

## ABSTRAK

Memasuki perkembangan media informasi yang sangat mudah di dapatkan dengan adanya internet, hal ini menimbulkan kasus-kasus mengenai penyebaran informasi palsu di internet. Hal ini terjadi dan dilakukan oleh orang-orang yang kurang bertanggung jawab di dalam penyebaran ataupun membuat sebuah informasi yang dimuat di internet khususnya media sosial. Penyebaran informasi palsu ini sering di sebut dengan istilah hoax, yakni menyebarkan informasi atau berita yang belum terverifikasi kebenarannya, sehingga hal tersebut dapat membuat resah masyarakat dan bisa terjadi adu domba antar masyarakat atau dengan kata lain memecah belah masyarakat. Metode yang peneliti gunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan paradigma post-positivisme. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan melalui observasi, survei ke lapangan, melakukan wawancara. Selain itu, data yang diperoleh bersifat keterangan-keterangan, informasi, dokumentasi, dan tidak berupa angka. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah bahwa Pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam melakukan penanggulangan hoax di Indonesia yaitu dengan membuat pondasi utama penanggulangan hoax melalui undang-undang no 19 tahun 2016 perubahan undang-undang Informasi Transaksi Elektronik (ITE) mengenai larangan dalam menyebarkan informasi hoax dengan tujuan agar bagi siapapun yang menyebarkan hoax dapat dikenai pidana. Membentuk tim *digital forensic* di bawah naungan Dirjen Aplikasi Informatika yang bertugas untuk mengawasi, menganalisa dan menindak semua jenis informasi hoax dan konten negatif yang terdapat di media sosial maupun di laman internet yang bekerja selama 24 jam. Melakukan sosialisasi menggunakan media sosial dan terjun langsung kepada masyarakat untuk melakukan himbauan dalam mengantisipasi informasi hoax dengan cara melakukan *self censorship* pada diri sendiri dan mengajak masyarakat untuk ikut serta melaporkan ke laman aduankonten.id apabila menemukan informasi hoax tersebut.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Hoax, Humas, Kementerian Komunikasi dan Informatika