

DINAMIKA KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM TAHAPAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT ISLAM PADA BANK SAMPAH SONGOLIKOER

Tri Djoyo Budiono

STID Al-Hadid, Surabaya

djoyobudi@gmail.com

Abstrak: *Tulisan ini mengambil rumusan masalah bagaimanakah dinamika komunikasi persuasif dalam pemberdayaan masyarakat islam di bank sampah songolikoer? Tujuannya adalah memahami dinamika komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus Bank Sampah Songolikoer dalam menjalankan tahapan pemberdayaan masyarakat islam. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengambilan data menggunakan wawancara dengan purposive sample dan pengamatan langsung di lapangan. Analisis menggunakan teori tahapan pemberdayaan dan teori teknik komunikasi persuasif menurut Onong U. Effendy. Hasil studi menunjukkan bahwa pengurus Bank Sampah Songolikoer melakukan komunikasi persuasif kepada warga sekitar pada seluruh tahapan pemberdayaan. Tahap pertama, saat kesadaran banyak menggunakan teknik komunikasi persuasif ganjaran dan ancaman (fear arousing). Tahap kedua, tahap transformasi kemampuan menggunakan teknik komunikasi persuasif yang lebih bervariasi yakni teknik ganjaran, teknik asosiasi, tatahan dan teknik red herring. Tahap ketiga, tahap peningkatan kemampuan intelektual dan kecakapan-ketrampilan banyak menggunakan teknik ganjaran. Temuan penelitian ini, (1) setiap teknik komunikasi persuasif yang diterapkan senantiasa terikat dengan dinamika atau konteks komunikasi, (2) teknik ganjaran menjadi teknik komunikasi persuasif yang dominan digunakan pengurus Bank Sampah Songolikoer karena konteks masyarakatnya lebih suka mengikuti sesuatu kalau ada manfaatnya, terutama manfaat ekonomi.*

Kata kunci: *Teknik komunikasi persuasif, tahapan pemberdayaan masyarakat, Bank Sampah Songolikoer.*

Abstract: *Dynamics of Persuasive Communication in Empowering Islamic Society At Songolikoer Garbage Bank. This paper takes the formulation of the problem, how are the dynamics of persuasive communication in empowering the Islamic community in the Songolikoer waste bank? The aim is to understand the dynamics of persuasive communication carried out by the management of the Songolikoer Waste Bank in carrying out the stages of empowering Islamic communities. This study uses a qualitative approach. The data collection technique used interviews with purposive samples and direct observations in the field. The analysis uses the theory of stages of empowerment and the theory of persuasive communication techniques according to Onong U. Effendy. The results showed that the Songoliku Waste Bank management carried out persuasive communication to residents at all stages of empowerment. The first stage, during awareness, uses many reward and threat persuasive communication techniques (fear arousing). The second stage, the transformation stage of the ability to use persuasive communication techniques that are more varied, namely the reward technique, association technique, arrangement, and red herring technique. The third stage, the stage of increasing intellectual abilities and skills, uses a lot of reward techniques. The findings of this study, (1) every persuasive communication technique that is applied is always tied to the dynamics or context of communication, and (2) the reward technique is the dominant persuasive communication technique used by the Songolikoer Waste Bank*

management because the context of the community prefers to follow something if there are benefits, especially benefits of the economy.

Keywords: *Persuasive communication techniques, stages of community empowerment, Songolikur Garbage Bank*

Pendahuluan

Dakwah menurut Quraish Shihab adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau upaya yang dilakukan untuk merubah pada situasi yang lebih baik atau sempurna, baik pada tataran pribadi ataupun masyarakat.¹ Dakwah tidak hanya dilakukan dengan cara lisan (*bil lisan*), tapi juga bisa dengan perbuatan (*bil haal*), antara dakwah dengan lisan dan dengan perbuatan ini adalah sesuatu yang saling melengkapi.² Dakwah Kegiatan pemberdayaan masyarakat islam merupakan salah satu perwujudan dari dakwah *bilhaal*. Setidaknya terdapat tiga cara pelaksanaan dakwah *bilhaal* yang dapat ditempuh dalam dakwah *bil haal*. *Pertama*, dakwah pembinaan tenaga/sumber daya manusia; *kedua*, lewat pengembangan institusi atau kelembagaan; *ketiga* lewat pengembangan infrastruktur.³

Dalam pemberdayaan masyarakat islam terdapat tahapan-tahapan pemberdayaan didalamnya. Tahap-tahap yang harus dilalui tersebut antara lain: (1) Tahap penyadaran, berupa upaya untuk membangun kesadaran masyarakat muslim yang menjadi sasaran pemberdayaan agar secara sadar mau untuk melakukan proses perubahan menuju keadaan yang lebih baik, (2) Tahap

transformasi kemampuan, yakni tahap untuk melakukan proses meningkatkan kemampuan atau skill masyarakat islam yang menjadi sasaran pemberdayaan berupa wawasan pengetahuan atau pendampingan peningkatan skill agar mengalami peningkatan, (3) Tahap peningkatan kemampuan intelektual, yakni tahap untuk meningkatkan kualitas cara berpikir masyarakat yang menjadi sasaran pemberdayaan agar bisa memecahkan masalahnya secara mandiri, lebih kreatif dan mampu menciptakan inovasi untuk memperbaiki keadaannya.⁴

Dalam menjalankan tahap-tahap pemberdayaan masyarakat, dibutuhkan suatu proses komunikasi. Dengan adanya proses komunikasi yang baik, dapat menghubungkan simpul-simpul dalam pemberdayaan masyarakat yang terputus, sehingga terjalin hubungan sinergis antar bagian dalam mendukung program pemberdayaan yang dicanangkan. Misalnya dalam pemberdayaan lingkungan, antara pak RT, pak RW, tokoh masyarakat, warga, petugas kebersihan serta LSM yang bergerak dibidang lingkungan akan dapat terhubung secara sinergis dengan adanya proses komunikasi yang baik yang dilakukan oleh subyek pemberdaya. Peran komunikasi

¹ Tri Djoyo Budiono, *Komunikasi Diskusi Dan Debat Sebagai Metode Dakwah* (Surabaya: CV. Equilibrium Press, 2021), 40.

² Akhmad Sagir, "Dakwah Bil Hal: Prospek Dan Tantangan Da'i," *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 14, no. 27 (2015): 16.

³ Nani Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam: Dari Ideologi Strategi Sampai Tradisi*, ed. Cucu Cuanda (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 161.

⁴ Ambar Teguh Sulistiyani, *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan* (Yogyakarta: Gaya Media, 2004), 83.

lainnya dalam pemberdayaan masyarakat adalah menciptakan hubungan yang harmonis di antara orang-orang dari berbagai pihak yang terlibat didalamnya.⁵

Salah satu teknik komunikasi yang cukup berperan dalam pemberdayaan masyarakat adalah teknik komunikasi persuasif. Menurut De Vito, komunikasi persuasif adalah proses komunikasi yang memusatkan pada upaya untuk mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak atau pada upaya mengajak mereka bertindak melakukan sesuatu dengan cara tertentu sesuai dengan harapan atau keinginan dari komunikator dalam hal ini subyek pemberdaya. Persuasi dalam pemberdayaan masyarakat merupakan usaha mengubah sikap masyarakat yang menjadi sasaran pemberdayaan melalui penggunaan pesan baik verbal ataupun nonverbal dan berfokus pada karakteristik komunikator dan komunikannya.⁶

Untuk menjalankan tahapan pemberdayaan masyarakat tersebut dibutuhkan proses komunikasi persuasif. Dengan menggunakan teknik komunikasi persuasif diharapkan masyarakat yang menjadi sasaran pemberdayaan bisa ikut tergerak untuk bersama-sama secara sadar dan tanpa paksaan melakukan tahapan-tahapan proses pemberdayaan.

Dalam prakteknya, teknik komunikasi persuasif ini telah digunakan dalam berbagai

pemberdayaan masyarakat. Diantaranya, komunikasi pemberdayaan yang digunakan pedamping sosial dalam menyosialisasikan P2K2 (Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga Perdesaan), didalamnya menggunakan komunikasi persuasif.⁷ Penggunaan teknik komunikasi persuasif dalam tahapan pemberdayaan masyarakat juga digunakan oleh komunitas Forum Komunikasi Winongo Asri dalam menjalankan tahap-tahap proses pemberdayaan masyarakat antara lain teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, dan teknik *red-herring*.⁸ Beberapa hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa teknik komunikasi persuasif sangat dibutuhkan dalam tahapan pemberdayaan masyarakat. Tulisan ini hendak meneliti tentang teknik komunikasi persuasif dalam tahapan pemberdayaan masyarakat di Bank Sampah Songolikoer.

