



Komunikasi Persuasif dalam Al-Qur'an tentang Keutamaan Alam Akhirat dari Alam Dunia

Didit Krisdianto

STID Al Hadid, Surabaya

dkpekalongan@gmail.com

Abstrak: Al-Qur'an menjelaskan perbandingan kehidupan alam dunia dan akhirat agar manusia tidak keliru dalam menetapkan tujuan hidupnya. Sulitnya mempersuasi umat Islam untuk memilih akhirat daripada dunia karena akhirat sangat abstrak. Umumnya umat Islam berdakwah dengan doktrin tentang alam akhirat, sehingga memiliki keyakinan yang lemah. Allah SWT. menurunkan ayat-ayat Al-Qur'an secara berulang-ulang dengan komunikasi persuasif agar umat Islam memilih kehidupan akhirat daripada dunia. Allah SWT. menunjukkan gambaran kongkrit tentang perbandingan alam akhirat dan dunia, bukan dengan cara-cara doktriner. Dengan menggunakan komunikasi persuasif, Allah Swt mengajak umat manusia agar mengutamakan kehidupan akhirat dari kehidupan dunia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan komunikasi persuasif dalam Al-Qur'an tentang keutamaan alam akhirat dari alam dunia. Sumber datanya adalah ayat-ayat dari Al-Qur'an mengenai perbandingan deskripsi alam akhirat dan dunia. Analisa menggunakan teori komunikasi persuasif Onong Uchjana Effendy. Hasil penelitiannya adalah mengidentifikasi dan mendeskripsikan karakteristik yang khas pada penerapan teknik komunikasi persuasif dalam Al-Qur'an yang menunjukkan bahwa kenikmatan alam akhirat lebih utama dari alam dunia dengan perhitungan logis. Penggunaan teknik komunikasi persuasif tersebut adalah Icing technique (teknik tataan) dan Pay-of technique (teknik ganjaran).

Keyword: Komunikasi persuasif, Al-Qur'an, alam akhirat dan dunia.

Abstract: Persuasive Communication in the Qur'an about the Superiority of the Afterlife over the Worldly life. The Qur'an explains the comparison of the life of the world and the afterlife so that humans do not make mistakes in determining their life goals. It is difficult to persuade Muslims to choose the afterlife over the world because the afterlife is very abstract. Generally, Muslims preach with the doctrine of the afterlife, so they have weak beliefs. Allah SWT. revealed verses of the Qur'an repeatedly with persuasive communication so that Muslims choose the afterlife over the world. Allah SWT. shows a concrete picture of the comparison of the afterlife and the world, not with doctrinal methods. By using persuasive communication, Allah SWT invites humans to prioritize the afterlife over the life of the world. This study uses a descriptive qualitative method, this study aims to describe persuasive communication in the Qur'an about the priority of the afterlife over the world. The data source is verses from the Qur'an regarding the comparison of the description of the afterlife and the world. The analysis uses Onong Uchjana Effendy's persuasive communication theory. The results of the study are to identify and describe the characteristics that are typical

of the application of persuasive communication techniques in the Qur'an which show that the afterlife is more important than the worldly world. The use of persuasive communication techniques is the Icing technique (arrangement technique) and Pay-of technique (reward technique).

Keywords : *Persuasive communication, the state of the world and the afterlife, and the priority of the afterlife.*

Pendahuluan

Kegiatan komunikasi persuasif adalah jenis kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan tertentu kepada komunikan, yaitu dengan tujuan mempengaruhi dan mengajak komunikan atau obyeknya untuk mengikuti pesan komunikasi yang disampaikan komunikator atau subyeknya dengan cara mempengaruhi pemikiran dan perilaku secara halus dan tidak memaksa.¹ Komunikasi persuasif bisa dikatakan wajib digunakan, sangat penting dan bermanfaat bagi komunikator dalam konteks mempengaruhi kesadaran dengan mengajak komunikan untuk berbuat kebaikan maupun menegakkan kebenaran. Dalam ajaran Islam disebut sebagai dakwah amar makruf nahi munkar.² Komunikasi persuasif digunakan dalam Al-Qur'an agar umat Islam mau mempercayai setiap informasi dari Allah SWT. dan mau mengikuti serta menjalankan perintah dan menjauhi larangan Allah SWT. secara logis dan bukan doktriner.³

Al-Qur'an adalah sumber ajaran kehidupan bagi umat Islam dan sebagai petunjuk

untuk orang-orang beriman dan bertakwa dalam menjalani kehidupan dunia menuju kehidupan akhirat, dapat dilihat berdasarkan firman Allah Swt dalam Al-Qur'an yang artinya: "*Kitab (Al-Qur'an) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertaqwa. (yaitu) mereka yang beriman kepada yang ghaib, yang mendirikan shalat, dan menafkahkan sebahagian rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka. dan mereka yang beriman kepada Kitab (Al-Qur'an) yang telah diturunkan kepadamu dan Kitab-kitab yang telah diturunkan sebelumnya, serta mereka yakin akan adanya (kehidupan) akhirat. Mereka itulah yang tetap mendapat petunjuk dari Tuhan mereka, dan merekalah orang-orang yang beruntung.*" (QS. Al-Baqarah: 2-5)⁴

Sebagai pedoman hidup, kitab suci Al-Qur'an berisikan tentang perintah dan larangan bagi orang-orang yang beriman dan bertakwa, dan berisikan berbagai informasi-informasi tentang Tuhan, Manusia, dan Alam. Salah satu informasi realitas alam dalam Al-Qur'an yaitu banyaknya ayat-ayat yang membahas tentang alam akherat dan alam dunia

¹ Lutfi Alvian Widiyanto, "Teknik Persuasif Bung Tomo Pada Pidato 10 November 1945 Di Surabaya," *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* Volume 01-No. 01 Agustus 2019 (1945): 121-38.

² M. Amin Abdullah, *Komunikasi Rofetik* (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2007), 191.

³ Musdhalifa Musdhalifa dan Nur Aida, "Komunikasi Persuasif dalam Al-Qur'an Terkait Menafkahkan Harta," *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 6, no. 1 (10 Agustus 2024): 321-43, <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v6i1.321>.

⁴ Wahbah Zuhaili dkk., *Ensiklopedia Al-Qur'an* (Jakarta: Gema Insani, 2007), 3.

adalah dua alam yang telah diciptakan Allah SWT. Dapat dilihat berdasarkan firman Allah Swt pada Al-Qur'an seperti dibawah ini: *"Dan sesungguhnya kepunyaan Kamilah akhirat dan dunia."* (QS. Al-Lail : 13)⁵

Sedangkan komunikasi persuasif tentang kondisi kehidupan pada alam dunia dan alam akhirat, hingga membandingkan diantara kedua alam tersebut. Dapat dilihat berdasarkan firman Allah SWT. pada ayat Al-Qur'an seperti dibawah ini: *"Tetapi kamu (orang-orang kafir) memilih kehidupan duniawi. Sedang kehidupan akhirat adalah lebih baik dan lebih kekal."* (QS. Al-A'laa : 16-17)⁶

Pada contoh pertama pada ayat Al-Qur'an surat Al A'laa 16-17 di atas, Allah SWT. mengkomunikasi persuasif bahwa alam akhirat adalah alam yang jauh lebih baik kebahagiaannya dan lebih kekal waktunya daripada alam dunia. Kemudian pada contoh ayat lainnya: *"Ketahuilah, bahwa sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah permainan dan suatu yang melalaikan, perhiasan dan bermegah-megah antara kamu serta berbangga-banggaan tentang banyaknya harta dan anak, seperti hujan yang tanam-tanamannya mengagumkan para petani; kemudian tanaman itu menjadi kering dan kamu lihat warnanya kuning kemudian menjadi hancur. Dan di akhirat (nanti) ada azab yang keras dan ampunan dari Allah SWT. serta keridhaan-Nya. Dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang menipu."* (QS. Al-Hadiid : 20)⁷

Sedangkan pada contoh kedua ayat Al-Qur'an di atas, Allah SWT. mengkomunikasi

persuasif bahwa alam dunia itu kehidupan yang melalaikan, sekedar permainan, dan kesenangan menipu. Kemudian pada contoh ayat lainnya: *"Hai kaumku, sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah kesenangan (sementara) dan sesungguhnya akhirat itulah negeri yang kekal."* (QS. Al-Mu'min: 39)⁸

Pada contoh ketiga dari ayat Al-Qur'an di atas, Allah SWT. mengkomunikasi persuasif bahwa alam dunia kesenangannya sementara sedangkan alam akhirat negeri yang kekal.

Maka berdasarkan pada ketiga ayat Al-Qur'an di atas, terdapat komunikasi persuasif dalam konteks dakwah yang pesan dakwahnya adalah menjelaskan tentang keadaan alam dunia dan akhirat. Al-Qur'an telah mengajak manusia secara halus dan tidak memaksa agar mengikuti pesan dakwah dari firman Allah SWT., yaitu dengan mempengaruhi pemikiran orang beriman dan bertakwa agar tidak memilih kehidupan alam dunia yang melalaikan, menipu, dan sementara. Tetapi pilihlah kehidupan alam akhirat yang lebih kekal dan lebih baik berdasarkan perbandingan keadaan kedua alam tersebut.

Komunikasi persuasif dalam Al-Qur'an di atas menjelaskan bahwa Alam dunia merupakan salah satu alam kehidupan yang akan dihadapi umat manusia, yang mana sifat kebahagiaan dan kesengsaraan dapat dirasakan secara nyata, secara langsung, dan terjadi pada masa kini. Alam kehidupan dunia menawarkan kebahagiaan dan kenikmatan yang sangat dekat dengan kehidupan umat manusia

⁵ Zuhaili dkk., 596.

⁶ Zuhaili dkk., 592.

⁷ Zuhaili dkk., 541.

⁸ Zuhaili dkk., 472.

pada masa kini, seperti: kenikmatan uang, perhiasan, pesangan, keturunan, jabatan, kekuasaan, rumah, mobil dan kenikmatan selainnya.⁹ Di sisi lain, komunikasi persuasif dalam Al-Qur'an di atas menjelaskan bahwa alam akhirat merupakan alam kehidupan yang akan dilewati dan dirasakan umat manusia setelah kehidupan dunia berakhir.

Sejarah kehidupan umat Islam dari masa ke masa, banyak yang terjebak dan terhanyut dalam kesibukan untuk memenuhi kehidupan duniawi, bahkan umat Islam rela berlomba-lomba dalam menggunakan dan menghabiskan waktu, tenaga, dan pikiran untuk keperluan duniawi yang dianggap banyak mendatangkan kebahagiaan dan kesenangan.¹⁰ Disadari atau tidak, hal tersebut membentuk pemikiran dan kepribadian yang menjadikan kehidupan dunia sebagai sesuatu yang diprimordialkan hingga sesuatu yang layak untuk dicita-citakan. Seakan-akan keberadaan alam akhirat terabaikan dan tidak dipertimbangkan sebagai bagian dari perencanaan hidup. Sehingga orang-orang Islam banyak yang melalaikan perintah dan larangan Allah SWT. dan buta terhadap kehidupan akhirat yang tidak dijadikan sebagai cita-cita hidupnya.

