

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA  
PEMILIK SOLO OIL DAN SUPPLIER MINYAK**

Hilda Yunita Wono, Monika Teguh, Vincent Rizky Nuriawan, Gagastama  
Nangleres Wiryawan

Universitas Ciputra Surabaya, CBD Boulevard Citraland Surabaya 60219

[hilda.yunita@ciputra.ac.id](mailto:hilda.yunita@ciputra.ac.id), [monika.teguh@ciputra.ac.id](mailto:monika.teguh@ciputra.ac.id),  
[vrizky01@student.ciputra.ac.id](mailto:vrizky01@student.ciputra.ac.id), [gnangleres@student.ciputra.ac.id](mailto:gnangleres@student.ciputra.ac.id)

**ABSTRAK**

Penggunaan minyak di kehidupan manusia merupakan kebutuhan pokok bagi setiap manusia. Indonesia merupakan negara pengguna minyak yang tergolong tinggi, namun edukasi penggunaan dan pembuangan minyak di negara ini bisa di bilang rendah. Hal tersebut mengacu pada tingginya kerusakan maupun polusi yang di sebabkan karena kecerobohan masyarakat membuang minyak jelantah, atau bisa di sebut minyak bekas sembarangan ke sungai maupun tempat-tempat yang tidak seharusnya. Meningkatnya usaha distributor minyak jelantah sudah mengingkat, yang berarti banyaknya pesaing dari perusahaan Solo Oil. Di sisi lainnya, komunikasi merupakan kegiatan alami manusia sebagai makhluk sosial. Selain itu, komunikasi yang baik diperlukan saat 2 orang menjalin hubungan yang sifatnya jangka panjang. Tujuan dari penelitian ini sendiripun untuk mengetahui apakah hubungan perusahaan Solo Oil dengan *supplier* dibilang baik. Sehingga, penghindaran masalah yang memungkinkan datang, dan juga penghindaran pemutusan kontrak dikarenakan komunikasi yang tidak berjalan dengan baik. Tujuan dari penelitian ini pula untuk menjaga hubungan jangka panjang yang akan di jalin antara pemilik Solo Oil dan *suppliernya*, serta demi menghindari konflik yang mungkin terjadi.juga ingin mengetahui hambatan-hambatan yang mungkin terjadi didalam suatu komunikasi terutama komunikasi untuk melakukan sebuah Kerjasama pekerjaan dengan banyak orang dan bisa mencari solusi agar hambatan tersebut tidak terjadi lagi tentunya dengan menggunakan teori-teori dan bahan penelitian terdahulu yang telah di buat oleh para ahli.Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara semi terstruktur kepada 3 informan; pemilik Solo Oil, *supplier* paling lama dan Ahli komunikasi. Hasil dari penelitian ini berupa Analisa data apakah hubungan yang di jalin baik yang direlasikan dengan teori-teori yang didapatkan. Dengan demikian, jika proses tersebut tidak baik, upaya pembenahan komunikasi antara pemilik Solo Oil dan *supplier* dapat membantu dalam pembenahan diri dan meningkatkan hubungan menjadi lebih baik dan baik.

**Kata Kunci:** Komunikasi Interpersonal, Pemilik Solo Oil, *Supplier* Minyak Jelantah, Ahli Komunikasi.

**ABSTRACT**

The use of oil in human life is a basic need for every human being. Indonesia is a country that uses oil which is relatively high, but education on the use and disposal of oil in this country can be said to be low. This refers to the high damage and pollution caused by the carelessness of the community in throwing used cooking oil, or it can be called used oil carelessly into rivers or places that should not be. The increasing business of distributors of used cooking oil has increased, which means that there are many competitors from the Solo Oil company. On the other hand, communication is a natural activity of humans as social beings. In addition, good communication is needed when 2 people are in a long-term relationship. The purpose of this study itself is to find out whether the relationship between the Solo Oil company and its suppliers is good. Thus, the avoidance of possible problems, and also the avoidance of contract termination due to communication that does not go well. The purpose of this research is also to maintain the long-term relationship that will be established between the owner of Solo Oil and its suppliers, and to avoid conflicts that may occur. people and can find solutions so that these obstacles do not occur again of course by using theories and previous research materials that have been made by experts. This research is a descriptive study using semi-structured interview data collection methods to 3 informants from owner of Solo Oil, oldest supplier and communication expert. The results of this study are in the form of data analysis whether the relationship that is established is good which is related to the theories obtained. Thus, if the process is not good, efforts to improve communication between Solo Oil owners and suppliers can help in improving themselves and improving relationships for the better and better.