Bank Sampah Songolikoer merupakan salah satu Bank Sampah di Surabaya yang fokus pada pemberdayaan masyarakat di daerah Wonokusumo Kidul yang mayoritas muslim. Mereka melakukan pemberdayaan masyarakat dibidang lingkungan dan ekonomi. Mulai dari memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang dampak sampah di Surabaya jika tidak dikelola, mengajak masyarakat untuk memilah sampah, kemudian menjadikan sampah bernilai ekonomis dengan menjual beberapa jenis sampah anorganik ke Bank Sampah Songolikoer. Kemudian oleh Bank

⁵ Shinta Prastyanti, "Komunikasi, Partisipasi, Dan Konflik Dalam Pemberdayaan Masyarakat," *Acta Diurna* 14, no. 1 (2018): 74–75.

⁶ Joseph A De Vito, *Komunikasi Antarmanusia, Edisi Kelima* (Jakarta: Karisma Publishing Group, 2011), 499.

⁷ & D. Sumpena S. Fatimah, I.Z. Arifin, "Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kegiatan Program Keluarga Harapan," *Prophetica: Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 5,

no. 1 (2019): 63–80, doi:<https://dx.doi.org/10.15575/prophetica.v5i1.1308>

⁸ Meilia Trisnawati, "Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Tahap Pemberdayaan Masyarakat Untuk Peduli Lingkungan (Studi Deskriptif Pada Komunitas Forum Komunikasi Winongo Asri Yogyakarta)" (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018).

Sampah Songolikoer, dipilah lagi kemudian dijual ke Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) dan ada beberapa sampah anorganik dibuat kerajinan tangan, seperti tempat alat tulis, bros, pin jilbab, dan lain-lain.⁹ Dengan adanya Bank Sampah Songolikoer, masyarakat tidak hanya sadar akan pentingnya menjaga lingkungan dan melakukan pemilahan sampah, tapi juga masyarakat mendapatkan manfaat ekonomi dengan menjual sampah nonorganik kepada Bank Sampah Songolikoer.

Dalam menjalankan program pemberdayaan masyarakat ini, Bank Sampah Songolikoer menggunakan tahapan-tahapan didalamnya, salah satunya adalah membangun kesadaran masyarakat Wonokusumo Kidul. Dalam membangun kesadaran masyarakat ini, pengurus Bank Sampah Songolikoer ada indikasi menggunakan teknik Komunikasi Persuasif. Pak A selaku pendiri dan pengurus Bank Sampah Songolikoer menyampaikan, bahwa pada awalnya masyarakat sekitar belum mengenal tentang apa pemilahan sampah itu? Apa manfaatnya bagi lingkungan dan bagi mereka? Lalu apa fungsinya Bank Sampah Songolikoer bagi lingkungan? Apa manfaat menjadi anggota Bank Sampah Songolikoer? Dan seterusnya. Untuk itu diawal-awal tahapan penyadaran masyarakat, pengurus mengadakan pertemuan dengan masyarakat sekitar terutama ibu-ibu untuk memperkenalkan

tentang Bank Sampah Songolikoer, serta menunjukkan nilai penting untuk memilah sampah dan mengajaknya bersama-sama untuk memilah sampah dibantu oleh Bank Sampah Songolikoer.¹⁰

Dari proses penyadaran awal dengan menggunakan komunikasi yang persuasif, alhamdulillah kurang lebih ada dua puluh warga yang berminat menjadi nasabah Bank Sampah Songolikoer, yang kemudian berkembang sampai enam puluhan nasabah.¹¹ Hal ini mengindikasikan bahwa dengan menggunakan teknik komunikasi persuasif dapat membantu Bank Sampah Songolikoer dalam menyelesaikan salah satu tahapan pemberdayaan masyarakat Islam yang dijalankannya. Oleh karena itu, dalam tulisan ini ingin mengupas lebih dalam tentang teknik-teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh pengurus Bank Sampah Songolikoer dalam melakukan tahapan-tahapan pemberdayaan masyarakat Wonokusumo Kidul.

Dari penelusuran penelitian terdahulu, ada dua penelitian yang membahas tentang Bank Sampah Songolikoer yakni: (1) Memberdayakan Masyarakat Islam Melalui Bank Sampah: Strategi Komunikasi Stakeholder Bank Sampah Songolikoer;¹² (2) Peranan Aset Komunitas Dalam Pengembangan Masyarakat Islam Pada Bank Sampah Songolikoer.¹³ Dari dua penelitian tersebut ada kesamaan dalam obyek

⁹ Wawancara dengan pak A, 02 Oktober 2021.

¹⁰ Wawancara dengan pak A, 02 Oktober 2021, bisa dilihat juga di Channel YouTube Kader Lingkungan Wonokusumo Kidul, <https://www.youtube.com/watch?v=NTFILnkjaQE>. Diunduh tanggal 2 Oktober 2021, pukul 11:23 WIB.

¹¹ Wahanani Mawasti and Tri Djoyo Budiono, "Memberdayakan Masyarakat Islam Melalui Bank Sampah: Strategi Komunikasi Stakeholder Bank Sampah Songolikoer," *INTELEKSIA - Jurnal*

Pengembangan Ilmu Dakwah 1, no. 2 (2020): 291, doi:10.55372/inteleksiajpid.v1i2.54.

¹² Mawasti and Budiono, "Memberdayakan Masyarakat Islam Melalui Bank Sampah: Strategi Komunikasi Stakeholder Bank Sampah Songolikoer."

¹³ Wahanani Mawasti and Fasha Umh Rizky, "Peranan Aset Komunitas Dalam Pengembangan Masyarakat Islam Pada Bank Sampah Songolikoer," *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 2, no. 1 (2020), doi:10.55372/inteleksiajpid.v2i1.83.

penelitiannya, yakni meneliti Bank Sampah Songolikoer. Namun, perbedaannya kedua penelitian tersebut tidak ada membahas tentang teknik komunikasi persuasif dalam tahapan pemberdayaan masyarakat.

Untuk penelitian yang membahas tentang teknik komunikasi persuasif dalam pemberdayaan masyarakat, ada beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya: (1) Teknik Komunikasi Persuasif dalam Pemberdayaan Masyarakat Untuk Peduli Lingkungan (Studi Deskriptif Pada Komunitas Forum Komunikasi Winongo Asri Yogyakarta);¹⁴ (2) Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria Dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Di Kampung Sungai Pedado Palembang.¹⁵ Dari penelusuran beberapa penelitian tersebut ada kesamaan dalam meneliti komunikasi persuasif dalam pemberdayaan masyarakat, akan tetapi tidak ada yang membahas tentang teknik komunikasi persuasif dalam pemberdayaan masyarakat di Bank Sampah Songolikoer. Dari studi penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang akan dijalankan ini adalah baru, belum ada yang meneliti sebelumnya.

Penelitian ini mengambil rumusan masalah Bagaimanakah Dinamika Komunikasi Persuasif pada warga Wonokusumo Kidul dalam Pemberdayaan Masyarakat Islam di Bank Sampah Songolikoer? Tujuan penelitian ini adalah menganalisa dinamika komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus Bank Sampah Songolikoer pada

warga Wonokusumo Kidul dalam menjalankan tahapan pemberdayaan masyarakat islam.

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif lapangan. Kualitatif dikarenakan tujuan dari studi ini adalah untuk mendeskripsikan teknik-teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus Bank Sampah Songolikoer dalam menjalankan tahap-tahap pemberdayaan masyarakat Islam di Wonokusumo Kidul. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan wawancara semi terstruktur dan observasi partisipan. Informan ditetapkan secara *purposive*, dipilih berdasarkan kriteria sebagai pengurus yang aktif dan menjalankan proses komunikasi persuasif dalam menjalankan tahap-tahap pemberdayaan masyarakat islam di Bank Sampah Songolikoer. Selanjutnya, untuk melakukan triangulasi data, dilakukan pula wawancara dengan anggota atau nasabah yang aktif menabung di Bank Sampah Songolikoer. Sehingga Informan dalam penelitian ini adalah: (1) Bu R, selaku Ketua Bank Sampah Songolikoer; (2) R selaku Ketua Kader Lingkungan Wonokusumo Kidul; (3) Bu M selaku pengurus aktif Bank Sampah Songolikoer; (4) Pak A selaku salah satu penggagas Bank Sampah Wonokusumo Kidul; (5) anggota atau nasabah Bank Sampah Songolikoer. Dalam proses pengumpulan data, peneliti adalah bagian integral dari data yang secara aktif menjadi bagian dari instrumen untuk terjun ke lapangan secara mendalam.¹⁶ Analisis datanya menggunakan model Miles dan

¹⁴ Meilia Trisnawati, "Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Tahap Pemberdayaan Masyarakat Untuk Peduli Lingkungan (Studi Deskriptif Pada Komunitas Forum Komunikasi Winongo Asri Yogyakarta)."

¹⁵ Putri Wahyuni Megawati, "Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria Dalam Program Pemberdayaan

Masyarakat Di Kampung Sungai Pedado Palembang" (UIN Raden Fatah Palembang, 2018).