Berdasarkan pada persoalan di atas maka fokus masalah studi ini adalah komunikasi persuasif dalam Al-Qur'an tentang keutamaan kehidupan akhirat dari kehidupan dunia. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan komunikasi persuasif dalam Al-Qur'an tentang keutamaan kehidupan akhirat dari kehidupan dunia.

Studi terdahulu terkait komunikasi persuasif dalam Al-Qur'an sudah dilakukan oleh Nur Aida,¹¹ Kelaut Dia dan Sri Wayuni,¹² Devi Ulfah Sopiah.¹³ Pada penelitian Nur Aida telah membahas tentang Komunikasi Persuasif dalam Al-Qur'an Terkait Menafkahkan Harta. Sedangkan Kelaut Dia dan Sri Wayuni membahas tentang Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah 'Apa Dan Bagaimana Hijrah Itu?'. Dan Devi Ulfah Sopiah membahas Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Makka Pada Akun Tiktok '@Syam_Elmarusy'. Sehingga Belum ada yang membahas komunikasi persuasif dalam Al-Qur'an tentang keutamaan alam akhirat dari alam dunia.

Kajian terkait komunikasi persuasif yang tidak mengambil unit analisis Al-Qur'an dilakukan oleh Nurfitriani M. Siregar¹⁴, dan Yudi Asmara¹⁵. Nurfitriani M. Siregar

⁹ m Nurul Umam, "Kehidupan Dunia Perspektif Al-Qur'an (Studi Tafsir Maudhu'i)," *Fakultas Ushuluddin Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang* 2008, t.t., 1-6 <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/116>.

¹⁰ Umam, 1-6.

¹¹ Musdhalifa dan Aida, "Komunikasi Persuasif dalam Al-Qur'an Terkait Menafkahkan Harta," 321-43.

¹² Kelaut Dia dan Sri Wahyuni, "Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah 'Apa Dan Bagaimana Hijrah Itu?'," *Realita: Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam* 19, no. 1 (2022): 66-83, <https://doi.org/10.30762/realita.v19i1.3411>.

¹³ Devi Ulfah Sopiah, "Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Makka Pada Akun Tiktok '@Syam_Elmarusy,'" *Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati* 7, no. April (2022): 14-15.

¹⁴ Nurfitriani M Siregar, "Daya Tarik Persuasi Komunikasi Dakwah Nabi Muhammad Saw," *Hikmah* 14, 2020, 303-16. <https://doi.org/10.24952/hik.v14i2.3307>.

¹⁵ Yudi Asmara Harianto, "Teknik Persuasi Nabi Muhammad Kepada Kaum Anshar Dalam Pembagian Ghanimah Perang Hunain.," *Jurnal Lentera: Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi* 21 1 (17 Februari

membahas tentang daya tarik persuasi komunikasi dakwah nabi Muhammad. Yudi Asmara membahas tentang bagian teknik persuasi nabi Muhammad kepada kaum Anshar dalam pembagian ghanimah perang Hunain. Sehingga belum ada yang membahas komunikasi persuasif tentang keutamaan alam akhirat dari alam dunia. Selanjutnya studi tentang kehidupan alam dunia dan akhirat di antaranya oleh Sholihah, dkk.,¹⁶ dan Indah Wahyu Ningsih,¹⁷ Perbedaan pembahasan terletak pada pendekatannya, dimana penelitian Sholihah, dkk. fokus pada pembahasan keseimbangan hidup dunia dan akhirat. Sedangkan Ningsih fokus pada pembahasan konsep kehidupan dunia akhirat dan implikasinya terhadap pendidikan islam.

Studi ini difokuskan untuk melakukan identifikasi kemudian mendeskripsikan terjadinya komunikasi persuasif dan teknik-teknik persuasif yang terdapat dalam ayat-ayat Al-Qur'an, yaitu tentang ajakan agar memilih kehidupan akhirat daripada kehidupan dunia melalui informasi perbandingan kehidupan dunia dan akhirat. Jenis ayat-ayat yang diteliti adalah ayat-ayat Makiyah dan Madniyah. Tulisan dari hasil penelitian ini diharapkan memberikan tambahan pada khazanah ilmu komunikasi yang terkait komunikasi persuasif di bidang dakwah. Sekaligus dapat memberikan contoh maupun inspirasi penerapan komunikasi persuasif membangun kesadaran dalam menjadikan kehidupan alam akhirat

sebagai tujuan hidup daripada kehidupan alam dunia.

Metode

Studi ini menggunakan kualitatif deskriptif, dengan sumber data primer yaitu Al-Qur'an, dimana fokus menganalisis realitas pesan komunikasi persuasif yang terangkai dalam bentuk tulisan ayat-ayat dari firman Allah SWT. Penggunaan dari data tersebut untuk mengetahui teks komunikasi terkait pembahasan perbandingan kehidupan alam dunia dan alam akhirat. Sumber data yang digunakan adalah Al-Qur'an sebagai sumber primer. Sumber terjemahan Al-Qur'an menggunakan penerbit Gema Insani yang ditulis oleh Wahbah Zuhaili, M. Bassam Rusydi Zain, M. Wahbi Sulaiman, M. Adnan Salim yang kredibel, karena diasumsikan telah dialih bahasakan oleh tim ahli bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia yang sesuai dengan pedoman umum ejaan bahasa Indonesia. Walaupun demikian data terjemahan tersebut masih perlu dikroscekkan dengan Al-Qur'an dari penulis selainya yang juga dianggap kredibel untuk lebih memastikan, khususnya pada diksi yang dianggap mamiliki makna penting. Untuk sumber data sekunder dari buku sejarah Muhammad karya Muhammad Husain Haikal, sudah dianggap kredibel juga sebagai penulis sejarah yang telah meneliti tentang kisah hidup nabi Muhammad. Data sejarah yang dibutuhkan yaitu untuk

2022): 1–15. <https://doi.org/10.29138/lentera.v21i1.537>.

¹⁶ Mar'atus Sholihah, Novita Nailil Muna, dan Ana Rahmawati, "Keseimbangan Hidup Dunia dan Akhirat (Q.S. al-A'la: 14-19, Q.S. Qashash: 77, Q.S. Ali Imran: 148)," *Jurnal Agama, Pendidikan, dan Sosial Budaya* Vol.

18, No. 2 (Juli 2024), <https://doi.org/10.29138/lentera.v21i1.537> P-ISSN: 1858-0386.

¹⁷ Indah Wahyu Ningsih, "Konsep Hidup Seimbang Dunia Akhirat Dan Implikasinya Dalam Perspektif Pendidikan Islam," *Jurnal Tahsinia* 1, no. 2 (28 Februari 2020): 128–37, <https://doi.org/10.57171/jt.v1i2.188>.

mengetahui konteks turunnya ayat-ayat tentang perbandingan antara kehidupan alam dunia dan alam akhirat.

Teknik analisa data pada penelitian ini yaitu dengan mengidentifikasi dan menganalisis unsur-unsur komunikasi persuasif berdasarkan sumber data primer dalam ayat-ayat Al-Qur'an tentang perbandingan alam dunia dan alam akhirat. Kemudian melakukan identifikasi dan analisis teknik-teknik komunikasi persuasif yang Allah SWT. gunakan pada ayat-ayat Al-Qur'an tentang ajakan memilih kehidupan alam akhirat menjadi cita-cita melalui perbandingan kehidupan alam dunia dan alam akhirat. Sedangkan untuk melakukan uji kredibilitas penelitian ini yaitu dengan melakukan peningkatan ketekunan ketika membaca dan memahami ayat-ayat dalam Al-Qur'an tentang perbandingan kehidupan alam dunia dengan alam akhirat melalui analisis teori komunikasi persuasif.

Hasil dan Pembahasan

1. Komunikasi Persuasi

Pengertian persuasi dalam kamus bahasa Inggris, dari akar kata "*persuasi*" atau "*persuasion*" adalah dari bahasa Latin dengan kata "*persuasion*". Sedangkan jika dilihat dari kata kerjanya yaitu "*persuadere*", yang dapat diartikan "ajakan

atau bujukan atau rayuan.¹⁸ Wahyu Ilaihi menjelaskan bahwa komunikasi persuasif sangat dibutuhkan dan berpengaruh dalam proses dakwah. Seorang *da'* berkomunikasi menyampaikan pesan dakwah secara terus-menerus kepada *mad'u* untuk mempengaruhi pikiran dan mengajak perilaku *mad'u* agar semakin meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT., sehingga mereka mau melaksanakan perintah dan menjauhi larangan sesuai ajaran Islam.¹⁹ Agar komunikasi persuasi dapat mempengaruhi dan mengajak *mad'u* nya, maka seorang *da'* harus mempersiapkan dirinya dengan meningkatkan keahlian dalam mengenal *mad'u* nya dan membuat pesan komunikasi yang menarik *mad'u* nya agar mengikuti ajakannya, sehingga seorang *da'* menjadi komunikator yang handal. Hal tersebut mempengaruhi kesuksesan kegiatan dakwah Islam.²⁰

Onong Uchajana Effendy menjelaskan, bahwa komunikasi persuasif yaitu cara yang digunakan seorang *da'* kepada *mad'u* nya agar dapat menerima ajakan pemikiran dan keyakinan, sehingga mau untuk menjalankannya dalam bentuk sikap, tindakan dan kegiatan.²¹ Phil Astrid menjelaskan, bahwa komunikasi persuasif yaitu strategi komunikasi untuk membujuk komunikan dengan cara memanfaatkan kondisi psikologis dan sosiologis komunikan.²² Kemudian dari pengertian

¹⁸ Lina Masruroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 11.

¹⁹ Wawan Trans Pujianto, "Strategi Komunikasi Persuasif Rasulullah Saw Terhadap Kaum Perempuan (Studi Analisis Hadits Tarbawi).," *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 1 (28 Juni 2020): 127–241. https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v4i1.2087.

²⁰ Masruroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 12–13.

²¹ Freida Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, Hapsari Dwiningtyas dan Joyo NS Gono., "Teknik-teknik Persuasif dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edi di Youtube)," *Jurnal Komikasi*. (Semarang: UNDIP, 2015), 2015.

