



## PSIKOLOGI KOMUNIKASI DALAM DAKWAH PEMBERDAYAAN: STUDI PROGRAM GRAMEEN BANK OLEH MUHAMMAD YUNUS

**Sri Wahyuni**

STID Al-Hadid Surabaya

[sri wahyuni@stidalhadid.ac.id](mailto:sri wahyuni@stidalhadid.ac.id)

**Abstrak:** Psikologi komunikasi mampu menjelaskan proses komunikasi dengan mempertimbangkan aspek psikologis komunikasi. Dengan psikologi komunikasi subjek mampu meramalkan respons komunikasi sehingga komunikasi bisa efektif. Salah satu faktor kesuksesan program Grameen Bank yaitu penggunaan psikologi komunikasi yang tepat oleh Muhamamrd Yunus dalam memberdayakan Masyarakat perempuan di Desa Jobra. Beliau mampu memahami aspek psikologis sasaran yang diberdayakan sehingga tepat dalam berkomunikasi. Hingga mendapatkan penghargaan yaitu Hadiah Nobel Perdamaian pada tahun 2006. Tujuan studi ini adalah mendeskripsikan Psikologi Komunikasi dalam dakwah pemberdayaan : Studi Program Grameen Bank Masyarakat Bangladesh Oleh Muhammad Yunus. Pendekatan teori yang digunakan adalah teori psikologi komunikasi. Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil studi ini yaitu Muhammad Yunus melakukan komunikasi dengan mempertimbangkan berbagai macam aspek psikologis komunikasi (perempuan Desa Jobra) diantaranya, kebutuhan rasa aman yaitu ingin mendapatkan upah dan pekerjaan, sisi lain perasaan mereka takut untuk meminjam uang di grameen bank, sementara pengetahuan mereka terhadap grameen bank seperti Lembaga keuangan yang lain memberikan bunga tinggi, nilai-nilai adat purdah, sosok figure terhadap tokoh tertentu. Sehingga setiap komunikasi pesan verbal yang dimunculkan oleh M. Yunus baik rational, emotional, reward appeal sangat mengena pada aspek psikologis komunikasi. Efek dari penerapan psikologi komunikasi dalam dakwah pemberdayaan yaitu mereka menjadi peminjam grameen bank yang loyal.

**Kata kunci:** Psikologi Komunikasi, Dakwah Pemberdayaan, M. Yunus, Grameen Bank

**Abstract: COMMUNICATION PSYCHOLOGY IN EMPOWERMENT OF DAKWAH: A STUDY OF THE GRAMEEN BANK PROGRAM BY MUHAMMAD YUNUS.**

Communication psychology is able to explain the communication process by considering the psychological aspects of communicants. With communication psychology, subjects are able to predict communication responses so that communication can be effective. One of the success factors for the Grameen Bank program is the use of appropriate communication psychology by Muhamamrd Yunus in empowering the women community in Jobra village. He is able to understand the psychological aspects of the empowered object so that he can communicate appropriately. Until he received an award, namely the Nobel Peace Prize in 2006. The aim of this study is to describe the Psychology of Communication in the preaching of empowerment: Study of the Grameen Bank Community Program in Bangladesh by Muhammad Yunus. The theoretical approach used is communication psychology theory. This study uses descriptive qualitative methods. The results of this study are that Muhammad Yunus communicates by considering various psychological aspects of the communicants (Jobra village women), including the need for security, namely wanting to get wages and work, on the other hand, their feelings of fear of borrowing

*money from Grameen Bank, while their knowledge of Grameen Bank like other financial institutions, it provides high interest rates, traditional purdah values, figure figures for certain figures. So that every verbal communication message raised by M. Yunus, whether rational, emotional, reward appeal, is very relevant to the psychological aspect of the communicant. The effect of applying communication psychology in empowering da'wah is that they become loyal Grameen Bank borrowers.*

**Keywords:** Communication Psychology, Empowerment of Dakwah, M. Yunus, Grameen Bank

## Pendahuluan

Dakwah adalah upaya untuk menyampaikan ajaran Islam kepada seseorang atau kelompok orang agar mereka mengamalkan ajaran Islam dengan benar.<sup>1</sup> Salah satu pendekatan dalam dakwah yaitu *dakwah bil-hal*. Menurut Akhmad sagir mengutip Harun Ar-Rasyid bahwa *dakwah bil-hal* ialah upaya mengajak seseorang ataupun berkelompok untuk mengembangkan diri dan masyarakat dalam rangka mewujudkan tatanan sosial ekonomi dan aspek bidang lainnya diantaranya mengatasi persoalan kemiskinan, kebodohan, keterbelakangan dengan wujud perbuatan konkret dan nyata terhadap komunikasi dakwah.<sup>2</sup> Salah satu bentuk *Dakwah bil-hal* diantaranya yaitu pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi sebab, pemberdayaan merupakan suatu usaha atau kegiatan untuk memberikan daya atau kekuatan kepada masyarakat yang tidak berdaya dengan tujuan terwujudnya perubahan perilaku ke arah kemandirian, kesejahteraan masyarakat secara mandiri dari segala aspek kehidupan seperti aspek ekonomi, atau bidang lain.<sup>3</sup> Senada menurut Nanih dalam jurnal Wahanani dan Tri menyampaikan bahwa

kegiatan pemberdayaan masyarakat merupakan perwujudan dakwah bilhal.<sup>4</sup>

Psikologi komunikasi mencoba menganalisis bagaimana proses kejiwaan yang ada pada diri seseorang saat berkomunikasi. Aspek psikologis komunikasi baik aspek kebutuhan, pikiran, perasaan, pengalaman rasa, nilai-nilai serta kepribadian menjadi unit analisis dan pertimbangan subjek dalam menyusun dan menyampaikan pesan. Komunikasi bukan hanya sekedar penyampaian pesan antara komunikator dan komunikan yang bersifat mekanistik seperti yang disampaikan oleh Hunt dimana Komunikasi adalah penyampaian energi dari alat-alat indera ke neuron kemudian ke otak, namun komunikasi juga bersifat psikologis dimana penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan bukan hanya sekedar penyampaian stimulus dari neuron ke otak, namun ada proses kejiwaan atau psikologis yang terlibat di dalamnya.<sup>5</sup>

Pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah penguatan pemilikan faktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan

<sup>1</sup> Susiyanto, "Dakwah Bil Hal Suatu Upaya Menumbuhkan Kesadaran Dan Mengembangkan Kemampuan Jamaah," *Aplikasi Nilai-Nilai Agama* 2, no. 2 (2012): 129.

<sup>2</sup> 2 Akhmad Sagir, Mas'udi 1987, "Dakwah Bil Hal: Prospek Dan Tantangan Da'i," *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 14, no. 27 (2015): 15–27.

<sup>3</sup> Dakwah Pemberdayaan et al., "Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi" 7 (2020): 9–20.

<sup>4</sup> Wahanani Mawasti and Tri Djyo Budiono, "Memberdayakan Masyarakat Islam Melalui Bank Sampah: Strategi Komunikasi Stakeholder Bank Sampah Songolikoer," *INTELEKSI - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 1, no. 2 (2020): 281–304, <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v1i2.54>.

<sup>5</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2007).

pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji yang memadai atau sejahtera. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi berorientasi untuk penguatan ekonomi rakyat menuju ekonomi kokoh, modern, efisien.<sup>6</sup> Dari pandangan tersebut dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat bidang ekonomi adalah upaya yang dilakukan oleh individu atau komunitas untuk memberikan daya, kekuatan kepada pihak yang kurang berdaya atau lemah dari aspek ekonomi. Output dari pemberdayaan masyarakat bidang ekonomi adalah kemampuan sasaran yang diberdayakan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi secara mandiri. Selanjutnya sasaran yang diberdayakan di dayakan menjadi *agen of change* untuk membantu terlibat pembangunan masyarakat di bidang ekonomi sesuai dengan kapasitas dan kapabilitasnya, diakomodasi aspirasinya serta dituntun untuk melakukan pemeran dan evaluasi atas hasil pelaksanaan peran yang dilakukan di lapangan.