¹⁶ Rachmat Krisyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2010), 57.

Huberman yakni melalui proses reduksi data, display data dengan pola sesuai dengan tema-tema yang dipandang terkait dengan teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus Bank Sampah Songolikoer dalam menjalankan tahap pemberdayaan masyarakat Islam, dan terakhir adalah verifikasi (triangulasi data sumber), kemudian dilakukan proses analisis data sampai dengan penarikan kesimpulan.¹⁷

Teknik Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif berasal dari istilah *persuasion* (Inggris). Sedangkan istilah *persuasion* itu sendiri diturunkan dari bahasa Latin "*persuasio*", kata kerjanya adalah *to persuade*, yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan dan sebagainya.¹⁸ Komunikasi persuasi ini tidak lain daripada suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar komunikan mau untuk berbuat dan bertindak laku seperti yang diharapkan komunikator dengan sadar tanpa memaksanya/tanpa kekerasan.¹⁹ Persuasi merupakan proses komunikasi untuk mengubah sikap dan tingkah laku seseorang dengan menggunakan pesan secara verbal maupun nonverbal, yang dilakukan dengan cara mengajak, merayu tanpa ada paksaan.²⁰

Sehubungan dengan proses komunikasi persuasif itu, Onong Uchjana Effendy mengungkapkan teknik-teknik yang dapat dipilih dalam proses komunikasi persuasif yaitu: a) Teknik Asosiasi, yaitu teknik

penyajian pesan komunikasi kepada komunikan dengan cara menumpahkannya pada suatu obyek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak atau masyarakat saat itu, misalnya mengajak orang untuk mendonorkan darah, karena donor darah itu seperti Ronaldo; b) Teknik Integrasi, yaitu kemampuan komunikator untuk membangun kesamaan dan menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Ini berarti bahwa melalui kata-kata verbal maupun nonverbal komunikator menggambarkan bahwa ia "senasib" dengan komunikan dan dengan itu ada kesamaan dan dapat lebih menyatu dengan komunikan; c) Teknik Ganjaran dan ancaman (*fear arousing*), yaitu teknik yang digunakan untuk mempengaruhi komunikan dengan cara mengiming-ngiming hal yang menguntungkan bagi komunikan atau menjanjikan harapan bagi komunikan kalau mau mengikuti keinginan dari komunikator. Teknik ganjaran ini juga secara prinsip berlawanan dengan teknik ancaman, dalam teknik ancaman komunikator menunjukkan ancaman, bahaya, atau masalah yang akan terjadi jika tidak mengikutinya; d) Teknik Tataan atau *icing technique*, yaitu teknik komunikasi persuasi yang dilakukan dengan cara melakukan penataan pesan dengan imbauan yang mengandung unsur seni atau keindahan dan bersifat emosional (*emotional appeal*) sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi tertarik perhatiannya, misalnya menggunakan pantun yang berisi ajakan untuk menjaga lingkungan; e) Teknik *Red Herring*, yaitu teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh komunikator ketika terjadi perbedaan

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 246–52.

¹⁸ H. A. W. Widjaja, *Komunikasi (Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), 66.

¹⁹ Ibid., 67.

²⁰ Suratno A. W., *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi Untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran* (Yogyakarta: Media Wacana, 2005), 116.

pandangan dengan komunikasi yang cukup tajam yang memunculkan perdebatan, dimana untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Jadi teknik ini dilakukan pada saat komunikator berada dalam posisi yang terdesak atau dalam posisi perdebatan.²¹

Tahapan Pemberdayaan Masyarakat Islam

Secara kebahasaan, pemberdayaan berasal dari kata “daya” yang mendapat awalan ber- menjadi kata “berdaya” artinya mempunyai daya. Daya artinya kekuatan, berdaya artinya memiliki kekuatan. Kata “berdaya” apabila diawali awalan pe- dengan mendapat sisipan -m- dan akhiran -an menjadi “pemberdayaan” artinya membuat sesuatu menjadi berdaya atau mempunyai kekuatan.²²

Pemberdayaan adalah upaya peningkatan kemampuan dalam mencapai penguatan diri guna meraih keinginan yang dicapai. Pemberdayaan akan melahirkan kemandirian, baik dalam kemandirian berfikir, kemandirian bersikap, dan kemandirian dalam melakukan suatu tindakan yang bermuara pada pencapaian harapan hidup yang lebih baik.²³ Dalam pengertian lainnya, pemberdayaan merupakan serangkaian kegiatan untuk

memperkuat keberdayaan kelompok rentan dan lemah dalam suatu masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami persoalan misalnya kemiskinan, sehingga mereka mampu memiliki keberdayaan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti: memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan pendapatnya, mempunyai mata pencaharian yang mencukupi kebutuhan hidup, ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam menjalankan tugas-tugas kehidupannya.²⁴

Dalam pandangan Islam, pemberdayaan merupakan gerakan yang dinamis tanpa henti. Hal ini sejalan dengan paradigma Islam sendiri sebagai agama gerakan atau perubahan. Secara terminologis, pemberdayaan masyarakat dalam pandangan Islam adalah mentransformasikan dan melembagakan semua segi ajaran Islam dalam kehidupan keluarga (*usrah*), kelompok sosial (*jamaah*), dan masyarakat (*ummah*). Pemberdayaan masyarakat merupakan model empiris pengembangan perilaku individual, dan kolektif dalam dimensi amal shaleh (karya terbaik), dengan titik tekan pada pemecahan masalah yang dihadapi masyarakat.²⁵ Pemberdayaan masyarakat Islam merupakan usaha untuk mendorong keinginan, upaya, dan partisipasi dari masyarakat muslim yang menjadi sasaran pemberdayaan dalam

²¹ Onong U. Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 23.

²² Roesmidi & Riza Risyanti, *Pemberdayaan Masyarakat* (Sumedang: Alqaprint Jatinangor, 2006), 1.

²³ Rofiq A. Dkk, *Pemberdayaan Pesantren; Menuju Kemandirian Dan. Profesionalisme Santri Dengan*

Metode Daurah Kebudayaan (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2005), 33.

²⁴ Isbandi Rukminto Adi, *Pemikiran-Pemikiran Dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial* (Jakarta: LP FEUI, 2002), 60.

²⁵ Safei, *Pengembangan Masyarakat Islam: Dari Ideologi Strategi Sampai Tradisi*, 41–43.

melakukan suatu perubahan.²⁶ Perubahan itu bisa berupa perubahan ekonomi dari yang awalnya kurang sejahtera menjadi lebih sejahtera, perubahan lingkungan dari yang awalnya acuh terhadap lingkungan menjadi lebih memperhatikan lingkungan seperti melakukan pemilahan sampah dari rumah, dan seterusnya.

Tujuan pemberdayaan dapat berbeda-beda sesuai dengan bidang pemberdayaan yang digarap. Tujuan pemberdayaan bidang ekonomi belum tentu sama dengan tujuan pemberdayaan di bidang pendidikan ataupun di bidang sosial. Tujuan pemberdayaan dibidang ekonomi adalah agar kelompok sasaran dapat mengelola usahanya, kemudian memasarkan, dan membentuk siklus pemasaran yang relatif stabil, tujuan pemberdayaan pada bidang pendidikan adalah agar kelompok sasaran dapat menggali potensi yang ada dalam dirinya dan memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk mengatasi permasalahan yang dia hadapi, sedangkan tujuan pemberdayaan pada bidang sosial adalah agar kelompok sasaran dapat menjalankan fungsi-fungsi sosialnya kembali sesuai dengan peran dan tugas sosialnya di masyarakat.²⁷ Adakalanya suatu pemberdayaan memiliki tujuan lingkungan, tapi juga memberikan manfaat lain misalnya manfaat sosial, manfaat psikologis, juga manfaat ekonomi. Bank Sampah merupakan satu bentuk pemberdayaan lingkungan yang bukan hanya memberikan dampak positif pada lingkungan, juga memberikan manfaat secara ekonomi dan sosial.

Menurut Chabib Sholeh, tujuan akhir pemberdayaan masyarakat adalah untuk meningkatkan harkat dan martabat hidup manusia, dengan kata lain secara sederhana untuk meningkatkan kualitas hidup. Perbaikan kualitas hidup tersebut bukan semata menyangkut aspek ekonomi, tetapi juga mental, fisik, politik, keamanan, Kesehatan, dan sosial budaya. Untuk mencapai tujuan umum tersebut, ada beberapa tujuan dan sasaran antara lain: (1) Perbaikan kelembagaan, (2) Perbaikan pendapatan, (3) Perbaikan lingkungan hidup, (4) Perbaikan akses, (5) Perbaikan Tindakan, (6) Perbaikan usaha produktif, (7) Perbaikan-perbaikan bidang lain sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.²⁸ Bank sampah sebagai salah satu bentuk pemberdayaan lingkungan, mampu memberikan beberapa perbaikan, diantaranya perbaikan pendapatan pada sisi nasabah Bank Sampah, perbaikan lingkungan hidup, juga perbaikan Tindakan yang awalnya acuh terhadap lingkungan menjadi lebih peduli.