²² Redla Amjadaeli Fawwaz, "Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto Dalam Membangun Motivasi Bersedekah Donatur Melalui Instagram," *Tesis, Jakarta, Fakultas*

komunikasi persuasif lain menjelaskan, bahwa komunikasi persuasif yaitu suatu usaha dalam mengkomunikasikan pesan komunikator dengan tujuan agar komunikan menjadi terpengaruh.¹⁹

Kesimpulan dari komunikasi persuasif yaitu suatu usaha komunikasi yang dilakukan dalam menyampaikan pesan oleh seorang komunikator kepada komunikan dengan cara mengajak, membujuk, merayu, dan mengarahkan tanpa paksaan agar komunikan mau mengikuti suatu ajakan yang ditawarkan oleh komunikator secara sukarela atau tanpa terpaksa, sehingga opini, sikap, dan tingkah lakunya dapat berubah dengan kesadarannya sendiri.

Sumirat dan Suryana menjelaskan unsur-unsur komunikasi persuasif yaitu:²³ *Pertama, persuader*, yaitu komunikator dengan maksud dan tujuannya ingin memengaruhi komunikan supaya ikut menjalankan sesuatu hal yang diinginkan oleh komunikator. Karena komunikator memiliki sifat persuasif, sehingga seorang komunikator harus mempunyai kemampuan atau keahlian yang baik dalam kegiatan komunikasi. Maka komunikator harus memiliki pengetahuan tentang ilmu komunikasi. Pada konteks tulisan ini, *persuader* nya adalah Allah SWT. Yang Maha Kuasa, sedangkan pada konteks penciptaan manusia, Allah SWT. telah memberikan manusia *free will* atau kebebasan memilih nasibnya, yang berarti manusia dapat berkehendak bebas memilih untuk mengikuti atau

meninggalkan aturan Allah SWT. Maka dari itu Allah SWT. dapat diposisikan sebagai *persuader* yang mempersuasikan pesanNya bukan dengan memerintahkan dengan cara langsung kepada orang-orang beriman untuk mengutamakan kehidupan alam akhirat daripada alam dunia.

Kedua, Persuadee, adalah orang yang menerima atau dikenai informasi atau pesan dari komunikator yang mengandung persuasif, biasanya disebut komunikan. Dan menjadi sasaran yang ditargetkan untuk mengikuti ajakan atau rayuan yang disampaikan oleh komunikator. Pada konteks tulisan ini, maka *persuadee* nya adalah orang-orang beriman, dan bukan orang-orang kafir maupun orang-orang munafik. Karena *persuadee* nya adalah orang-orang yang beriman sehingga sangat berpotensi untuk merubah sikapnya. Disebabkan orang-orang beriman memiliki iman dan takwa, maka mereka sangat percaya bahwa Allah SWT. sebagai sesembahannya atau Tuhannya, kemudian sangat percaya dengan kehidupan setelah kematian yaitu akhirat, dan percaya kepada sunnahtullah atau hukum Allah SWT. yang membimbing dan menunjukkan jalan keselamatan. Sehingga orang-orang beriman masih bisa dibujuk atau dirayu untuk mengutamakan kehidupan alam akhirat daripada alam dunia.

Ketiga, pesan persuasif, adalah pesan yang berupa simbol verbal dan non verbal yang pesannya disampaikan oleh seorang *persuader* kepada *persuadee* sehingga mau

Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri
Syarif Hidayatullah Jakarta,
2023. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/67706>.

²³ Masruroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 15.

menjalankan ajakan atau tawaran yang diinginkan *persuader*, sedangkan segala sesuatu yang diucapkan oleh seorang *persuader* melalui perkataan, bahasa tubuh, dan nada suara dengan ciri-ciri diksi kata dan kalimat ajakan, atau simbol gambar dan bahasa tubuh yang mengandung ajakan. Pada konteks tulisan ini, maka pesan persuasif terkait tentang keutamaan kehidupan alam akhirat dari alam dunia.

Keempat, saluran komunikasi persuasif, adalah saluran yang menjadi perantara antara *persuader* dengan *persuadee* dalam berkomunikasi. Bentuk salurannya bisa langsung tanpa perantara bisa juga tidak langsung yaitu dengan menggunakan media. Pada konteks tulisan ini, maka saluran komunikasinya adalah wahyu Al-Qur'an dari Allah SWT. yang disampaikan lewat malaikat Jibril, kemudian diberikan kepada nabi Muhammad. Selanjutnya Nabi Muhammad yang menyampaikan pesan wahyu Al-Qur'an dari Allah SWT. kepada orang-orang Islam.

Kelima, lingkungan komunikasi persuasif, merupakan situasi dan kondisi terjadinya komunikasi persuasif. Situasi dan kondisi ini bisa berupa sejarah, fisik, budaya, peristiwa aktual, maupun norma di masyarakat. Pada konteks tulisan ini, maka lingkungan komunikasi persuasif dipengaruhi oleh situasi dan kondisi dakwah Rasulullah pada kehidupan masyarakat Arab khususnya di Makkah dan Madinah.

Keenam, Efek komunikasi persuasif merupakan adanya perubahan yang terjadi pada diri komunikan atau *persuadee* sebagai akibat dan ditangkapnya pesan lewat komunikasi, sehingga efek yang terjadi dapat berbentuk perubahan pendapat, sikap, dan tingkah laku. Pada konteks tulisan ini, maka efeknya adalah orang-orang beriman mau untuk mengorbankan kesenangan dan kebahagiaan hidup di dunia demi mendapatkan kesenangan dan kebahagiaan hidup di akhirat.

Ketujuh, umpan balik, merupakan tanggapan baik secara langsung atau tidak langsung yang diberikan oleh komunikan atau *persuadee* untuk menindaklanjuti pesan yang disampaikan oleh komunikator atau *persuader*. Pada konteks tulisan ini, maka umpan baliknya adalah orang-orang beriman akan dan mau menerima ajakan Allah SWT. untuk mengorbankan kesenangan dan kebahagiaan hidup di dunia demi mendapatkan kesenangan dan kebahagiaan hidup di akhirat.²⁴

Menurut Onong Uchajana Effendy ada lima teknik komunikasi persuasif yang lumrah digunakan dan dapat dipilih untuk mencapai suatu tujuan dan sasarannya, antara lain:²⁵ *Pertama, Asotiation technique* (Teknik Asosiasi), yaitu teknik yang praktiknya digunakan dalam menyampaikan pesan komunikasi dengan cara komunikator mempengaruhi dan

²⁴ Deni Rahman dan Wichitra Yasya, "Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur," *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 4, no. 1 (30

Juni 2020): 1–10, <https://doi.org/10.24853/pk.4.1.1-10>.

²⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 280–82.

mengajak komunikan agar ikut melakukan suatu hal yang disampaikan dengan mengikuti atau memasukkan atau menggabungkan pesan ajakan tersebut dengan masalah-masalah umum, suatu kejadian, peristiwa dan fenomena yang populer dibahas atau sedang menarik perhatian khalayak di masyarakat. Sebagai contoh dalam praktik pemilu saat itu yang menggunakan slogan “apapun partainya, presidennya tetap si fulan”. Praktik itu digunakan sebagaimana iklan yang populer digunakan saat itu yaitu “apapun makanannya, minumannya tetap teh botol sosro.”

Kedua, Integration technique (teknik Integrasi), yaitu teknik yang praktiknya digunakan dalam menyampaikan pesan komunikasi dengan cara komunikator mempengaruhi dan mengajak komunikan agar mengikuti dengan menyamakan atau menyatukan diri komunikator dengan diri komunikan dalam satu kesatuan. Bagaimana keahlian seorang komunikator menyamakan atau menyatukan diri dengan komunikan dalam berkomunikasi. Seorang komunikator akan mendudukan dirinya “senasib” menjadi satu kesatuan dengan komunikan. Praktiknya dengan menggunakan kata “kita” atau “kami” bukan “saya”. Menggunakan kata “Kita” berarti menyatukan saya dengan anda. Sehingga seorang komunikator mendudukan dirinya tidak berjuang untuk dirinya sendiri, tetapi untuk kepentingan bersama dengan komunikan.

Ketiga, Pay-off technique (teknik *ganjaran*), yaitu teknik yang berusaha untuk mempengaruhi dan mengajak orang lain agar mengikutinya dengan cara menawarkan sesuatu yang menguntungkan

dengan menjanjikan keuntungan tertentu (*pay-off*). Contohnya, dosen yang menjanjikan kepada mahasiswanya jika lulus ujian skripsi dengan nilai minimal A+ maka akan memperoleh ganjaran atau hadiah berupa beasiswa. Praktik teknik ini bertentangan dengan teknik memunculkan rasa takut (*fear arousing technique*), yaitu dengan cara menakut-nakuti atau menggambarkan resiko-resiko terburuk. Contohnya, praktik dosen yang mengancam mahasiswanya jika hasil ujian akhir semester mendapatkan nilai C- maka harus mengulang mata kuliah tersebut pada tahun depan.

Keempat, Red-Herring technique (teknik *ikan herring merah*), teknik ini sebenarnya menggambarkan seekor ikan yang diolah dengan cara dikeringkan hingga menghasilkan bau menyengat. Sehingga, komunikasi persuasif yang pernyataannya mengalihkan perhatian atau disebut *red herring fallacy*. Dalam teknik *red herring fallacy*, seorang komunikator memiliki tujuan untuk mengalihkan perhatian komunikan sehingga teralihkan pada pembahasan yang lain. Seorang Komunikator akan berusaha memenangi perdebatan sehingga mengarahkan komunikan agar beralih pembicaraan secara perlahan-lahan kepada pembahasan yang dikuasai komunikator untuk menyerang lawan. Maka seorang komunikator akan terlihat unggul sehingga layak untuk diterima penawarannya atau argumentasinya.