Pemberdayaan menjadi salah satu upaya mengentaskan permasalahan kemiskinan dengan cara mendorong dan membangkitkan kesadaran, agar masyarakat menyadari bahwa mereka memiliki potensi yang dapat dioptimalkan.<sup>7</sup> pemberdayaan masyarakat menjadikan masyarakat lebih berdaya, kreatif, terarah dan menjadikan taraf hidupnya ke arah yang lebih baik.<sup>8</sup> Tahapan pemberdayaan

masyarakat terdiri dari tiga proses, yaitu tahapan penyadaran, tahapan pengkapsitasan dan tahapan pendayaan.<sup>9</sup>

Tahapan pemberdayaan bidang ekonomi, terdapat kegiatan diantaranya, *pertama*, adalah upaya menyadarkan sasaran pemberdayaan dengan memberikan pengetahuan terkait perihal program inovasi yang mampu memecahkan persoalan ekonomi sehingga mereka bisa berdaya dalam memenuhi kebutuhan ekonomi secara mandiri dan optimal.<sup>10</sup> Proses penyadaran merupakan proses pembentukan prilaku masyarakat.<sup>11</sup> Dalam upaya penyadaran tersebut, ternyata tidak luput dari persoalan semisal ketidakpercayaan masyarakat akan program pemberdayaan yang ditawarkan oleh subjek pemberdaya sebab diantaranya dipandang kurang solutif, persoalan merasa kenyamanan dengan keadaan sebelumnya, adanya kepesimisan dari masyarakat untuk keluar dari persoalan ekonomi yang menimpanya dan lain sebagainya. Sehingga dibutuhkanlah Psikologi Komunikasi, komunikasi didasarkan penilaian dan pertimbangan psikologi agar tujuan komunikasi efektif.

*Kedua*, terdapat upaya pengkapsitasan manusia yaitu memampukan manusia baik secara individu maupun kelompok agar mampu menerima daya atau kekuasaan yang akan

<sup>6</sup> Erni Febrina Harahap, "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Untuk," *Jurnal Manajemen Dan Kewiusahaan* 3, no. 2 (2012): 78–96.

<sup>7</sup> Suciati, "Peranan Aset Komunitas Dalam Pemberdayaan Pemuda Oleh Komunitas Kampung Marketer, Karangmoncol, Purbalingga," *INTELEKSI* - *Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 3, no. 1 (2021): 27–52, <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v3i1.137>.

<sup>8</sup> Arif Sofianto, "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pedesaan Melalui Kelompok Usaha," *Sosio Informa* 3, no. 3 (2017): 1–20, <https://doi.org/10.33007/inf.v3i3.603>.

<sup>9</sup> Anak Agung Istri Andayani, Edhi Martono, and Muhamad Muhamad, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui

Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali)," *Jurnal Ketahanan Nasional* 23, no. 1 (2017): 1, <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>.

<sup>10</sup> Madahi Veronica Aguayo Torrez, "Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Sleman," *Skripsi Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia* (2021).

<sup>11</sup> Yuyun Yuniarshih and Enok Risdayah, "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry," *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 6, no. 3 (2023): 337–56, <https://doi.org/10.15575/tamkin.v6i3.24238>.

diberikan.<sup>12</sup> Bentuknya dapat berupa pendidikan, pelatihan, seminar, workshop dan lain-lain. Upaya dalam memampukan manusia, lewat pendidikan, pelatihan, seminar, workshop. Sisi lain dalam upaya pengkapaasitasan ternyata tidak mudah bagi mereka dalam menjalani tahapan ini , terdapat persoalan-persoalan yang muncul terutama aspek psikologis diantaranya yaitu merasa tidak mampu, tidak bisa, gagal dan merasa sulit, takut kalah bersaing dan lain sebagainya. Maka dalam menjalankan upaya memampukan manusia membutuhkan Psikologi Komunikasi, komunikasi didasarkan penilaian dan pertimbangan psikologi agar tujuan komunikasi efektif.

Ketiga, kegiatan pendayaan atau pemberian daya yaitu pemberian kekuasaan pada organisasi atau masyarakat yang diberdayakan. Upaya pendayaan yaitu dengan memberikan pemeranan sesuai dengan kemampuan dan kapabilitas masing-masing SDM dan melakukan kontrol dan evaluasi atas peran yang dilakukan.<sup>13</sup> Subjek pemberdaya dalam menjalankan kegiatan pendayaan tidak lepas dari persoalan-persoalan semisal merasa minder atau tidak percaya diri atas peran yang dilakukan karena tidak sesuai dengan kemampuan, merasa pesimis dalam meraih target peran, merasa malu atau kurang prestisius atas peran yang dilakukan, dan sebagainya. Maka dalam mensukseskan kegiatan pendayaan membutuhkan Psikologi Komunikasi, komunikasi didasarkan penilaian dan pertimbangan psikologi agar tujuan komunikasi efektif.

Muhammad Yunus dalam melakukan pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi

pada penduduk di Desa Jobra juga tidak terlepas dari persoalan psikologis objek. Semisal saat Muhammad Yunus ingin memberikan pinjaman kepada masyarakat Jobra, karena sejauh ini modal usaha yang diperoleh masyarakat didapatkan dari rentenir dengan syarat pengembalian pinjaman disertai bunga tinggi.

Sisi lain, masyarakat yang menghindari rentenir, ternyata bertemu dengan orang yang setali tiga uang dengan rentenir, yaitu perantara (makelar). Saat itu Yunus bertemu dengan Sufiya warga dari Jobra, dia sebagai pengrajin bambu, Sufiya dalam mendapatkan bambu, ia tidak membelinya melainkan dengan meminjam bambu tersebut dari *paikar* (perantara), dan menjual kembali bangku bambu tersebut kepada perantara sebagai bentuk pembayaran pinjaman. Dengan sistem tersebut Sufiya hanya mendapatkan keuntungan 2 sen perhari. Fakta ini merupakan salah satu persoalan yang sangat mengejutkan dan membuat prihatin Muhammad Yunus, hingga beliau membuat program pemberdayaan masyarakat yaitu Grameen, Bank Kaum Miskin.<sup>14</sup>

Muhammad Yunus memberikan pinjaman uang kepada kaum miskin. Beliau memilih sasaran yang diberdayakan yaitu kaum perempuan. Sebab, dipandang lebih bisa menggunakan keuangan tersebut dengan tepat dibandingkan dengan laki-laki. Meskipun kaum perempuan memiliki keyakinan akan kedudukan bahwa ia di sosial sebagai orang yang termarginalkan, kelaparan dan kemiskinan lebih merupakan masalah perempuan daripada laki-laki, bahkan suami dengan mudah menceraikan istri.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> aguayo Torrez, "Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Sleman."

<sup>13</sup> Aguayo Torrez.

<sup>14</sup> Alan Jolis Muhammad Yunus, *Bank Kaum Miskin*, Kedua (Tangerang Selatan: CV. Marjin Kiri, 2013).

<sup>15</sup> Muhammad Yunus.

Sisi lain kaum perempuan di Desa Jobra, memiliki anggapan bahwa uang adalah sesuatu hanya dipegang oleh suaminya, wanita tidak berhak memegang uang.<sup>16</sup> Maka persoalan “Kepercayaan” kaum miskin inilah menjadi tantangan tersendiri bagi Muhammad Yunus dalam mensukseskan program pemberian pinjaman uang, “Grameen Bank” kepada mereka.