Dilihat dari pendapat tersebut bahwa proses belajar dalam rangka pemberdayaan masyarakat akan berlangsung secara bertahap. Tahap-tahap yang harus dilalui tersebut adalah meliputi: (1) Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri. (2) Tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan-ketrampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pemberdayaan masyarakat islam

²⁶ Faizal, "Dakwah Bil-Hal Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pengembangan Komunitas* VIII, no. 2 (2013): 255–67.

²⁷ Ibid., 163–64.

²⁸ Chabib Sholeh, *Dialektika Pembangunan Dan Pemberdayaan* (Bandung: Fokusmedia, 2014), 81.

yang sedang dijalankan. (3) Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan-ketrampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian dalam memecahkan masalah yang terjadi di masyarakat.²⁹

Dalam tahap pertama, pemberdaya atau aktor atau pelaku menciptakan suatu prakondisi yang dapat memfasilitasi berlangsungnya proses pemberdayaan yang efektif. Apa yang diintervensikan dalam masyarakat sesungguhnya lebih pada kemampuan efektifnya untuk mencapai kesadaran konatif pada masyarakat yang menjadi sasaran pemberdayaan. Memberikan sentuhan kesadaran akan menumbuhkan keinginan dan kesadaran masyarakat tentang kondisi saat itu, sehingga dapat merangsang kesadaran mereka tentang perlunya memperbaiki kondisi yang ada untuk memperoleh masa depan yang lebih baik lagi. Sentuhan rasa ini akan membawa kesadaran masyarakat bertumbuh, kemudian dapat memberikan semangat kebangkitan mereka untuk meningkatkan kemampuan diri dan lingkungan. Dengan adanya semangat itu, diharapkan dapat mengantarkan masyarakat untuk sampai pada kesadaran dan kemauan untuk belajar. Dengan demikian masyarakat semakin terbuka dan merasa membutuhkan pengetahuan dan ketrampilan untuk semakin memperbaiki kondisi yang ada. Kalau dalam konteks Pemberdayaan lewat Bank Sampah, tahap ini masih warga masih proses diberi sosialisasi, dibangun kesadarannya untuk memilah sampah.

Pada tahap kedua, yaitu proses transformasi pengetahuan dan kecakapan ketrampilan. Tahap kedua akan berjalan dengan baik, efektif dan penuh semangat apabila tahap pertama telah terkondisikan. Masyarakat akan menjalani proses belajar tentang kecakapan-kecakapan yang memiliki keterhubungan dengan apa yang menjadi tuntutan kebutuhan masyarakat tersebut. Keadaan ini akan menstimulasi terjadinya keterbukaan wawasan dan penguasaan kecakapan ketrampilan dasar yang memang mereka butuhkan. Pada tahap ini masyarakat hanya dapat memberikan peran partisipasi pada tingkat yang rendah, yaitu sekedar menjadi pengikut atau objek pemberdayaan saja, belum tentu menjadi subyek dalam pemberdayaan masyarakat. Kalau dalam pemberdayaan Bank Sampah, masyarakat dalam tahap ini sudah ada yang bisa diajari untuk memilah, menimbang sampah, dll.

Setelah itu, masuk kedalam tahap pemberdayaan yang ketiga, yakni tahap pengayaan atau peningkatan intelektualitas dan kecakapan keterampilan yang diperlukan, supaya mereka dapat membentuk kemampuan kemandirian. Kemandirian tersebut akan ditandai oleh kemampuan masyarakat di dalam membentuk inisiatif dalam memecahkan masalah, kemandirian dalam melahirkan kreasi-kreasi baru, dan melakukan inovasi-inovasi yang bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat di lingkungannya. Apabila masyarakat telah mencapai tahap ketiga ini maka masyarakat dapat secara mandiri melakukan aktifitas pemberdayaan. Dalam konsep pemberdayaan masyarakat, pada kondisi seperti ini masyarakat yang awalnya

²⁹ Sulistiyani, *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan*, 83.

hanya sebagai obyek atau sasaran pemberdayaan, sudah bisa menjadi subyek pemberdayaan masyarakat atau pemeran utama dalam suatu pemberdayaan. Pemerintah dalam hal ini tinggal menjadi fasilitator saja.³⁰ Kalau dalam konteks Bank Sampah, masyarakat yang sudah mencapai tahap ketiga ini, mereka bukan hanya sekedar nasabah Bank Sampah, tapi juga menjadi aktifis Bank Sampah yang berperan aktif memilah sampah dan mengaktifkan Bank Sampah.

Tahapan Pemberdayaan Masyarakat pada Bank Sampah Songolikoer

Bank Sampah Songolikoer berdiri pada tanggal 18 Januari 2019. Bank Sampah Songolikoer menyelenggarakan kegiatan pemberdayaan masyarakat Islam dalam bentuk sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran akan memilah sampah, kemudian warga yang telah sadar dan mau untuk ikut memilah sampah didaftarkan menjadi nasabah Bank Sampah Songolikoer, mereka bisa menabung di Bank Sampah dengan menyetorkan sampah yang telah dipilah, kemudian ditimbang di Bank Sampah Songolikoer, hasil timbangan sampah tersebut kemudian dinilai dengan uang sesuai dengan standard harga yang diberikan oleh Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS). Kegiatan menabung sampah dilakukan tiap satu minggu sekali, kemudian dalam perjalanannya menjadi satu minggu dua kali, yakni tiap hari Rabu malam dan Jum'at malam, dan terakhir penyetoran sampah dilakukan sesuai dengan kondisi karena sering kali hujan, tapi yang paling sering dilaksanakan satu minggu sekali. Saat

bulan puasa dilaksanakan penimbangan setiap hari minggu pagi pukul 09.00-11.00 WIB.³¹

Pengurus Bank Sampah kemudian melaksanakan pemilahan ulang sampah dari nasabah sebab masih ada sampah yang belum terklasifikasi dengan baik, sesudah itu sampah dari Bank Sampah Songolikoer disetorkan ke ke Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) secara reguler setiap dua mingguan, namun ketika sampah masih sedikit yang terkumpul kadang diambil perbulan.³²

Setelah tabungan nasabah Bank Sampah Songolikoer dicatat, tabungan diberikan kepada nasabah untuk dicek apakah sudah sesuai dan disimpan oleh nasabah. Tabungan nasabah dapat dibagikan lagi kepada nasabah Bank Sampah Songolikoer sesuai kesepakatan, bisa diambil saat kebutuhan mendesak, misalnya saat ada keluarga sakit atau kebutuhan membayar SPP anaknya, atau diambil bersama-sama dengan nasabah lain saat menjelang hari raya. Untuk teknis pengambilan tabungan secara mendesak ini, nasabah bisa memberitahukan sebelumnya selambat-lambatnya kurang dua hari dari pengambilan, sehingga bisa disiapkan uangnya oleh Bendahara Bank Sampah Songolikoer.³³

Nama Bank Sampah Songolikoer dipilih mengingat Bank Sampah ini berdiri di kampung Wonokusumo Kidul yang hampir sebagian besar nomor rumaharganya adalah 29, dalam bahasa Jawa Surabaya disebut songolikur. Masyarakat Wonokusumo Kidul merupakan masyarakat

³⁰ Ibid., 84.

³¹ Wawancara dengan pak A, 17 Maret 2022.

³² Wawancara dengan pak A, 17 Maret 2022.

