

ALAMTARA.JSI by IAI TABAH is licensed under a Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License

Naskah masuk	Direvisi	Diterbitkan
15 Juni 2021	2 September 2021	30 Desember 2021
DOI : <a href="https://doi.org/10.58518/alamtara.v5i2.762">https://doi.org/10.58518/alamtara.v5i2.762</a>		

## TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF AHMAD RIFA'I RIF'AN DALAM DAKWAH KEPADA KALANGAN MILENIAL

**Azlika Purnama Sari**

Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Al-Hadid Surabaya, Indonesia

E-mail: [purnamaazlika@gmail.com](mailto:purnamaazlika@gmail.com)

**Nur Aida**

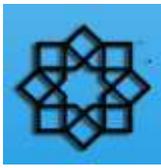
Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Al-Hadid Surabaya, Indonesia

E-mail: [terserah.aida@gmail.com](mailto:terserah.aida@gmail.com)

**Abstrak:** Generasi milenial merupakan salah satu kelompok mad'u yang diprioritaskan untuk didakwahkan. Melalui dakwah yang tepat, akan terbentuk generasi yang menjunjung tinggi nilai-nilai agama dan moralitas sehingga siap menggarap momentum langka bonus demografi. Ahmad Rifa'I Rif'an adalah salah satu Da'I yang sukses berdakwah di kalangan Milenial. Melalui buku berjudul "Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan", Rifa'I berhasil menggugah perasaan pembaca hingga terbujuk untuk melaksanakan ajakannya dalam buku tersebut. Selain sudah memasuki edisi keenam dalam tiga tahun, buku ini juga mendapat pujian dari banyak penulis hebat dan kalangan milenial yang mengaku paling puas setelah membaca buku ini. Teknik komunikasi persuasif menjadi salah satu faktor keberhasilan dakwah kepada generasi milenial. Ia berusaha mengubah pikiran, perasaan, dan sikap pembaca secara halus, dialektika bersama dan tanpa menggurui. Menggunakan penelitian kualitatif, dengan sumber data primer yaitu buku berjudul "Saat Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan", tulisan ini bertujuan untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif Ahmad Rifa'I Rif'an dan kesesuaian teknik tersebut dengan karakteristik generasi milenial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Rifa'I adalah teknik asosiasi, integrasi, pembayaran, pembangkitan rasa takut, penataan, otoritas, narasi dan kombinasi. Yang mana semua teknik tersebut relevan dengan karakteristik milenial.

**Kata Kunci :** Teknik Komunikasi Persuasif, Dakwah Milenial

**Abstract:** The millennial generation is one of the priority mad'u groups to be preached. Through proper preaching, a generation that upholds religious values and morality will be formed so that they are ready to work on the rare momentum of the demographic bonus. Ahmad Rifa'I Rif'an is one of the Da'Is who have successfully preached among Millennials. Through a book entitled "When God Is No Longer Needed", Rifa'I successfully stirred the reader's feelings until they were



*persuaded to carry out his invitations in the book. In addition to having entered its sixth edition in three years, this book has also received praise from many great writers and millennial circles who claim to be most satisfied after reading the book. Persuasive communication techniques are one of the factors of success in preaching to millennials. He tries to change the thoughts, feelings, and attitudes of the readers in a subtle, joint dialectic and without patronizing. Using qualitative research, with primary data sources, namely a book entitled "When God Is No Longer Needed", this paper aims to determine Ahmad Rifa'I Rif'an persuasive communication techniques and the suitability of these techniques with the characteristics of the millennial generation. The results showed that the persuasive communication techniques used by Rifa'I were association, integration, pay-off, fear arousing, structuring, authority, narrative and combination techniques. Which all of these techniques are relevant to millennial characteristics.*

**Keywords:** *Persuasive Communication Techniques, Millennial Da'wah*

## PENDAHULUAN

Indonesia dengan jumlah penduduk terbanyak keempat didunia, diprediksikan akan mendapat *window opportunity* dengan adanya bonus demografi pada 2020-2030. Bonus demografi adalah rasio ketergantungan yang kecil dimana jumlah penduduk produktif akan lebih besar dari jumlah penduduk yang tidak produktif.<sup>1</sup> Dengan banyaknya jumlah penduduk usia produktif dibanding usia tidak produktif, Indonesia dapat mencapai perkembangan yang pesat jika mampu memanfaatkan peluang ini.

Salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan untuk bisa memanfaatkan momentum ini adalah dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Selain faktor kesehatan, mentalitas, dan keahlian, faktor pemahaman agama dan moralitas juga perlu diperhatikan. Jika penduduk pada usia produktif dengan jumlah yang sangat besar, perilakunya justru menjadi yang terdepan dalam melakukan korupsi, kriminalitas, menggunakan narkoba atau perilaku-perilaku buruk lainnya, tentu hal ini dapat menyebabkan Indonesia mengalami kemunduran.

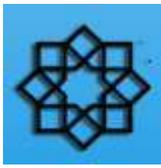
Dakwah menjadi salah satu jalan untuk mengajarkan nilai-nilai agama dan moral selain melalui pendidikan. Berdakwah adalah upaya menyampaikan nilai-nilai agama islam agar mad'u menjalankan yang ma'ruf dan menjauhi yang mungkar. Dengan menerapkan dakwah sumber daya manusia di Indonesia akan terhindar dari perilaku-perilaku negatif yang justru akan menyebabkan kerusakan masyarakat.

Generasi milenial menjadi salah satu generasi yang masuk dalam usia produktif dimasa bonus demografi. Usia produktif yang ditetapkan pemerintah adalah sekitar usia 15-64 tahun.<sup>2</sup> Pada Tahun 2020 jumlah penduduk yang masuk kategori milenial berjumlah 25.87% atau sekitar 69.84 juta jiwa.<sup>3</sup> Generasi milenial adalah sekelompok manusia yang lahir tahun 1982-2000, maka pada tahun 2020-2030 mereka berusia 22-40

<sup>1</sup>Badan Pusat Statistik, *Analisis Statistik Sosial: Bonus Demografi dan Pertumbuhan Ekonomi*. (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2012), 41.

<sup>2</sup>Ibid., 39.

<sup>3</sup>Badan Pusat Statistik, Hasil Sensus Penduduk 2020, <https://www.bps.go.id>(diakses 26 Januari 2021)



Tahun. Sebagai bagian dari penduduk yang masuk usia produktif, generasi milenial menjadi generasi yang cukup prioritas untuk didakwahi.

