Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (2) 2025, Page: 15367-15372

Peran Mahasiswa Komunikasi dalam Mengelola Event Festival Komunikasi sebagai Praktik Public Relations

[1]Aulia Nazila, [2]Rissa Sabrina Putri, [3]Miftahul Janna, [4]Abdur Razzaq, [5]M.Yudistira
Universitas UIN Raden Fatah Palembang

JI.Prof.K.H.ZainalAbidin Fikri No.Km.3,Kota Palembang,Indonesia
Corresponding Author: nazilaaulia60@gmail.com

Published: July , 2025

ABSTRACT

This research aims to analyze the role of Communication Science students at UIN Raden Fatah Palembang in organizing the 2025 Comm unication Festival as a practical application of Public Relations (PR). The students of class PR 2271 A, sixth semester, served as the core organizing committee, managing the event from planning to evaluation. They applied essential PR functions such as media relations, event ma nagement, digital publication,and crisis communication.This research employs a descriptive qualitative approach using a case study method.Da ta were collected through participatory observation, semi-structured interviews, and documentation, and analyzed using Miles and Huberman's interactive model.The findings reveal that the Communication Festival served as a real platform for students to implement PR theories and develop practical, hands-on experience aligned with Kolb's experiential learning model. Students demonstrated not only the ability to perform strategic communication tasks but also adaptability in facing communication challenges during the event. These findings highlight the importa nce of integrating theory and practice in communication education and the need to encourage experiential-based activities within the academic c urriculum. The Communication Festival not only strengthened students'competencies but also contributed positively to the institutional image.

Keywords:*Student,Communication Science,Public Relations, Communication Festival*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang dalam mengelola Festival Komunikasi 2025 sebagai bentuk nyata praktik Public Relations (PR). Mahasiswa kelas PR 227 1A semester 6 bertindak sebagai panitia penuh dalam penyelenggaraan event ini, mulai dari perencanaan hingga ev aluasi,dengan mengaplikasikan fungsi-fungsi PR seperti media relations, event management,publikasi digital,dan kom unikasi krisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus.Teknik pengu mpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi,yang kemudian d ianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan Fes tival Komunikasi menjadi arena penerapan teori PR secara langsung, serta membentuk pengalaman belajar berbasis praktik sesuai dengan model *experiential learning* dari Kolb. Mahasiswa tidak hanya mampu menjalankan fungsi kom unikasi strategis, tetapi juga menunjukkan kemampuan beradaptasi dalam menghadapi situasi krisis. Temuan ini mn enegaskan pentingnya integrasi antara teori dan praktik dalam pendidikan komunikasi,serta perlunya mendorong ke giatan berbasis pengalaman sebagai bagian dari kurikulum. Festival Komunikasi terbukti tidak hanya memperkuat k ompetensi mahasiswa, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap citra institusi.

Kata Kunci:Mahasiswa,llmu Komunikasi,Public Relations,Festival Komunikasi

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Mahasiswa sebagai agen perubahan tidak hanya dituntut untuk memahami teori di dala m kelas,tetapi juga mampu menerapkannya dalam praktik nyata. Dalam konteks Ilmu Komunik asi,kemampuan mengintegrasikan teori dan praktik sangat penting, terutama dalam bidang *Public Relations* (PR). Public Relations tidak hanya menjadi mata kuliah, tetapi juga bagian dari komp etensi profesional yang harus dikuasai mahasiswa sebelum memasuki dunia kerja. Oleh karena i

tu, pendidikan komunikasi di perguruan tinggi perlu menyediakan ruang pembelajaran yang bers ifat aplikatif, salah satunya melalui penyelenggaraan event seperti Festival Komunikasi (Ahmad s ayaiful,2023).

Public Relations (PR) atau Hubungan Masyarakat (Humas) merupakan sebuahilmudalam ru mpun sosial dan menjadi sebuah profesi di bidang komunikasi yang mana secaraumumdidalamn ya terdapat proses interaksi dan manajemen komunikasi yang bertujuan menanamkanpengertian dan memperoleh kepercayaan dari publiknya. Menurut Cutlip dan Center (2009) *Public Relations* merupakan bagian dari fungsi manajemen yang bertugas menilai sikap publik, mengidentifikasi k ebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta melakukan perencanaan suatu kegiatan dan program untuk memperoleh dan memenuhi dukungan dan eksi stensi publik. Sedangkan, menurut Frank Jefkins (2003) *Public Relations* merupakan suatu bentuk komunikasi yang terencana,baik komunikasi yang dilakukan ke dalam maupun ke pihak luar, a ntara suatu organisasi dengan semua khalayaknya untuk mencapai tujuan-tujuan spesifik yang be rlandaskan pada saling pengertian (Citra Anggraini,dkk, 2019)

