

ABSTRACT

*This research is entitled **Public Communication Strategy of the Simalungun Religious Court in Information Services through e-Court Applications**. The aim of this research is to find out and describe the public communication strategy of the Simalungun Religious Court in providing information through the e-Court application. The method used in this research is descriptive qualitative. This research uses the Innovation Diffusion Model. The results of this research found that the Simalungun Religious Court uses two forms of public communication strategies, namely face to face and media. Researchers found that in implementing the strategy, the Simalungun Religious Court carried out planning starting from identifying the audience, determining delivery methods, selecting the media used and setting goals. The Simalungun Religious Court takes a face to face approach to be closer to the people who are litigating, supported by media outreach using social media and supporting tools such as e-Court corners, brochures and guidebooks. The innovation diffusion model used by the Simalungun Religious Court is to introduce something new in the form of an e-Court application which is carried out through a public communication process within a certain period of time to achieve a goal. This research also shows that the results are not optimal regarding the success of the public communication strategy carried out by the Simalungun Religious Court regarding the e-Court application, because there are still obstacles found in the process of introducing the e-Court to the litigious community.*

Keywords: *Communication strategy, public communication, e-court, diffusion of innovation*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi Publik merupakan proses penyampaian pesan dengan sejumlah orang dalam sebuah organisasi atau diluar organisasi baik secara langsung maupun menggunakan media. Komunikasi publik diartikan sebagai kegiatan memahami, merancang, menerapkan dan mengevaluasi kampanye komunikasi yang berhasil dalam sebuah kerangka kerja untuk melayani kepentingan umum. (Subandriyo, 2020). Komunikasi publik merupakan bentuk komunikasi yang berorientasi pada kepentingan umum dan bertujuan sebagai bentuk keterbukaan informasi publik.

Komunikasi publik merupakan salah satu komponen penting dalam sebuah lembaga. Komunikasi publik memiliki peranan penting dalam menjalin hubungan yang baik antara sebuah organisasi dengan orang diluar organisasi. Komunikasi publik biasa digunakan dalam implementasi sebuah tujuan yang melalui proses sosialisasi dan pendekatan. Tujuan komunikasi publik secara umum adalah untuk menyampaikan sebuah informasi kepada khalayak tentang sebuah lembaga, baik berupa aktivitas, program kegiatan hingga produk yang di hasil lembaga.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa banyak dampak positif dalam kehidupan bermasyarakat, salah satu dampak tersebut adalah kemudahan dalam mengakses, mencari dan menyebarkan informasi. Setiap hari masyarakat akan dihadapkan dengan berbagai informasi yang beragam, hal inilah yang membuat masyarakat cenderung tidak dapat membedakan informasi mana yang akurat dan informasi mana yang masih berstatus isu. Dengan dinamika yang cepat dan masif ini belum didukung oleh pengelolaan komunikasi publik oleh