Salah satu da'i yang sukses berdakwah pada kalangan milenial adalah Ahmad Rifa'i Rif'an. Lahir tahun 1987, Rifa'i termasuk dalam kategori milenial. Sebagai generasi milenial ia mengetahui betul apa masalah-masalah yang dihadapi orang-orang seusianya. Hal itulah yang kemudian ia coba jawab.<sup>4</sup> Cara dakwah kepada milenial yang ia lakukan terbukti sukses. Hal ini terlihat dari buku-bukunya yang sering masuk sepuluh besar Gramedia. Tahun ini ia bahkan sudah merilis sekitar lebih dari 100 buku.<sup>5</sup> Selain itu banyak bukunya yang masuk kategori *best seller*. Salah satu buku yang masuk kategori *best seller* adalah buku berjudul "Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan".<sup>6</sup> Buku ini bahkan sudah memasuki cetakan keenam dalam kurun waktu 3 tahun pada September 2019.<sup>7</sup>

Selain itu Rifa'i juga cukup dikenal, karena berani membuat judul yang *out of the box*. Pada buku "Ketika Tuhan Tak Lagi dibutuhkan" ia membuat tulisan dengan judul "Untung Allah Bukan Pendendam". Namun hal ini tidak dimaksudkan untuk menempatkan Allah sama dengan makhluk-Nya yang bisa merasa dendam, melainkan sebagai gaya bahasa untuk menarik atensi pembaca agar mengetahui bahwa Allah Maha Pemaaf.

Teknik komunikasi persuasif menjadi salah satu faktor kesuksesan dakwah Ahmad Rifa'i Rif'an. Melalui akun YouTube-nya Rifa'i menjelaskan salah satu strategi menulisnya adalah ia berusaha mengangkat topik-topik yang berasal dari keresahan hidup orang-orang seusianya (calon pembacanya).<sup>8</sup> Hal ini sesuai dengan prinsip selektif dalam komunikasi persuasif, dimana komunikator cenderung selektif dalam memilih pesan, maka untuk memenangkan hatinya, komunikator perlu membuat pesan yang relevan dengan nilai, pengetahuan, dan budaya komunikan.<sup>9</sup>

Dewa Eka Prayoga (30 tahun-milenial) yang merupakan ahli dalam penjualan, penulis banyak buk bestseller dan pendiri *Billionaire Store* menyampaikan bahwa saat membaca buku "Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan" terasa menusuk di hati, tersindir dan serasa mendapat sentilan menohok, hingga membuatnya langsung berpikir lantas bermuhasabah atas diri sendiri.<sup>10</sup> Selain itu Harian Kabar Jabar menyampaikan bahwa, Ahmad Rifa'i Rif'an melalui lensa hatinya, memotret berbagai fenomena, lalu

<sup>4</sup>"Tips Agar Tulisanmu Related dengan Pembaca," Video Youtube, 1:10-1:18, dikirim "Ahmad Rifa'i Rif'an," Januari 2, 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=x2C3z3TkYT8> (diakses 26 Januari 2021)

<sup>5</sup>@ahmadrifairifan, Ahmad Rifa'i Rif'an, <https://instagram.com/ahmadrifairifan?igshid=1iz6rrjnsnq9d>, (diakses 26 Januari 2021)

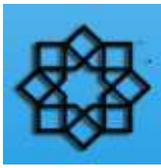
<sup>6</sup>Ahmad Rifa'i Rif'an, *Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan* (Jakarta: Gramedia, 2017), 225.

<sup>7</sup>Ahmad Rifa'i Rif'an, *Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan (Special Edition)* (Jakarta: Gramedia, 2019).

<sup>8</sup>"Tips Agar Tulisanmu Related dengan Pembaca," Video Youtube, 1:10-1:18, dikirim "Ahmad Rifa'i Rif'an," Januari 2, 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=x2C3z3TkYT8> (diakses 26 Januari 2021)

<sup>9</sup>Olivia Erviani, "Teknik Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kota Samarinda Dalam Meningkatkan Kualitas Daya Tarik Wisata Kota Samarinda," *eJournal Ilmu Komunikasi*, no. 3, (2017), 238. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2017/08/JURNAL%20OLIV%20FIX%20\(235-247\)%20\(08-15-17-02-01-15\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2017/08/JURNAL%20OLIV%20FIX%20(235-247)%20(08-15-17-02-01-15).pdf) (diakses 2 Maret 2021)

<sup>10</sup>Rifa'an, *Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan*, *ibid*, viii.



menjadikannya renungan sederhana, namun mampu membuat hati pembacanya bergetar.<sup>11</sup> Berpikir keras, tersentil, merenung, menggetarkan hati, meneteskan air mata bahkan sampai bermuhasabah ialah efek yang berkaitan erat dengan komunikasi persuasif, dimana jenis komunikasi ini digunakan dengan tujuan agar pembaca paham, ikut merasakan hingga akhirnya sepakat mengikuti ajakan da'i.

Selain itu Ahmad Rifa'i Rif'an mengatakan sendiri bahwa dalam buku berjudul "Ketika Tuhan Tak Lagi di Butuhkan" dia membingkai kumpulan renungan ini dengan bahasa persuasif, namun tetap informatif. Sehingga selain mengajak pembaca untuk merenung ia juga akan tetap memperkaya wawasan pembacanyatentang islam.<sup>12</sup>

Afi Nihaya Faradisa, salah satu Anak SMA (milenial) dari Bayuwangi yang tulisanya sering viral di media sosial menyampaikan bahwa melalui penuturan tanpa menggurui, Rifa'I mampu memaparkan bagaimana menjalani hidup dalam modernitas tanpa meninggalkan makna hidup itu sendiri, dengan Yang Maha Pencipta sebagai tolak ukur segala langkah kita."<sup>13</sup> Bachtiar R. Septiansah seorang wartawan juga menyampaikan bahwa buku Rifa'I seperti curahan hati dalam catatan harian. Disana ia berdiskusi dengan pembaca dan menceritakan pengalamannya.<sup>14</sup> Tanpa menggurui, menyampaikan seperti curahan hati dalam buku harian dan berdiskusi adalah wujud kongkrit teknik komunikasi persuasif integrasi dimana masalah yang disampaikan seolah-olah bukan masalah pembaca saja tapi juga masalah Penulis.