*Key Words: Effectiveness of Interpersonal Communication, Solo Oil Owner, Used Cooking Oil Supplier, Communication Expert.*



## **PENDAHULUAN**

Dari data yang di kutip dari berita (sumbarsatu.com, 2018), penggunaan bahan bakar minyak di Indonesia yang berbasis fosil dan gas alam meningkat dengan berkembangnya perindustrian dan otomotif yang membutuhkan BBM. Namun, ancaman polusi udara dan global warming pun juga semakin nyata. Karena itu, kebutuhan alam tidak mencukupi *supply* yang dibutuhkan. Penemuan *energy alternative* bahan bakar diesel dari minyak goreng bekas (jelantah) ini disebut UCO (used cooking oil), penemuan yang bisa di bilang baik ini menjadi *demand* sehingga meningkatnya perusahaan yang mendirikan pengepulan minyak jelantah dan juga orang-orang yang menyetorkan minyak jelantah. Perkembangan minyak jelantah di Indonesia meraih puncaknya pada tahun 1980 dengan dinyatakan Indonesia sebagai negara penghasil minyak nabati terbesar di dunia, termasuk minyak sawit dan minyak jelantah. Daerah Jawa merupakan daerah tergolong penghasil minyak jelantah yang melimpah, terutama Jawa Timur yang adalah pusat dimana minyak jelantah akan disalurkan (Sasongko, 2014).

Di kutip dari (sumbarsatu.com, 2018), Jawa Tengah memiliki banyak pengolah minyak jelantah khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta, selain itu, terlihat masyarakat sendiri sudah terbiasa mengkomunikasikan minyak jelantah yang sudah di proses. Memang dikarenakan harga beli yang lebih murah dari minyak baru, pada tahun 2017 harga minyak jelantah berkisar Rp6.000/liter. Kemudian minyak bekas sisa penggunaan warga akan dibeli oleh pengepul minyak

jelantah untuk proses pembenangan.. Dengan begitu, seseorang mencari jalan keluar bagaimana memutus kebiasaan buruk masyarakat. Sebuah pabrik ultinasional membutuhkan pasokan minyak pencampur solar, yang bertujuan untuk menggerakkan mesin-mesin produksi mereka. Peluang ini di manfaatkan dengan penggunaan minyak jelantah yang sudah diolah menjadi biodiesel dengan harga beli minyak jelantah yang cukup tinggi. Tidak terlepas juga daerah-daerah yang tenar akan kulinernya, termasuk kota Solo, yang pada dasarnya pemakaian minyaknya banyak, membuat peluang lebih besar untuk memanfaatkan limbah minyak jelantah menjadi bahan bakar biodiesel ramah lingkungan (Nurridha, 2018). Selain itu, dapat juga mengurangi pembuangan sembarangan minyak jelantah yang dapat mencemari sungai. Maka dari itu Solo Oil terbentuk.

Solo Oil sendiri merupakan perusahaan *start-up* yang berdiri sekitar 2 tahun lalu tepatnya pada tahun 2018 oleh Andreas Wibowo. Solo Oil sendiri mempunyai misi untuk menampung minyak bekas hasil dari penggorengan makanan yang biasa kita kenal sebagai minyak jelantah. Tujuan Solo Oil sendiri karena banyaknya daerah-daerah penghasil minyak jelantah hanya di buang sembarangan, di pakai sampai berubah warna, ataupun di putihkan untuk digunakan kembali. Solo Oil sendiri menggumpulkan minyak jelantah untuk disetorkan ke pabrik yang kemudian akan di ekspor ke luar negri dan di jadikan biodiesel (bahan bakar ramah lingkungan). Solo Oil sendiri mempercayai pabrik tersebut karena memiliki surat resmi dari pemerintah, izin untuk mengumpulkan minyak yang akan di

