

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan disimpulkan bahwa strategi Humas Asosiasi Personal Vaporizer Indonesia dalam membangun citra rokok elektrik di media sosial Instagram sebagai alternatif rokok tembakau sudah berjalan dengan baik dan prosedural. Pada memastikan keabsahan data yang diperoleh dari narasumber APVI sebagai pengguna vape dan *followers* instagram @apvi.official diperoleh kesamaan data bahwa APVI benar telah melakukan semua yang dikatakan kepada penulis.

Berdasarkan teori Harwood Childs, peneliti menemukan bahwa humas APVI telah menerapkan strategi dengan cukup baik. Strategi publisitas yang dijalankan melalui Instagram dengan lebih dari 64.000 pengikut dan lebih dari 1.000 konten berhasil menciptakan visibilitas tinggi untuk rokok elektrik. Pendekatan persuasi APVI melalui narasi kuat, konten visual, dan teks yang terlibat menciptakan persepsi positif terhadap rokok elektrik sebagai alternatif yang aman dan bertanggung jawab. Strategi argumentasi yang mengandalkan pendapat ahli kesehatan dan bukti terpercaya membantu merespons skeptisisme masyarakat dan meningkatkan pemahaman manfaat rokok elektrik. Strategi citra APVI melibatkan partisipasi aktif dalam kegiatan sosial, memberikan bantuan langsung kepada masyarakat yang membutuhkan, serta memperluas dukungan terhadap asosiasi.

APVI memperoleh dukungan dari Sahabat APVI yang menyebarkan informasi ke komunitas dan dukungan dari lembaga terkait seperti Bea Cukai, BNN, dan Kepolisian untuk pengawasan liquid ilegal, media massa yang menyajikan berita positif mengenai rokok elektrik, adanya persetujuan dari dokter-dokter serta antusiasme Masyarakat. Selain itu, APVI menghadapi beberapa hambatan, diantaranya adanya perbedaan kepentingan antara pengusaha, proses rinci Undang-Undang yang masih dalam tahap pengembangan, kurangnya dana untuk pengembangan daerah, disiplin rendah anggota di daerah terkait pembayaran, dan kesulitan mengakses toko-toko di daerah.

5.2 Saran

Pada upaya memperkuat citra positif rokok elektrik, Asosiasi Personal Vaporizer Indonesia (APVI) dapat mengoptimalkan kehadiran mereka di media sosial, khususnya Instagram, dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti stories, IGTV, dan reels. Kolaborasi dengan influencer atau tokoh terkemuka di industri dapat meningkatkan jangkauan dan keterlibatan, sementara partisipasi aktif dalam diskusi online dapat membangun kredibilitas dan menjelaskan pandangan APVI.

Diperlukan strategi konten yang beragam, tim respons cepat untuk menanggapi isu-isu viral, dan pemanfaatan alat analitik media sosial guna memahami perilaku pengikut. Peluncuran kampanye hashtag, penggunaan live streaming, edukasi melalui infografis, dan manajemen ulasan dan komentar pengikut juga menjadi kunci dalam memaksimalkan potensi media sosial untuk membangun citra positif rokok elektrik.

APVI dapat memperkuat hubungan dengan pengikut melalui interaksi positif, serta menggandeng komunitas-komunitas terkait di media sosial untuk memperluas jangkauan dan mendapatkan dukungan dari berbagai segmen masyarakat. Dengan keseluruhan saran-saran ini, diharapkan APVI dapat mencapai tujuannya dalam membangun dan memperkuat citra positif rokok elektrik, menghadapi tantangan dan isu-isu yang mungkin muncul di ranah media sosial.