Selain itu terdapat indikasi bahwa Rif'an memang menggunakan teknik komunikasi persuasif dalam tulisanya. Salah satunya pada tulisan "Cerdas Menghadapi Kaum Peminta"

*"...Sesekali, cobalah untuk berjalan-jalan ke perumahan-perumahan elite di negeri ini, kemudian amati siapa tuannya dan siapa pembantunya? Lain waktu, cobalah berjalan ke mal-mal megah di negeri ini, kemudian saksikanlah siapa pembelinya dan siapa kulinya? Pada kesempatan lain, kunjungilah restoran-restoran mewah di negeri ini, kemudian lihatlah siapakah pemilik serta pengunjunnya dan siapa tukang cucinya?..."<sup>15</sup>*

Pada kutipan tersebut terlihat Rif'an berusaha mengajak pembaca untuk memikirkan masalah sosial yang sebenarnya selama ini sudah diketahui pembaca. Tidak langsung memberikan data, Rif'ai menggunakan teknik bertanya yang sebenarnya tidak butuh jawaban (pertanyaan retorik), untuk menggiring pembaca agar mau memikirkan atau merenungkan realitas yang sedang terjadi, yang nantinya diajak mengambil sikap tertentu. Selain itu pola pertanyaan berima yang digunakan Rifa'I juga menarik, karena pembaca seolah diantarkan merenungi realitas yang sejenis satu persatu.

Teknik-teknik yang digunakan Rifa'I terbukti sukses menggetarkan hati bahkan mempengaruhi pembacanya yang mayoritas adalah milenial. Maka tulisan ini hendak mencari tahu bagaimana bentuk teknik komunikasi persuasif Ahmad Rifa'I Rif'an dalam Buku "Ketika Tuhan Tidak Lagi di Butuhkan", kemudian menghubungkan dengan

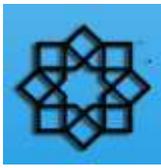
<sup>11</sup>Ibid., ix.

<sup>12</sup>Ibid., xii.

<sup>13</sup>Ibid.,vii.

<sup>14</sup>Ibid., x.

<sup>15</sup>Ibid., 142.



karakteristik generasi milenial. Sehingga ditemukan alasan logis mengapa teknik komunikasi persuasif Ahmad Rifa'I Rif'an mampu memenangkan hati generasi milenial. Studi terdahulu tentang Ahmad Rifa'I Rif'an dilakukan oleh Arum Wildatus Naini<sup>16</sup>, Muhammad Solehan<sup>17</sup> dan Nur Diyah Fitriani<sup>18</sup>. Arum meneliti Ahmad Rifa'I rifan dari sudut pandang pesan dakwah, M. Solehan dari sudut pandang nilai-nilai pendidikan, sedangkan Nur Diyah dari sudut pandang materi dakwahnya. Ketiganya berbeda dengan tulisan ini yang berfokus pada teknik komunikasi persuasif.

Studi terdahulu tentang teknik komunikasi persuasif dilakukan oleh Murirodah<sup>19</sup>, Kahfi Hilmawan<sup>20</sup>, Fitra Febiani<sup>21</sup>, Lailatul Qotriah<sup>22</sup> dan Da'watul Khoriroh<sup>23</sup>. Muirodah meneliti ceramah. Sedangkan Fitra, Lailatul dan Da'watul sama dengan tulisan ini yakni meneliti teknik komunikasi persuasif media tulisan. Perbedaannya adalah Fitra mengkaji buku Oki Setiana Dewi berjudul "Hijab I'm In Love", Lalilatul mengkaji Novel Islami berjudul "Anak Rantau" dan Da'watul mengkaji buku berjudul "Rentang Kisah" karya Gita Savirti, sedangkan tulisan ini mengkaji buku berjudul "Ketika Tuhan Tak Lagi dibutuhkan". Selain itu tidak ada yang mencoba menghubungkannya dengan karakteristik generasi milenial sebagai pembacanya.

Belum ada studi terdahulu yang coba menghubungkan teknik komunikasi persuasif dengan karakteristik milenial. Maka tulisan ini bertujuan mengetahui teknik komunikasi persuasif Ahmad Rifa'I Rif'an dalam berdakwah kepada milenial melalui buku "Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan". Harapannya tulisan ini dapat berkontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan bidang komunikasi dakwah khususnya teknik komunikasi persuasif pada media tulisan. Juga diharapkan dapat menjadi pelajaran berharga bagi dai yang ingin berdakwah melalui tulisan kepada milenial.

Metode penelitian kualitatif adalah metode yang melihat objek penelitian sebagai hal yang tidak statis, utuh, dan satu hal dengan lainnya saling berhubungan sehingga tidak dapat dipisah-pisah. Dapat dikatakan pula, penelitian yang menggunakan metode

<sup>16</sup>Arum Wildatus Naini, "Pesan Dakwah dalam Novel 'Tuhan, Maaf Kami Sedang Sibuk' Karya Ahmad Rif'I Rif'an (Analisis Wacana Model Teun A Van Dijk)", (Skripsi -- Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019)

<sup>17</sup> Muhammad Solehan, "Nilai-Nilai Pendidikan Akhlak dalam Buku 'Tuhan Maaf Kami Sedang Sibuk' Karya Ahmad Rifa'I Rif'an" (Skripsi --Institute Agama Islam Salatiga, Salatiga, 2015)

<sup>18</sup>Nur Diyah Fitriani, "Materi Dakwah dalam Buku 'Ya Allah, Izinkan Aku Pacaran' Karya Ahmad rifa'I Rif'an" (Skripsi - Universitas Islam Negeri Waliisongo, Semarang, 2018)

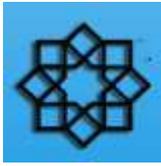
<sup>19</sup>Muirodah, Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Muhammad Nur Maulana dalam acara 'Islam Itu Indah' di Trans TV, (Skripsi--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015), 110.

<sup>20</sup>Kahfi Hilmawan, Teknik Komunikasi Persuasif Ustadzah Dedeh Rosidah Syarifudin dalam Program Acara Religi (Analisis Isi pada Acara Mam dan Aa' Beraksi di Indosiar), (Skripsi - Universitas Muhammadiyah Malang, Malang 2019)

<sup>21</sup>Fitra Febiani, "Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku 'Hijab I'm In Love' Karya Oki Setiana Dewi", (Skripsi - Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2015)

<sup>22</sup>Lailatul Qotriah, Teknik Komunikasi Persuasif dalam Novel Islami Anak Rantau, (Skripsi--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2019), 150.