Muhammad Yunus dalam menyakinkan masyarakat Desa Jobra terkhusus kaum perempuan untuk mau menerima pinjaman uang, program Grameen Bank, tidak terlepas dari aktivitas komunikasi. Menurut penulis, Muhammad Yunus dalam berkomunikasi menawarkan program Grameen Bank tidak terlepas dari Psikologi Komunikasi, bagaimana beliau mampu membaca dan menganalisis aspek psikologis kaum perempuan Desa Jobra, serta hasil analisis psikologis komunikasi dijadikan pertimbangan untuk membuat dan menyampaikan pesan sehingga banyak masyarakat Desa Jobra mau menerima program Grameen Bank. Kesuksesan tersebut kita bisa melihat banyak penghargaan yang didapatkan oleh Muhammad Yunus diantaranya penghargaan yang Hadiah Nobel Perdamaian pada tahun 2006, sebagai usaha melalui kredit mikro untuk menciptakan pembangunan ekonomi dan sosial dari bawah.<sup>17</sup>

Fokus masalah dalam studi ini adalah “Psikologi komunikasi dalam dakwah pemberdayaan pada studi program Grameen Bank masyarakat Bangladesh oleh Muhammad Yunus”. Tujuan studi ini adalah menjelaskan

penerapan psikologi komunikasi dalam dakwah pemberdayaan pada studi program Grameen Bank masyarakat Bangladesh oleh Muhammad Yunus”. Manfaat studi ini adalah secara teoritis menambah khasanah ilmu pengetahuan terkait Psikologi Komunikasi. Serta secara praktis sebagai referensi pemecahan masalah bagi subjek pemberdaya dalam pemberdayaan masyarakat bidang ekonomi.

Penelusuran terhadap hasil studi maupun penelitian sebelumnya, belum ditemukan studi yang membahas psikologi komunikasi dalam dakwah pemberdayaan: studi pemberdayaan masyarakat Bangladesh oleh Muhammad Yunus. Terdapat studi yang menjadikan Muhammad Yunus menjadi subjek adalah *pertama*, artikel jurnal yang membahas tentang, “Studi Kritis Pemikiran Muhammad Yunus tentang Grameen Bank”.<sup>18</sup> Penelitian ini berfokus kritik pemikiran Muhammad Yunus terkait konsep Grameen Bank. *Kedua*, jurnal yang membahas, *Banker To The Poor and ITS Urgency Based On Indonesian Context (Perceiving The Toughts and experiences of Muhammad Yunus)*.<sup>19</sup> Penelitian ini mengupas bahwa model dalam mengatasi masalah kemiskinan dengan mendirikan Grameen Bank untuk orang miskin telah menjadi panutan di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Menurut peraturan Islam, bunga bank diterapkan oleh Grameen Bank tidak bertentangan dengan aturan Islam. *Ketiga*, jurnal yang berjudul, “Dakwah Muhammad Yunus dalam Menciptakan Dunia Tanpa Kemiskinan ( Studi Kasus Awal Pendirian Bank Grameen di Bangladesh)”.<sup>20</sup> Penelitian ini membatasi

<sup>16</sup> Muhammad Yunus.

<sup>17</sup> Muhammad Yunus.

<sup>18</sup> Haqiqi Rafsanjani, “Studi Kritis Pemikiran Muhammad Yunus Tentang Grameen Bank,” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2017): 14.

<sup>19</sup> Laily Nur Arifa, “Banker To the Poor and Its Urgency Based on Indonesian Context (Perceiving the Toughts and

Experiences of Muhammad Yunus),” *Risâlah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 7, no. 2 (2021): 226–38, [https://doi.org/10.31943/jurnal\\_risalah.v7i2.188](https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v7i2.188).

<sup>20</sup> Didit Krisdianto, ““Dakwah Muhammad Yunus Dalam Menciptakan Dunia Tanpa Kemiskinan ( Studi Kasus Awal Pendirian Bank Grameen Di Bangladesh)Pendahuluan,” *Bil*

bahwa aktivitas Muhammad Yunus dalam pendirian gramen bank adalah aktivitas dakwah. Keempat, jurnal yang berjudul Social Entrepreneurship Muhammad Yunus,” Grameen Bank”.<sup>21</sup> Penelitian ini membahas terkait Muhammad Yunus dari Bangladesh telah membuktikan keampuhan social entrepreneurship pada progam grameen bank melalui pengembangan *mind-set* bahwa setiap manusia memiliki *marketable skill*, potensi yang tidak terbatas, termasuk jiwa *entrepreneurship*. Kelima, Penelitian yang berjudul, *Social Business Contribution Of Grameen Bank Muhammad Yunus In The Development Of Poverty Reduction Discourse In Indonesia*.<sup>22</sup> Penelitian ini membahas tentang peran perusahaan sosial Grameen Bank Muhammad Yunus dalam pengembangan wacana penanggulangan kemiskinan di Indonesia.

Studi ini adalah studi kualitatif deskriptif.<sup>23</sup> yaitu mendeskripsikan secara mendalam analisis penerapan psikologi komunikasi di medan pemberdayaan masyarakat bidang ekonomi (*Pada Studi Kasus Bank Kaum Miskin*). Teknik penggalian data pada penelitian ini adalah dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer karena mengandung prinsip pada data primer (merujuk pada sumber aslinya). Sumber data dalam penelitian ini adalah dokumentasi buku yang berjudul, ‘Bank Kaum Miskin’. Teknik analisa data menggunakan model Miles dan Huberman yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing atau verification.<sup>24</sup> Mereduksi data yang tidak berkaitan dengan

Hikmah : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam 1, no. 01 (2023): 117–36.

<sup>21</sup> Nurhayati Nurhayati, “Social Entrepreneurship Muhammad Yunus,” Grameen Bank”,” Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan 2, no. 12016 (2016): 31–48, <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/JBMP/article/view/909/703>.

<sup>22</sup> Amarta Risna Diah Faza, “Social Business Contribution of Grameen Bank Muhammad Yunus in The Development of

psikologi komunikasi, memberikan kode, serta mendeskripsikan hasil temuan dengan panduan kajian psikologi komunikasi. Selanjutnya penarikan kesimpulan (menyintesis) penerapan psikologi komunikasi di medan pemberdayaan masyarakat bidang ekonomi (*Pada Studi Kasus Bank Kaum Miskin*). Sedangkan teknik validasi data, penulis melakukan peningkatan penekunan.

## Psikologi Komunikasi

Psikologi Komunikasi adalah Komunikasi yang mempertimbangkan aspek psikologis komunikasi. Psikologi mencoba menganalisis seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri komunikasi, psikologi memberikan karakteristik manusia komunikasi serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi perilaku komunikasinya. Pada komunikator, psikologi melacak sifat-sifatnya dan bertanya: Apa yang menyebabkan satu sumber komunikasi berhasil dalam memengaruhi orang lain, sementara sumber komunikasi yang lain tidak.<sup>25</sup>

Menurut George A. Miller definisi psikologi yang mencakup semuanya : *Psychology is the science that attempts to describe, predict, and control mental and behavioral events* (Miller, 1974:4). Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah ilmu yang menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan behavioral dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah apa yang disebut Fisher

Poverty Reduction Discourse in Indonesia,” International Economic and Finance Review 1, no. 1 (2022): 54–84, <https://doi.org/10.56897/iefr.v1i1.5>.

<sup>23</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga Press, 2011).

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012).

<sup>25</sup> Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*.