³³ Wawancara dengan pak A, 17 Maret 2022.

yang sebagian besarnya beragama Islam, kegiatan-kegiatan yang bersifat keislaman cukup hidup di sana seperti: pengajian, remaja masjid, kegiatan peringatan hari besar Islam dan lain sebagainya. Masyarakat banyak berasal dari Madura, yang mana sangat menjunjung nilai-nilai Islam dan menyegani tokoh agama yang ada di masyarakat. Jumlah nasabah awal Bank Sampah Songolikoer sekitar 20-an orang, kemudian berkembang sampai sekarang menjadi 61 orang nasabah, rata-rata adalah ibu-ibu.³⁴ Namun karena ada kondisi pandemi Covid-19 kemarin, sejak tahun 2020 awal sampai 2021 akhir nasabah Bank Sampah yang aktif mengalami penurunan sampai sekarang yang masih jadi nasabah sekitar 30 warga.³⁵

Tahapan awal pemberdayaan masyarakat Islam di Bank Sampah Songolikoer dilakukan proses penyadaran lewat forum sosialisasi tentang Bank Sampah Songolikoer. Dalam forum sosialisasi tersebut, Bank Sampah Songolikoer mengundang pembicara dari Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) yang telah berpengalaman memberikan penyuluhan tentang lingkungan khususnya sampah. Dalam forum sosialisasi tersebut, masyarakat Wonokusumo Kidul yang hadir diberikan wawasan tentang pentingnya melakukan pemilahan sampah di rumah masing-masing. Selanjutnya ditunjukkan manfaat sosial, manfaat lingkungan dan terutama manfaat ekonomi dari pemilahan sampah yang dilakukan. Selain lewat forum, juga dilakukan sosialisasi penyadaran lewat diskusi personal yang bersifat informal (*cangkrukan*) untuk membangun semangat

warga Wonokusumo Kidul dalam melakukan pemilahan sampah.³⁶

Tahapan kedua adalah tahap transformasi kemampuan dalam pemberdayaan masyarakat Islam di Bank Sampah Songolikoer. Warga diberikan pengetahuan tentang teknik pemilahan sampah. Mulai dari memilah sampah menjadi beberapa kategori yang ada, ada sampah berupa besi, aluminium, tembaga, dll. Ada sampah yang berupa sampah botol air mineral kemasan, sampah gelas air mineral kemasan dan juga tutupnya. Ada sampah kertas, mulai dari kertas koran, kertas majalah, buku-buku, dll. Setiap jenis ada kategori dan ada perbedaan harganya. Banyaknya jenis atau kategori tersebut membutuhkan kemauan, ketelatenan, dan kemampuan dalam melakukan pemilahan sampah sesuai kategori agar sampah yang dijual ke Bank Sampah Songolikoer mendapatkan nilai jual yang tinggi. Sebab, jika sampahnya tidak dipilah, maka harga kategori sampah yang ditabungkan akan dimasukkan kedalam kategori harga terendah. Para nasabah diberikan pembelajaran dalam memilah sampah ini langsung lapangan lewat system belajar sambil jalan, yakni proses penimbangan sampah di Bank Sampah Songolikoer. Lama-lama nasabah menjadi tahu dan bisa memilah sampahnya sesuai dengan kategorisasi yang ada.³⁷

Tahapan ketiga pemberdayaan masyarakat di Bank Sampah Songolikoer adalah tahap peningkatan kemampuan intelektual. Pengurus dan anggota nasabah Bank Sampah Songolikoer diberikan pembekalan

³⁴ Mawasti and Budiono, "Memberdayakan Masyarakat Islam Melalui Bank Sampah: Strategi Komunikasi Stakeholder Bank Sampah Songolikoer," 290–91.

³⁵ Wawancara dengan pak A, 17 Maret 2022.

³⁶ Wawancara dengan pak A, 17 Maret 2022.

³⁷ Wawancara dengan ibu R, 24 November 2021.

tentang pentingnya meningkatkan nilai sampah yang sudah dipilah dengan membuat barang kerajinan dari sampah anorganik. Setelah itu, diadakan lomba membuat kerajinan tangan dari sampah. Alhamdulillah banyak sekali yang berminat untuk ikut dalam lomba tersebut, kemudian diambil 3 juara terbaik. Setelah itu dilakukan upaya pendampingan sehingga barang-barang kerajinan yang sudah dibuat bisa terjual dengan harga yang layak. Tidak hanya itu, para pengurus dan nasabah juga sudah memulai inisiatif untuk mengumpulkan minyak jelantah yang selama ini dibuang, mengotori lingkungan, kemudian dikumpulkan dan bisa ditabung di Bank Sampah Songolikoer. Inisiatif-inisiatif juga muncul ketika dihadapkan pada berbagai persoalan, misalnya ketika banyak SDM pengurus yang melakukan penimbangan tidak bisa hadir, maka dilakukan penjadwalan ulang. Untuk membayar uang sewa tempat sebesar Rp. 150.000 caranya dilakukan penjualan beberapa sampah yang bernilai tinggi diluar Bank Sampah Induk Surabaya, juga lewat penggalan dana lewat donatur dari teman-teman yang dikenal oleh para pengurus.³⁸ Namun berdasarkan pengamatan penulis, tahap ketiga ini masih belum maksimal, dikarenakan kondisi SDM pengurus yang mengalami keterbatasan, baik keterbatasan secara pengetahuan, keterbatasan waktu dalam mengelola Bank Sampah Songolikoer, juga keterbatasan dana. Sehingga tahap peningkatan intelektual ini masih membutuhkan adanya pendampingan dari pihak lain.

Dinamika Penerapan Teknik Komunikasi Persuasif dalam Tahap Pemberdayaan Bank Sampah Songolikoer

Dinamika penggunaan teknik komunikasi persuasif pada tahap penyadaran. Dalam tahap penyadaran ini, pengurus Bank Sampah Songolikoer mengundang pembicara dari Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS), yaitu ibu Nurul Chasanah untuk menyampaikan materi terkait lingkungan dan sampah khususnya di Surabaya. Dalam penyampaian saat sosialisasi disampaikan bahwa sampah Kota Surabaya sangat banyak, bahkan dikongkritkan dengan data-data dari sampah yang ada di Surabaya. Ternyata dibandingkan dengan daya tampung sampah yang ada lebih sedikit. Jika diteruskan akan berdampak pada Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Surabaya menjadi penuh. Dampak selanjutnya jika sampah tidak dikontrol dengan baik, akan berdampak pada lingkungan, saat itu bahkan ditunjukkan gambar-gambar hewan yang mati gara-gara memakan sampah plastik, juga video yang menggambarkan laut yang tercemar akibat sampah plastik. Sehingga untuk mengatasi agar Tempat Pembuangan Akhir (TPA) sampah di Surabaya tidak penuh, maka salah satunya adalah dengan menggerakkan warga untuk melakukan pemilahan sampah atau 3R (*reduce, reuse, recycle*). Dengan adanya upaya pemilahan sampah ditingkat warga, akan mengurangi potensi sampah menggunung di Tempat Pembuangan Akhir dan Surabaya akan menjadi kota yang bersih, hijau dan sehat.

³⁸ Wawancara dengan pak A, 17 Maret 2022.

Dalam sosialisasi tersebut ditunjukkan juga prestasi Surabaya yang mendapatkan juara dibidang kebersihan dan lingkungan ini.³⁹ Dengan adanya sosialisasi, warga yang hadir terutama ibu-ibu kampung Wonoksumo Kidul khususnya warga RT-02 yang rumahnya semua sama yakni nomer dua sembilan menjadi lebih tersadar pentingnya untuk melakukan pemilahan sampah.

Selanjutnya Ibu Nurul Chasanah, menjelaskan bagaimana cara untuk menerapkan pemilahan sampah tersebut, yaitu dengan memilah sampah sebelum dibuang ke Tempat Pembuangan Sementara (TPS). Sampah yang dipilah itu bisa dipisahkan mana sampah plastik, mana sampah kertas, sampah logam dan lain-lain. Dan disampaikan juga bahwa sampah-sampah tersebut ternyata bisa dijual lagi ke Bank Sampah dan dinilai dengan uang. Hal ini tentunya membuat warga yang hadir saat sosialisasi menjadi termotivasi untuk memilah sampah dan menabungnya. Ada warga yang sampai bertanya "*Carane nabung sampah e yok opo buk?*" lalu bu Nurul Chasanah menjelaskan cara menabung di Bank Sampah, kemudian dilanjutkan dengan penjelasan pengurus dari Bank Sampah Songolikoer yang menjelaskan lebih detail lagi tentang teknis menabung sampah di bank Sampah Songolikoer.⁴⁰

Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh pengurus Bank Sampah dalam sosialisasi ini menggunakan teknik ganjaran, yaitu teknik yang digunakan untuk

mempengaruhi komunikasi dengan cara mengiming-ngiming hal yang menguntungkan bagi komunikasi atau menjanjikan harapan bagi komunikasi kalau mau mengikuti keinginan dari komunikator. Hal ini dibuktikan dengan data yang menunjukkan bahwa untuk menyadarkan warga, bu Nurul Chasanah saat itu memberikan gambaran manfaat yang didapatkan dengan melakukan pemilahan sampah, lingkungan jadi bersih dan sehat, kota Surabaya jadi bersih, rapi dan sehat. Selain itu juga menunjukkan manfaat sampah yang dipilah bisa dijadikan uang, bisa ditabung. Adanya manfaat-manfaat ini memberikan iming-iming yang menggerakkan komunikasi yakni warga yang hadir saat sosialisasi untuk tergerak melakukan pemilahan sampah dan menabung sampah di Bank Sampah Songolikoer.