<sup>23</sup>Da'watul Khoiroh, "Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku Rentang kisah Karya Gita Savitri Devi" (Skripsi -- Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018).



kualitatif tidak hanya fokus pada *cover* tapi jugadibalik *covernya*.<sup>24</sup> Tulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjawab rumusan masalah. Sumber data tulisan ini adalah buku Ahmad Rifa'I Rif'an berjudul "Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan" yang di terbitkan PT Gramedia pada Mei 2017.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Komunikasi Dakwah Media Buku

Hamzah Ya'kub berpendapat dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah dan kebijaksanaan sehingga mau melaksanakan petunjuk Allah dan Rasul-Nya"<sup>25</sup> Sebuah proses dakwah dapat dikatakan sukses jika mad'u memiliki peningkatan keimanan.<sup>26</sup> Sehingga, seorang da'i dapat dikatakan sukses jika mampu merubah pikiran, perasaan sampai membuat mad'u mau melaksanakan perintah Allah yang disampaikan da'i. Komunikasi dakwah terdiri dari *da'i*, *mad'u*, *maddah*, *wasilah*, *thariqoh*, dan *atsar* dakwah. Dakwah bentuk tulis menjadisudah lama menjadi salah satu metode dakwah. Dakwah tulisan sudah dilakukan sejak masa Rasulullah dan sahabat. Selanjutnya Al-Quran, Hadist, *Fiqh* para ilmuan juga ditulis.<sup>27</sup>

Buku merupakan kumpulan kertas yang dijadikan satu yang berisi tulisan atau gambar. Saat ini buku tidak hanya berbentuk cetak, melainkan juga elektronik. Hal ini tentu saja lebih praktis karena *e-book* tidak dipengaruhi ukuran dan ketebalan.<sup>28</sup> Buku cenderung awet bahkan ketika penulisnya telah wafat. Maka berdakwah melalui buku dapat menjadi investasi akhirat, karena dibaca lintas generasi sehingga pahalanya terus mengalir.<sup>29</sup>

### Teknik Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Tulisan

Persuasif berasal dari kata "*persuasio*" atau "*persuadere*" dimana arti kata tersebut adalah membujuk, mengajak, atau merayu. Onong menyampaikan tujuan persuasif adalah merubah pikiran, perasaan, serta perilaku seseorang secara halus dan tanpa menyakiti.<sup>30</sup> Dalam konteks dakwah, maka tujuan komunikasi persuasif adalah mengajak mad'u agar mau melaksanakan perintahh Allah melalui perubahan pikiran, perasaan, dan perilakunya. Proses komunikasi persuasif identik dengan komunikasi yang sangat memperhatikan psikologis *mad'u*, yakni bagaimana menyusun pesan agar mad'u mau menerima ajaran Islam, maka untuk bisa mencapai tujuan ini dibutuhkan perencanaan yang matang.<sup>31</sup>

Devito dalam Olivia menyampaikan prinsip-prinsip komunikasi persuasif. Yang pertama prinsip pemaparan selektif dimana Da'i perlu menyajikan pesan yang relevan dengan nilai, pengetahuan, dan budaya mad'u, karena mad'u menerima pesan dengan

<sup>24</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 9-12.

<sup>25</sup>Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah, Ed. Rev*, cet 6. (Jakarta: Kencana, 2017), 13.

<sup>26</sup>Ibid, 16.

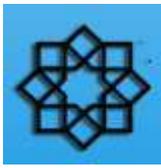
<sup>27</sup>Ibid., 320.

<sup>28</sup>Ibid., 358.

<sup>29</sup>Ibid., 359.

<sup>30</sup> Ibid., 21.

<sup>31</sup>Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 130.



selektif. Sedangkan prinsip partisipasi khalayak dalam mad'u akan terpersuasi jika ia dilibatkan dalam ruang lingkup komunikasi. Prinsip inokulasi menggambarkan bahwa mad'u kemungkinan dapat tervaksin karena pesan da'i. Maka da'i perlu menyiapkan pesan dengan matang. Terakhir prinsip besaran perubahan, yakni saat da'i menargetkan mad'u agar melakukan perubahan besar, maka da'i perlu melakukannya secara bertahap.<sup>32</sup>

Pesan komunikasi oleh Onong Uchjana dibagi menjadi informatif, persuasif, dan instruktif.<sup>33</sup> Pesan persuasif berbeda dengan pesan lain. Ciri kalimat persuasif yang pertama adalah harus sesuai dengan tujuan komunikasi persuasif.<sup>34</sup> Tujuan komunikasi persuasif adalah mengajak pembaca agar berubah. Oleh karena itu kata ajakan menjadi variabel penting dalam kalimat persuasif. Selain itu dapat menggunakan konjungsi yang berfungsi menegaskan kembali pesan yang disampaikan, seperti "oleh karena itu".<sup>35</sup> Kalimat persuasif juga dapat mengandung kata yang berfungsi memperhalus ajakan dan menimbulkan kesan estetis, seperti kerja+(lah).<sup>36</sup> Walau begitu, tidak semua kalimat persuasif menggunakan kata ajakan, seperti yang dicontohkan Musahadah "Allah itu senang ketika kita melakukan amalan yang hanya kita dan Allah saja yang tau".<sup>37</sup>

Kedua, kalimat persuasif bisa disajikan dengan menambahkan warna atau gambar.<sup>38</sup> Ketiga, kalimat persuasif dapat menggunakan diksi yang menarik atau ungkapan bermakna.<sup>39</sup> Gaya bahasa menjadi pilihan yang sering digunakan. Ragam gaya bahasa antara lain pilihan kata, nada, struktur kalimat, atau langsung tidaknya makna.<sup>40</sup> Jika difungsikan dengan baik gaya bahasa dapat menggetarkan hati pembacanya.<sup>41</sup> Salah satu contohnya adalah dengan membuat kalimat serima agar mudah diingat.<sup>42</sup>

Ragam teknik komunikasi persuasif antara lain teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan *red hearing*. Teknik Asosiasi adalah menumpangkan sebuah ajakan pada suatu kejadian yang sedang trend dimasyarakat. Teknik ini umumnya digunakan untuk menarik atensi dan menaikkan ketenaran. Teknik Integrasi adalah komunikator berusaha membuat komunikan merasa senasib dengan komunikator, caranya adalah

<sup>32</sup>Erviani, "Teknik Komunikasi Persuasif" 238.

<sup>33</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), 28.

<sup>34</sup>Zahrina Sanni Musahadah dan Sulis Triyono, "Fenomena Hijrah Di Indonesia: Konten Persuasif Dalam Instagram" *Retorika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya* no. 2 (2019), 119. <https://ojs.unm.ac.id/retorika/article/view/7874/pdf> (diakses 2 Maret 2021)

<sup>35</sup>Minarni Try Astuti, *Yuk, Ungkap Idemu Melalui Teks Persuasi hingga Teks Tanggapan* (Depok: Penerbit Duta, 2019), 23.

<sup>36</sup>Zahrina Sanni Musahadah dan Sulis Triyono, "Fenomena Hijrah Di Indonesia:", 121.

<sup>37</sup>Ibid, 121.

