

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana Public Relations (PR) atau Humas BPJS Kesehatan dalam menangani terpaan hoaks selama berlangsungnya Covid-19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan dalam menangani hoaks di tengah pandemi yang mana sangat memanfaatkan media digital dalam penanganan hoaks yang menerpa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dimana realitas merupakan hasil konstruksi dari kemampuan berpikir seseorang. Teknik pengumpulan data pada yang digunakan peneliti adalah dengan observasi serta wawancara yang mendalam dengan narasumber. Adapun konsep yang digunakan adalah konsep Strategi *Public Relation* Ronald D. Smith yang memiliki beberapa tahapan, diantaranya adalah *Formative Research, Strategy, Tactics, Evaluate Research*. Berdasarkan penelitian ini, secara garis terdapat dua jenis hoaks yang menerpa BPJS Kesehatan selama pandemi Covid-19, diantaranya adalah konten tiruan dan konten palsu pada hoaks dana bantuan sosial dan lowongan pekerjaan. Dalam menangani terpaan hoaks selama pandemi, BPJS Kesehatan sangat memanfaatkan penggunaan sosial media namun tetap berkoordinasi dengan BPJS Kesehatan pusat agar informasi mengenai BPJS Kesehatan dapat terjaga dan tetap satu pintu, serta memanfaatkan komunitas-komunitas yang memiliki kepentingan dengan BPJS Kesehatan. Dalam penanganannya tidak terdapat banyak perbedaan baik sebelum maupun ketika berlangsungnya pandemi Covid-19.

Kata Kunci: *Covid-19, Hubungan Masyarakat, Hoaks, Strategi Public Relations*