“internal mediation of stimuli” sebagai akibat berlangsungnya komunikasi. Peristiwa behavioral adalah apa yang nampak ketika orang berkomunikasi.<sup>26</sup>

Fisher menyebut empat ciri pendekatan psikologi pada komunikasi penerimaan stimuli secara inderawi (*sensory reception of stimuli*), proses yang mengantara stimuli dan respons (*internal mediation of stimuli*), prediksi respons (*prediction of response*), dan peneguhan respons (*reinforcement of response*). Psikologi melihat komunikasi dimulai dengan masuknya stimulus pada organ-organ pengindraan kita yang berupa data-data mentah yang kemudian direspon secara psikis oleh otak kita.<sup>27</sup>

Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respons yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respons yang akan datang. Bila individu-individu berinteraksi dan saling memengaruhi maka terjadilah *pertama* proses belajar yang meliputi aspek kognitif dan afektif (aspek berpikir dan aspek merasa). *Kedua* adalah proses penyimpulan dan penerimaan lambang-lambang (komunikasi). *Ketiga* adalah mekanisme penyesuaian diri seperti sosialisasi, permainan peranan, identifikasi, proyeksi, agresi, dan sebagainya.<sup>28</sup>

Psikologi pesan adalah pesan yang disusun berdasarkan pada penilaian dan pertimbangan psikologis komunikasi. Terdapat beberapa jenis pesan yang psikologis diantaranya pertama, *fear appeal*, *emotional appeal*, *reward appeal*, *motivational appeal*.<sup>29</sup>

*Pertama*, *fear appeal* adalah pesan yang menakutkan ialah metode penyusunan pesan yang dapat menimbulkan rasa ketakutan

kepada khalayak. *Kedua*, *emotional appeal* (pesan yang penuh dengan emosi) ialah cara penyusunan pesan yang berusaha menggugah emosi khalayak. *Ketiga*, *reward appeal* adalah pesan yang penuh dengan balasan yang menyenangkan ialah cara penyusunan pesan yang berisi perkataan akan mendapatkan hadiah. *Keempat*, *Motivational appeal* adalah penyusunan pesan yang penuh dorongan) ialah teknik penyusunan pesan yang dibuat bukan karena janji-janji. *Keenam*, pesan imbauan rasional adalah pesan yang menyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau penyajian bukti-bukti.<sup>30</sup>

## Profil Muhammad Yunus

Muhammad Yunus lahir di Chittagong pada 1940 sebagai anak ke tiga dari empat belas bersaudara, lima diantaranya meninggal ketika bayi. Mengalami pemisahan Pakistan dan India semasa kecilnya dan aktif dalam perjuangan kemerdekaan Bangladesh dari Pakistan ketika dewasa. Menerima beasiswa Fulbright untuk melanjutkan kuliah di Vanderbilt University. Menjabat dekan fakultas Ekonomi Chittagong University pada 1972 dan mulai mendalami akar-akar kemiskinan masyarakat di Desa Jobra. Merintis program kredit mikro dan mendirikan Grameen Bank pada 1983. Saat ini lebih dari 250 lembaga di 100 negara melanjutkan program kredit mikro yang didasarkan pada metode Grameen, dan PBB telah mencanangkan tahun 2005 lalu sebagai Tahun Internasional Kredit Mikro. Bersama Grameen Bank, Muhammad Yunus dianugerahi Hadiah Nobel Perdamaian 2006.<sup>31</sup>

<sup>26</sup> Herdiyan Maulana dan Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi Dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata, 2013).

<sup>27</sup> Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*.

<sup>28</sup> Gumelar, *Psikologi Komunikasi Dan Persuasi*.

<sup>29</sup> Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*.

<sup>30</sup> Rakhmat.

<sup>31</sup> Muhammad Yunus, *Bank Kaum Miskin*.

## Psikologi Komunikasi dalam Dakwah Pemberdayaan Program Grameen Bank

### 1. Psikologi Komunikasi M.Yunus Dengan Perempuan Miskin Desa Jobra Pada Program Grameen Bank

Muhammad Yunus ingin memberikan pinjaman kepada masyarakat Jobra, karena sejauh ini modal usaha yang diperoleh masyarakat didapatkan dari rentenir dengan syarat pengembalian pinjaman disertai bunga tinggi. Sisi lain, masyarakat yang menghindari rentenir, menggunakan perantara. Saat itu Yunus bertemu dengan Sufiya warga dari Jobra, dia sebagai pengrajin bambu, Sufiya dalam mendapatkan bambu, ia tidak membelinya melainkan dengan meminjam bambu tersebut dari paikar (perantara), dan menjual kembali bangku bambu tersebut kepada perantara sebagai bentuk pembayaran pinjaman. Dengan sistem tersebut Sufiya hanya mendapatkan keuntungan 2 sen perhari. Prof Yunus memberikan pinjaman uang kepada kaum miskin, ia memilih sasaran pemberdayaan yaitu kaum perempuan, karena dipandang lebih bisa menggunakan keuangan tersebut dengan tepat dibandingkan dengan laki-laki, walapun sisi lain mereka memiliki keyakinan akan kedudukan ia di sosial sebagai orang yang termarginalkan, kelaparan dan kemiskinan lebih merupakan masalah perempuan daripada laki-laki, suami dengan mudah menceraikan istri, bila istri sudah diceraikan maka ia akan menjadi aib di keluarganya sendiri. Sisi lain kaum perempuan di Desa Jobra, memiliki anggapan bahwa uang adalah sesuatu hanya dipegang oleh suaminya, wanita tidak berhak memegang uang. Maka persoalan ini menjadi tantangan tersendiri bagi Prof Yunus untuk menjalankan program pemberian pinjaman uang kepada mereka.<sup>32</sup>

Pada saat itu Muhammad Yunus sedang berdialog dengan 25 perempuan jobra, dengan sekat dinding bambu, karena mereka berdua berada pada ruangan yang berbeda. Perempuan Jobra: *"Uang adalah sesuatu yang hanya dipegang oleh suami saya"*, *Berikan pinjaman kepada suami saya, Dia yang pegang uang. Saya tidak pernah menyentuhnya sepeser pun dan saya tidak ingin melakukannya, saya tidak tahu apa yang harus dilakukan dengan uang itu."*

Kemudian Professor Yunus terus mencoba semampunya mendorong mereka agar tidak takut untuk melakukan pinjaman.

Profesor Yunus : *"Mengapa tidak mau meminjam? Pinjaman ini akan membantu Anda Mulai menghasilkan uang."*

Perempuan Jobra: *"Tidak, tidak, tidak kami tidak bisa menerima uang Anda."*

Muhammad Yunus : *"Mengapa tidak? Jika anda berinvestasi, anda bisa memperoleh uang dan menggunakan keuntungannya untuk memberi makan dan menyekolahkan anak-anak."*

Perempuan Jobra : *"Tidak, ketika ibu saya meninggal, nasihat terakhir yang disampaikannya pada saya adalah jangan pernah meminjam dari siapapun. Jadi, saya tidak bisa meminjam."*

Muhammad Yunus : *"Ya, Ibu Anda seorang bijak, beliau memberikan nasehat yang tepat. Namun, jika kini masih hidup, beliau akan menasehati Anda untuk bergabung dengan Grameen. Saat beliau masih hidup, tidak ada proyek Grameen . Beliau tidak tahu tentang hal ini. Saat itu, yang ada hanya rentenir, tempat satu-satunya beliau bisa bisa meminjam uang dan beliau tepat sekali menasehati Anda untuk tidak pergi ke rentenir karena mereka akan mengenakan bunga 10 persen per bulan, atau*

<sup>32</sup> Muhammad Yunus.

*bahkan lebih. Tetapi jika Ibu Anda tahu soal Grameen, beliau pasti akan menyuruh Anda bergabung dengan kami dan menjadikan hidup Anda sendiri layak.”*

Muhammad Yunus sudah sangat sering mendengar pernyataan mereka dan sudah siap dengan jawabannya meski tetap sulit membujuk orang-orang yang ketakutan, karena masyarakat perempuan Bangladesh tersebut tidak pernah bersentuhan dengan satu lembaga sepanjang hidupnya. Sehingga semua yang ditawarkan oleh M Yunus tampak asing bagi mereka.<sup>33</sup>

Dari paparan diatas, dilakukan analisa aspek psikologis komunikasi yaitu perempuan Desa Jobra, diantaranya yaitu aspek psikologis komunikasi yang *pertama* ialah adanya kebutuhan rasa aman. Perempuan Desa Jobra ingin mendapatkan uang, pekerjaan untuk keberlangsungan hidup jangka panjang. Ciri khas dari aspek kebutuhan ialah bersifat alamiah, mendorong untuk segera dipenuhi. Terbukti perempuan Desa Jobra terdorong untuk meminjam uang di perantara, demi bisa bekerja menjadi pengrajin bangku bambu walaupun hasil yang didapat dari usaha pengrajin bambu hanya menghasilkan uang 2 sen perhari. *Kedua*, analisis aspek psikologis perempuan Desa Jobra terdapat perasaan takut dengan lembaga peminjam keuangan, terbukti penolakan yang dilakukan oleh perempuan Desa Jobra atas bantuan pinjaman yang ditawarkan oleh Muhammad Yunus.