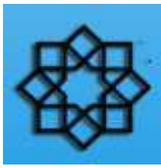
<sup>38</sup>Ibid, 119.

<sup>39</sup>Ibid, 119.

<sup>40</sup>Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia, 2007), xii.

<sup>41</sup>Novita Rihni Amalia, *Analisis Gaya Bahasa dan Nilai-Nilai Pendidikan Novel Sang Pemimpi Karya Andrea Hirata* (Skripsi – Universitas Sebelas Maret, Semarang, 2010), 18.

<sup>42</sup>Annisa Rahmawati, *Pembelajaran Mengevaluasi Teks Negosiasi Berorientasi Pada Ungkapan Persuasif Dengan Model Think Pair Share Pada Peserta Didik Kelas X SMAN 15 Bandung Tahun Pelajaran 2017/2018* (Skripsi – Universitas Pasundan Bandung, 2018), 25.



dengan memakai kata-kata maupun non verbal. Salah satu tekniknya komunikator dapat memakaikata "kita". Kata ini dapat memberikan efek seakan komunikator dan komunikan adalah satu kesatuan.

Teknik Ganjaran digunakan dengan cara memberi iming-iming keuntungan atau menjanjikan harapan. Teknik ini terdiri dari *pay-off technique* dan *fear-arousing*. *Pay-off technique* menawarkan janji atau *hadiah*, sedangkan *fear-arousing* menunjukkan ancaman atau hukuman. Teknik ini memunculkan rasa senang atau takut yang mendorong komunikan menerima ajakan. Teknik Tataan (*Iching*) digunakan dengan cara membuat pesan menjadi indah dilihat atau enak didengar. Teknik ini dikenal sebagai seni menyusun pesan dengan *emotional appeal*. Ibarat membuat kue, teknik ini berada diposisi menghias. Dimana pesan sudah jadi, lalu komunikator hanya perlu menata bahasanya agar lebih indah. Terakhir teknik *Red-Herring* digunakan untuk memenangkan perdebatan dengan cara mengalihkan pembicaraan dari bagian yang tidak dikuasai menuju ke bagian yang dikuasai komunikator.<sup>43</sup>

### Karakteristik Generasi Milenial

Menurut Nobel dkk dalam Yanuar, generasi adalah sekelompok manusia yang terpengaruh oleh peristiwa bersejarah serta fenomena budaya pada mas hidup mereka.<sup>44</sup> Caspi dkk mengatakan bahwa peristiwasejarah, sosial, dan efek budaya bersama-sama dengan faktor lain, akan mempengaruhi terbentuknya nilai, kepribadian dan perilaku kelompok manusia tersebut.<sup>45</sup>

Howe dan Straus dalam Yanuar menyampaikan bahwa generasi milenial lahir sekitar tahun 1982 hingga 2000.<sup>46</sup> Lyons menyampaikan generasi milenial merupakan generasi yang sering memakai *instant teknologi* seperti SMS, pesan instan, email, dan sosial media. Generasi milenial besar saat internet menjadi tren.<sup>47</sup> Lyons menyebutkan beberapa ciri generasi milenial, yang pertama karakteristik masing-masing individu berbeda, bergantung tempat ia dibesarkan, ekonomi dan kondisi sosial keluarga masing-masing. Yang kedua pola komunikasi mereka sangat terbuka dibandingkan generasi sebelum mereka. Yang ketiga generasi milenial termasuk pemakai sosial media yang fanatik serta kehidupan mereka sangat dipengaruhi perkembangan teknologi. Yang keempat mereka cenderung terbuka terhadap pandangan politik dan ekonomi, sehingga generasi milenial terlihat sangat reaktif terhadap perkembangan lingkungan. Terakhir mereka memiliki atensi yang lebih besar terhadap kekayaan.<sup>48</sup>

Sedangkan menurut lanscer dan Stillaman generasi milenial secara umum sangat menghargai perbedaan, lebih memilih bekerjasama daripada menerima perintah, dan sangat pragmatis ketika memecahkan persoalan. Pola kerjanya adalah memiliki

<sup>43</sup>Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, 21-24.

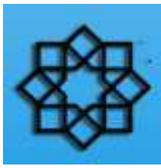
<sup>44</sup>Yanuar Surya Putra, "Teoritical Review: Teori Perbedaan Generasi." *Jurnal Among Makarti*, no.18, (2016), 125

<sup>45</sup>Ibid., 126

<sup>46</sup>Ibid., 125

<sup>47</sup>Ibid., 129

<sup>48</sup>Ibid., 129



optimisme yang tinggi, sangat fokus pada prestasi, mereka percaya diri, percaya pada nilai moral serta sosial dan sangat menghargai keragaman.<sup>49</sup>

Bencsik dan machova dalam *Generational Behavioural Characteristics of different age-group* menyampaikan generasi milenial adalah generasi yang terlihat egois dan jangka pendek. Membangun hubungan dalam bentuk virtual. Bersaing untuk mendapatkan posisi pemimpin. Keinginan dirinya adalah bersegera dalam segala hal. Menjadi bagian dari teknologi setiap hari. Fleksibel, mobilitas tinggi, pengetahuannya luas tapi dangkal, berorientasi kesuksesan, kreatif dan menjadikan kebebasan informasi sebagai prioritas. Keinginan yang kuat untuk merdeka dan tidak menghormati tradisi, tertarik mencari bentuk-bentuk pengetahuan baru, sosialisasi terbalik, arogan, bekerja dirumah dan bekerja paruh waktu, manajemen sementara, serta meremehkan soft skill dan EQ.<sup>50</sup>

### Teknik Komunikasi Persuasif Asosiasi

Salah satu teknik komunikasi persuasif yang diterapkan Ahmad Rifa'I Rif'an pada buku "Ketika Tuhan Tak Lagi dibutuhkan" adalah teknik asosiasi. Beberapa kali Rifa'I menggunakan teknik ini dengan cara menumpangkan pesan padaperistiwa yang sedang hangat dibicarakan masyarakat, dalam rangka mengajak pembaca untuk menyadari, merenungkan dan atau merefleksikan kepada diri sendiri, sebelum nantinya diajak atau dipersuasi untuk mengambil sikap tertentu.

Salah satu bentuk teknik asosiasi penulsterlihat ketika menjelaskan problematika banyaknya pengemis di Indonesia dalam tulisan "Cerdas dalam Menghadapi Kaum Peminta".