Menurut Bernay seperti yang diikuti oleh Kowalski ada tiga kunci dalam pengertian pu blic relations yaitu to inform, to persuade, and to integrate. Maksudnya adalah bahwa dalam p ublic relations terdapat informasi, merayu, menyatu public, dan keterpaduan aksi intitusi dengan public dengan organisasi,merencana. Dengan pengertian lain, public relations bertugas menginf ormasikan segala sesuatu tentang suatu lembaga kepada masyarakat. Baik masyarakat internal m aupun masyarakat eksternal.Meyakinkan public serta menyatukan keinginan public dan lembaga atau sebaliknya merupakan juga merupakan tugas public relations. Sedangkan menurut Wilcox s eperti yang dikutip oleh Kowalski, ada enam kata kunci dalam public relations,yaitu tenang ata u hati- hati, mernecanakan, aksi atau performa, ketertarikan public,komunikasi dua jalur dan fu ngsi manajemen. (Mohammad Hasan,2017).

Fungsi utama Public Relations adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan ba ik antarlembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menana mkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga organisasi (Nova,2009:38).

Bekerjasama dengan media bukanlah sebuah peranan yang mudah. Dibutuhkan kemamp uan berkomunikasi serta kekuatan untuk membangun hubungan yang baik untuk bisa berbicara dengan media.Memahami tujuan perusahaan sekaligus juga memahami dan melayani media adal ah peran terpenting dari media relations (Dewi Winarni Susyanti,2010).

Peran mahasiswa dalam Festival Komunikasi juga menjadi sarana pembentukan soft skill dan *hard skill* yang relevandengan kebutuhan industri komunikasi saat ini. Melalui kegiatan ini, mahasiswa belajar menyusun *press* release, mengelola publikasi, melakukan negosiasi sponsorship, serta menjalankan event *management* secara profesional. Selain itu, keterlibatan aktif dalam festiv al turut memperkuat jejaring profesional dan memperluas wawasan mahasiswa mengenai praktik Public Relations di dunia nyata.Tantangan era digital dan globalisasi semakin mempertegas pen tingnya pengalaman praktik bagi mahasiswa komunikasi. Festival Komunikasi hadir sebagai solu si konkret untuk menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik, sekaligus mempersiapkan l ulusan yang adaptif, inovatif, dan siap bersaing di dunia kerja. Dengan demikian,pengelolaan ev ent festival oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi tidak hanya memberikan manfaat bagi pengemba ngan diri mahasiswa, tetapi juga berkontribusi pada reputasi institusi dan peningkatan literasi ko munikasi di masyarakat luas (fisip.radenfatah.ac.id).

Kegiatan seperti Festival Komunikasi, yang sepenuhnya dikelola oleh mahasiswa Progra m Studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Public Relations kelas PR 2271 A semester 6Fakultas Il mu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)UIN Raden Fatah Palembang, menjadi sangat relevan untuk dikaji. Kegiatan ini tidak hanya melibatkan mahasiswa dalam perencanaan dan pelaksanaan eve nt, tetapi juga mengharuskan mereka menjalankan tugas-tugas utama PR seperti menyusun siara n pers, mengelola media sosial, menjalin hubungan dengan media partner,serta menangani dina mika komunikasi publik secara profesional. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan antara penguasaan teori dengan keterampilan aplikatif di lapangan. Mahasiswa kerap kali memahami k

onsep PR secara konseptual, namun belum terlatih menghadapi dinamika komunikasi nyata yan g memerlukan adaptasi, kreativitas, serta kerja sama tim yang efektif.

Temuan dari Khairunisa,Mardalena, Razzaq, dan Nugraha (2025) menunjukkan bahwa m ahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang mengalami tantangan dalam hal komu nikasi interpersonal akibat dominasi komunikasi berbasis smartphone. Pola kommunikasi digital yang cepat dan ringkas memang memudahkan, namun mengurangi kedalaman interaksi dan me nghambat kemampuan menangani situasi komunikasi langsung di dunia nyata. Oleh karena itu, dibutuhkan ruang pelatihan seperti event kampus untuk memperkuat keterampilan interpersonal dan manajemen komunikasi secara profesional.