*Ketiga*, aspek psikologis pemikirannya perempuan miskin Desa Jobra memandang jauh ke depan dan bekerja keras untuk membebaskan diri dan keluarganya dari kemiskinan. Perhatiannya lebih besar dalam menyiapkan kehidupan yang lebih baik bagi

anak-anaknya. Ketika seorang Ibu dari keluarga miskin mulai memperoleh pendapatan, impian keberhasilannya selalu terpusat di sekitar anak-anaknya. Prioritas kedua seorang perempuan adalah rumah tangganya. Dia ingin membeli perkakas rumah tangga, memperbaiki rumahnya, atau membeli tempat tidur untuk diri dan keluarganya. Terbukti adanya alasan yang dikemukakan bahwa mereka lebih memprioritaskan kehidupan anak-anaknya agar lebih baik dan rumah tangganya karena ia ingin membebaskan diri dan keluarganya dari kemiskinan. *Keempat*, aspek psikologis nilai-nilai, bahwa perempuan Desa Jobra memiliki nilai-nilai yang melekat pada dirinya bahwa kedudukan sosial laki-laki lebih tinggi, yang baik adalah laki-laki yang mengatur uang, sedangkan perempuan bila memegang uang adalah hal yang tabu atau tidak baik. Nilai-nilai yang melekat pada perempuan Desa Jobra tersebut melekat lewat pernyataan yang disampaikan oleh perempuan Desa Jobra yaitu, “*Tidak pernah menyentuh dan tidak ingin melakukannya*”. *Kelima*, aspek psikologis persepsi komunikasi terhadap komunikator yang dianggap baik yaitu perempuan Desa Jobra memfigurkan tokoh ibu mereka ( perempuan Desa Jobra). Terbukti dengan pernyataan dialoq perempuan Desa Jobra dengan M. Yunus, bahwa figur mereka adalah Ibunya.

Analisa psikologi komunikasi Professor Muhammad Yunus dengan perempuan Desa Jobra yaitu Pesan Muhammad Yunus saat menjawab perempuan Desa Jobra yang tidak mau menerima pinjaman uang dengan berkata “*Pinjaman ini akan membantu Anda Mulai menghasilkan uang.*” Kalimat tersebut menjawab persoalan psikologis komunikasi yaitu aspek kebutuhan rasa aman, bahwa mereka mengalami kemiskinan, kelaparan dan

<sup>33</sup> Muhammad Yunus.

tidak memiliki pekerjaan atau uang. Sejauh ini ia meminjam uang ke paikar, ia bisa menjadi pengrajin bangku bambu dan menghasilkan uang 2 sen perhari. Sehingga ketika Muhammad Yunus menyampaikan bahwa "*Pinjaman ini akan membantu anda untuk menghasilkan uang*" sangat tepat sekali karena ia (perempuan Desa Jobra) juga ada kebutuhan untuk menghasilkan uang.

Pesan Muhammad Yunus kepada perempuan Desa Jobra untuk menyakinkan agar mereka mau menerima pinjaman uang dengan berkata, "*Anda bisa memperoleh uang dan menggunakan keuntungannya untuk memberi makan dan menyekolahkan anak-anak*" Pesan ini menjawab aspek psikologis komunikasi yaitu pikiran komunikasi bahwa perempuan Desa Jobra memiliki pemikiran yang maju kedepan ingin membebaskan diri dan keluarganya dari kemiskinan. Ia ingin menjadikan kehidupan anak-anaknya jauh lebih baik, berhasil masa depannya. Sehingga kalimat "*Keuntungannya untuk memberi makan dan menyekolahkan anak-anak*" Sesuai aspek pikiran komunikasi. Sehingga ini adalah kata kunci, agar komunikasi mau menuruti maksud komunikator. Kenapa Muhammad Yunus bukan menyampaikan pinjaman ini akan menghasilkan uang dan digunakan "*untuk dirimu membeli pakaian dan perhiasan*", karena menurut analisa penulis, karena tidak tepat dengan aspek psikologis komunikasi (pikiran komunikasi). Mereka menginginkan anaknya kenyang dan masa depan cerah maka diksi keuntungan ini bisa "*memberi makan dan menyekolahkan anak-anak*" adalah Psikologi komunikasi.

Pesan Muhammad Yunus dalam menjawab perempuan Desa Jobra yang menggunakan nasehat ibunya untuk tidak meminjam uang dari siapapun, kemudian M. Yunus berkata

"*Ya, Ibu Anda seorang bijak, beliau memberikan nasehat yang tepat*". Kalimat ini menjawab aspek psikologis komunikasi persepsi komunikasi terhadap komunikator yang dianggap baik, artinya figur dimata baik perempuan Desa Jobra adalah ibu mereka. Sehingga dengan memuji ibunya sebagai orang yang bijak dan menyampaikan bahwa nasehat ibunya adalah tepat. M. Yunus sudah mampu membangun kesamaan, menyentuh aspek perasaan, mengandung *emotional appeal*, bahwa Muhammad Yunus juga sepandapat terkait pesan Ibu mereka. Sehingga analisa penulis, efek kalimat tersebut membuat perempuan Desa Jobra lebih mudah menerima terhadap pesan yang akan diutarakan oleh sosok Muhammad Yunus.

Masih berlanjut Muhammad Yunus menjawab perempuan Desa Jobra, "*Namun, jika kini masih hidup, beliau akan menasehati Anda untuk bergabung dengan Grameen. Saat beliau masih hidup, tidak ada proyek Grameen. Beliau tidak tahu tentang hal ini. Saat itu, yang ada hanya rentenir, tempat satu -satunya beliau bisa bisa meminjam uang dan beliau tepat sekali menasehati Anda untuk tidak pergi ke rentenir karena mereka akan mengenakan bunga 10 persen per bulan, atau bahkan lebih. Tetapi jika Ibu Anda tahu soal Grameen, beliau pasti akan menyuruh Anda bergabung dengan kami dan menjadikan hidup Anda sendiri layak.*" Pesan ini menjawab aspek psikologis komunikasi, artinya diberikan alasan , keputusan ibu mereka melarang meminjam uang ke siapapun dikarenakan ibu mereka tidak tahu grameen bank, yang ibu mereka tahu adalah rentenir yang bunganya 10 persen perbulan. Grameen bank beda dengan rentenir, Gremeen bank akan menjadikan hidup anda lebih layak, dan ibu anda pasti menyuruh anda untuk meminjam uang . Sehingga pilihan pesan verbal tetap menggunakan anjuran kata "*Ibu*"

karena figur bagi perempuan Desa Jobra. Sekaligus juga meluruskan pemahaman kepada perempuan Desa Jobra bahwa Grameen bank dan rentenir adalah berbeda. Grameen membuat hidup mereka lebih layak, sedangkan rentenir bunganya 10 persen perbulan termasuk pesan yang mengandung *reward appeal* dan *rational appeal*.