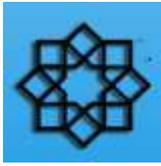
*"Tangan di atas lebih baik daripada tangan di bawah, tampaknya semboyan ini hanya akan menjadi aksioma klasik yang bisa dilanggar dan boleh untuk tidak lagi dihiraukan oleh siapa pun karena mengemis telah menjadi mental dominan di negeri ini. Saat menyaksikan perayaan hari raya umat muslim maupun umat lainnya, saya hanya bisa menundukkan wajah. Bagaimana kita bisa mengangkat wajah saat melihat banyak dari sebagian orang di berbagai kota rela antrre berjam-jam demi mendapatkan sumbangan, sedekah, atau angpao. Dari tahun ke tahun, jumlahnya kian bertambah. Tua, muda, lelaki, perempuan, dan anak-anak berebut mengais rezeki dari umat yang merayakan hari raya. Setelah antrre berjam-jam, mereka pun pulang dengan bangga setelah masing-masing mengantongi uang puluhan ribu. Begitulah..." Begitulah. Selain tempat ibadah, tempat-tempat strategis lain yang biasanya dijadikan pangkalan bagi para pengemis adalah tempat yang ramai, seperti perempatan lampu merah, pusat perbelanjaan dan pariwisata. Jumlah pengemis akan bertambah banyak pada momen-momen tertentu, terutama pada bulan Ramadhan yang dikenal sebagai bulan ibadah dan beramal. Mereka memanfaatkan bulan Ramadhan sebagai momentum yang pas sekali untuk mengemis. Di saat umat Islam sedang getol-getolnya beramal, di saat muslim sedang berlomba-lomba meningkatkan amal ibadah, para pengemis pun mengalami peningkatan pendapatan yang cukup signifikan."<sup>51</sup>*

Kedudukan kutipan tersebut dalam tulisan "Cerdas Menghadapi Kaum Peminta" adalah sebagai penjelasan awal yang disampaikan untuk mengajak pembaca merenungi

<sup>49</sup>Ibid., 128

<sup>50</sup>Ibid., 131-132

<sup>51</sup>Rif'an, *Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan.*, Ibid, 142.



problematisa yang sedang dihadapi bangsa Indonesia. Setelah pembaca menyadari adanya masalah tersebut, barulah nantinya dilanjutkan penjelasan lain hingga akhirnya Penulis mengajak pembaca mengambil sikap untuk ikhlas saja memberuang kepada pengemis meskipun ada pengemis yang sengaja menjadikan meminta uang sebagai profesi. Meskipun tidak ada kalimat ajakan secara langsung, namun bagian ini adalah salah satu bagian dalam sebuah upaya Rifa'i mempersuasi pembaca untuk mengambil sikap ikhlas dalam memberi uang kepada pengemis.

Pada bagian ini Penulis menggunakan teknik asosiasi dalam rangka mengajak pembaca memikirkan permasalahan bangsa Indonesia spesifiknya terkait kondisi masyarakat yang bermental pengemis. Teknik asosiasi digunakan dengan cara menumpangkan pesan pada momentum Ramadhan. Buku ini adalah buku motivasi Islam maka pembacanya merupakan umat Islam. Momentum Ramadhan sangat dekat dengan umat Islam, maka saat penulis menggunakan teknik ini pembaca akan lebih tertarik.

### **Teknik Komunikasi Persuasif Integrasi**

Teknik komunikasi persuasif lain yang digunakan Penulis adalah teknik integrasi. Beberapa kali Rifa'i menggunakan teknik ini dengan cara menyampaikan gagasan menggunakan sudut pandang penulis. Mengangkat masalah seolah-olah itu bukan hanya masalah pembaca saja tapi juga masalah Penulis. Mengajak berefleksi bukan menyuruh berefleksi. Mengajak mengambil sikap tertentu bukan menyuruh mengambil sikap tertentu. Hal ini ditandai dengan seringnya Penulis menggunakan diksi "kita" dan "mari".

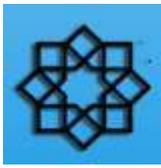
Salah satu bentuk teknik integrasi yang digunakan terlihat ketika menjelaskan sikap yang seharusnya diambil ketika menghadapi problematika banyaknya pengemis di Indonesia dalam tulisan "Cerdas dalam Menghadapi Kaum Peminta".

*"Bagaimana sikap kita ketika menghadapi para pengemis? Ketika di perempatan lampu merah misalnya, ada seorang anak – umurnya belum genap lima tahun – berpakaian kumal dan menadahkan tangannya ke kita apa yang seharusnya kita perbuat? Sebenarnya kita bisa saja untuk tidak memberinya dengan mengungkapkan argumentasi, "Bukankah dengan memberi uang kepada mereka berarti kita semakin memotivasi mereka untuk terus mengemis?" Kita juga bisa saja memberi uang kepada mereka dengan argumentasi yang kuat pula, "Tapi bukankah Rasulullah meneladankan untuk memberi sedekah kepada peminta-minta?" Yang mana kira-kira sikap yang Anda ambil?"<sup>52</sup>*

Kedudukan kutipan tersebut dalam tulisan "Cerdas Menghadapi Kaum Peminta" adalah sebagai gagasan lanjutan setelah pembaca memahami problematika pengemis di Indonesia. Sebelum mengajak pembaca mengambil sikap tertentu atas problematika tersebut, Penulis mengajak pembaca untuk berdialog bersama terkait sikap apa yang seharusnya diambil ketika menemui fenomena profesi pengemis di Indonesia.

Pada kutipan tersebut terlihat penulis menggunakan teknik integrasi dengan cara mengajak pembaca bersama-sama dengan Penulis berdialog dalam memilih sikap yang bijak atas problematika pengemis di Indonesia. Hal ini terlihat dari bagaimana

<sup>52</sup> Ibid, 143.



Penulis tidak langsung “menggurui” pembaca agar mengambil sikap tertentu, tapi Penulis mengajak pembaca berfikir atau berdialektika bersama Penulis, seolah-olah Penulis sedang mengajak pembaca mendiskusikan fenomena tersebut. Selain melempar pertanyaan, Penulis juga menjawabnya sendiri dengan jawaban yang kemungkinan muncul dibenak pembaca. Sehingga ketika pembaca membaca tulisan itu ia akan merasa Penulis mengerti betul jalan pikirnya. Selain itu dalam penulis senantiasa mengulang-ulang kata ganti “kita”. Teknik tersebut menimbulkan kesan bahwa akan tersebut bukan hanya untuk pembaca namun juga penulis.

Bentuk lain dari teknik integrasi Rif'an terlihat ketika menjelaskan kondisi manusia yang cenderung egois dalam tulisan “Jangan sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja”.