ekspor dan di jadikan biodiesel. Sampai sekarang Solo Oil sudah memiliki 40 *supplier* tetap dan beberapa *supplier* yang sudah beberapa kali bertransaksi tetapi belum ada kontrak dan juga ada *supplier* yang membagi mengetorkan minyaknya kepada Solo Oil dan perusahaan lain. Akan tetapi, beberapa *supplier* juga ada yang memutuskan kontrak dengan Solo Oil terutama pada tahun 2020 bisa di bilang begitu karena pada 2019 akhir. *Supplier* Solo Oil awalnya berjumlah 40 *supplier* tetap, tetapi masuk tahun 2020 *supplier* terus menurun. Pada awal Januari jumlah *supplier* menjadi 33 orang dan sampai di akhir Desember terus berkurang menjadi 27 *supplier* tetap, *supplier* Solo Oil turun menurun karena beberapa hal. Sampai sekarang Solo Oil sendiri melakukan pengambilan minyak di setiap akhir bulan yang dikisarkan bisa mendapatkan minyak jelantah sebanyak 1-3 ton perbulan, akan tetapi hasil yang diterimapun tidak menentu disebabkan karena tidak stabilnya penjualan di setiap rumah makan. Karena Solo Oil ingin mempertahankan komunikasi dengan *supliernya* serta menghindari hambatan-hambatan yang kemungkinan terjadi di kedepannya, maka dari itu adanya penelitian tentang implementasi komunikasi interpersonal dalam perusahaan Solo Oil (Wibowo, 2019).

Seperti yang kita ketahui bahwa Komunikasi Interpersonal atau yang biasa di kenal sebagai komunikasi antar pribadi yang dilakukan secara langsung contohnya adalah percakapan melalui tatap muka. Biasanya komunikasi ini sangat sering dilakukan karena memiliki tingkat kesalahpahaman yang lebih sedikit dan jika masalah muncul, bisa

di selesaikan secara langsung, dikutip dari (Setiawan, 2020)

Maka dari itu, untuk menciptakan suatu hubungan Yang baik antara suatu perusahaan dan *supplier* kita harus memiliki dan memahami betul komunikasi interpersonal, dikutip dari (Setiawan, 2020). Direlasikan dengan hubungan pemilik Solo Oil dan *supplier-supliernya*, tentunya dikedua belah pihak ingin menjalin hubungan yang positif dalam jangka waktu yang panjang. Selain itu, judul ini diambil supaya dapat menganalisis mengapa *supplier* mau bertahan lama dengan perusahaan Solo Oil dan tidak dengan perusahaan lainnya.

## LANDASAN TEORI

### *Komunikasi Interpersonal*

Komunikasi interpersonal menurut Roger pada tahun (Maulana, 2016), adalah komunikasi yang dilakukan dengan orang lain menggunakan suatu media tertentu, menggunakan tatap muka ataupun via telepon saja. Jika semakin baik suatu komunikasi interpersonal itu sendiri maka semakin terbukanya orang untuk bercerita dan mengungkapkan dirinya sendiri, maka akan terjalin suatu hubungan yang semakin erat juga semakin positif nya suatu persepsi seseorang melebihi persepsi yang diberikan kepada dirinya sendiri. Maka dari itu, kita harus mengetahui juga dan mendalami komunikasi interpersonal agar perusahaan berjalan dengan baik dan berikut adalah karakteristik komunikasi interpersonal yang mungkin bisa diterapkan di perusahaan Solo Oil untuk menghadapi *supplier* (Budyanta & Mona, 2011).