Kelima, Icing technique (teknik *tataan*), yaitu teknik yang berusaha membuat pesan komunikasi dengan perkataan-perkataan yang indah, enak didengar, menyentuh hati, enak dibaca sehingga komunikan

cenderung mengikuti saran pesan tersebut dan mau menerima tawarannya. Dalam bidang kehumasan, teknik ini akan dipraktikkan dengan cara memberikan service atau pelayanan yang baik dan optimal sehingga mampu memuaskan masyarakat luas.²⁶

2. Deskripsi Alam Dunia dalam Ayat Al-Qur'an

Berdasarkan data dalam ayat-ayat Al-Qur'an, yaitu, pertama, QS. Yunus:24-25 Allah SWT. berfirman *"Sesungguhnya perumpamaan kehidupan duniawi itu, adalah seperti air (hujan) yang Kami turunkan dan langit, lalu tumbuhlah dengan subur karena air itu tanam-tanaman bumi, di antaranya ada yang dimakan manusia dan binatang ternak. Hingga apabila bumi itu telah sempurna keindahannya, dan memakai (pula) perhiasannya, dan pemilik-permiliknya mengira bahwa mereka pasti menguasainya, tiba-tiba datanglah kepadanya azab Kami di waktu malam atau siang, lalu Kami jadikan (tanam-tanamannya) laksana tanam-tanaman yang sudah disabit, seakan-akan belum pernah tumbuh kemarin. Demikianlah Kami menjelaskan tanda-tanda kekuasaan (Kami) kepada orang-orang berfikir."* Allah SWT. menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam).²⁷

Kedua, QS. Muhammad:36, Allah SWT. berfirman: *"Sesungguhnya kehidupan dunia*

*itu hanyalah permainan dan senda gurau. Jika kamu beriman serta bertaqwa, Allah SWT. akan memberikan pahala kepadamu, dan Dia tidak akan meminta hartamu."*²⁸

Ketiga, QS. Al-Hadid:20, Allah SWT. berfirman: *"Ketahuilah, bahwa sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah permainan dan suatu yang melalaikan, perhiasan dan bermegah-megah antara kamu serta berbangga-banggaan tentang banyaknya harta dan anak, seperti hujan yang tanam-tanamannya mengagumkan para petani; kemudian tanaman itu menjadi kering dan kamu lihat warnanya kuning kemudian menjadi hancur. Dan di akhirat (nanti) ada azab yang keras dan ampunan dari Allah SWT. serta keridhaan-Nya. Dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang menipu."*²⁹

Keempat, QS. Huud:15-16, Allah SWT. berfirman: *"Barangsiapa yang menghendaki kehidupan dunia dan perhiasannya, niscaya Kami berikan kepada mereka balasan pekerjaan mereka di dunia dengan sempurna dan mereka di dunia itu tidak akan dirugikan. Itulah orang-orang yang tidak memperoleh di akhirat, kecuali neraka dan lenyaplah di akhirat itu apa yang telah mereka usahakan di dunia dan sia-sialah apa yang telah mereka kerjakan."*³⁰

Kelima, QS. Al Imran:185-186 Allah SWT. berfirman: *"Tiap-tiap yang berjiwa akan merasakan mati. Dan sesungguhnya pada hari kiamat sajalah disempurnakan pahalamu. Barangsiapa dijauhkan dari*

²⁶ Azlika Purnama Sari Nur Aida, "Teknik Komunikasi Persuasif Ahmad Rifa'i Rifan Dalam Dakwah Kepada Kalangan Milenial," *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (17 Desember 2021): 133-56, <https://doi.org/10.58518/alamtara.v5i2.762>.

²⁷ Zuhaili dkk., *Ensiklopedia Al-Qur'an*, 212.

²⁸ Zuhaili dkk., 511.

²⁹ Zuhaili dkk., 541.

³⁰ Zuhaili dkk., 224.

neraka dan dimasukkan ke dalam syurga, maka sungguh ia telah beruntung. Kehidupan dunia itu tidak lain hanyalah kesenangan yang memperdayakan. Kamu sungguh-sungguh akan diuji terhadap hartamu dan dirimu. Dan (juga) kamu sungguh-sungguh akan mendengar dari orang-orang yang diberi kitab sebelum kamu dan dari orang-orang yang mempersekutukan Allah SWT., gangguan yang banyak yang menyakitkan hati. Jika kamu bersabar dan bertakwa, maka sesungguhnya yang demikian itu termasuk urusan yang patut diutamakan.”³¹

Asbabunuzul ayat tersebut: “Diriwayatkan oleh Ibnu Abi Hatim dan Ibnu Mundzir dengan sanad yang hasan, yang bersumber dari Ibnu Abbas bahwa ayat ini turun berkenaan dengan peristiwa Abu Bakar dengan Fanhash,” tentang ucapannya,” Allah SWT.. itu miskin dan kami kaya.” Diriwayatkan oleh Abdurrazzaq dari Ma’mar, dari Az Zuhri, yang bersumber dari Abdurrahman bin Ka’b bin Malik, bahwa turunnya ayat ini berkenaan dengan Ka’b bin Al Asyraf yang mencaci maki Nabi dan sahabat-sahabat beliau dengan syair.”³²

Maka berdasarkan data komunikasi pada ayat-ayat Al-Qur’an tersebut dapat di analisis, bahwa Allah SWT. sebagai komunikator memberikan pesan tentang kondisi kehidupan alam dunia kepada manusia sebagai komunikan. Menurut teks terjemahan bahasa Indonesia, pada data ayat pertama yaitu QS. *Yunus* : 24, Allah SWT. mendeskripsikan bahwa kualitas kebahagiaan dan waktu kesempatan manusia dalam menjalani

kehidupan alam dunia hanyalah menipu, sementara dan sebentar saja. Hal tersebut dapat dideskripsikan dengan memberikan perumpamaan kehidupan dunia yang sementara seperti realitas tanaman yang ditanam mulai dari biji atau bibit kemudian tumbuh menjadi tanaman kecil hingga besar dan kemudian mati dengan disabit seperti keadaan semula, seakan-akan tanaman tersebut tidak pernah tumbuh. Sedangkan kehidupan dunia yang kualitas kebahagiaannya yang menipu seperti bumi yang telah sempurna keindahannya dan perhiasannya, namun tiba-tiba hancur dengan datangnya azab Allah SWT.

Pada data ayat kedua, ketiga, keempat dan kelima yaitu QS. *Muhammad*:36, QS. *Al Hadiid*:20, QS. *Huud*:15-16 dan QS. *Al Imran*:185-186 memiliki kemiripan deskripsi, Allah SWT. mendeskripsikan bahwa kondisi kesenangan pada kehidupan alam duniawi adalah permainan, senda gurau, memperdayakan dan sesuatu yang melalaikan sehingga nilai kualitas kebahagiaannya telah menipu manusia dan usahanya menjadi sia-sia. Hal tersebut sebagaimana dijelaskan, bahwa untuk mendapatkan sebuah nilai kebahagiaan pada kehidupan duniawi, maka manusia harus melakukan usaha yang maksimal berupa kerja keras, dengan modal yang cukup, harus berkompetisi dan melalui proses yang benar. Ketika kesuksesan dan kebahagiaan berupa banyaknya harta dan anak sudah tercapai secara maksimal, maka setelah itu semuanya itu menjadi hancur dan kembali seperti semula. Sebagaimana digambarkan seperti hujan yang tanam-

³¹ Zuhaili dkk., 75.

³² Jalaluddin As-Suyuthi, *Asbabun Nuzul (Sebab-sebab Turunnya Ayat Al-Qur'an)* (Pustaka Al-Kautsar, t.t.).

tanamannya mengagumkan para petani; kemudian tanaman itu menjadi kering dan kamu lihat warnanya kuning kemudian menjadi hancur. Oleh sebab itu jika usaha manusia tidak maksimal, maka yang diperoleh bukanlah kebahagiaan namun justru kesengsaraan. Oleh sebab itu dalam suatu permainan pada kehidupan dunia sangat memungkinkan manusia akan mendapatkan kebahagiaan maupun kesengsaraan. Namun demikian Allah SWT. tetap akan memberikan kebahagiaan duniawi saja kepada orang-orang yang menjadikan kehidupan duniawi sebagai tujuan hidupnya. Dan tidak akan mendapatkan kebahagiaan pada kehidupan akhirat kecuali neraka.

Dapat disimpulkan bahwa deskripsi alam dunia dalam Al-Qur'an, yaitu *pertama*, bahwa yang dimaksud dengan alam dunia adalah alam kehidupan manusia di bumi dan sekitarnya dimana keadaan jiwa dan raga manusia bersama makhluk hidup lainnya, kondisi antara jiwa dan jasad belum terpisahkan oleh kematian. *Kedua*, pada intinya deskripsi pesan komunikasi tentang kondisi kehidupan alam dunia itu ada dua hal yaitu nilai kualitas kebahagiaannya yang menipu karena seperti permainan dan senda gurau saja sedangkan lama kehidupannya yang sementara, sebentar dan sesaat saja.

3. Komunikasi Persuasif Allah SWT. tentang Alam Dunia dalam Ayat-ayat Al-Qur'an

Berdasarkan pada ayat-ayat Al-Qur'an tersebut di atas maka dapat dianalisis, bahwa terdapat komunikasi persuasif yaitu Allah SWT. sebagai *persuader* yang

mempengaruhi dan mengajak umat manusia sebagai *persuadee* dengan kesadaran dan tanpa adanya paksaan agar umat manusia lebih mengutamakan kehidupan akhirat dari kehidupan dunia.

Pada QS. Yunus:24-25 terdapat komunikasi persuasif yang mempengaruhi pemikiran manusia berdasarkan indikasi yang terdapat pada Yunus:24, yaitu diawali dengan diksi informasi "perumpamaan kehidupan duniawi seperti tanaman yang subur kemudian hancur," artinya bahwa kondisi kehidupan alam dunia memberikan kenikmatan yang menipu atau bukan sesungguhnya, tidak kekal yang nantinya akan hancur. Kemudian ayat tersebut menekankan bahwa hanya orang-orang berfikir saja yang dapat memahami penjelasan tersebut. Selanjutnya pada Yunus:25, Allah SWT. mengajak manusia sebagai *persuadee* dengan diksi "menyeru agar manusia menuju ke Darussalam (surga)," artinya adanya ajakan kepada manusia agar lebih memilih akhirat yaitu surga.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan *persuader*, maka pada kedua ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan teknik *icing technique* (teknik tataan). Allah SWT. menyampaikan pesan kepada orang-orang beriman tentang kehidupan dunia dengan kata-kata yang indah dan menyentuh hati dengan perumpamaan "Kebahagiaan dunia yang menipu dan sia-sia diibaratkan seperti tanaman yang subur kemudian hancur," dimana yang sesuai dengan fakta kehidupan dunia. Sehingga Allah SWT. menyeru agar manusia menuju ke

Darussalam (surga) sebagai kata ganti tempat di akhirat yang penuh dengan kebahagiaan yang kekal dan sebenarnya.

Pada QS. Muhammad:36, terdapat komunikasi persuasif yang mempengaruhi pemikiran manusia berdasarkan indikasi yaitu adanya diksi informasi yang mempengaruhi pemikiran manusia sebagai *persuadee* bahwa "kehidupan dunia itu hanyalah permainan dan senda gurau". Akhirnya pada kata "hanyalah" kemudian ditambah dengan kata "permainan dan senda gurau, menunjukkan dan memberikan tekanan bahwa nilai kebahagiaan pada kehidupan dunia sangat rendah, sedikit dan menipu. Kemudian dilanjutkan mengajak manusia dengan diksi "jika kamu beriman serta bertakwa", maka "Allah SWT. akan memberikan pahala kepadamu tanpa membayar". Pahala yang lebih banyak dari dosa merupakan syarat bagi manusia jika menginginkan kebahagiaan kekal di kehidupan akhirat yaitu surga.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan oleh *persuader*, maka pada ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan *Icing technique* (teknik tataan) dan teknik *Pay-of technique* (teknik *ganjaran*). Penggunaan teknik tataan ketika menunjukkan bahwa "untuk mendapatkan kebahagiaan dunia penuh dengan usaha dan pengorbanan diibaratkan permainan dan senda gurau." Kata perumpamaan itu sangat indah kata-katanya, analoginya sesuai dengan realitasnya dan menyentuh hati. Sedangkan dalam penggunaan teknik *ganjaran*, yaitu ketika Allah SWT. menjanjikan memberi pahala tanpa

membayar kepada orang-orang yang mau beriman dan bertakwa.