*“Masing-masing kita dicipta dengan ego pribadi. Itulah yang menyebabkan perilaku kita hanya terarah pada pencapaian kebutuhan dan kepentingan diri sendiri, atau paling tidak keluarga atau orang-orang terdekat kita. Adalah hal yang biasa ketika kita bangga saat menjadi juara ini juara itu. Kita puas ketika kita meraih kekayaan atau pangkat yang tinggi. Karena memang, manusia sudah disertakan suatu sifat yang ingin agar dirinya menjadi orang yang paling sejahtera, bahagia, kaya, berprestasi, bertakhta, dan beragam bentuk kenikmatan yang bisa dijangkau.”<sup>53</sup>*

Kedudukan kutipan tersebut dalam tulisan “Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja” adalah sebagai pembuka tulisan. Pada bagian ini penulis mencoba mengungkap sebuah permasalahan untuk mengajak pembaca merenungkan tentang manusia yang cenderung mementingkan diri sendiri. Penjelasan ini memang tidak mengandung kalimat ajakan secara langsung, namun pemaparan problematika masalah ini yang nantinya akan mengantarkan pembaca untuk mengetahui nilai penting ajakan untuk menjadi muslim yang bermanfaat bagi sesama.

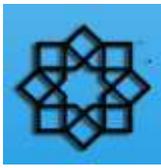
Pada bagian ini teknik yang digunakan adalah teknik integrasi. Saat mengungkap permasalahan, Penulis menggunakan diksi “kita” sehingga seolah-olah masalah tentang manusia yang cenderung mementingkan diri sendiri bukan hanya masalah pembaca saja melainkan juga masalah Penulis. Dengan teknik ini pembaca akan merasa lebih dekat dengan Penulis, juga pembaca tidak merasa dinasehati atau digurui, karena masalah yang dipaparkan adalah masalah bersama.

Jika pada tulisan “Cerdas Menghadapi Kaum Peminta” teknik integrasi digunakan untuk mencari solusi dari sebuah masalah yang telah dipahami pembaca. Pada tulisan “Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja” teknik integrasi digunakan untuk mengajak pembaca untuk memahami sebuah problematika masalah yang perlu disadari.

### **Teknik Komunikasi Persuasif Pay-Off Technique**

Teknik komunikasi persuasif lain yang digunakan penulis adalah *pay off technique*. Beberapa kali Rifa'I menggunakan teknik ini dengan cara menunjukkan manfaat-manfaat jika pembaca melakukan satu dua hal. Karena buku ini adalah buku motivasi

<sup>53</sup> Ibid, 39.



islam, iming-iming yang disampaikan tidak hanya reward yang bersifat duniawi tapi juga akhirat.

Salah satu bentuk teknik pay off yang digunakan penulis terlihat ketika menjelaskan balasan bagi orang yang bertaubat dalam tulisan “Untung Allah Bukan Pendendam”.

*“Kehidupan modern semakin menyediakan banyak ragam dosa setiap harinya. Mulai bangun tidur hingga berangkat tidur lagi kita disuguhi dengan banyak sekali godaan. Kita hampir tidak bisa memastikan apakah hari ini kita melakukan dosa atau tidak. Tetapi Allah Maha Pengampun. Tentu saja kepada hamba-hamba yang serius melakukan tobat. Sebesar apa pun dosa yang pernah Anda perbuat, jangan pernah berputus asa dari rahmat Allah, karena Allah Maha Pengampun dosa.*

قُلْ يُعْبَادِي الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِن رَّحْمَةِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا إِنَّهُ هُوَ الْغَفُورُ الرَّحِيمُ

*“Katakanlah: ‘hai hamba-hamba-Ku yang melampaui batas terhadap diri mereka sendiri, janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya Allah mengampuni dosa-dosa semuanya. Sesungguhnya Dia-lah Yang Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.’” (QS. Az-Zumar:53)<sup>54</sup>*

Kedudukan kutipan tersebut dalam tulisan “Untung Allah Bukan Pendendam” adalah sebagai gagasan penguat saat Penulis mengajak pembaca untuk melakukan pertaubatan sebesar apapun dosa yang pernah dilakukan. Gagasan ini bertujuan untuk mempengaruhi pembaca agar mau melakukan pertaubatan dengan cara menunjukkan iming-iming atau reward berupa ampunan Allah.

Pada kutipan tersebut terlihat penulis menggunakan teknik *pay-off technique*. Penulis mengajak pembaca untuk bertobat meskipun dosa mereka banyak, dengan cara menunjukkan bahwa Allah memberikan *reward* yakni akan diampuni segala dosa-dosanya. Sehingga dengan adanya hadiah tersebut, akan mendorong pembaca agar melakukan pertaubatan karena pasti akan mendapat ampunan Allah.

### **Teknik Komunikasi Persuasif *Fear Arousing***

Teknik komunikasi persuasif lain yang digunakan penulis adalah teknik *fear arousing*. Beberapa kali Rifa’i menggunakan teknik ini dengan cara menunjukkan bahaya atau konsekuensi yang akan didapat jika pembaca melakukan satu hal. Hukuman yang disampaikan tidak hanya hukuman yang bersifat duniawi tapi juga akhirat.

Salah satu bentuk teknik *fear arousing* yang digunakan penulis terlihat ketika menjelaskan balasan bagi orang yang bertaubat dalam tulisan “Untung Allah Bukan Pendendam”.

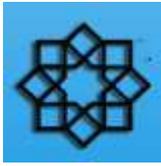
*“Dalam Al-Qur’an Karim Allah juga berfirman,*

نَبِيُّ عِبَادِي أَنِّي أَنَا الْغَفُورُ الرَّحِيمُ

*“Katakanlah kepada hamba-hamba-Ku, bahwa sesungguhnya Aku-lah Yang Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (QS. Al-Hijr:49)*

*Tetapi jangan sampai karena Allah Maha Pengampun lantas kita meremehkan dosa dan dengan mudah berbuat maksiat. Jangan sampai kita menggampang-gampang dosa karena merasa dosa yang kita perbuat bisa dengan mudah dimaafkan oleh Allah. **Sungguh meremehkan dosa siksanya lebih berat dari dosa itu sendiri.** Ketika kita meremehkan*

<sup>54</sup> Ibid, 73-74.



dosa, berarti kita juga meremehkan kekuasaan Allah. Mengapa? Karena yang kita langgar adalah larangan Allah Zat Yang Maha Kuasa. Oleh sebab itulah surah Al-Hijr ayat 48 yang menggambarkan agungnya ampunan dan kasih sayang Allah, dilanjutkan dengan ayat 49 yang menggambarkan ancaman azab yang besar bagi hamba-hamba yang berbuat kerusakan.