Dengan demikian, Festival Komunikasi 2025 dapat diposisikan sebagai ruang *experiential learning* yang efektif,tempat mahasiswa belajar menjadi praktisi PR yang tidak hanya cakap teori, tetapi juga tangguh dalam praktik. Banyak mahasiswa memahami konsep PR secara konseptual,t etapi belum memiliki pengalaman nyata dalam penerapannya. Dengan latar belakang tersebut, p enelitian ini difokuskan pada analisis peran mahasiswa dalam mengelola Festival Komunikasi 20 25 sebagai implementasi praktik PR. Fokus penelitian ditujukan untuk menilai sejauh mana kegi atan ini membekali mahasiswa dengan kompetensi praktis yang sesuai dengan kebutuhan indust ri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus.P endekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara rinci dan mendalam tentang peran mahasiswa llmu Komunikasi konsentrasi Public Relations kelas PR 2271 A dalam mengelola F estival Komunikasi 2025 di UIN Raden Fatah Palembang.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa kelas PR 2271 A semester 6 Fakultas Il mu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang, yang terdiri dari 40 orang dan berti ndak sebagai panitia pelaksana Festival Komunikasi 2025. Objek penelitian ini adalah aktivitas pengelolaan Festival Komunikasi itu sendiri,yang berlangsung pada 14 Juni 2025 di Opi Mall P alembang, dengan fokus khusus pada implementasi praktik *Public Relations* dalam kegiatan terseb ut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi partisi patif,wawancara,dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengikuti langsung proses kegiat an mulai dari tahap perencanaan,pelaksanaan,hingga evaluasi acara. Wawancara dilakukan kepada lima mahasiswa panitia inti, satu dosen pembimbing, dan satu pihak media partner, guna me nggali pandangan mereka terhadap proses komunikasi dan manajemen acara.Sementara itu, dok umentasi diperoleh dari berbagai sumber seperti publikasi media sosial,press release, foto kegiat an, serta materi promosi digital.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif model Miles dan Huberman,yaitu melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi yang relevan dari hasil observasi dan wawancara. D ata yang telah direduksi kemudian disusun dalam bentuk narasi untuk memudahkan penarikan kesimpulan. Hasil akhirnya adalah pemahaman yang utuh mengenai bagaimana mahasiswa mene rapkan ilmu Public Relations secara praktis dalam kegiatan Festival Komunikasi.

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah fokus pembahasan hanya mencakup aspek komunikasi strategis dalam penyelenggaraan acara, seperti media relations, event management,pu blikasi,dan komunikasi internal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Festival Komunikasi 2025 menjadi arena nyata bagi mahasiswa untuk meng uji dan menerapkan ilmu Public Relations yang selama ini mereka pelajari di ruang kelas.Maha siswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, khususnya kelas PR 2271A semester 6, berhasil menjalankan peran strategis dalam menyelenggarakan Festival Komunikasi 2025 sebaga

i bagian dari praktik Public Relations. Kegiatan yang digelar pada 14 Juni 2025 di Opi Mall P alembang ini menjadi wadah nyata bagi mahasiswa untuk mengimplementasikan teori-teori PR yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam konteks kerja profesional.Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai komunikator stra tegis yang menjalankan fungsi-fungsi kehumasan secara menyeluruh.Hal ini sejalan dengan pand angan Cutlip, Center, dan Broom (2009), yang menegaskan bahwa PR merupakan fungsi manaj erial yang bertujuan membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publik nya. Mahasiswa berhasil menempatkan diri sebagai pengelola citra institusi di hadapan publik m elalui aktivitas kehumasan yang mereka rancang dan jalankan secara profesional.

Teori *Experiential Learning* yang dikemukakan oleh David A. Kolb (1984) menekankan b ahwa proses belajar terjadi secara optimal ketika individu mengalami secara langsung suatu akti vitas, merefleksikannya,mengkonstruksi pemahaman baru, dan menerapkannya kembali dalam ko nteks serupa. Model pembelajaran ini terdiri dari empat tahap, yaitu concrete experience (penga laman langsung), reflective observation (refleksi), abstract conceptualization (konseptualisasi), dan active experimentation (eksperimen aktif). Oleh karena itu, mahasiswa mengalami proses terseb ut ketika mereka terlibat langsung dalam perencanaan hingga pelaksanaan event. Mereka mengh adapi tantangan nyata, merefleksikan hambatan yang terjadi,menyusun solusi berbasis teori yang telah dipelajari, dan menerapkannya dalam tindakan konkret.