Teknik selanjutnya adalah teknik menunjukkan masalah atau ancaman (*fear arousing*), yakni menunjukkan secara kongkrit dampak atau bahaya yang ditimbulkan dari sampah. Hal ini dibuktikan dari cara penyampaiannya yang menggunakan data-data hasil penelitian, juga gambar-gambar yang menunjukkan kenyataan bahaya sampah yang sangat berbahaya bagi kehidupan, misalnya ditunjukkan gambar hewan laut yang mati karena memakan sampah plastik, juga film yang menggambarkan laut yang tercemar oleh sampah plastik, dikongkritkan juga video laut yang awalnya indah kemudian tercemar oleh limbah plastik. Realitas pemaparan yang ditata seperti ini,

³⁹ Wawancara dengan pak A, 17 Maret 2022. Penulis juga mengikuti langsung proses sosialisasi ini pada tanggal 18 Januari 2018 di Balai RW-06, Kel. Pegirian, Kec. Semampir, Surabaya.

⁴⁰ Wawancara dengan pak A, 17 Maret 2022. Penulis juga mengikuti secara langsung.

memberikan efek kepada komunikasi yakni warga yang hadir saat sosialisasi semakin tersentuh kesadarannya, sehingga tergerak untuk menjaga lingkungan.

Pada tahap awal-awal pemberdayaan masyarakat, Pak A menambahkan bahwa selain melakukan sosialisasi lewat forum, pengurus Bank Sampah Songolikoer juga melakukan penyadaran lewat komunikasi yang bersifat informal. Pak A menyampaikan salah satunya ke warga, *“Memang kesannya awal sampah itu kotor, tidak ada fungsinya. Tapi ketika kita kasih tahu bahwa sampah kalau dipilah bisa jadi uang lho... lalu kita tunjukkan buktinya ada buku tabungannya, dan ada nilai uangnya, warga kemudian tertarik untuk menabung di Bank Sampah.”*⁴¹

Dari pernyataan pak A, teknik komunikasi persuasif yang digunakan adalah teknik ganjaran, dimana pak A menunjukkan manfaat sampah yang dipilah bisa menjadi uang. Hal ini akhirnya menjadi daya tarik atau iming-iming bagi warga yang diajaknya berbicara secara informal.

Kuatnya teknik ganjaran ini, juga terbukti dari pernyataan salah satu nasabah Bank Sampah Songolikoer yaitu Bu N yang mau mengikuti Bank Sampah karena manfaatnya. Bu N adalah salah satu Nasabah Bank Sampah yang mempunyai tabungan sampah yang terbesar menyampaikan, *“... kulo purun tumut Bank Sampah, soale lumayan mas. Saged damel tambahan riyadin.”* (saya mau ikut Bank Sampah karena lumayan mas. Bisa buat tambahan uang lebaran).⁴² Selain itu juga Bu N menyampaikan manfaat lainnya warga menguti Bank Sampah lainnya, *“Sak*

niki mboten wonten sampah plastik keleleran. Nek wonten tiyang nggadah hajatan, nasabah bank sampah niku pun nunggu, sak mantune pun langsung bersih sampah e” (sekarang tidak ada lagi sampah plastik yang tercecer dijalanan. Kalau ada orang yang punya hajatan, nasabah Bank Sampah Songolikoer sudah menunggu, setelah itu sampahnya langsung bersih).⁴³ Jadi dengan data tersebut, menunjukkan bahwa manfaat adanya Bank Sampah Songolikoer benar-bener dirasakan, selain manfaat ekonomi juga manfaat kebersihan lingkungan. Tidak ada lagi sampah plastik yang tercecer, bahkan kalau ada warga yang mempunyai hajatan merasa terbantu dengan adanya nasabah Bank Sampah, karena sampahnya dibantu untuk membersihkan. Kuatnya manfaat yang dirasakan oleh nasabah ini, membuktikan teknik ganjaran yang digunakan oleh pengurus Bank Sampah Songolikoer benar-bener sesuai kenyataannya.

Dalam proses penyadaran ini, pak A menggunakan teknik ganjaran dengan menunjukkan harapan bahwa kalau sampah ini bisa dijadikan uang dikarenakan masyarakat Wonokusumo Kidul yang kebanyakan adalah masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah lebih tertarik dengan sesuatu yang ada manfaat buat mereka, terutama manfaat ekonomi. Hal ini seperti yang disampaikan oleh pa A, *“... Masyarakat sini, jujur saja, kalau ada sesuatu yang bisa memberikan manfaat ekonomi mereka akan mau tergerak. Tapi*

⁴¹ Pak A. Wawancara oleh Tri Djoyo Budiono. Pengurus Bank Sampah Songolikoer, tanggal 17 Maret 2022.

⁴² Bu N. Wawancara oleh Tri Djoyo Budiono. Nasabah Bank Sampah Songolikoer, tanggal 20 April 2022.

⁴³ *Ibid.*

kalau tidak ada manfaatnya mereka biasanya sulit diajak bergerak.”⁴⁴

Setelah tahap kesadaran awal, banyak yang berminat untuk melakukan pemilahan sampah dan menjadi nasabah Bank Sampah Songolikoer. Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh pengurus Bank Sampah Songolikoer adalah tahap transformasi kemampuan, yakni tahap untuk melakukan proses meningkatkan kemampuan atau skill masyarakat Islam di Wonokusumo Kidul yang menjadi sasaran pemberdayaan Bank Sampah Songolikoer, berupa wawasan pengetahuan atau pendampingan peningkatan skill agar mengalami peningkatan terutama dalam hal pemilahan sampah. Proses ini berjalan dengan pola *learning by doing* atau belajar sambil berjalan.

Pada tahap peningkatan skill ini Pengurus Bank Sampah Songolikoer pada awalnya semua pengurus belajar terlebih dahulu. Bagian penimbangan belajar untuk mencoba alat penimbangannya untuk menimbang sampah dari nasabah, bagian administrasi belajar untuk mencatat hasil penimbangan dengan teliti, rapi dan teratur. Bagian administrasi juga belajar memahami harga sampah tiap kilonya sesuai standard yang diberikan oleh Bank Sampah Induk Surabaya (BSIS) dan belajar menyesuaikan dengan harga sesuai kategori sampai ketemu berapa nilai uang tabungan dari sampah tersebut. Proses pembelajaran tersebut berjalan beberapa kali sebelum sosialisasi, dan berjalan satu kali setelah sosialisasi. Walaupun demikian, pada awal pembukaan penimbangan, pengurus Bank Sampah

Songolikoer juga masih proses terus belajar sampai kemudian benar-benar paham.⁴⁵

Untuk warga yang jadi nasabah, diawal-awal juga mereka juga masih proses belajar untuk memilah. Awalnya mereka tidak tahu secara kongkrit berapa harga tiap kategorisasi sampah. Lalu lambat laun mereka belajar dan memahaminya sampai hafal harga jenis-jenis sampah, mulai dari harga sampah kertas, sampah plastik, sampah logam, dan lain-lain. Bahkan tiap jenis sampah itu masih ada jenis atau kategorinya lagi. Nasabah sangat memperhatikan hal ini, karena jika nasabah Bank Sampah tidak memilahnya berdasarkan kategori yang ada, akan menjadikan harga sampah yang dijual tidak maksimal, karena diikutkan kategori harga yang terendah. Hal itu tentunya akan merugikan nasabah sendiri.

Dalam proses pembelajaran ini, ada juga nasabah yang mengeluhkan kesulitan, bahkan kata Pak A ada nasabah yang menyampaikan, “cek akehe pak sing di afalno?” (kok banyak sekali pak yang dihafalkan?), karena memang jenis-jenis dari sampahnya sangat banyak, dan ada harganya masing-masing. Kesulitan ini merupakan hal yang wajar, karena yang harus dipahami jenisnya ada banyak, dan sebelumnya mereka juga belum pernah melakukan pemilihan jadi masih tahap belajar awal. Akhirnya, untuk membuat nasabah tetap mau untuk belajar melakukan pemilahan Pak A kemudian menyampaikan, “sajane terserah sampeyan, nek sampeyan pengen rego sampah e oleh rego dhuwur yo kudhu belajar. Sing untung sampeyan dhewe nek sampeyan isok ngerti carane milah iki” (sebenarnya terserah anda, kalau anda ingin

⁴⁴ Pak A. Wawancara oleh Tri Djoyo Budiono. Pengurus Bank Sampah Songolikoer, tanggal 17 Maret 2022.

⁴⁵ Pak A. Wawancara oleh Tri Djoyo Budiono. Pengurus Bank Sampah Songolikoer, tanggal 17 Maret 2022.

harga sampah yang anda pilah mendapat harga tinggi ya harus belajar. Yang untung nanti anda sendiri kalau mengerti caranya memilah sampah ini).⁴⁶

Dari pernyataan pak A tersebut, beliau menggunakan teknik komunikasi persuasif berupa teknik ganjaran untuk mengajak nasabah agar mau dan tetap bersabar belajar memilah sampah. Hal ini terbukti dalam pernyataannya, pak A menggunakan kalimat “...*Sing untung sampeyan dhewe nek sampeyan isok ngerti carane milah iki*” (... Yang untung nanti anda sendiri kalau mengerti caranya memilah sampah ini). Kalimat ini menggambarkan adanya keuntungan yang akan didapat oleh nasabah ketika mau belajar memilah sampah, mereka jadi tahu jenis-jenis sampah secara lebih detail, mereka jadi tahu harganya. Sehingga hal ini akan memberikan manfaat bagi nasabah akhirnya mereka bisa menentukan pemilahan sampah agar bisa mendapatkan harga jual yang lebih tinggi di Bank Sampah Songolikoer.

