Cigarette, Vape pen memiliki tombol untuk mengaktifkan pemanas. Jenis ini memiliki *cartidge* yang dapat diisi ulang dan daya tahannya lebih lama. Vape *pen* menjadi lebih populer karena harganya lebih terjangkau dan menghasilkan uap yang lebih banyak dibandingkan *e-cigarette*.

3. MOD (*Modified Vape*)

MOD adalah *device* yang bisa di *customize*. Pengguna bisa mengatur watt, kapasitas tenaga, serta intensitas uap sesuai keinginan. Terdapat dua jenis MOD, yaitu *mechanical* mod (tanpa sirkuit pengaman) dan *regulated* mod (dilengkapi dengan sistem kontrol). Meskipun membutuhkan pengetahuan teknis lebih, MOD banyak digemari karena menghasilkan sensasi *vaping* yang lebih kuat dan dapat dimodifikasi sesuai preferensi tiap individu. Akan tetapi produk ini memerlukan biaya *maintenance* yang lebih tinggi dibanding perangkat yang lain

4. POD

POD merupakan adalah inovasi dari MOD dengan ukuran lebih kecil dan sistem yang lebih mudah digunakan. POD menggunakan *cartridge* yang berisi cairan dan *coil* di dalam satu wadah, untuk perawatan POD hanya perlu mengganti *cartridge* secara berkala. POD bisa dibidang sangat populer di kalangan generasi muda karena mudah digunakan, banyak *design*, dan memiliki banyak varian rasa.

5. AIO (*All in One*)

AIO adalah gabungan dari sistem yang digunakan oleh MOD dan POD. Perangkat ini memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan *watt* dan uap tanpa memerlukan banyak komponen tambahan seperti MOD. Desainnya lebih ringkas dan performanya lebih fleksibel menjadikan AIO pilihan ideal bagi pengguna yang menyukai *feel* penggunaan MOD.

6. *Disposable* Vape (Rokok Elektrik Sekali Pakai)

Disposable vape ini merupakan inovasi terbaru yang semakin populer karena lebih mudah dan ringkas. *Disposable* vape sudah berisi cairan dan baterai yang tidak dapat diisi ulang. Setelah cairannya habis, perangkat dibuang. Jenis ini banyak diminati oleh pengguna baru karena tidak memerlukan perawatan, pengisian, atau penggantian komponen. *Disposable* vape ini juga lebih mudah ditemukan di toko-toko seperti Indomaret dan Alfamart.

7. IQOS

Berbeda dari vape pada umumnya, IQOS adalah perangkat yang memanaskan tembakau asli (bukan cairan) pada suhu tertentu tanpa membakarnya (dipanggang). IQOS dianggap menghasilkan zat kimia berbahaya dalam jumlah lebih sedikit dibandingkan rokok konvensional, tetapi tetap mengandung nikotin dan memiliki risiko kesehatan yang signifikan (WHO, 2023).

Keberagaman jenis rokok elektrik ini menunjukkan bahwa teknologi vape terus berkembang mengikuti kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. Masing-

masing jenis memiliki karakteristik tersendiri dalam hal rasa, kepraktisan, dan estetika desain. Di kalangan generasi muda, terutama Generasi Z, pemilihan jenis rokok elektrik sering kali tidak hanya berdasarkan pada fungsi, tetapi juga faktor gaya hidup, citra diri, serta lingkungan sosial.

2.3.6 Lingkungan Pertemanan (*circle*)

Lingkungan pertemanan adalah salah satu aspek yang berperan penting dalam membentuk perilaku, nilai, dan cara pandang individu terhadap kehidupan mereka. Pertemanan bisa diartikan sebagai hubungan sosial yang terbentuk atas rasa saling percaya, saling mendukung, serta adanya rasa keterikatan emosional antara dua orang atau lebih. Dalam hubungan pertemanan, individu biasanya saling berbagi pengalaman, memberikan dukungan moral, serta menjadi tempat untuk mengekspresikan diri secara bebas. Pertemanan bukan hanya sekadar hubungan sosial biasa, melainkan juga menjadi sarana seseorang untuk memahami dirinya melalui interaksi dengan orang lain.