## **2. Psikologi Komunikasi Prof. Muhammad Yunus dan Prof. Latifee dengan Sufiya Begum Perempuan Miskin Desa Jobra**

Di Bangladesh , kelaparan dan kemiskinan lebih merupakan masalah perempuan ketimbang laki-laki. Perempuan mengalami kelaparan dan kemiskinan lebih hebat daripada laki-laki. Jika ada anggota keluarga yang harus mengalami kelaparan, hukum tak tertulis mengatakan ibulah yang pertama-tama akan mengalaminya. Ibu juga akan menderita pengalaman traumatis karena tidak mampu menyusui bayinya selama masa kelaparan dan paceklik. Perempuan miskin di Bangladesh memiliki kedudukan sosial yang paling rawan. Seorang suami bisa menyingkirkanistrinya kapanpun ia mau. Dia bisa menceraikan isterinya hanya dengan tiga kali mengatakan, “*Kuceraikan kau.*” Dan jika suami melakukannya, sang isteri akan dianggap sebagai aib dan tak dikehendaki oleh keluarganya sendiri. Namun demikian, perempuan miskin lebih cepat menyesuaikan diri dan lebih baik dalam proses membangun kemandirian ketimbang laki-laki. Meski tidak bisa baca tulis, dan jarang sekali diizinkan keluar rumah sendirian, perempuan miskin memandang jauh ke depan dan bekerja keras untuk membebaskan diri dan keluarganya dari kemiskinan. Perhatiannya lebih besar dalam menyiapkan kehidupan yang lebih baik bagi anak-anaknya,dan perilakunya lebih konsisten dibanding laki-laki. Ketika seorang Ibu dari

keluarga miskin mulai memperoleh pendapatan, impian keberhasilannya selalu terpusat di sekitar anak-anaknya. Prioritas kedua seorang perempuan adalah rumah tangganya. Dia ingin membeli perkakas rumah tangga , memperbaiki rumahnya, atau membeli tempat tidur untuk diri dan keluarganya. Laki-laki memiliki prioritas yang sangat berbeda. Ketika seorang bapak dari keluarga miskin memperoleh pendapatan lebih, dia lebih memusatkan perhatiannya pada dirinya sendiri. Karenanya, uang yang masuk ke rumah tangga melalui perempuan lebih bermanfaat bagi keluarga secara keseluruhan.<sup>34</sup>

Tahun 1976, Muhammad Yunus mulai mengunjungi rumah tangga paling miskin di Desa Jobra untuk meninjau. Desa tersebut terbagi dalam tiga kawasan. Kawasan Muslim, Hindu, Budha. saat mengunjungi kawasan Budha, M. Yunus sering membawa serta mahasiswanya yaitu Dipal Chandra Barua , ia adalah warga asli kawasan Budha. Kalau tidak, M. Yunus bersama dengan koleganya yaitu Professor H. Latifee biasanya ikut menemani. Dia tahu banyak mengenai keluarga-keluarga di Jobra dan punya bakat alamiah membuat penduduk desa nyaman berhubungan dengannya.<sup>35</sup>

Suatu hari, saat Latifee dan Prof M. Yunus sedang berkeliling Jobra, kami berhenti di rumah bobrok berdinding lempung yang hampir roboh serta beratapkan rumbia yang rendah dan bolong-bolong. Kami berjalan melalui sekumpulan ayam yang tengah mengais-ngais tanah dan kebun sayuran di pekarangan rumah. Seorang perempuan berjongkok di lantai kotor beranda, sambil mencengkeram bangku bambu setengah jadi dengan lututnya. jari-jarinya

<sup>34</sup> Muhammad Yunus.

<sup>35</sup> Muhammad Yunus.

bergerak cepat menjalin bilah-bilah buluh yang keras.

Mendengar Latifee mengucapkan salam, langsung ia jatuhkan anyaman bambunya, angkat kaki dan bergegas masuk ke rumah. "Jangan takut," seru Latifee. "Kami bukan orang asing. Kami pengajar di Universitas. Kita bertetangga. Kami ingin menanyakan beberapa hal, itu saja." Yakin dengan perilaku ramah Latifee, ia menjawab dengan suara pelan, "Tidak ada orang di rumah."<sup>36</sup>

Maksudnya adalah tidak ada laki-laki di rumahnya saat itu. Di Bangladesh, perempuan tidak semestinya berbicara dengan laki-laki yang bukan muhrimnya. Anak-anak berlarian telanjang di halaman. Tetangga mengintai kami dari jendela rumah masing-masing, ingin tahu apa yang kami lakukan. Di Wilayah Muslim Jobra, Kami seringkali harus berbicara dengan perempuan melalui dinding bilik bambu atau tirai. Adat purdah membuat perempuan Muslimin yang menikah sungguh terasing dari dunia luar. Adat itu diawasi ketat di Distrik Chittagong.<sup>37</sup>

Sebagai warga asli Chittagong yang berbicara dalam dialek setempat, Prof M. Yunus ingin mencoba meraih kepercayaan perempuan Muslim dengan mengobrol. Memuji anak adalah cara alamiah untuk membuat ibunya nyaman. Saya gandeng seorang anak telanjang di samping saya, tetapi anak itu malah menangis dan lari menghampiri Ibunya. Dia biarkan anak itu naik ke gendongannya.

"Anak ibu berapa?" tanya Latifee kepadanya.

"Tiga."

"Yang ini ganteng sekali," puji Prof M. Yunus

Sedikit teryakinkan, si Ibu mendatangi pintu rumahnya sambil menggendong anaknya.

Kemudian terjadilah percakapan dengan si Ibu tersebut

"Siapa nama ibu?" M.Yunus bertanya

"Sufiya Begum."

"Umur Ibu?"

"Duapuluhan satu."

Muhammad Yunus saat bertemu dengan perempuan Desa Jobra tidak menggunakan pena dan buku catatan karena akan membuatnya takut. Nantinya, saya hanya mengizinkan mahasiswanya membuat catatan pada kunjungan-kunjungan berikutnya.

"Apakah bamboo ini miliki ibu?" tanya M. Yunus

"Ya."

"Bagaimana Ibu mendapatkannya?"

"Saya membelinya."

"Berapa harga bambunya?"

"Lima taka." Saat itu, jumlah ini setara US\$ 22 sen.

"Apakah ibu punya uang lima taka?"

"Tidak, saya pinjam bambunya dari paikar."

"Perantara? Bagaimana caranya?"

"Saya harus menjual kembali bangku bambu saya pada mereka untuk membayar pinjaman saya."

"Ibu jual seharga berapa satu bangkunya?"

"Lima taka lima puluh posyha."

"Jadi untungnya lima pula posyha."

Dia mengangguk. Keuntungan itu hanya 2 sen

"Bisakah ibu pinjam uang dari rentenir dan membeli sendiri bahan bakunya?"

"Ya, tapi rentenir akan meminta banyak. Orang yang berurusan dengan mereka hanya akan bertambah miskin."

"Berapa bunga yang diminta oleh rentenir?"

"Tergantung. Kadang-kadang mereka minta sepuluh persen perminggu. Tetapi, seorang tetangga saya membayar sepuluh persen perhari."

<sup>36</sup> Muhammad Yunus.

<sup>37</sup> Muhammad Yunus.

*"Dan hanya segitu yang ibu peroleh dari membuat bangku bamboo yang indah ini, lima puluh posyha?"*

*"Ya."*<sup>38</sup>

Analisa Psikologi Komunikasi Latifee dan Muhammad Yunus kepada Sufiya Begum yaitu Latifee selaku subyek pemberdaya melakukan perkenalan awal dengan obyek yang diberdayakan yaitu Sufiya begum. Saat Latifee dan Muhammad Yunus datang ke Sufiya begum yang sedang ketakutan atas kehadiran dua orang tersebut, kemudian Latifee berkata, *"Jangan takut,"* seru Latifee. *"Kami bukan orang asing. Kami pengajar di Universitas. Kita bertetangga"*. Pesan yang disampaikan Latifee ini menjawab aspek psikologis komunikasi, *"Jangan takut"*, artinya seruan agar Sufiya begum yang merasa ketakutan atas kehadiran kedua orang tersebut untuk tidak takut. Dan kalimat, *"Kami bukan orang asing, kamu adalah pengajar di universitas, kita bertetangga"*. Pilihan pesan verbal yang tepat menjawab aspek psikologis komunikasi yaitu bukan orang asing, bertetangga menunjukkan bahwa saya adalah bagian dari kamu. Sehingga bila sesama kelompok sendiri atau saudara sendiri akan membuat perasaan nyaman dan aman serta ia tidak akan menyakiti karena bagian dari dirinya. Pesan yang digunakan menjawab aspek perasaan komunikasi *emotional appeal*. Sehingga ini adalah realitas penggunaan psikologi komunikasi dalam medan dakwah pemberdayaan. Terbukti dalam pada paparan data diatas respons sufiya begum positif yaitu menjawab pertanyaan Latifee.