Pada QS. Al Hadiid:20, terdapat komunikasi persuasif yang mempengaruhi pemikiran manusia berdasarkan indikasi yaitu adanya diksi informasi yang mempengaruhi pemikiran manusia sebagai *persuadee* dengan mendudukkan bahwa "kehidupan dunia itu hanyalah permainan, kesenangan yang menipu dan suatu yang melalaikan". Dimana harta kekayaan, keluarga dan sawah ladang yang menawarkan kebahagiaan yang banyak dan sesungguhnya, namun pada kenyataannya semua itu akan hancur binasa. Kemudian adanya diksi, bahwa "Allah SWT. mengajak manusia agar berhati-hati dan waspada akan kehidupan di akhirat yang memiliki azab pedih, namun disisi lain terdapat ampunan dari Allah SWT. beserta keridhaan-Nya."

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan oleh *persuader*, maka pada ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan *Icing technique* (teknik tataan) dan teknik *Pay-of technique* (teknik *ganjaran*). Penggunaan teknik tataan ketika menunjukkan bahwa "kebahagiaan dunia ini diibaratkan hanyalah permainan dan suatu yang melalaikan." Kemudian dilanjutkan dengan contoh harta kekayaan, keluarga, dan sawah ladang yang awalnya membahagiakan namun menjadi hancur binasa. Kata perumpamaan itu sangat indah kata-katanya, analoginya sesuai dengan realitasnya dan menyentuh hati. Sedangkan dalam penggunaan teknik *ganjaran* dengan memunculkan rasa takut,

yaitu ketika Allah SWT. menjelaskan bahwa di akhirat ada azab yang keras (neraka). Dan disisi lain Allah SWT. menggunakan teknik ganjaran dengan menjanjikan keuntungan dalam penjelasan bahwa adanya ampunan dari Allah Swt serta keridhaan-Nya (surga).

Pada QS. Huud:15-16, adanya komunikasi persuasif yang mempengaruhi pemikiran manusia berdasarkan indikasi yang terdapat pada Huud : 15, yaitu diawali dengan diksi yang menginformasikan bahwa “bagi manusia yang menghendaki kebahagiaan duniawi maka Allah SWT. akan memberikan kebahagiaan hanya duniawi saja secara sempurna tanpa ada kerugian”. Maka secara eksplisit Allah SWT. menjelaskan bahwa manusia yang mengejar kebahagiaan duniawi akan mendapatkan kebahagiaan duniawi saja tanpa ada kerugian. Selanjutnya pada Huud : 16, secara implisit Allah SWT. mengajak manusia sebagai *persuadee* dengan diksi “itulah orang-orang yang tidak memperoleh di akhirat, kecuali neraka dan lenyaplah di akhirat itu apa yang telah mereka usahakan di dunia dan sia-sialah apa yang telah mereka kerjakan,” maka secara implisit Allah SWT. menjelaskan bahwa orang-orang yang mengejar kebahagiaan dunia tidak akan mendapatkan kebahagiaan akhirat tetapi mendapatkan siksa neraka. Sehingga kebahagiaan yang mereka dapatkan di dunia menjadi sia-sia.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan *persuader*, maka pada kedua ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan *Icing technique* (teknik

tataan) dan teknik *Pay-of technique* (teknik *ganjaran*). Penggunaan teknik tataan ketika menunjukkan bahwa kebahagiaan dunia diibaratkan perhiasan, sedangkan amal perbuatan diibaratkan pekerjaan. Kata perumpamaan itu sangat indah kata-katanya, analoginya sesuai dengan realitasnya dan menyentuh hati. Sedangkan dalam penggunaan teknik ganjaran yang menakut nakuti *persuadee*, yaitu ketika Allah SWT. mengancam manusia dengan siksa neraka jika hanya mencari kebahagiaan dunia saja, sedangkan kebahagiaan dunia yang sudah didapatkan menjadi sia-sia belaka.

Pada QS. Al Imran:185-186, adanya komunikasi persuasif yang mempengaruhi pemikiran manusia berdasarkan indikasi yaitu diawali dengan diksi yang menginformasikan bahwa setiap manusia yang berjiwa akan merasakan kematian sedangkan kehidupan dunia itu hanyalah kesenangan yang memperdayakan manusia dengan ujian harta benda. Kemudian pada Allah SWT. mengajak manusia agar mendapatkan keberuntungan dengan diksi menyempurnakan pahalanya sehingga dapat dijauhkan dari api neraka dan dimasukkan ke dalam surga.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan *persuader*, maka pada kedua ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan *Icing technique* (teknik tataan) dan teknik *Pay-of technique* (teknik *ganjaran*). Penggunaan teknik tataan ketika menunjukkan bahwa kebahagiaan dunia adalah memperdayakan melalui ujian terhadap harta kekayaan dan diri manusia.

Kata perumpamaan itu sangat indah kata-katanya, analoginya sesuai dengan realitasnya dan menyentuh hati. Sedangkan dalam penggunaan teknik ganjaran yang menguntungkan *persuadee*, yaitu ketika Allah SWT. menjelaskan bahwa pada hari kiamat nanti akan disempurnakan pahala manusia, sehingga akan dimasukkan ke dalam surga dan menjadi manusia yang beruntung.

4. Deskripsi Alam Akhirat dalam Ayat-ayat Al-Qur'an

Berdasarkan data dalam ayat-ayat Al-Qur'an, pertama, QS. Huud:108. Allah SWT. berfirman: *"Adapun orang-orang yang berbahagia. Maka tempatnya di dalam surga mereka kekal di dalamnya selama ada langit dan bumi, kecuali Allah SWT. menghendaki lain, sebagai karunia yang tiada putus-putus."*³³

Kedua, QS. Al-Isra':18-19, Allah SWT. berfirman: *"Barangsiapa menghendaki kehidupan sekarang (duniawi), maka Kami segerakan baginya di dunia itu apa yang kami kehendaki bagi orang yang kami kehendaki dan Kami tentukan baginya neraka jahannam; ia akan memasukinya dalam keadaan tercela dan terusir. Dan barangsiapa yang menghendaki kehidupan akhirat dan berusaha ke arah itu dengan sungguh-sungguh sedang ia adalah mukmin, maka mereka itu adalah orang-orang yang usahanya dibalasi dengan baik."*³⁴

Ketiga, QS. An-Nahl:30, Allah SWT. berfirman: *"Dan dikatakan kepada orang-orang yang bertakwa: 'Apakah yang telah*

*diturunkan oleh Tuhanmu?' Mereka menjawab: 'Allah SWT. telah menurunkan) kebaikan.' Orang-orang yang berbuat baik di dunia ini mendapat (pembalasan) yang baik. Sesungguhnya kampung akhirat adalah lebih baik, dan itulah sebaik-baik tempat bagi orang yang bertakwa."*³⁵

Keempat, QS. Al-Baqarah:86, Allah SWT. berfirman: *"Itulah orang-orang yang membeli kehidupan dunia dengan (kehidupan) akhirat, maka tidak akan diringankan siksa mereka dan mereka tidak akan ditolong."*³⁶

Kelima, QS. Al-Israa':9-10, Allah SWT. Berfirman: *"Sesungguhnya Al-Qur'an ini memberikan petunjuk kepada (jalan) yang lebih lurus dan memberi khabar gembira kepada orang-orang Mu'min yang mengerjakan amal saleh bahwa bagi mereka ada pahala yang besar,"* 10. *"dan sesungguhnya orang-orang yang tidak beriman kepada kehidupan akhirat, Kami sediakan bagi mereka azab yang pedih."*³⁷

Maka berdasarkan data komunikasi pada ayat-ayat Al-Qur'an tersebut dapat di analisis, bahwa Allah SWT. sebagai komunikator memberikan pesan tentang kondisi kehidupan alam akhirat kepada umat manusia sebagai komunikan. Menurut teks terjemahan bahasa Indonesia, pada data ayat pertama yaitu QS. Huud:108, Allah SWT. mendeskripsikan bahwa kehidupan alam akhirat berdasarkan waktunya yaitu bahwa kehidupan alam akhirat itu kekal atau selama-lamanya hingga Allah SWT. berkehandak lain. Sedangkan jika

³³ Zuhaili dkk., *Ensiklopedia Al-Qur'an*, 234.

³⁴ Zuhaili dkk., 285.

³⁵ Zuhaili dkk., 271.

³⁶ Zuhaili dkk., 14.

³⁷ Zuhaili dkk., 284.

berdasarkan nilai kualitas kehidupannya, Allah SWT. mendeskripsikan bahwa alam akhirat terdapat alam surga sebagai tempat pembalasan bagi orang-orang beriman dan bertakwa, alam yang penuh dengan kesenangan, kenikmatan, dan kebahagiaan. Kemudian alam neraka sebagai tempat pembalasan bagi orang-orang zalim dan kafir, alam yang penuh dengan hukuman, kesengsaraan dan kehancuran.

Selanjutnya pada ayat kedua yaitu QS. Al-Israa':18-19, Allah SWT. mendeskripsikan bahwa kehidupan alam akhirat berdasarkan nilai kualitasnya yaitu adanya neraka jahanam bagi orang-orang yang tercela dan terusir. Sedangkan bagi orang mukmin senantiasa menghendaki dan merindukan kehidupan akhirat, sehingga mereka berusaha dengan sungguh-sungguh menggapai kehidupan akhirat dengan mengharap balasan kebaikan dari Allah SWT. Kemudian pada ayat ketiga yaitu QS. An-Nahl:30, Allah SWT. mendeskripsikan bahwa kampung akhirat yaitu surga merupakan tempat pembalasan terbaik dari Allah SWT. kepada manusia dan sebaik-baik tempat kembali bagi orang-orang yang berbuat kebaikan di dunia dengan beriman dan bertakwa kepada Allah SWT., dan akhirat lebih baik daripada kehidupan duniawi.

Pada ayat keempat yaitu QS. Al-Baqarah:86, Allah SWT. mendeskripsikan bahwa kampung akhirat yaitu neraka merupakan tempat pembalasan berupa hukuman dan siksaan terberat dari Allah SWT. kepada manusia dan seburuk-buruk tempat kembali bagi orang-orang yang berbuat keburukan, kekafiran dan kezaliman kepada Allah SWT. yang tidak

ada sesuatupun pelindung dan penolong baginya. Pada ayat kelima yaitu QS. Al-Israa':9-10, Allah SWT. mendeskripsikan bahwa akhirat yaitu neraka adalah tempat yang buruk dan pedih bagi orang-orang yang tidak beriman kepada kehidupan akhirat dengan diberikan azab yang pedih.