Pertama, komunikasi interpersonal mempunyai sifat yang

saling ketergantungan karena dilakukan oleh dua individu atau lembaga dan saling membutuhkan dan menguntungkan, contohnya; Solo Oil dengan *supplier* atau hubungan anak dengan Ayah. Kedua, komunikasi Interpersonal bisa juga menjadi umpan balik atau feedback. Jadi di setiap komunikasi pasti dibutuhkan adanya feedback, apa lagi di komunikasi Interpersonal, feedback/umpan balik memiliki peran yang penting dan diharuskannya kejelasan agar tidak terjadi salah komunikasi yang mengakibatkan keretakan hubungan, umpan balik tersebut biasanya bersifat segera lalu nyata dan berkesinambungan. Ketiga, komunikasi yang tidak harus tatap muka. Jadi di komunikasi ini disarankan melakukannya kalau sudah mempunyai hubungan yang baik antar individu dan memiliki rasa saling mengerti. Komunikasi dilakukan tanpa kehadiran fisik sebagai contoh; komunikasi yang dilakukan oleh sahabat dari kecil, ayah dan anak melalui email atau *video call*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang berarti suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia (Sukmadinata, 2006). Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan penelitian ini digunakan untuk mengetahui proses komunikasi interpersonal dan implementasi komunikasi interpersonal dimana dalam penelitian ini akan mencari tahu unsur yang digunakan di dalam komunikasi dan keefektifan dalam berkomunikasi

interpersonal antara pemilik perusahaan minyak yaitu Solo Oil dengan pemilik restaurant yang *supply* minyak jelantah ke Solo Oil. Karakteristik dari penelitian deskriptif adalah bahwa yang pertama, penelitian deskriptif cenderung menggambarkan suatu fenomena apa adanya dengan cara menelaah secara teratur-ketat, mengutamakan obyektivitas, dan dilakukan secara cermat. Kedua, tidak adanya perlakuan yang diberikan atau dikendalikan, dan yang ketiga, tidak adanya uji hipotesis (Furchan, 2004).

## Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi mengenai topik dari penelitian yang diambil guna sebagai pelaku maupun seseorang yang lain mengenai informasi objek penelitian. Penentuaninforman ini menggunakan prosedur purposive, prosedur menentukan informan yang sesuai dengan kriteria dan relevan dengan rumusan masalah dan juga penelitian yang di ambil (Bungin, 2014).

Berikut adalah 3 informan yang dipilih oleh peneliti guna berjalannya penelitian ini dengan baik:

Tabel 1. Informan penelitian

No	Informan Penelitian	Kriteria	Identitas Narasumber
1	Pemilik perusahaan Solo Oil	1. Seseorang yang berperan penting di dalam perusahaan sejak perusahaan itu berdiri tahun 2015-2020. 2. Salah satu komunikator penting dari perusahaan Solo Oil. 3. Media perantara antara <i>supplier</i> dan perusahaan. 4. Seseorang yang memiliki informasi atau data yang valid yang berhubungan dengan bisnis perusahaan.	Nama : Andreas Wibowo Usia : 25 tahun Pekerjaan : Wirausaha Demisiil : Sragen
2	Supplier telama Solo Oil	1. <i>Supplier</i> paling lama yang mengetahui dan juga berhubungan paling lama dengan perusahaan Solo Oil. 2. Komunikator paling baik karena sudah berkomunikasi tiap bulannya semenjak perusahaan Solo Oil berdiri	Nama : Nadia benita Usia : 22 tahun
3	ABE di bidang Komunikasi Interpersonal	Klien yang telah menggunakan jasa desain atau jasa pembuatan furnitur di Photometric Interior Design antara tahun 2015 hingga 2020.	Nama : Yessica Wibowo Demisiil : Solo

Sumber: Diolah Peneliti, 2020

Tiga informan diatas di anggap pentingnya guna kelanjutan penelitian ini di karenakan memenuhi

kriteria sebagai informan yang memang diperlukan sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Selain itu bertujuan untuk mendapatkan data yang valid dan sesuai yang akan dijadikan sebagai acuan dalam analisa implementasi komunikasi interpersonal antara pemilik Solo Oil dan *supliernya*.

