

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS ASOSIASI PERSONAL VAPORIZER  
INDONESIA (APVI) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM  
MEMBANGUN CITRA ROKOK ELEKTRIK SEBAGAI ALTERNATIF  
ROKOK TEMBAKAU**

Ariq Abdul Aziz

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

[ariqabdul@upnvj.ac.id](mailto:ariqabdul@upnvj.ac.id)

**ABSTRAK**

Fenomena yang terjadi, pernah terdapat oknum yang menjual cairan vape dengan mencampurkan narkoba. Realitas tersebut menjadikan image rokok vape menjadi turun. Inisiasi dilakukan oleh komunitas penggemar vape di Indonesia bersatu dan membentuk Asosiasi Personal Vaporizer Indonesia (APVI). Tujuan awal pembentukan APVI adalah untuk melegalkan vape. Seiring berjalannya waktu dan legalnya vape di Indonesia, fokusnya beralih menjadi memberantas peredaran cairan ilegal yang mengandung narkoba. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi humas APVI dalam membangun citra rokok elektrik sebagai alternatif tembakau melalui *platform* Instagram, serta untuk mengidentifikasi upaya yang dilakukan APVI dalam menyosialisasikan dan mengkampanyekan isu-isu terkait melalui media sosial. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah fase riset formatif dan *public relations* oleh Harwood Childs. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif studi kasus, dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan studi kepustakaan yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas APVI dalam membangun citra rokok elektrik melibatkan beberapa program seperti kampanye, kegiatan bakti sosial, dan pemanfaatan Instagram sebagai alat yang dianggap efektif. Pada konteks memperkuat citra rokok elektrik, APVI menjalin kerjasama dengan komunitas-komunitas, perguruan tinggi, serta lembaga pemerintah seperti Kepolisian, BNN, dan Bea Cukai untuk mendukung program-programnya.

**Kata kunci:** Citra, Humas, Media sosial, Strategi Komunikasi

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS ASOSIASI PERSONAL VAPORIZER  
INDONESIA (APVI) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM  
MEMBANGUN CITRA ROKOK ELEKTRIK SEBAGAI ALTERNATIF  
ROKOK TEMBAKAU**

Ariq Abdul Aziz

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

[ariqabdul@upnvj.ac.id](mailto:ariqabdul@upnvj.ac.id)

**ABSTRACT**

The phenomenon that occurred involved individuals selling vape liquids by mixing them with drugs. This reality led to a decline in the image of vape cigarettes. The initiative was taken by the united community of vape enthusiasts in Indonesia, forming the Indonesian Personal Vaporizer Association (APVI). The initial goal of establishing APVI was to legalize vaping. As time passed and vaping became legal in Indonesia, the focus shifted to combating the circulation of illegal liquids containing drugs. This research aims to understand APVI's public relations strategies in building the image of electronic cigarettes as a tobacco alternative through the Instagram platform. Additionally, the study aims to identify APVI's efforts in socializing and campaigning related issues through social media. The theoretical framework used in this research is the formative research phase and public relations by Harwood Childs. The research method employed is a qualitative case study, collecting data through observation, interviews, and relevant literature studies. The research findings indicate that APVI's public relations strategy in building the image of electronic cigarettes involves various programs such as campaigns, social activities, and the effective use of Instagram as a tool. In the context of strengthening the image of electronic cigarettes, APVI collaborates with communities, universities, and government institutions such as the Police, BNN (National Narcotics Agency), and Customs to support its programs.

**Keywords:** Communication Strategy, Image, Public Relations, Social Media