Dalam pelaksanaan tahapan peningkatan kemampuan ini, ada nasabah yang ingin mengambil uang tabungannya tidak pada saat menjelang hari raya. Sesuai dengan aturan di Bank Sampah Songolikoer, tabungan sampah bisa diambil setahun sekali yakni saat menjelang hari raya. Namun, jika ada kondisi mendesak nasabah bisa mengambilnya sewaktu-waktu asalakan diberitahukan kepada pengurus Bank Sampah Songolikoer H-2 hari sebelumnya agar bisa disiapkan uangnya. Nasabah tersebut ingin mengambil uangnya lebih awal karena ada kondisi mendesak, hal ini seperti apa yang disampaikan oleh pak A,

*“Bahkan ada warga yang anaknya di Pondok, butuh biaya SPP mendesak, padahal lagi gak punya uang, lalu membertahukan kepada kami pengurus Bank Sampah Songolikoer, akhirnya tabungannya bisa kami berikan lumayan sekitar Rp. 600.000-an. Itu sangat membantu. Dari bukti ini akhirnya warga tahu manfaatnya ikut Bank Sampah”.*⁴⁷

Hal ini kemudian disampaikan oleh pak A dan beberapa pengurus kepada nasabah lainnya dan warga secara informal. Selain itu ibu yang mendapatkan uang tabungan tersebut kata pak A juga menceritakan kisahnya kepada nasabah lainnya sehingga membuat nasabah lainnya juga tertarik untuk menabung di Bank Sampah Songolikoer, karena memang apa yang disampaikan benar-benar dijalankan, kalau tabungannya ternyata bisa benar-benar dicairkan.

Penyampaian tentang adanya nasabah yang mendapatkan uang tabungannya dalam kondisi mendesak kepada nasabah lainnya ini merupakan salah satu bentuk komunikasi persuasif, yang mana teknik komunikasinya adalah teknik asosiasi, yaitu teknik penyajian pesan komunikasi kepada komunikan dengan cara menumpukannya pada suatu obyek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak atau masyarakat saat itu. Peristiwa ibu yang menerima uang hasil tabungan sampahnya selama ini, karena kondisi mendesak akhirnya dicairkan tidak pada waktu mendekati lebaran menjadi peristiwa yang menarik perhatian warga masyarakat terutama pengurus dan nasabah Bank Sampah Songolikoer saat itu. Ketika kejadian itu diceritakan terus baik oleh

⁴⁶ Pak A. Wawancara oleh Tri Djoyo Budiono. Pengurus Bank Sampah Songolikoer, tanggal 17 Maret 2022.

⁴⁷ Pak A. Wawancara oleh Tri Djoyo Budiono. Pengurus Bank Sampah Songolikoer, tanggal 17 Maret 2022.

pengurus maupun oleh yang ibu yang menerima uang tabungannya tersebut akhirnya memberikan pengaruh dalam menarik minat warga lainnya yang saat itu belum tergabung dalam nasabah Bank Sampah Songolikoer akhirnya mau bergabung menjadi nasabah Bank Sampah Songolikoer.

Karena adanya kondisi pandemi, akhirnya proses pemberdayaan Bank Sampah Songolikoer berhenti beberapa waktu. Akhirnya hal ini sedikit banyak berdampak pula terhadap nasabah bank Sampah Songolikoer yang menurun, akhirnya sampai pada akhir tahun 2021 ketika mulai bergerak lagi, pengurus mencoba memberi tahu kepada nasabah lama yang mau untuk menabung sampah dipersilahkan, akan tetapi tidak terlalu banyak. Sampai ada suatu ketika momentum pemberian bantuan dari salah satu Yayasan kepada Nasabah Bank Sampah yang itu disampaikan kepada seluruh nasabah Bank Sampah Songolikoer dan banyak yang kemudian menabung lagi, seperti yang disampaikan oleh bu R, *"kami beritahukan kalau ada bantuan dari salah satu Yayasan yang bergerak lingkungan untuk nasabah Bank Sampah, akhirnya banyak yang menabung lagi"*.⁴⁸

Adanya sosialisasi yang disampaikan oleh bu R bahwa akan ada pembagian bantuan untuk para nasabah Bank Sampah Songolikoer ini menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh bu R dalam menarik kembali nasabah yang sudah tidak aktif agar aktif kembali adalah teknik ganjaran. Dengan adanya gambaran manfaat yang akan diterima selain tabungan, yakni adanya bantuan dari salah

satu Yayasan yang akan diberikan kepada nasabah Bank Sampah Songolikoer, hal ini memberikan iming-iming bagi nasabah yang sudah tidak aktif untuk bisa aktif lagi, karena para nasabah yang rata-rata secara ekonomi menengah kebawah memang kecenderungannya sangat tertarik dengan bantuan yang bernilai ekonomi.

Selanjutnya, komunikasi persuasif dalam pemberdayaan masyarakat juga ada pada saat pembagian uang tabungan nasabah Bank Sampah Songolikoer tahun pertama ada salah satu nasabah yang melakukan protes dengan uang potongan operasional 10%, seperti yang disampaikan oleh pak A, *"...ada nasabah Bank Sampah yang protes karena ada potongan untuk operasional Bank Sampah sebesar 10% dalam satu tahun. Katanya, "kok dipotong tabungan e? gawe opo?" (kok dipotong tabungannya? Buat apa?) "kok cek ekeh e pak?" (kok banyaknya pak?) lalu dijelaskan oleh pak A, "Sebenarnya potongan 10% itu untuk operasional Bank Sampah Songolikoer selama satu tahun, jadi Bank Sampah Songolikoer butuh operasional seperti beli tas kresek besar, beli tampar buat ngikat, beli es buat yang mengurus penimbangan, sing angkat-angkat, bahkan kalau ada penyusutan harga, dan lain-lain. Itu semua butuh biaya. Jumlah 10% itu sebenarnya tidak banyak. Dalam satu tahun tabungan total nasabah dapat 15 jutaan rupiah. Diambil 10% jadinya Rp. 1.500.000. dibagi 12 bulan ketemunya Rp. 100.000-an rupiah lebih sedikit, dibagi banyak orang yang bantu, jadinya paling tiap orang dapat berapa? Sedikit sekali. Bahkan ibunya saya kasih tahu, kalau misalnya ibunya jadi pengurus Bank Sampah dikasih segitu*

⁴⁸ Bu R. Wawancara oleh Tri Djoyo Budiono. Pengurus Bank Sampah Songolikoer, tanggal 24 November 2021.

apakah mau? Jawabnya gak mau. Setelah saya berikan penjelasan, nasabah tersebut kemudian mengangguk-angguk dan menerima. Untuk nasabah yang lainnya tidak ada yang mempermasalahkan.”⁴⁹

Pesan yang berupa protes ini muncul dikarenakan bagi nasabah yang kebanyakan adalah warga dengan ekonomi menengah kebawah angka 10% dari total tabungan mereka adalah uang yang banyak. Mereka juga merasa sudah memilah dan menabung sampah cukup sulit selama satu tahun. Mereka berharap diawal dapat uang tabungan sesuai dengan yang tercatat. Akan mereka kadang tidak memahami bahwa dalam operasional Bank Sampah Songolikoer selama satu tahun juga ada biayanya.

Dari data diatas, dapat dianalisis bahwa teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh pak A dalam mempersuasif anggota nasabah yang protes terkait dengan potongan 10% dari tabungan nasabah adalah *teknik red herring*. Teknik *Red Herring*, yaitu teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasanya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan. Sebenarnya teknik *red herring* yang digunakan oleh pak A dalam menjawab pertanyaan dari nasabah yang protes ini bukanlah teknik mengelak dari argument yang lemah kemudian diarahkan ke argument yang kuat. Alasan yang disampaikan oleh pak A karena memang kenyataannya demikian, sehingga dengan

argumentasi yang jelas, alasan yang jelas dan sesuai dengan kenyataannya, akhirnya tidak bisa lagi komunikasi dalam hal ini nasabah yang protes itu mengelaknya. Bahkan dihitung secara lebih rinci, yang intinya potongan 10% dari tabungan nasabah kalau diberikan kepada pengurus Bank Sampah Songolikoer yang mengurus operasional selama ini jumlahnya sangatlah sedikit.