Selanjutnya Latifee dan Muhammad Yunus mulai bercakap dengan Suifya Begum dengan menanyakan *"Anak ibu berapa?"* tanya Latifee kepadanya. *"Yang ini ganteng sekali,"* puji Prof

M. Yunus. Pesan yang disampaikan oleh Latifee dan Muhammad Yunus di tahapan perkenalan yaitu mencairkan suasana sangat tepat mempertimbangkan aspek psikologis komunikasi. Sebab persoalan anak, adalah hal yang sangat menjadi perhatian bagi perempuan Desa Jobra. Sehingga dengan menanyakan anak serta memuji anak akan membuat mereka merasa senang dan nyaman. Pesan ini menjawab aspek perasaan komunikasi yaitu *emotional appeal* sehingga menimbulkan perasaan senang nyaman, interaksi yang semula suasana tegang menjadi cair, menyenangkan. Respons Sufiya atas perkataan Latifee dan Muhammad Yunus yaitu Sufiya Begum yakin dan mendatangi pintu rumahnya sambil menggendong anaknya serta terbuka dengan menjawab pertanyaan yang disampaikan oleh Latifee dan M. Yunus.

### **3. Efek yang dimunculkan dari penggunaan Psikologi Komunikasi dalam Dakwah Pemberdayaan Studi Program Grameen Bank**

Efek yang ditimbulkan dari penggunaan psikologi komunikasi yang dilakukan oleh Muhammad Yunus dalam dakwah pemberdayaan, studi program Grameen Bank pada masyarakat Bangladesh yaitu perempuan Desa Jobra yaitu adanya penerimaan produk grameen bank serta kepercayaan untuk meminjam uang di grameen bank. Selain itu anggota peminjam grameen bank saling memotivasi anggota kelompoknya untuk menerima pinjaman uang dari Grameen Bank.

Untuk menjalankan Bank Kaum Miskin, Prof Muhammad Yunus membuat kelompok dukungan. Kelompok dukungan sangat penting bagi operasional bank kaum miskin. Mewajibkan setiap pemohon bergabung dalam sekelompok orang yang memiliki pemikiran

<sup>38</sup> Muhammad Yunus.

sama dan hidup dalam sosial ekonomi serupa. Sehingga solidaritas akan terjalin lebih kuat bila kelompok itu dibentuk oleh mereka sendiri. Keanggotaan kelompok tidak hanya menciptakan rasa aman dan saling dukung tetapi juga mengurangi pola perilaku yang tidak sehat dari individu anggota dan membuat setiap penjamin jadi lebih bisa diandalkan dalam prosesnya.

Seorang calon peminjam pertama-tama harus mengambil inisiatif dan menjelaskan cara kerja bank pada orang kedua. Ini bisa menjadi sangat sulit bagi seorang perempuan desa. Dia sering menghadapi kendala dalam menyakinkan temannya (mungkin karena ketakutan, skeptis, atau dilarang suaminya berurus dengan uang). Tetapi ketika akhirnya orang kedua terkesan oleh apa yang ditelah dilakukan Grameen terhadap rumah tangga lain, ia akan langsung bergabung dalam kelompok ini. Kemudian keduanya akan pergi mencari anggota ketiga, lalu yang keempat, dan yang kelima. Begitu kelompok dengan lima anggota ini terbentuk, kami akan mengulurkan pinjaman kepada dua anggotanya. Jika pinjaman ini dibayar secara reguler selama enam minggu berikutnya, dua anggota berikutnya bisa mengajukan pinjaman. Ketua Kelompok biasanya menjadi peminjam terakhir diantara kelimanya. Sebuah kelompok bisa memerlukan beberapa hari sampai beberapa bulan untuk diakui atau disahkan oleh Grameen Bank. Untuk mendapatkan pengakuan, anggota kelompok calon peminjam harus datang sendiri ke bank, dan kelima limanya dan mengikuti pelatihan tentang kebijakan bank setidaknya 7 hari. Setiap anggota harus diuji sendiri-sendiri. Malam hari sebelum tes, seorang peminjam sering begitu gelisah. Ia tahu seandainya dia gagal, dia tidak hanya mengecewakan dirinya

sendiri tetapi juga orang lain dalam kelompoknya.<sup>39</sup>

Setelah semua anggota lulus ujian, akhirnya datanglah hari saat salah seorang anggota kelompok mengajukan permohonan pinjaman pertama, biasanya sekitar US\$25 era 80an. Bagaimana perasaannya? Luar Biasa. Dia tidak bisa tidur malamnya. Dia bergulat dengan ketakutan akan gagal, ketakutan akan sesuatu yang belum pernah diketahuinya. Pagi hari saat ia akan menerima pinjamannya, ia hampir tidak jadi. Baginya US\$25 jelas merupakan tanggung jawab yang kelewat besar. Bagaimana dia akan mampu membayarnya kembali? Tidak seorang perempuan pun dalam keluarga besarnya pernah punya uang sebanyak itu. Teman-temannya datang untuk menyakinkannya dengan berujar, *"Lihat, kita semua harus melaluinya. Kami akan mendukungmu. Kami ada di sini untuk itu. Jangan takut. Kami akan bersamamu."*<sup>40</sup>

Ketika akhirnya ia meminta uang US\$25 itu, tubuhnya gemetar. Air mata mereka berurai di wajahnya. Dia tidak pernah membayangkan uang sebanyak itu sepanjang hidupnya. Dan setiap nasabah grameen bank mengawalinya. Seumur hidupnya sebagai perempuan ia diberitahu bahwa ia tidak baik, bahwa ia hanya membawa sengsara bagi keluargannya, bahwa mereka tidak mampu membayar mas kawinnya. Seringkali ia mendengar ibu atau ayahnya berkata bahwa ia seharusnya sudah dibunuh saat lahir, digugurkan saat dikandungan, atau dibiarkan mati kelaparan. Bagi keluarganya, ia tidak berarti apa-apa, kecuali mulut lain yang perlu makan, mas kawin lain yang perlu dibayar. Tetapi saat ini pertama kali dalam hidupnya sebuah lembaga memberi kepercayaan padanya dengan meminjamkan sejumlah besar

<sup>39</sup> Muhammad Yunus.

<sup>40</sup> Muhammad Yunus.

uang. Dia berjanji tidak akan pernah mengecewakan lembaga itu atau dirinya sendiri. Dia akan berjuang untuk memastikan setiap sen yang dipinjamnya dibayar kembali.<sup>41</sup>

Secara psikologis peminjam Grameen Bank memiliki pandangan, *pertama* bahwa dirinya sebagai perempuan yang tidak baik, hanya membawa sengsara bagi keluarganya. Seharusnya ia dibunuh saat lahir, digugurkan saat dikandungan, atau dibiarkan mati kelaparan. *Kedua*, Proses yang tidak mudah masuk kriteria peminjam grameen bank, harus mengikuti berbagai tes dan harus lolos. *Ketiga*, merasa takut dan tidak mampu kalau dirinya mampu mengelola uang sebegitu besarnya.

Namun saat peminjam grameen bank menyakinkan kepada peminjam grameen bank untuk menerima uang pinjaman, dan sebelumnya ia akan mengurungkan niatnya karena merasa takut. Kemudian teman peminjam grameen bank lain berkata, " *Lihat, kita semua harus melaluinya. Kami akan mendukungmu. Kami ada di sini untuk itu. Jangan takut. Kami akan bersamamu.*"<sup>42</sup>

Bukti diatas menunjukkan bahwa sesama anggota peminjam bahwa mereka saling memotivasi agar bisa melewatiinya dengan menerima pinjaman uang dari grameen bank. Sehingga menepis rasa ketakutannya, dan memperteguh kembali kalau mereka akan senantiasa saling bersama dan saling tolong menolong.