Keterlibatan mahasiswa tampak pada beberapa aspek utama fungsi Public Relations.Perta ma,dalam aspek *media relations,* mahasiswa menyusun siaran pers, menjalin kerja sama dengan m edia lokal, dan mengundang jurnalis untuk meliput acara. Aktivitas ini menunjukkan pemahama n mereka terhadap pentingnya membangun relasi yang baik dengan media sebagai mitra strategi s dalam menyampaikan pesan organisasi. Kedua, dari sisi *event* management,mahasiswa terlibat d alam penyusunan konsep acara,penyusunan rundown,pengelolaan teknis panggung,hingga koordin asi dengan narasumber dan pengisi acara.Kemampuan manajerial ini mencerminkan penguasaan mereka terhadap prinsip-prinsip perencanaan dan pelaksanaan event dalam dunia PR.

Ketiga,mahasiswa juga mengelola media sosial dan publikasi digital secara aktif,dengan memanfaatkan platform seperti Instagramn dan TikTok sebagai sarana promosi. Konten-konten kreatif seperti video *teaser,countdown event,* dan laporan kegiatan secara real-time berhasil menarik perhatian audiens dan membangun engagement. Keempat, mahasiswa menunjukkan kemampua n dalam komunikasi krisis, terutama ketika terjadi perubahan susunan acara mendadak dan tant angan teknis lainnya. Mahasiswa mampu beradaptasi dengan cepat dan menjaga citra positif aca ra melalui komunikasi internal yang efektif dan koordinasi tim yang solid.

Keberhasilan mahasiswa dalam menyelenggarakan Festival Komunikasi ini tidak terlepas dari pendekatan *experiential learning,* di mana mereka belajar melalui pengalaman langsung di lapa ngan. Siklus pembelajaran Kolb mengalami, merefleksikan, berpikir, dan bertindak terlihat jelas dalam proses ini.Mahasiswa mengalami tantangan komunikasi nyata, merefleksikannya dalam rap at evaluasi, merumuskan solusi strategis, dan menerapkannya secara langsung. Hal ini tidak han ya memperkuat pemahaman teoritis mereka, tetapi juga membentuk keterampilan praktis yang s angat dibutuhkan dalam dunia kerja, seperti kepemimpinan, kerja sama tim,komunikasi efektif, dan manajemen waktu.

Selain itu, mahasiswa juga menunjukkan kompetensi dalam menangani situasi krisis kom unikasi,seperti perubahan rundown, pembatalan tamu mendadak, hingga kendala teknis panggun g. Dalam teori PR,kemampuan menghadapi krisis secara cepat dan terukur merupakan bagian d ari fungsi manajemen komunikasi yang strategis. Mahasiswa menerapkan prinsip issue *management* dan *crisis response* secara langsung, didasarkan pada hasil diskusi dan arahan dosen p embimbing. Hal ini memperlihatkan bahwa mahasiswa tidak hanya menghafal konsep,tetapi tel ah mampu menginternalisasi nilai-nilai profesionalisme komunikasi.

Pernyataan ini juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan Kharizmi Asnarenda selaku ketua panitia,yang menyampaikan bahwa *"festival ini merupakan ajang untuk melatih keterampilan mahasis wa dalam mengelola event dan menjadikan komunikasi sebagai kunci keberhasilan kegiatan. "Festival Komunikasi ini bukan hanya ajang menyalurkan ide-ide kreatif,tapi juga pembuktian nyata bahwa kolaborasi dan komunikas i yang efektif menjadi kunci kesuksesan acara,"*. Selain itu, dosen pembimbing juga menyatakan bah

wa *kegiatan ini merupakan bentuk ideal dari implementasi mata kuliah Public Relations karena melibatkan prose s kerja nyata dan evaluasi berbasis kinerja.*

Temuan ini menjadi lebih bermakna ketika dibandingkan dengan hasil penelitian Khairu nisa et al.(2025), yang menyebutkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah cen derung mengalami penurunan kemampuan komunikasi interpersonal akibat dominasi penggunaa n smartphone.Pola komunikasi digital yang cepat dan ringkas memang mempermudah koordina si, namun mengurangi kedalaman makna dan ekspresi interpersonal yang esensial dalam praktik PR. Oleh karena itu, pengalaman langsung dalam menyelenggarakan event seperti Festival Ko munikasi menjadi sarana penting dalam membangun kembali keterampilan komunikasi lisan, em pati, dan kerja tim secara efektif