Dapat disimpulkan bahwa deskripsi alam akhirat dalam Al-Qur'an, yaitu *pertama*, bahwa yang dimaksud dengan alam akhirat adalah alam setelah kematian atau hidup sesudah mati sebagai hari pembalasan amal perbuatan manusia selama menjalani kehidupan di dunia yang terdiri dari alam siksaan yaitu neraka dan alam kebahagiaan yaitu surga. *Kedua*, pada intinya, deskripsi pesan komunikasi tentang kondisi kehidupan alam akhirat itu ada dua hal yaitu nilai kualitas kebahagiaan yaitu surga adalah sesungguhnya, maksimal, dan lebih baik dari dunia dimana setiap permintaan manusia akan dipenuhi dengan sebaik-baiknya. Sedangkan kualitas kesengsaraan yaitu pembalasan hukuman dan sanksi akhirat terhadap orang-orang kafir dan zalim kepada Allah SWT. adalah siksa dalam api neraka yang sangat berat dan pedih azabnya, tidak ada pelindung dan penolong bagi mereka. Sedangkan lama kehidupannya yang kekal hingga Allah SWT. berkehendak lain.

5. Komunikasi Persuasif Allah SWT. tentang Alam Akhirat dalam Ayat-ayat Al-Qur'an

Berdasarkan pada ayat-ayat Al-Qur'an tersebut di atas maka dapat dianalisis, bahwa terdapat komunikasi persuasif yaitu Allah SWT. sebagai *persuader* yang

mempengaruhi dan mengajak umat manusia sebagai *persuadee* dengan kesadaran dan tanpa adanya paksaan agar umat manusia lebih mengutamakan kehidupan alam akhirat dari kehidupan dunia.

Pada QS. Huud:108, terdapat komunikasi persuasif yang mempengaruhi pemikiran manusia berdasarkan indikasi yaitu menginformasikan sekaligus mengajak dengan diksi bahwa "Orang-orang yang berbahagia. Maka tempatnya di dalam surga, mereka kekal di dalamnya." Secara eksplisit Allah SWT. mengajak manusia agar menghendaki kebahagiaan kehidupan akhirat karena akan mendapatkan balasan kebahagiaan yang kekal dan karunia yang tiada putus-putus.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan oleh *persuader*, maka pada ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan *Icing technique* (teknik tataan). Penggunaan teknik tataan ketika menunjukkan bahwa "kekalnya surga itu selama ada langit dan bumi kecuali jika Allah SWT. menghendaki lain, sebagai karunia yang tiada putus-putus." Penjelasan tentang kekalnya kebahagiaan di surga yang tiada terputus sesuai dengan kehendak Allah SWT. tersebut disusun dengan kata-kata indah sehingga enak didengar dan menyentuh hati.

Pada QS. Al-Israa':18-19, terdapat komunikasi persuasif berdasarkan indikasi yaitu mempengaruhi pemikiran manusia dengan diksi yang menginformasikan bahwa agar tidak menghendaki kebahagiaan kehidupan duniawi saja

karena akan mendapatkan kebahagiaan dunia saja sedangkan di akhirat akan mendapatkan neraka Jahanam dalam keadaan tercela dan terusir. Sebaliknya mengajak manusia dengan diksi agar menghendaki kebahagiaan kehidupan akhirat karena akan mendapatkan balasan kebahagiaan yang terbaik dan sesungguhnya.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan *persuader*, maka pada kedua ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan teknik *Pay-of technique* (teknik *ganjaran*). Penggunaan teknik ganjaran tersebut ketika menunjukkan diksi menjanjikan keberuntungan bahwa barang siapa menghendaki kebahagiaan kehidupan duniawi maka akan mendapatkannya, namun di akhirat akan mendapatkan neraka jahanam. Sedangkan barang siapa yang menghendaki kehidupan akhirat dan berusaha untuk beriman dan bertakwa maka akan mendapatkan kebahagiaan akhirat yaitu surga.

Pada QS. An Nahl : 30, terdapat komunikasi persuasif berdasarkan indikasi yaitu mempengaruhi pemikiran manusia dengan diksi yang menginformasikan bahwa Allah SWT. yang menurunkan kebaikan. kemudian dengan diksi yang mengajak manusia agar berbuat baik di dunia sehingga mendapatkan pembalasan yang baik pula. Karena kampung akhirat adalah lebih baik dari alam dunia, dan akhirat adalah tempat terbaik bagi orang-orang yang bertakwa kepada Allah SWT.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan *persuader*, maka pada kedua ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan teknik *Pay-of technique* (teknik *ganjaran*). Penggunaan teknik ganjaran tersebut berupa menjanjikan keberuntungan ketika terdapat diksi yang menunjukkan bahwa orang-orang yang berbuat baik di dunia akan mendapatkan pembalasan yang baik, maka akan mendapatkan keuntungan ketika kembali ke kampung akhirat sebagai orang yang bertakwa.

Pada QS. Al-Baqarah:86, terdapat komunikasi persuasif berdasarkan indikasi yaitu mempengaruhi pemikiran manusia dengan diksi yang menginformasikan dan mengajak agar orang-orang beriman jangan mencari dan membeli kehidupan dunia dengan mengorbankan kehidupan akhirat, sehingga mereka tidak mendapatkan keringanan siksaan akhirat dan disana mereka juga tidak bertolong.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan *persuader*, maka pada kedua ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan teknik *Pay-of technique* (teknik *ganjaran*). Penggunaan teknik ganjaran tersebut berupa menunjukkan rasa takut yaitu ketika terdapat diksi yang menunjukkan orang-orang yang memilih kebahagiaan kehidupan dunia daripada akhirat, maka mereka akan mendapatkan siksa neraka tanpa ada keringanan dan tidak akan ada yang menolong.

Pada QS. Al-Israa':9-10, terdapat komunikasi persuasif berdasarkan indikasi yaitu mempengaruhi pemikiran manusia dengan diksi yang menginformasikan bahwa Allah SWT. menurunkan Al-Qur'an untuk memberikan petunjuk kepada jalan yang lurus dan memberi kabar gembira kepada orang-orang mu'min. Kemudian mengajak orang-orang mu'min agar mengerjakan amal shaleh sehingga mendapatkan pahala yang besar dan di akhirat menjadi orang-orang yang selamat. Allah SWT. juga mengajak orang-orang beriman agar percaya kepada kehidupan akhirat, karena jika tidak mempercayai adanya kehidupan akhirat maka akan mendapatkan azab yang sedih.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan *persuader*, maka pada kedua ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan *Icing technique* (teknik tataan) dan teknik *Pay-of technique* (teknik *ganjaran*). Penggunaan teknik tataan ketika menunjukkan diksi bahwa Al-Qur'an diturunkan untuk memberikan petunjuk kepada jalan yang lurus dan memberi kabar gembira kepada orang-orang beriman. Frasa jalan yang lurus menggantikan maksud kebenaran maupun kebaikan, sedangkan kabar gembira menggantikan maksud adanya hari pembalasan untuk orang beriman yaitu surga sedangkan pembalasan untuk orang kafir yaitu azab yang pedih di neraka. Frasa itu sangat indah kata-katanya, analoginya sesuai dengan realitasnya dan menyentuh hati. Sedangkan penggunaan teknik ganjaran yang menawarkan keuntungan dan memberikan rasa takut adalah ketika

menggunakan diksi "Orang-orang Mu'min yang mengerjakan amal saleh bahwa bagi mereka ada pahala yang besar, dan sesungguhnya orang-orang yang tidak beriman kepada kehidupan akhirat, Kami sediakan bagi mereka azab yang pedih." Maksudnya adalah bahwa orang beriman akan mendapatkan pahala untuk menuju surga dan orang tidak beriman akan mendapatkan azab yang pedih di neraka.

6. Deskripsi Perbandingan Alam Dunia dan Alam Akhirat dalam Ayat-ayat Al-Qur'an

Berdasarkan data dalam ayat-ayat Al-Qur'an, yaitu, pertama, QS. At-Taubah:38, "Hai orang-orang yang beriman, apakah sebabnya bila dikatakan kepadamu, "Berangkatlah (untuk berperang) di jalan Allâh" kamu merasa berat dan ingin tinggal di tempatmu? Apakah kamu puas dengan kehidupan di dunia sebagai ganti kehidupan di akhirat? Padahal kenikmatan hidup di dunia ini (dibandingkan dengan kehidupan) di akhirat hanyalah sedikit."³⁸

Asbabunnuzul ayat tersebut: "Diriwayatkan oleh Ibnu Jarir yang bersumber dari mujahid bahwa ayat ini turun sesudah Fathul Makkah, ketika kaum muslimin diperintahkan menyerang kota Tabuk. Pada waktu itu musim panas, buah-buahan hampir matang yang merangsang mereka untuk duduk berteduh di bawah pohon sambil menikmati buah-buahan. Mereka merasa enggan meninggalkan tempat untuk melaksanakan perintah. Ayat At Taubah:38-40 memberikan peringatan

kepada mereka bahwa kenikmatan seperti itu tidak ada artinya bila dibandingkan dengan kenikmatan di akhirat. Kemudian turunklah ayat berikutnya (At Taubah:41) yang memerintahkan untuk melaksanakan perintah, baik dengan perasaan ringan ataupun berat."

Kedua, QS. Asy-Syuura:20, "Barang siapa yang menghendaki keuntungan di akhirat akan Kami tambah keuntungan itu baginya dan barang siapa yang menghendaki keuntungan di dunia Kami berikan kepadanya sebagian dari keuntungan dunia dan tidak ada baginya suatu bahagianpun di akhirat."³⁹

Ketiga, QS. Al-Hajj:47, "Dan mereka meminta kepadamu agar azab itu disegerakan, padahal Allah SWT. sekali-kali tidak akan menyalahi janji-Nya. Sesungguhnya sehari di sisi Tuhanmu adalah seperti seribu tahun menurut perhitunganmu."⁴⁰

Keempat, QS. Al-An'am:32, "Dan tiadalah kehidupan dunia ini, selain dari main-main dan sendau-gurau belaka. Dan sesungguhnya kampung akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertaqwa. Maka tidaklah kamu memahami?"⁴¹

Kelima, QS. Ali Imran:14 "Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah SWT.-lah tempat kembali yang baik (surga)."⁴²

³⁸ Zuhaili dkk., 194.

³⁹ Zuhaili dkk., 486.

⁴⁰ Zuhaili dkk., 339.

⁴¹ Zuhaili dkk., 132.

⁴² Zuhaili dkk., 52.