Selain teknik *red herring*, data tersebut diatas menunjukkan penggunaan teknik teknik tataan atau *icing technique*, yaitu teknik komunikasi persuasi yang dilakukan dengan cara melakukan penataan pesan dengan imbauan yang bersifat emosional (*emotional appeal*) sedemikian rupa sehingga komunikasi menjadi tertarik perhatiannya. Hal ini dibuktikan dari data, setelah pak A memberikan perhitungannya buat apa 10% itu, kemudian pak A mengemas pesan yang menjawab nasabah tersebut dengan kalimat pertanyaan yang bisa menggugah emosi nasabah Bank Sampah Songolikoer. Pak A bertanya, “...*kalau misalnya ibunya jadi pengurus Bank Sampah dikasih segitu apakah mau? Jawabnya gak mau*”. Ini merupakan bentuk penataan pesan yang membuat nasabah yang protes tadi akhirnya bisa merasakan sulitnya menjadi pengurus Bank Sampah Songolikoer. Sehingga potongan 10% untuk operasional sebenarnya tidak seberapa dibandingkan dengan pengorbanan para pengurus Bank Sampah Songolikoer selama ini. Akhirnya nasabah tersebut menjawab tidak mau walaupun dirinya diberi seperti yang diterima oleh pengurus Bank Sampah Songolikoer kemudian disuruh mengurus operasional Bank Sampah Songolikoer.

⁴⁹ Wawancara dengan pak A, 17 Maret 2022.

Setelah tahap kedua, pemberdayaan masyarakat masuk pada tahap ketiga, yakni tahap peningkatan kemampuan intelektual. Komunikasi persuasif dalam tahap ini antara lain mengajak untuk mengikuti kegiatan seminar-seminar berkaitan dengan sampah dan lingkungan hidup. Dalam mengajak pengurus Bank Sampah untuk ikut kegiatan seminar-seminar tentang lingkungan hidup bu R menyampaikan baik lewat grup atau personal, "*monggo teman-teman yang ada waktu untuk ikut kegiatan seminar ini... lumayan bisa nambah ilmu buat kita*".⁵⁰ Dari data ini, bu R menggunakan teknik ganjaran saat mempersuasif anggotanya untuk mengikuti kegiatan seminar. Beliau menunjukkan manfaat mengikuti seminar tersebut yakni bisa menambah ilmu.

Pengurus dan anggota nasabah Bank Sampah Songolikoer dalam tahap peningkatan intelektual ini diberikan pembekalan tentang pentingnya meningkatkan nilai sampah yang sudah dipilah dengan membuat barang kerajinan dari sampah anorganik. Setelah itu, diadakan lomba membuat kerajinan tangan dari sampah. Alhamdulillah banyak sekali yang berminat untuk ikut dalam lomba tersebut, kemudian diambil 3 juara terbaik. Setelah itu dilakukan upaya pendampingan sehingga barang-barang kerajinan yang sudah dibuat bisa terjual dengan harga yang layak.⁵¹

Dalam mengajak membuat kerajinan dari sampah tersebut teknik yang digunakan oleh pengurus Bank Sampah Songolikoer adalah teknik ganjaran. Hal ini terbukti dengan adanya iming-iming berupa hadiah yang didapatkan dari lomba jika membuat kerajinan dari sampah. Juga adanya iming-

iming dan harapan dari kerajinan itu juga bisa dijual dengan harga yang lebih tinggi dari awalnya yang hanya sekedar sampah tidak bernilai.

Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengurus Bank Sampah Songolikoer melakukan komunikasi persuasif kepada warga sekitar pada seluruh tahapan pemberdayaan masyarakatnya. Tahap pertama, saat kesadaran banyak menggunakan teknik komunikasi persuasif ganjaran, teknik tataan. Tahap kedua, tahap transformasi kemampuan menggunakan teknik komunikasi persuasif yang lebih bervariasi yakni teknik ganjaran, teknik asosiasi, dan teknik red herring. Tahap ketiga, tahap peningkatan kemampuan intelektual dan kecakapan-ketrampilan banyak menggunakan teknik ganjaran.

Temuan penelitian ini, (1) setiap teknik komunikasi persuasif yang diterapkan senantiasa terikat dengan dinamika atau konteks komunikasi pemberdayaan masyarakat saat itu, saat sosialisasi menggunakan teknik ganjaran, teknik tataan, saat berbeda pendapat dengan nasabah menggunakan teknik red herring, dan seterusnya, (2) teknik ganjaran menjadi teknik komunikasi persuasif yang dominan digunakan pengurus Bank Sampah Songolikoer karena konteks masyarakatnya adalah masyarakat menengah ke bawah yang lebih suka mengikuti sesuatu kalau ada manfaatnya, terutama manfaat ekonomi. Juga teknik ancaman bisa menjadi salah satu teknik yang cukup efektif untuk membangkitkan rasa takut sasaran

⁵⁰ Wawancara dengan Bu R, 24 November 2021.

⁵¹ Wawancara dengan Bu R, 24 November 2021.

pemberdayaan ketika mereka tidak menjaga lingkungan.

Rekomendasi yang dihasilkan antara lain, (1) perlu bagi setiap pemberdaya masyarakat ketika hendak menggunakan teknik persuasif memahami terlebih dahulu mitra komunikasi dan konteksnya, (2) teknik ganjaran dan ancaman (*fear arousing*) bisa menjadi teknik yang digunakan ketika

sasaran pemberdayaannya adalah masyarakat menengah kebawah, (3) perlu diupayakan untuk penggunaan teknik komunikasi persuasif yang lain dalam pemberdayaan masyarakat terutama ketika berhadapan dengan karakteristik masyarakat yang berbeda dengan masyarakat Wonokusumo Kidul.

Bibliografi

- Adi, Isbandi Rukminto. *Pemikiran-Pemikiran Dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial*. Jakarta: LP FEUI, 2002.
- Dkk, Rofiq A. *Pemberdayaan Pesantren; Menuju Kemandirian Dan. Profesionalisme Santri Dengan Metode Daurah Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2005.
- Effendy, Onong U. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Faizal. "Dakwah Bil-Hal Dalam Perspektif Al-Qur'an." *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Pengembangan Komunitas* VIII, no. 2 (2013).
- Krisyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Mawasti, Wahanani, and Tri Djoyo Budiono. "Memberdayakan Masyarakat Islam Melalui Bank Sampah: Strategi Komunikasi Stakeholder Bank Sampah Songolikoer." *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 1, no. 2 (2020): 281–304. doi:10.55372/inteleksiapid.v1i2.54.
- Megawati, Putri Wahyuni. "Persuasif Komunitas Rumah Belajar Ceria Dalam Program Pemberdayaan Masyarakat Di Kampung Sungai Pedado Palembang." UIN Raden Fatah Palembang, 2018.
- Meilia Trisnawati. "TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM TAHAP PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UNTUK PEDULI LINGKUNGAN (Studi Deskriptif Pada Komunitas Forum Komunikasi Winongo Asri Yogyakarta)." Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018.
- Prastyanti, Shinta. "Komunikasi, Partisipasi, Dan Konflik Dalam Pemberdayaan Masyarakat." *Acta Diurna* 14, no. 1 (2018): 68–78.
- Risyanti, Roesmidi & Riza. *Pemberdayaan Masyarakat*. Sumedang: Alqaprint Jatinangor, 2006.
- S. Fatimah, I.Z. Arifin, & D. Sumpena. "Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kegiatan Program Keluarga Harapan." *Prophetica: Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 5, no. 1 (2019). doi:https://dx.doi.org/10.15575/prophetica.v5i1.1308.
- Safei, Nanih Machendrawaty dan Agus Ahmad. *Pengembangan Masyarakat Islam : Dari Ideologi Strategi Sampai Tradisi*. Edited by Cucu Cuanda. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Sagir, Akhmad. "Dakwah Bil Hal: Prospek Dan Tantangan Da'i." *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 14, no. 27 (2015): 15–27.
- Sholeh, Chabib. *Dialektika Pembangunan Dan Pemberdayaan*. Bandung: Fokusmedia, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.

- Sulistiyani, Ambar Teguh. *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gaya Media, 2004.
- Tri Djoyo Budiono. *Komunikasi Diskusi Dan Debat Sebagai Metode Dakwah*. Surabaya: CV. Equilibrium Press, 2021.
- Vito, Joseph A De. *Komunikasi Antarmanusia, Edisi Kelima*. Jakarta: Karisma Publishing Group, 2011.
- W., Suratno A. *Komunikasi Perkantoran: Prinsip Komunikasi Untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran*. Yogyakarta: Media Wacana, 2005.
- Wahanani Mawasti, and Fasha Umh Rizky. "PERANAN ASET KOMUNITAS DALAM PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM PADA BANK SAMPAH SONGOLIKOER." *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 2, no. 1 (2020). doi:10.55372/inteleksiajpid.v2i1.83.
- Widjaja, H. A. W. *Komunikasi (Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.