### Hasil dan Pembahasan

Hasil dari data yang diperoleh melalui metode penelitian wawancara, peneliti akan melakukan pembahasan dari setiap kategori dari faktor-faktor Implementasi Komunikasi Interpersonal yaitu keterbukaan, empati, pendukung, positif, dan kesetaraan yang dikaitkan dengan teori serta penelitian terdahulu. Berdasarkan hasil analisis data, peneliti kembali membagi perancangan tersebut ke dalam suatu penjelasan dengan tabel.



Tabel 4.1. Implementasi Komunikasi Interpersonal antara Solo Oil dan *supplier*

Dari tabel di atas telah dijabarkan bahwa implementasi yang dinilai dari Solo Oil dibagi menjadi 5 aspek penting dalam Komunikasi Interpersonal. Yang pertama adalah keterbukaan, dari bagaimana Solo Oil melakukan komunikasi dengan *supplier*-nya memang adanya sifat

keterbukaan dari kedua belah pihak. Sifat keterbukaan ini bisa dilihat dari bagaimana mereka tidak menutup-nutupi apa yang harus dibicarakan kepada lawan bicara. Maka bisnis yang dijalani tersebut sifatnya jujur dan saling mengerti sehingga tidak ada kejanggalan ataupun ketidaknyamanan. Kedua, sifat empati antara pemilik Oil dan *supliernya* sudah ada. Sifat tersebut dapat dilihat dari kedua belah pihak yang saling mengerti keadaan lawan bicaranya. Hal ini memang terjadi secara alamiah karena adanya koneksi yang cukup lama antara pemilik Solo Oil dan *supliernya*, Kak Nadia. Hal ini sangat membantu dalam berkomunikasi. Yang ketiga adalah sifat pendukung, Kak Andreas sebagai pemilik sendiri dan juga *supliernya* karena sudah ada sifat keterbukaan, mereka saling mendukung satu sama lain dalam artian tidak ada tekanan atau pressure dari satu pihak dalam hal bisnis. Yang dimaksud adalah Solo Oil tidak menekan *supplier* untuk memberikan banyak minyak, dan sebaliknya *customer* tidak memburu-buru Solo Oil untuk segera mengambil minyaknya. Yang keempat adalah sifat positif kedua belah pihak yang sangat diutamakan dalam komunikasi Interpersonal. Sifat positif dapat membantu komunikasi dan lawan bicaranya untuk penghindaran dalam konflik yang artinya lebih sedikit akan adanya hambatan dalam komunikasi. Sifat positif sangatlah penting dalam berkomunikasi. Yang terakhir adalah sifat kesetaraan, kesetaraan yang dimaksud adalah adanya keadilan dalam berkomunikasi. Karena Solo Oil sendiri berhubungan dengan beberapa *supplier* sangat perlu untuk tidak membeda-bedakan dalam

berkomunikasi karena beberapa *supplier* ada kemungkinan untuk merasa tersinggung sehingga komunikasi tidak akan berjalan dengan baik nantinya. Maka dari 5 aspek tersebut Solo Oil sudah menjalankan aspek-aspek penting dalam komunikasi Interpersonal yang tergolong baik. Namun hal ini hubungan antara Solo Oil dengan *supplier* terlama yang belum pasti selalu baik dengan *supplier* yang mungkin baru saja bergabung dengan Solo Oil atau sebagainya.

