

Nilai Imajinatif dalam Penggunaan Jasa Baca Tarot = Imaginative Value in the Use of Tarot Reading Services

Almanda Jazroh Hardiyanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920572104&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bukan bertujuan untuk menjawab kebenaran dari pembacaan tarot, melainkan untuk mengetahui bagaimana komoditas tersebut dinilai dan dimaknai oleh pengguna dan pembacanya. Pemaknaan ini terbentuk dari nilai imajinatif, yakni nilai komoditas yang mencakup simbol-simbol yang merefleksikan nilai sosial tertentu, sehingga mereka menggunakan komoditas ini dibandingkan komoditas lain yang serupa. Penelitian ini juga mengeksplorasi proses pembentukan nilai imajinatif melalui interaksi berulang serta pemasaran, kemudian bagaimana nilai tersebut diukur melalui perspektif sociology of valuation. Penelitian kualitatif ini menggunakan data dari wawancara mendalam sebagai sumber data primer dengan karakteristik informan pengguna jasa tarot atau pembaca tarot, berusia lebih dari 19 tahun, dan berdomisili di Jabodetabek. Pengambilan data melalui data scraping dari komentar di TikTok juga melengkapi temuan penelitian sebagai data sekunder. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa ada nilai imajinatif dari jasa baca tarot yang merefleksikan nilai yang terkonstitusi secara sosial, yakni sebagai bentuk konseling, hiburan, kemudahan, dan identitas bagi penggunanya. Nilai-nilai tersebut dibentuk dari interaksi yang terjadi di lingkungan sosial, media sosial, dan aktivitas pemasaran, kemudian diukur melalui proses kategorisasi, negosiasi (komparasi dan refleksi), dan legitimasi nilai hingga akhirnya dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli jasa baca tarot. Interaksi antar pengguna jasa tarot yang menganggap praktik tarot sebagai hiburan semata juga memberikan makna baru bagi praktik ini sebagai new-age spiritualism.

.....This research does not aim to answer the truth of tarot reading, but to find out how the commodity is valued and interpreted by its users and readers. The meaning is formed from imaginative values, which is the value of commodities that include symbols that reflect certain social values, so they use this commodity over other similar commodities. This research also explores the process of imaginative value production through repeated interactions and marketing, and how the value is measured through the sociology of valuation perspective. This qualitative research uses data from in-depth interviews as the primary data source with the characteristic of informants who are tarot service users or tarot readers, over 19 years old, and domiciled in Jabodetabek. Data scraping from comments on TikTok also complements the research findings as secondary data. The results of this study show that there is an imaginative value of tarot reading services that reflects socially constituted values, i.e. as a form of counseling, entertainment, convenience, and identity for its users. These values are formed from interactions that occur in the social environment, social media, and marketing activities, then measured through the process of categorization, negotiation (comparison and reflection), and value legitimation to influence the decision to buy tarot reading services. Interactions between tarot service users who consider tarot practices as mere entertainment also give new meaning to this practice as new-age spiritualism.