Selain keberhasilan dalam pelaksanaan teknis, keterlibatan mahasiswa juga memberikan d ampak psikologis dan sosial yang signifikan. Mereka menunjukkan peningkatan rasa percaya diri , kemampuan bekerja dalam tim,serta keterampilan negosiasi dan kepemimpinan. Ini membukti kan bahwa pengalaman langsung dalam event seperti Festival Komunikasi tidak hanya mengasa h aspek akademis, tetapi juga membentuk karakter profesional mahasiswa sebagai calon praktisi PR yang adaptif dan tangguh dalam menghadapi tantangan komunikasi di masa depan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan aktif mahasiswa dalam Festival Komunikasi tidak hanya memperkuat kompetensi individu mereka sebagai calon praktisi PR, tetapi juga berdampak pada citra positif institusi. Festival ini telah menjadi ajang kolaborasi akademik dan profesional yang memberikan pengalaman berharga sekaligus mendek atkan mahasiswa dengan realitas industri kreatif dan komunikasi.

PENUTUP

Festival Komunikasi 2025 yang diselenggarakan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi konse ntrasi Public Relations kelas PR 2271 A Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fa tah Palembang telah menjadi wadah pembelajaran yang efektif dalam menerapkan teori Public Relations ke dalam praktik nyata. Melalui kegiatan ini, mahasiswa menunjukkan peran strategis dalam menyusun strategi komunikasi, menjalin relasi dengan media, mengelola event secara pro fesional, serta menghadapi tantangan komunikasi yang kompleks dengan pendekatan yang terstr uktur.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa experiential learning yang dilakukan melalui event kampus memberikan kontribusi besar terhadap pengembangan kompetensi mahasiswa.Ma hasiswa tidak hanya belajar dari teori di kelas, tetapi juga dari pengalaman langsung dalam men gelola hubungan dengan publik,media, dan stakeholder. Keterampilan yang diasah meliputi medi a relations, manajemen konten,publikasi digital, komunikasi krisis, dan kerja sama tim,yang kese muanya sangat relevan dengan kebutuhan dunia kerja saat ini. Festival ini juga memberikan da mpak positif terhadap citra Program Studi Ilmu Komunikasi, dengan menunjukkan bahwa maha siswa mampu menjalankan peran sebagai praktisi komunikasi yang andal dan profesional. Oleh karena itu, kegiatan seperti Festival Komunikasi perlu terus didukung dan dikembangkan sebaga i bagian integral dari pembelajaran, serta dijadikan model pembelajaran berbasis praktik (experie ntial learning) yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Nova, Firsan. 2009. Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan.Jakart a:PT Grasindo.

Susyanti, D. W. (2010). Peran Media Relation dlalam Penyelenggaraan Event Untuk Meningkat kan Kinerja di Bidang Public Relations. *Epigram,* 7(2).

Syaiful, A. (2023). Peran mahasiswa sebagai agen perubahan di masyarakat.Journal *of Instructiona l and Development Researches,3(1),29-34.*

Hasan,M.(2017).Manajemen public relations dalam membangun citra dan kontestasi perguruan t inggi keagamaan Islam swasta (Studi pada sekolah tinggi agama Islam Syaikhona Moh.Kholil Bangkalan).NUANSA:*Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam,14(1),27-62.*

Anggraini, C., & Setyanto,Y.(2019). Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksisten si Ramayana. Prologia, 3(2), 408-415.

https://fisip.radenfatah.ac.id/2025/06/15/peran-aktif-mahasiswa-pr-a-ilmu-komunikasi-fisip-uin-r aden-fatah-palembang-dalam-mensukseskan-festival-komunikasi-2025/

Muhammad Fathurrohman.2015.Paradigma *Pembelajaran Kurikulum 2013;Strategi Alternatif pembelajara n di Era Global.* Yogyakarta: Kalimedia.

Hasan, M. (2017). Manajemen public relations dalam membangun citra dan kontestasi perguru an tinggi keagamaan Islam swasta (Studi pada sekolah tinggi agama Islam Syaikhona Moh.Kh olil Bangkalan).NUANSA: *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan* Islam,14(1),27-62.

Khairunisa,K.,Mardalena,F.,Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Analisis Pengalaman,Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang Tentang Komunikasi Interpersona l Era Smartphone.Indonesian *Journal* on *Education* (IJoEd),1(4),294-301.

Aulia NVazila, Rissa Sabrina Putri, Miftahul Janna