Keenam, QS. Ghafir:38-39, "Orang yang beriman itu berkata: "Hai kaumku, ikutilah aku, aku akan menunjukkan kepadamu jalan yang benar. 39. Hai kaumku, sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah kesenangan (sementara) dan sesungguhnya akhirat itulah negeri yang kekal."⁴³

Ketujuh, QS. Ar-Rad:26, "Allah SWT. meluaskan rezki dan menyempitkannya bagi siapa yang Dia kehendaki. Mereka bergembira dengan kehidupan di dunia, padahal kehidupan dunia itu (dibandingkan dengan) kehidupan akhirat, hanyalah kesenangan (yang sedikit)."⁴⁴

Kedelapan, QS. An-Nisaa':77, "Tidaklah kamu perhatikan orang-orang yang dikatakan kepada mereka:" "Tahanlah tanganmu (dari berperang), dirikanlah sembahyang dan tunaikanlah zakat!" Setelah diwajibkan kepada mereka berperang, tiba-tiba sebahagian dari mereka (golongan munafik) takut kepada manusia (musuh), seperti takutnya kepada Allah SWT., bahkan lebih sangat dari itu takutnya. Mereka berkata: "Ya Tuhan kami, mengapa Engkau wajibkan berperang kepada kami? Mengapa tidak Engkau tangguhkan (kewajiban berperang) kepada kami sampai kepada beberapa waktu lagi?" Katakanlah: "Kesenangan di dunia ini hanya sebentar dan akhirat itu lebih baik untuk orang-orang yang bertakwa, dan kamu tidak akan dianiaya sedikitpun."⁴⁵

Asbabunnuzul ayat tersebut: "Diriwayatkan oleh An Nasa'i dan Al Hakim, yang bersumber dari Ibnu Abbas bahwa Abdurrahman bin Auf dan kawan-kawannya menghadap Rasulullah dan berkata, "Ya Nabiyullah.

Dahulu ketika kami di Mekah, di saat kami musyrik, kami merasa mulia dan pemberani, tetapi kini setelah kami beriman, kami jadi hina." Nabi menjawab, "Dahulu aku diperintahkan untuk toleran dan dilarang memerangi mereka (kaum musykin). Setelah hijrah ke Madinah, kaum muslimin diperintahkan berperang, akan tetapi mereka (Abdurrahman dan kawan-kawannya) enggan." Maka Allah SWT. menurunkan ayat ini sebagai pemberi semangat untuk turut jihad."⁴⁶

Kesembilan, QS. Al-Ankabut:64, "Dan tiadalah kehidupan dunia ini melainkan senda gurau dan main-main. Dan sesungguhnya akhirat itulah yang sebenarnya kehidupan, kalau mereka mengetahui."⁴⁷

Maka berdasarkan data komunikasi pada ayat-ayat Al-Qur'an tersebut dapat di analisis, bahwa Allah SWT. sebagai komunikator memberikan pesan tentang perbandingan kondisi kehidupan alam dunia dan akhirat kepada umat manusia sebagai komunikan. Menurut teks terjemahan bahasa Indonesia,

Pada data pertama, kelima, dan ketujuh yaitu QS. At-Taubah : 38, Ali Imran:14, dan Ar-Rad:26. Allah SWT. mendeskripsikan perbandingan alam akhirat dengan alam dunia, bahwa manusia jangan terlalu puas dengan kenikmatan dan kesenangan hidup di dunia dalam hal wanita-wanita, anak-anak, keluasaan rezeki dan harta benda berupa emas, perak, kuda pilihan, binatang ternak dan sawah ladang. Padahal masalah tersebut tidak lebih baik dan jauh lebih sedikit daripada kenikmatan

⁴³ Zuhaili dkk., 472.

⁴⁴ Zuhaili dkk., 253.

⁴⁵ Zuhaili dkk., 91.

⁴⁶ Zuhaili dkk., 91.

⁴⁷ Zuhaili dkk., 405.

dan kesenangan hidup yang diperoleh di akhirat yaitu surga dari Allah SWT. Terlebih pesan tersebut disampaikan dalam konteks agar manusia mau menjalankan perintah Allah SWT. dalam melaksanakan perintah perang di jalan Allah SWT. untuk menyerang kota Tabuk, sedangkan pada musim itu pohon buah-buahan pada masak sehingga menstimulus pasukan Islam untuk berteduh dibawah pohon sambil menikmati buah-buahan.

Kemudian pada data *kedua* yaitu QS. Asy-Syuura':20, Allah SWT. mendeskripsikan perbandingan alam akhirat dengan alam dunia, bahwa jika manusia hidup di dunia ingin mendapatkan keuntungan hidup duniawi saja, maka Allah SWT. akan memberikan keuntungan duniawi tersebut tanpa mendapatkan keuntungan akhirat. Sedangkan jika manusia hidup di dunia ingin mendapatkan keuntungan hidup akhirat, maka Allah SWT. akan meambahkan keuntungan dunia dan akhirat secara terus menerus.

Selanjutnya pada data *ketiga, keenam, dan kedelapan* yaitu QS. Al-Hajj:47, Ghafir:38-39, dan An-Nisaa':77, Allah SWT. mendeskripsikan perbandingan alam akhirat dengan alam dunia, bahwa berdasarkan waktu perhitungan lamanya kehidupan adalah sehari disisi Allah SWT. sama dengan seribu tahun dalam perhitungan manusia. Sehingga bisa disimpulkan bahwa waktu hidup di dunia sangat sebentar saja sedangkan waktu hidup di akhirat sangat lama hingga dikatakan kekal sesuai dengan kehendak Allah SWT.. Dan jika berdasarkan waktu dan nilai kualitas hidup di dunia itu hanyalah sementara sedangkan alam akhirat adalah kehidupan yang kekal.

Sehingga akhirat itu lebih baik untuk orang-orang yang bertakwa. Maka dari itu Allah SWT. memerintahkan kepada manusia agar senantiasa mau menjalankan perintah-perintah Allah SWT. dalam segala hal.

Sedangkan pada data *keempat dan kesembilan* yaitu QS. Al-An'am:32 dan Al-Ankabut:64. Allah SWT. mendeskripsikan perbandingan alam akhirat dengan alam dunia, bahwa kehidupan dunia adalah permainan dan senda gurau belaka sedangkan kehidupan akhirat adalah lebih baik daripada kehidupan dunia bari orang-orang yang bertakwa.

7. Komunikasi Persuasif Allah SWT. tentang Keutamaan Alam Akhirat dari Alam Dunia Berdasarkan Perbandingan dalam Ayat-ayat Al-Qur'an

Berdasarkan pada ayat-ayat Al-Qur'an tersebut di atas maka dapat dianalisis, bahwa terdapat komunikasi persuasif yaitu Allah SWT. sebagai *persuader* yang mempengaruhi dan mengajak umat manusia sebagai *persuadee* dengan kesadaran dan tanpa adanya paksaan agar umat manusia lebih mengutamakan kehidupan akhirat dari kehidupan dunia. Sebagaimana penjelasan analisa di bawah ini, yaitu: Pada QS. At Taubah 38, Al Imran : 14, dan Ar Rad : 26 terdapat komunikasi persuasif berdasarkan indikasi yaitu mempengaruhi pemikiran manusia dengan menginformasikan bahwa orang-orang beriman agar jangan terlalu puas dan cinta dengan kehidupan dunia. Kemudian informasi lainnya menjelaskan bahwa kecintaan dan kebahagiaan

manusia akan kesenangan keindahan hidup di dunia terhadap wanita-wanita, anak-anak, harta kekayaan dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang ternak, dan sawah ladang tidak lebih baik dan lebih sedikit daripada kehidupan akhirat. Oleh sebab itu Allah SWT. mengajak orang-orang beriman agar mau pergi ke medan perang, maka Allah SWT. akan menggantikan kenikmatan hidup di dunia dengan kenikmatan hidup di akhirat yang lebih besar. kemudian di sisi Allah SWT. lah tempat kembali yang baik. Sehingga secara tidak langsung informasi tersebut sekaligus mengajak manusia agar lebih memilih dan mengutamakan kehidupan alam akhirat (surga) yang nilai kebahagiaan dan kesenangannya jauh lebih baik dan lebih besar dari kehidupan di dunia.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan *persuader*, maka pada kedua ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan *Icing technique* (teknik tataan). Penggunaan teknik tataan bisa dilihat pada struktur kalimat yang indah ketika digunakan untuk membandingkan keutamaan alam akhirat dari alam dunia yaitu dengan menjelaskan terlebih dahulu alasan atau sebab suatu perintah, kemudian ditunjukkan reaksi manusia yang cenderung berat terhadap nikmat dunia, kemudian dalam menjelaskannya dengan menunjukkan realitas nyata yang mudah untuk dipahami bahkan dengan memberikan perumpamaan. Setelah itu Allah SWT. mengajak agar lebih mengutamakan kehidupan akhirat (surga) yang memberikan kenikmatan hidup lebih baik dari kehidupan dunia.

Pada QS. Asy Syuura': 20, terdapat komunikasi persuasif berdasarkan indikasi yaitu mempengaruhi pemikiran manusia dengan menginformasikan dan mengajak agar menghendaki keuntungan di akhirat. Karena Allah SWT. akan menambah keuntungan tersebut baik di dunia dan di akhirat. Namun jika manusia lebih menghendaki keuntungan di dunia, maka Allah SWT. hanya memberikan keuntungan di dunia saja dan tidak akan memberikan keuntungan di akhirat.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan *persuader*, maka pada kedua ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan *Icing technique* (teknik tataan) dan teknik *Pay-of technique* (teknik ganjaran). Penggunaan teknik tataan dan teknik ganjaran bisa dilihat secara bersamaan, yaitu pada penggunaan struktur kalimat yang sangat indah juga sekaligus mengajak manusia dengan menawarkan keuntungan ketika digunakan untuk membandingkan keutamaan alam akhirat dari alam dunia. Sebagaimana ketika membandingkan keuntungan di alam dunia dan alam akhirat secara langsung, dimana jika manusia hanya menghendaki keuntungan di dunia maka yang akan diperoleh manusia hanya di dunia saja tanpa keuntungan di akhirat. Namun sebaliknya jika manusia menghendaki keuntungan di akhirat, maka keuntungan di dunia juga akan didapatkan. Sedangkan keuntungan di akhirat jauh lebih baik daripada keuntungan di dunia.