Lingkungan pertemanan juga dapat menjadi tempat terbentuknya nilai-nilai sosial dan kebiasaan yang memengaruhi gaya hidup individu. Setiap kelompok pertemanan memiliki norma dan kebiasaan yang tidak tertulis, yang sering kali menjadi acuan perilaku bagi anggotanya. Melalui proses interaksi, individu belajar menyesuaikan diri dengan nilai-nilai yang berlaku dalam suatu kelompok. Oleh karena itu, pertemanan memiliki peran besar dalam membentuk sikap, pilihan gaya hidup, serta pandangan seseorang terhadap berbagai fenomena sosial yang terjadi di sekitarnya.

Lingkungan pertemanan juga menjadi tempat individu membangun identitas sosial. Dalam pertemanan, seseorang tidak hanya mencari kenyamanan emosional, tetapi juga validasi sosial yaitu keinginan untuk diterima dan diakui oleh lingkungannya. Faktor ini sering kali menjadi alasan mengapa individu menyesuaikan perilaku dengan kebiasaan teman-temannya. Pertemanan pada akhirnya menjadi bagian penting dalam proses pembentukan kepribadian dan gaya hidup seseorang, karena di dalamnya terjadi proses belajar sosial, pembentukan makna, serta pertukaran nilai antarindividu.

2.3.8 Lived Experience

Lived experience merupakan salah satu inti dalam pendekatan fenomenologi yang dikemukakan oleh Edmund Husserl. Dalam pandangan ini, pengalaman yang dialami secara langsung oleh individu menjadi hal utama dalam memahami suatu fenomena. Dalam Ash (2025) Husserl menekankan bahwa untuk memahami realitas, peneliti perlu melihat bagaimana individu mengalami dan memaknai peristiwa tersebut dalam kehidupan sehari-hari Ash (2025).

Lived experience mengacu pada pengalaman subjektif yang dirasakan secara sadar oleh individu. Pengalaman tersebut tidak hanya dipahami sebagai suatu kejadian, tetapi juga sebagai sesuatu yang memiliki makna tertentu bagi individu yang mengalaminya. Meskipun individu mengalami fenomena yang serupa, makna yang terbentuk dapat berbeda karena dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, serta konteks sosial masing-masing Moustakas (2013).

Dalam konsep ini, Husserl dalam Ash (2025) juga menekankan pentingnya memahami pengalaman tanpa dipengaruhi oleh asumsi atau penilaian dari luar. Hal ini dikenal dengan istilah *epoché* atau *bracketing*, yaitu upaya untuk menanggulungkan prasangka agar peneliti dapat melihat fenomena secara lebih murni dari sudut pandang individu yang mengalaminya Creswell (2018). Dengan demikian, fokus utama fenomenologi bukan pada hubungan sebab-akibat, melainkan pada bagaimana pengalaman tersebut dirasakan dan dimaknai oleh individu.

Dalam kehidupan sosial, *lived experience* berperan dalam membentuk cara individu memahami suatu fenomena. Pengalaman yang terjadi secara berulang, terutama dalam interaksi sosial, akan membentuk cara pandang individu terhadap suatu aktivitas. Hal ini menunjukkan bahwa tindakan individu tidak terlepas dari pengalaman yang pernah mereka alami sebelumnya.

Dalam kaitannya dengan penggunaan rokok elektrik, konsep *lived experience* dapat digunakan untuk memahami bagaimana generasi muda mengalami dan memaknai aktivitas tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Pengalaman seperti menggunakan rokok elektrik saat berkumpul, berinteraksi