## SIMPULAN

Dari penelitian diatas yang berupa analisa Komunikasi Interpersonal antara Solo Oil dan *supplier* terlama-nya bisa di simpulkan bahwa komunikasi antara pihak Solo Oil dan *supplier* bisa di simpulkan baik di karenakan *supplier* telah memberi tanggapan positive mengenai 5 karakteristik yang sudah di tanyakan di interview. Komunikasi yang positif sangat penting dalam menjalin hubungan kerjasama dalam kerja, lalu keterbukaan dan transparan juga menjadi salah satu pendukung dan kunci proses kerja sama antara pihak solo oil dan *supplier* bisa berjalan hingga sekarang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriyadi, F. (2015). Implementasi Komunikasi Interpersonal antara atasan dan bawahan karyawan PT. Borneo Enterprindo Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 362-376.
- Ambar. (2017, Maret 22). *Hambatan-hambatan Komunikasi dan Bagaimana Cara Mengatasinya*. Retrieved from PakarKomunikasi.com: <https://pakarkomunikasi.com/hambatan-hambatan-komunikasi>
- Budyanta, M., & Mona, L. (2011). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kencana Media Group, 225-234.
- Bungin, B. (2014). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitive and Mixed Methods Approaches - 4th ed.* California: Sage Publications.
- Ezmir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Furchan, A. (2004). *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*.
- Manis, S. (2017, July 11). *Pengertian, Tujuan, Ciri-Ciri, Bentuk, Jenis dan Metode Wawancara Terlengkap*. Retrieved from [Pelajaran.co.id](https://www.pelajaran.co.id/2017/11/pengertian-tujuan-ciri-ciri-bentuk-jenis-dan-metode-wawancara.html): <https://www.pelajaran.co.id/2017/11/pengertian-tujuan-ciri-ciri-bentuk-jenis-dan-metode-wawancara.html>
- Maulana, R. (2016, September 06). *Teori Psikologi*. Retrieved from Definisi Komunikasi

- Interpersonal:  
<https://psikologihore.com/definisi-komunikasi-interpersonal/>
- Moeleng, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurridha, L. (2018, Desember 31). *7 Fakta Tentang Kota Solo yang Bikin Kamu Pengin Segera Mengunjunginya*. Retrieved from BukaReview: <https://review.bukalapak.com/travel/7-fakta-tentang-kota-solo-yang-bikin-kamu-pengin-segera-mengunjunginya-95767>
- Patriana, E. (2014). Komunikasi interpersonal yang berlangsung antara pembimbing kemasyarakatan dan keluarga anak pelaku pidana di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development*, 203-2014.
- Patriana, E. (2014). Komunikasi interpersonal yang berlangsung antara pembimbing kemasyarakatan dan keluarga anak pelaku pidana di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development*, 203-214.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sasongko, A. (2014, Mei 22). *Rol To Campus*. Retrieved from <https://republika.co.id/berita/n5z8mo/empat-daerah-penghasil-minyak-terbesar-di-indonesia>
- Setiawan, P. (2020, Februari 2). *Pengertian Komunikasi Interpersonal – Klasifikasi, Tujuan, Efektivitas, Ciri, Masalah, Para Ahli*. Retrieved Februari 20, 2020, from Gurupendidikan.com: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-komunikasi-interpersonal/>
- Silverman, D. (2013). *Doing Qualitative Research*. London: Sage Publisers.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sukmadinata, N. S. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sumberpengertian.id. (2020, September 24). *SumberPengertian.Id*. Retrieved from <https://www.sumberpengertian.id/pengertian-kuesioner>
- Suratno, A. W. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Graha Media Ilmu.
- Suryani, B. (2019, Agustus 30). *Pengembangan Energi Terbarukan: Kepala Dilepas, Ekor Dipegang*. Retrieved Maret 16, 2020, from Hariajogja: <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2019/08/30/511/1015547/pengembangan-energi-terbarukan-kepala-dilepas-ekor-dipegang>
- sumbarsatu.com. (2018, December Selasa). *Dari Minyak Goreng Bekas Hingga Sampah, Beri Kesejahteraan Warga*. Retrieved Maret Senin, 2020,

- from Sumbarsatu.com:  
<https://sumbarsatu.com/berita/19918-dari-minyak-goreng-bekas-hingga-sampah-berikesejahteraan-warga>
- Wibowo, A. (2019, Oktober 20). Penemu Solo Oil. (V. R. Nuriawan, Interviewer)
- Widya, P. (2014). Maintenance Relationship dalam komunikasi Interpersonal ayah dan anak yang berlainan tempat tinggal. *Jurnal E-Komunikasi*, 1-9.
- Wijayanti, Y. (2013). Proses Komunikasi Ayah dan Anak Dalam Menjaga Hubungan. *Jurnal E-Komunikasi*, 127-136.



*Implementasi komunikasi interpersonal antara  
Pemilik solo oil dan supplier minyak*