Pada QS. Al-Hajj:47, Ghafir:38-39, dan An-Nisaa':77 terdapat komunikasi persuasif berdasarkan indikasi yaitu mempengaruhi pemikiran manusia dengan menginformasikan bahwa waktu akhirat yaitu diksi sehari disisi Allah SWT. adalah seribu tahun waktu di dunia atau perhitungan manusia yang artinya akhirat bersifat kekal dan dunia bersifat fana, sehingga secara tidak langsung informasi tersebut sekaligus mengajak manusia agar lebih mementingkan dan mengutamakan kehidupan alam akhirat yang kekal daripada alam dunia yang sebentar. Kemudian diksi bahwa nilai kehidupan dunia hanyalah kesenangan yang sebentar atau sementara, dan sesungguhnya akhirat itulah kesenangan yang kekal dan lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Sehingga secara tidak langsung informasi tersebut sekaligus mengajak manusia agar lebih memilih dan mengutamakan kehidupan alam akhirat yang kesenangannya lebih kekal dan lebih baik daripada kehidupan di dunia.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan *persuader*, maka pada kedua ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan *Icing technique* (teknik tataan) dan teknik *Pay-of technique* (teknik ganjaran). Penggunaan teknik ganjaran tawaran keuntungan terletak pada penjelasan bahwa "akhirat itu lebih baik untuk orang-orang yang bertakwa dan tidak akan dianiaya sedikitpun", kemudian adanya ajakan agar manusia mengikuti jalan yang benar dari utusan Allah SWT. sehingga tidak terjebak pada godaan kenikmatan duniawi namun lebih mengutamakan kenikmatan pada

kehidupan akhirat yang lebih kekal. Sedangkan penggunaan teknik tataan adalah bisa dilihat pada struktur kalimat yang indah ketika digunakan untuk membandingkan keutamaan alam akhirat dari alam dunia yaitu dengan menjelaskan terlebih dahulu alasan atau sebab suatu perintah, kemudian ditunjukkan reaksi manusia yang cenderung berat terhadap nikmat dunia, kemudian dalam menjelaskannya dengan menunjukkan realitas nyata yang mudah untuk dipahami bahkan dengan memberikan perumpamaan. Setelah itu Allah SWT. mengajak agar lebih mengutamakan kehidupan akhirat (surga) yang memberikan kenikmatan hidup lebih kekal dari kehidupan dunia.

Pada QS. Al-An'am:32 dan Al-Ankabut:64, terdapat komunikasi persuasif berdasarkan indikasi yaitu mempengaruhi pemikiran manusia sebagai *persuadee* dengan menginformasikan bahwa nilai kebahagiaan hidup di dunia itu hanyalah menipu seperti permainan dan senda gurau saja. Sedangkan kampung akhirat lebih baik bagi orang bertakwa daripada kehidupan di dunia. Sehingga secara tidak langsung informasi tersebut sekaligus mengajak manusia agar lebih memilih dan mengutamakan kehidupan alam akhirat dengan nilai kenikmatan yang sebenarnya dan lebih baik daripada kehidupan di dunia yang menipu.

Jika dianalisa berdasarkan pada teknik persuasif yang digunakan oleh *persuader*, maka pada ayat tersebut Allah SWT. mempengaruhi, mengajak dan merayu orang-orang beriman dengan menggunakan *Icing technique* (teknik tataan) dan teknik *Pay-of technique* (teknik

ganjaran). Penggunaan teknik tataan ketika menunjukkan bahwa, “untuk mendapatkan kebahagiaan dunia penuh dengan usaha dan pengorbanan diibaratkan permainan dan senda gurau.” Kata perumpamaan itu sangat indah kata-katanya, analoginya sesuai dengan realitasnya dan menyentuh hati. Sedangkan dalam penggunaan teknik *ganjaran*, yaitu ketika Allah SWT. menjanjikan memberi pahala menuju kebahagiaan akhirat (surga) yang lebih baik kepada orang-orang yang mau beriman dan bertakwa.

Simpulan

Komunikasi persuasif pada ayat-ayat Al-Qur'an tentang perbandingan alam dunia dan alam akhirat menginformasikan, mempengaruhi dan mengajak orang-orang beriman dan bertakwa agar mengutamakan kehidupan alam akhirat daripada kehidupan alam dunia. Sehingga karakteristik komunikasi persuasif Allah SWT. sebagai *persuader* kepada manusia sebagai *persuadee* dalam ayat-ayat Al-Qur'an menggunakan *icing technique* (teknik tataan) dan *Pay-of technique* (teknik *ganjaran*). Penggunaan *icing technique* (teknik tataan) ketika menginformasikan tentang deskripsi kesenangan dan kenikmatan pada kehidupan alam dunia yang menipu, permainan, dan tidak kekal. Penggunaan *icing technique* (teknik tataan) juga digunakan ketika menginformasikan tentang deskripsi kesenangan dan kenikmatan pada kehidupan alam akhirat yang sesungguhnya, lebih baik, dan kekal. Sedangkan penggunaan *Pay-of technique* (teknik *ganjaran*) ketika mempengaruhi dan mengajak orang-orang Islam yang

beriman dan bertakwa agar tidak menghendaki kebahagiaan duniawi yang melalaikan perintah dan larangan Allah SWT. sehingga mendapatkan azab yang berat dan pedih di akhirat. Penggunaan *Pay-of technique* (teknik *ganjaran*) juga digunakan ketika mempengaruhi dan mengajak orang-orang yang beriman dan bertakwa agar lebih menghendaki kebahagiaan kehidupan akhirat dengan taat kepada perintah dan larangan Allah SWT. sehingga mendapatkan kebahagiaan yang sesungguhnya dan kekal di akhirat.

Hasil studi ini menunjukkan, bagaimana teknik komunikasi persuasif yang digunakan Allah SWT. dalam mempengaruhi orang-orang beriman dan bertakwa agar mau mengutamakan kebahagiaan kehidupan di akhirat daripada kehidupan di dunia. Ilmu pengetahuan tersebut datangnya dari Allah SWT., dan ketika diteliti dengan ilmu pengetahuan ada linieritas. Jika para dai saat ini hendak menggunakan teknik-teknik tersebut ketika mengajak orang-orang beriman dan bertakwa agar mau mengutamakan kebahagiaan kehidupan di akhirat daripada kehidupan di dunia, maka potensi keberhasilannya sangat besar. Apabila orang-orang Islam mempunyai cita-cita akhirat, maka umat Islam akan mau berkontribusi dalam program pembangunan masyarakat yang adil dan makmur atas ridho Allah SWT. Pada pengembangan program studi ilmu dakwah, maka hasil dari penelitian ini akan memberikan peran penting ilmu dalam persoalan penggunaan teknik komunikasi persuasif dakwah. Sehingga sangat diharapkan dapat memicu penelitian selanjutnya dibidang dakwah, dan studi Islam dapat ikut bersaing bersama kajian

ilmu alam yang sudah lebih dahulu berkembang pesat.

Bibliografi

- Abdullah, M. Amin. *Komunikasi Rofetik*. Bandung: Simbiosis Rekatama, 2007.
- As-Suyuthi, Jalaluddin. *Asbabun Nuzul (Sebab-sebab Turunnya Ayat Al-Qur'an)*. Pustaka Al-Kautsar, t.t.
- Dia, Kelaut, dan Sri Wahyuni. "Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah 'Apa Dan Bagaimana Hijrah Itu?'" *Realita : Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam* 19, no. 1 (2022): 66–83. <https://doi.org/10.30762/realita.v19i1.3411>.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Fawwaz, Redla Amjadaeli. "Strategi Komunikasi Persuasif Lembaga Amil Zakat Nasional Al-Irsyad Purwokerto Dalam Membangun Motivasi Bersedekah Donatur Melalui Instagram." *Tesis, Jakarta, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2023. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/67706>.
- Freida Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, Hapsari Dwiningtyas dan Joyo NS Gono. "Teknik-teknik Persuasif dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edi di Youtube)." *Jurnal Komikasi*. (Semarang: UNDIP, 2015), 2015.
- Hariato, Yudi Asmara. "Teknik Persuasi Nabi Muhammad Kepada Kaum Anshar Dalam Pembagian Ghanimah Perang Hunain." *Jurnal Lentera : Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi* 21 1 (17 Februari 2022): 1–15.
- Masruroh, Lina. *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Musdhalifa, Musdhalifa, dan Nur Aida. "Komunikasi Persuasif dalam Al-Qur'an Terkait Menafkahkan Harta." *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 6, no. 1 (10 Agustus 2024): 163–86. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v6i1.321>.
- Nur Aida, Azlika Purnama Sari. "Teknik Komunikasi Persuasif Ahmad Rifa'i Rifan Dalam Dakwah Kepada Kalangan Milenial." *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (17 Desember 2021): 127–47. <https://doi.org/10.58518/alamtara.v5i2.762>.
- Nurliana, Nurliana. "Pernikahan dalam Islam Antara Ibadah dan Kesehatan Menuju Keselamatan." *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan* 19, no. 1 (7 Maret 2022): 39–49. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v19i1.397>.
- Pujianto, Wawan Trans. "Strategi Komunikasi Persuasif Rasulullah Saw Terhadap Kaum Perempuan (Studi Analisis Hadits Tarbawi)." *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 1 (28 Juni 2020).
- Rahman, Deni, dan Wichitra Yasya. "Komunikasi Persuasif Dalam Penghimpunan Dana Zakat Di Lembaga Amil Zakat Darussalam Kota Wisata Cibubur." *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 4, no. 1 (30 Juni 2020): 1. <https://doi.org/10.24853/pk.4.1.1-10>.
- Sholihah, Mar'atus, Novita Nailil Muna, dan Ana Rahmawati. "Keseimbangan Hidup Dunia dan Akhirat (Q.S. al-A'la: 14-19, Q.S. Qashash: 77, Q.S. Ali Imran: 148)." *Jurnal Agama, Pendidikan, dan Sosial Budaya* Vol. 18, No. 2 (Juli 2024). <https://doi.org/10.1858-0386>.

- Siregar, Nurfitriani M. "Daya Tarik Persuasi Komunikasi Dakwah Nabi Muhammad Saw." *Hikmah* 14, 2020, 303–3016.
- Sopiah, Devi Ulfah. "Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Syamsuddin Nur Makka Pada Akun Tiktok '@Syam_Elmarusy.'" *Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati* 7, no. April (2022): 14–15.
- Umam, M Nurul. "Kehidupan Dunia Perspektif Al-Qur'an (Studi Tafsir Maudhu'i)." *Fakultas Ushuluddin Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang* 2008, t.t. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/116>.
- Wahyu Ningsih, Indah. "Konsep Hidup Seimbang Dunia Akhirat Dan Implikasinya Dalam Perspektif Pendidikan Islam." *Jurnal Tahsinia* 1, no. 2 (28 Februari 2020): 128–37. <https://doi.org/10.57171/jt.v1i2.188>.
- Widianto, Lutfi Alvian. "Teknik Persuasif Bung Tomo Pada Pidato 10 November 1945 Di Surabaya." *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* Volume 01-No. 01 Agustus 2019 (1945): 121–38.
- Zuhaili, Wahbah, Muhammad Adnan Salim, Muhammad Rusydi Zain, dan Muhammad Wahbi Sulaiman. *Ensiklopedia Al-Qur'an*. Jakarta: Gema Insani, 2007.