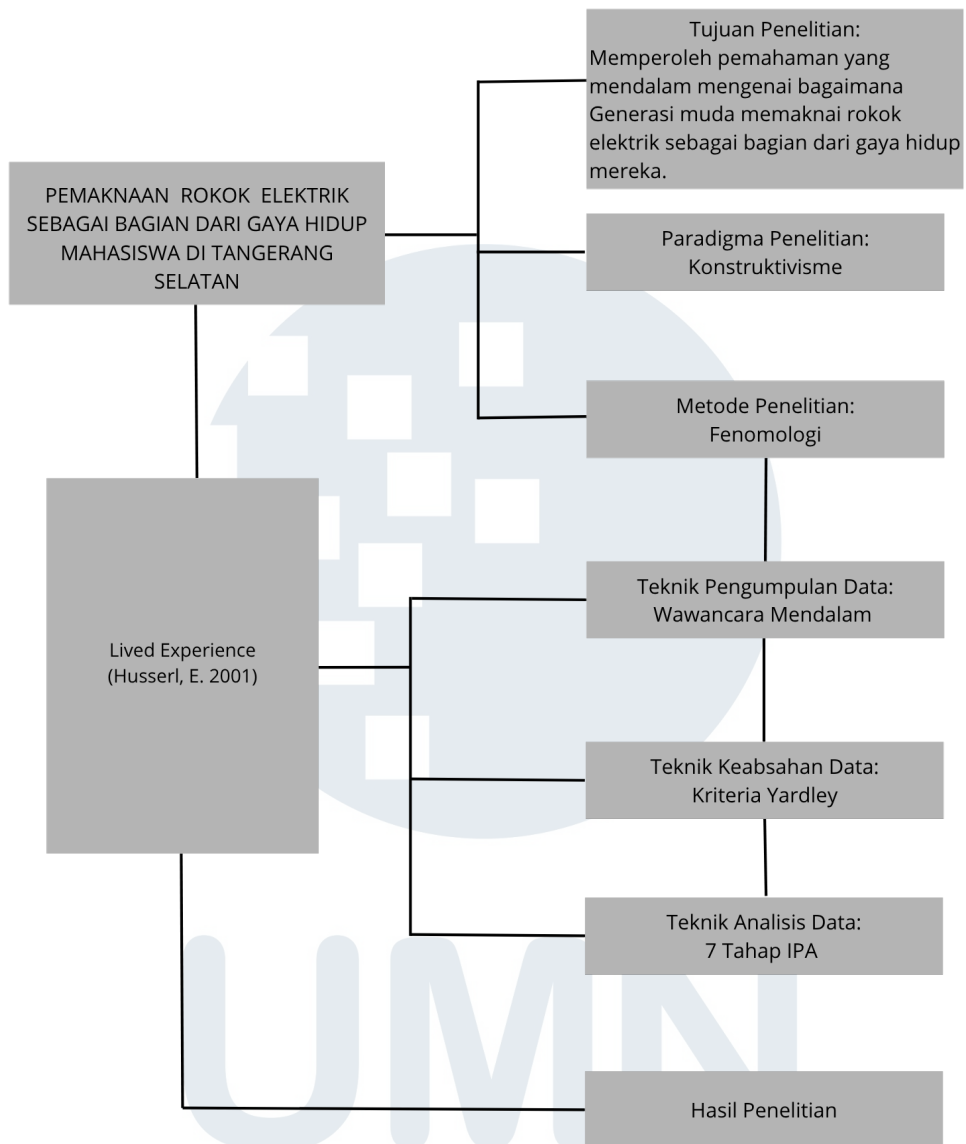
dengan teman, maupun terpapar konten di media sosial, akan membentuk makna tertentu, baik sebagai bagian dari gaya hidup, identitas diri, maupun sarana dalam interaksi sosial.

Dengan demikian, konsep *lived experience* menekankan bahwa pemahaman terhadap suatu fenomena harus didasarkan pada pengalaman langsung individu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna yang lebih mendalam terkait bagaimana suatu perilaku terbentuk dan dipahami dalam konteks kehidupan sosial.

2.4 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bermula ketika peneliti melihat meningkatnya penggunaan rokok elektrik di kalangan Generasi muda di Tangerang Selatan. Peneliti melihat banyak generasi muda menggunakan rokok elektrik saat berkumpul, nongkrong, atau membuat konten di media sosial seperti TikTok dan Instagram. Hal ini menarik perhatian peneliti karena terlihat adanya pergeseran dari rokok konvensional yang dulu dianggap simbol kedewasaan, menjadi vape yang kini dianggap lebih modern dan keren.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti ingin meneliti lebih dalam menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi interpretatif untuk memahami bagaimana Generasi muda memaknai penggunaan rokok elektrik dalam kehidupan sehari-hari mereka. Peneliti ingin mengetahui alasan mengapa mereka lebih memilih rokok elektrik dibandingkan rokok konvensional, serta bagaimana pengaruh teman sebaya dan *circle* pertemanan membentuk kebiasaan dan pandangan mereka terhadap vape sebagai bagian dari gaya hidup. Penelitian ini juga berfokus pada bagaimana pengalaman langsung (*lived experience*) para pengguna vape di Tangerang menggambarkan identitas sosial mereka.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Olahan Peneliti (2025)