## Kesimpulan

Psikologi komunikasi pada medan pemberdayaan masyarakat bidang ekonomi

memiliki peranan penting bagi subjek pemberdaya. Dengan psikologi komunikasi, yang semula inovasi program yang ditawarkan kepada masyarakat menuai respons negatif baik penolakam, ketidak percayaan akhirnya mereka mau menerima dan menjadi loyal terhadap inovasi program tersebut. Terbukti bagaimana Muhammad Yunus pada masa awal melakukan penyadaran terhadap masyarakat Bangladesh. Beliau menawarkan program grameen bank kepada perempuan Desa Jobra. Dan tidak sedikit menuai respons negatif mulai dari penolakan, ketidak percayaan, rasa takut terhadap grameen bank, bahkan mereka memiliki persepsi yang keliru terhadap grameen bank yang disamakan dengan rentenir.

Namun dengan Psikologi komunikasi, Muhammad Yunus menjawab kegelisahan psikologis mereka dengan komunikasi yang efektif dengan mempertimbangkan aspek psikologis komunikasi (perempuan Desa Jobra). Muhammad Yunus, dalam berkomunikasi dengan perempuan Desa Jobra, menerapkan psikologi komunikasi. Bagaimana komunikasi yang disampaikan terkhusus pesan verbal mempertimbangkan aspek kebutuhan, perasaan, pikiran, nilai-nilai dan persepsi komunikasi terhadap komunikator yang dianggap baik. Sehingga setiap komunikasi pesan verbal yang disampaikan menjawab aspek psikologis komunikasi. Baik memunculkan pesan yang bersifat *emotional appeal, reward appeal* dan *rational appeal* baik di tahapan menyadarkan dan pendayaan, bahwa grameen bank adalah solusi atas persoalan kemiskinan yang selama ini menjerat perempuan Desa Jobra. Serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka supaya bisa lebih mandiri dan optimal.

<sup>41</sup> Muhammad Yunus.

<sup>42</sup> Muhammad Yunus.

Dalam menerapkan psikologi komunikasi subjek pemberdaya perlu menetapkan tujuan komunikasi terlebih dahulu sebagai arah, panduan dalam melakukan pemetaan, analisis, membuat dan menyampaikan pesan kepada obyek. Sehingga membuat komunikasi terarah, jelas dan mudah dipahami oleh obyek. Seperti yang dilakukan oleh Muhammad Yunus saat berkomunikasi, ia memiliki gambaran yang jelas target komunikasi yang diharapkan subjek kepada sasaran pemberdayaan yaitu bagaimana program grameen bank bisa diterima oleh masyarakat Bangladesh. Selanjutnya subjek melakukan pemetaan aspek psikologis sasaran pemberdayaan baik aspek kebutuhan, perasaan, pengalaman rasa, nilai-nilai, kepribadian, persepsi komunikasi terhadap komunikator perempuan Desa Jobra. Sehingga terbukti saat berkomunikasi Muhammad Yunus setiap komunikasi pesan verbal yang disampaikan penuh dengan pertimbangan menjawab aspek psikologis komunikasi (perempuan Desa Jobra). Sehingga efek yang diharapkan perempuan Desa Jobra menerima program grameen bank, yaitu dengan bersedia menjadi anggota peminjam uang di grameen bank, bahkan mereka saling memotivasi dengan teman-teman yang

selainnya untuk tidak takut meminjam dan mengelola uang demi kesejahteraan ekonomi mereka lebih baik.

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan bagi subjek pemberdaya yang melaksanakan dakwah pemberdayaan dengan pendekatan psikologi komunikasi. Sebab, sejauh pengamatan yang dilakukan oleh penulis sampai artikel ini ditulis, jarang sekali penulis menemui penelitian yang membahas terkait dengan penerapan psikologi komunikasi dalam dakwah pemberdayaan. Sehingga dengan adanya penelitian ini bisa bermanfaat bagi subjek pemberdaya dalam menerapkan psikologi komunikasi dalam dakwah pemberdayaan. Apalagi dalam dakwah pemberdayaan tidak terlepas dari persoalan psikologis yang dihadapi oleh sasaran yang diberdayakan dalam menerima inovasi produk. Sehingga dengan butuh psikologi komunikasi dalam dakwah pemberdayaan agar komunikasi efektif. Selain itu penelitian ini bisa menjadi lanjutan penelitian berikutnya untuk memperdalam khasanah keilmuan psikologi komunikasi dalam dakwah pemberdayaan.

## Bibliografi

- Aguayo Torrez, Madahi Veronica. "Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Pulesari Kecamatan Turi Kabupaten Sleman." *Skripsi Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia*, 2021.
- Akhmad Sagir, Mas'udi 1987, 2. "Dakwah Bil Hal: Prospek Dan Tantangan Da'i." *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 14, no. 27 (2015): 15–27.
- Andayani, Anak Agung Istri, Edhi Martono, and Muhamad Muhamad. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali)." *Jurnal Ketahanan Nasional* 23, no. 1 (2017): 1. <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>.

- Arifa, Laily Nur. "Banker To the Poor and Its Urgency Based on Indonesian Context (Perceiving the Thoughts and Experiences of Muhammad Yunus)." *Risâlah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 7, no. 2 (2021): 226–38. [https://doi.org/10.31943/jurnal\\_risalah.v7i2.188](https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v7i2.188).
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial : Format- Format Kuantitatif Dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga Press, 2011.
- Diah Faza, Amarta Risna. "Social Business Contribution of Grameen Bank Muhammad Yunus in The Development of Poverty Reduction Discourse in Indonesia." *International Economic and Finance Review* 1, no. 1 (2022): 54–84. <https://doi.org/10.56897/iefr.v1i1.5>.
- Gumelar, Herdiyan Maulana dan Gumgum. *Psikologi Komunikasi Dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata, 2013.
- Harahap, Erni Febrina. "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Untuk." *Jurnal Manajemen Dan Kewiusahaan* 3, no. 2 (2012): 78–96.
- Krisdianto, Didit. "'Dakwah Muhammad Yunus Dalam Menciptakan Dunia Tanpa Kemiskinan ( Studi Kasus Awal Pendirian Bank Grameen Di Bangladesh)Pendahuluan." *Bil Hikmah : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 01 (2023): 117–36.
- Mawasti, Wahyani, 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. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v1i2.54>.
- Muhammad Yunus, Alan Jolis. *Bank Kaum Miskin*. Kedua. Tangerang Selatan: CV. Marjin Kiri, 2013.
- Nurhayati, Nurhayati. "Social Entrepreneurship Muhammad Yunus," Grameen Bank'." *Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan* 2, no. 12016 (2016): 31–48. <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/JBMP/article/view/909/703>.
- Pemberdayaan, Dakwah, Volume Nomor, Januari Juni, A L Hikmah, Volume Nomor, and Januari Juni. "Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi" 7 (2020): 9–20.
- Rafsanjani, Haqiqi. "Studi Kritis Pemikiran Muhammad Yunus Tentang Grameen Bank." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2017): 14.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja RosdaKarya, 2007.
- Arif Sofianto. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pedesaan Melalui Kelompok Usaha." *Sosio Informa* 3, no. 3 (2017): 1–20. <https://doi.org/10.33007/inf.v3i3.603>.
- Suciati. "Peranan Aset Komunitas Dalam Pemberdayaan Pemuda Oleh Komunitas Kampung Marketer, Karangmoncol, Purbalingga." *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 3, no. 1 (2021): 27–52. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v3i1.137>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Susiyanto. "Dakwah Bil Hal Suatu Upaya Menumbuhkan Kesadaran Dan Mengembangkan Kemampuan Jamaah." *Aplikasi Nilai-Nilai Agama* 2, no. 2 (2012): 129.
- Yuniarsih, Yuyun, and Enok Risdayah. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry." *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 6, no. 3 (2023): 337–56. <https://doi.org/10.15575/tamkin.v6i3.24238>.

