

ABSTRAK

Latar belakang studi ini dilandasi oleh meningkatnya popularitas rokok elektrik sebagai alternatif rokok konvensional. Hotcig Vape, sebagai salah satu merek terkemuka, menggunakan berbagai saluran komunikasi pemasaran seperti media sosial, iklan digital, dan promosi langsung untuk membangun kesadaran merek dan menarik pelanggan. Dalam konteks komunitas vape di Surabaya, yang terdiri dari konsumen dengan preferensi dan kebutuhan yang beragam, efektivitas strategi komunikasi pemasaran menjadi faktor krusial yang menentukan profil konsumen Hotcig Vape komunitas Vape Surabaya. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui serta mengidentifikasi profil konsumen Hotcig Vape komunitas Vape Surabaya. sehingga dalam penelitian ini memiliki rumusan masalah : Bagaimana profil konsumen Hotcig Vape komunitas Vape Surabaya ?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena atau karakteristik populasi yang diteliti tanpa adanya manipulasi variabel. Teknik pengambilan data menggunakan kuisioner yang disebar secara *online* dengan responden yang merupakan anggota komunitas Vape Surabaya. Populasi pada penelitian ini adalah 779 anggota grup komunitas Vape Surabaya dengan jumlah sampel 89 yang telah dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Pada hasil perhitungan *bivariate pearson* pada instrumen variabel yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh bahwa **r hitung** pada skor total seluruhnya > (lebih dari) **r tabel** dan nilai *sig* secara keseluruhan < (kurang dari) 0.05. Maka dapat diartikan bahwa 22 item pertanyaan dinyatakan valid.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji statistik deskriptif dari ketiga instrumen variabel yang diteliti yaitu aktivitas, minat dan opini memiliki nilai yang signifikan. Dalam perhitungan statistik deskriptif, terlihat untuk nilai mean yang ditunjukkan pada setiap variabel yang sudah ditentukan yaitu : Aktivitas memiliki nilai mean 36,61 dan standar deviasi 6,852 dalam nilai jumlah yang sudah dihitung yaitu sebesar 3441. Minat memiliki nilai mean 20,57 dan standar deviasi berjumlah 3,873 dalam nilai jumlah yang sudah dihitung adalah 1934. Opini memiliki nilai mean 33,46 dan standar deviasi 3,873 dalam nilai jumlah yang sudah dihitung adalah 5,878.

Kata Kunci : Aktivitas, Minat, Opini

ABSTRACT

The background of this study is based on the increasing popularity of e-cigarettes as an alternative to conventional cigarettes. Hotcig Vape, as one of the leading brands, utilizes various marketing communication channels such as social media, digital advertising, and direct promotions to build brand awareness and attract customers. In the context of the vape community in Surabaya, which consists of consumers with diverse preferences and needs, the effectiveness of marketing communication strategies becomes a crucial factor in determining the consumer profile of Hotcig Vape in the Surabaya Vape community. This research aims to discover and identify the consumer profile of Hotcig Vape in the Surabaya Vape community. Therefore, this research formulates the problem: how the consumer profile of Hotcig Vape in the Surabaya Vape community?

This research uses a descriptive quantitative approach that aims to describe the phenomenon or characteristics of the population being studied without manipulating variables. The data collection technique used is a questionnaire distributed online to respondents who are members of the Surabaya Vape community. The population in this study is 779 members of the Surabaya Vape community group with a sample size of 89, which was rounded by the researcher to 100 respondents. From the bivariate Pearson calculation on the variable instruments conducted by the researcher, it was found that the calculated r value for the total score of all items is greater than the table r value, and the overall significance value is less than 0.05. This means that 22 question items are declared valid.

The results of this study indicate that the descriptive statistical tests of the three variable instruments examined, namely activity, interest, and opinion, have significant values. In the descriptive statistical calculation, it is shown that the mean value for each predetermined variable is as follows: Activity has a mean value of 36.61 and a standard deviation of 6.852 with a total value of 3441. Interest has a mean value of 20.57 and a standard deviation of 3.873 with a total value of 1934. Opinion has a mean value of 33.46 and a standard deviation of 3.873 with a total value of 5878.

Keywords: Activity, Interest, Opinion

خالصة

Hotcig تستند خلفية هذه الدراسة إلى الشعبية المتزايدة للسجائر الإلكترونية كبديل للسجائر التقليدية. تستخدم ، كواحدة من العلامات التجارية الرائدة، قنوات اتصال تسويقية متنوعة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، Vape والإعلانات الرقمية، والعروض الترويجية المباشرة لبناء الوعي بالعلامة التجارية وجذب العملاء. في سياق مجتمع التدخين الإلكتروني في سورابايا، الذي يتكون من مستهلكين ذوي تفضيلات واحتياجات متنوعة، تصبح فعالية في مجتمع التدخين Hotcig Vape استراتيجيات اتصالات التسويق عاملاً حاسماً في تحديد ملامح مستهلكي في مجتمع Hotcig Vape الإلكتروني في سورابايا. تهدف هذه الدراسة إلى اكتشاف وتحديد ملامح مستهلكي في Hotcig Vape التدخين الإلكتروني في سورابايا. لذا، فإن سؤال البحث هو: ما هو ملف تعريف مستهلكي مجتمع التدخين الإلكتروني في سورابايا؟

تستخدم هذه الدراسة منهجاً كمياً وصفيًا يهدف إلى وصف الظاهرة أو خصائص المجتمع المدروس دون التلاعب بالمتغيرات. تستخدم تقنية جمع البيانات استنباطاً تم توزيعه عبر الإنترنت على المستجيبين الذين هم أعضاء في مجتمع التدخين الإلكتروني في سورابايا. يتكون مجتمع الدراسة من 779 عضواً في مجموعة مجتمع التدخين الإلكتروني في سورابايا، مع حجم عينة يبلغ 89 تم تقريبه من قبل الباحث إلى 100 مستجيب. من خلال حساب بيرسون الثنائي المتغير على أدوات المتغيرات التي أجراها الباحث، وُجد أن الجدولية، وأن القيمة الدلالية الإجمالية أقل r المحسوبة لإجمالي الدرجات لجميع البنود أكبر من قيمة r قيمة من 0.05. هذا يعني أن 22 بنداً من الأسئلة تعتبر صالحة

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن الاختبارات الإحصائية الوصفية للأدوات الثلاثة التي تم فحصها، وهي النشاط والاهتمام والرأي، لها قيم دلالية. في حساب الإحصاءات الوصفية، يظهر أن القيمة المتوسطة لكل متغير محدد هي كما يلي: النشاط لديه قيمة متوسطة 36.61 وانحراف معياري 6.852 مع قيمة إجمالية محسوبة تبلغ 3441. الاهتمام لديه قيمة متوسطة 20.57 وانحراف معياري 3.873 مع قيمة إجمالية محسوبة تبلغ 1934. الرأي لديه قيمة متوسطة 33.46 وانحراف معياري 3.873 مع قيمة إجمالية محسوبة تبلغ 5878.

الكلمات المفتاحية: النشاط، الاهتمام، الرأي