

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi kampanye literasi hoaks yang dilaksanakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tasikmalaya dalam upaya mengedukasi masyarakat mengenai hoaks. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi kampanye literasi hoaks yang diterapkan oleh Diskominfo Kota Tasikmalaya dengan penekanan pada penyusunan pesan persuasif melalui kerangka model RACE (*Research, Action, Communication, Evaluation*). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus menurut Creswell. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap *Research*, Diskominfo melakukan pemantauan hoaks melalui laporan masyarakat dan media sosial. Pada tahap *Action*, pesan kampanye difokuskan pada edukasi dan persuasi digital. Tahap *Communication* dilakukan secara daring dan luring melalui konten media sosial serta kegiatan tatap muka, sedangkan tahap *Evaluation* masih bersifat internal dan sederhana. Secara keseluruhan, strategi komunikasi kampanye literasi hoaks telah dijalankan secara sistematis melalui model RACE dengan penerapan komunikasi persuasif yang menggabungkan ethos, pathos & logos. Saran dari penelitian ini adalah perlunya inovasi berkelanjutan dalam strategi kampanye literasi hoaks dan perluasan kolaborasi lintas sektor agar pesan anti-hoaks lebih efektif menjangkau kelompok masyarakat yang beragam. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi komunikasi di instansi pemerintah lain maupun penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: *strategi komunikasi, literasi hoaks, komunikasi persuasif, model RACE, Diskominfo Kota Tasikmalaya.*