وَأَنَّ عَذَابِي هُوَ الْعَذَابُ الْأَلِيمُ

"... dan bahwa sesungguhnya azab-Ku adalah azab yang sangat pedih." (QS. Al-Hijr:50)<sup>55</sup>

Kedudukan kutipan tersebut dalam tulisan "Untung Allah Bukan Pendendam" adalah sebagai gagasan penguat dalam rangka mengajak pembaca agar tidak meremehkan ampunan Allah dengan mudah melakukan dosa lagi, karena tau bahwa Allah pasti mengampuni dosa jika mereka bertaubat. Gagasan ini bertujuan untuk mempengaruhi pembaca dengan cara menyampaikan bahwa hukuman berupa siksa akhirat untuk orang-orang yang meremehkan dosa adalah lebih besar dibanding orang yang berbuat dosa itu sendiri.

Pada kutipan tersebut terlihat, penulis menggunakan teknik *fear arousing* dengan mencoba menakut-nakuti pembaca dengan siksa akhirat. Penulis mencoba menunjukkan *punishment* dari Allah yakni siksa yang lebih berat bagi orang yang meremehkan dosa dibanding orang yang berbuat dosa. *Punishment* tersebut akan dijadikan alarm agar pembaca tidak meremehkan dosa.

#### Teknik Komunikasi Persuasif Tataan

Teknik komunikasi persuasif lain yang digunakan Rif'an adalah teknik tataan. Beberapa kali Rifa'I menggunakan teknik ini dengan cara menyusun kata-kata yang indah, menggunakan pertanyaan retorik dan gaya bahasa lainnya. Salah satu bentuk teknik tataan yang digunakan penulis terlihat saat menjelaskan rendahnya kualitas manusia yang hanya berfokus pada ibadah ritual dan mengabaikan ibadah sosial dalam tulisan "Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja".

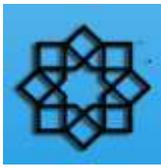
"Betapa bodohnya jiwa yang terpesona pada ritual peribadatan mahdha semata, lalu dengan enteng menganggap semua ibadahnya itu sudah cukup untuk menjadi kendaraan menuju ke dalam surga-Nya. Betapa kerdilnya pikiran yang masih menduga bahwa syahadat, shalat, puasa, zakat, dan hajinya, sudah cukup untuk menjadi benteng raksasa yang dapat menyelamatkan dirinya dari bara neraka."<sup>56</sup>

Kedudukan kutipan tersebut dalam tulisan "Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja" adalah sebagai gagasan penguat saat Penulis mempersuasi pembaca agar tidak berfokus pada ibadah ritual saja tapi juga ibadah sosial. Gagasan ini bertujuan untuk mempengaruhi pembaca dengan cara menyusun pesan yang menggunakan gaya bahasa yang indah.

Pada bagian ini Penulis menyampaikan bahwa manusia salah jika berfokus pada ibadah ritual saja. Penjelasan ini memang tidak mengandung kalimat ajakan secara langsung, namun melalui pernyataan tersebut Penulis berusaha membawa pembaca agar

<sup>55</sup> Ibid, 75-76.

<sup>56</sup> Ibid, 40.



setuju dengan ajakan untuk menjadi muslim yang bermanfaat bagi sesama, dan tidak hanya menjalankan ibadah ritual saja. Pada bagian ini terdapat kata “Betapa bodohnya dan betapa kerdilnya.” merupakan kata-kata yang dapat menyadarkan pembaca bahwa yang selama ini yang dilakukan salah. Rifa’I juga menggunakan diksi “cukup menjadi kendaraan menuju surga dan cukup menjadi benteng raksasa”. Gaya bahasa yang digunakan adalah repetisi anafora, yakni dengan mengulang-ulang kata pertama dalam setiap kalimat yang membuat maknanya lebih mendalam dan indah. Kata yang diulang adalah kata “betapa’ dan kata “cukup menjadi”.

Pada kutipan tersebut terlihat, penulis memakai teknik tataan, dengan cara menyusun pesan dengan gaya bahasa yang indah dalam rangka mempengaruhi pembaca agar mau merenungkan bahwa ibadah *mahdhayang* selama ini dilakukan tidak cukup untuk mengantarkan mereka pada surga dan tidak cukup untuk menghindarkan mereka dari neraka. Penulis menggunakan kata depan “Betapa bodohnya dan betapa kerdilnya.”. Gaya bahasa ini dapat memunculkan makna lebih dalam karena pengulangan dapat membuat pembaca merasakan *emosional appeal*.

Selain itu, dalam realitas yang sama penulis menggunakan teknik tataan berupa penggunaan gaya bahasa metafora. Gaya bahasa metafora merupakan gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa ini membandingkan dua hal atau lebih secara langsung.<sup>57</sup> Dalam teks tersebut, dua hal yang diperbandingkan adalah serangkaian ibadah *mahdha* sebagai kendaraan menuju surga dengan serangkaian ibadah *mahdha* sebagai benteng raksasa yang menghindarkan dari neraka.

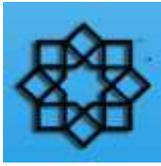
Bentuk teknik tataan lain yang digunakan penulis terlihat ketika menjelaskan rumus ibadah sosial dalam tulisan “Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja”.

*“Jika manusia terbaik adalah mereka yang paling bermanfaat bagi sesama, lalu bagaimana cara kita menilai kadar manfaat bagi sekitar? Saya mempunyai rumus sederhana yang jika kita bisa menjawab semua pertanyaan itu dengan nurani jernih, insyaAllah hidup kita akan mengarah kepada jalur yang benar. Rumus sederhana itu yakni dengan merenung sambil mempertanyakan pada diri kita masing-masing. Andai aku tiada, orang-orang yang disekitarku akan menangis karena orang yang berharga bagi mereka telah pergi atau justru tersenyum girang karena si biang kerok dan pembuat masalah telah tiada? Andai aku tiada, adakah perbedaan yang berarti di dalam kehidupan masyarakat? Andai aku tiada, kehidupan di sekitarku akan semakin baik atau berubah menjadi buruk? Andai aku tiada, berapa banyak orang yang akan terpengaruh kehidupannya? Andai aku tiada, apa yang dikatakan oleh semua manusia di depan nisanku? Andai aku tiada, aku dikenang sebagai orang baik atau buruk? Andai aku tiada, adakah yang akan mendoakanku? Andai aku tiada, berapa banyak karyaku yang masih bisa dinikmati oleh manusia? Andai aku tiada, seberapa besar dosaku yang masih disimpan di lubuk hati sesama? Andai aku tiada, adakah orang yang masih menyimpan dendam di hatinya atas kezalimanku? Andai aku tiada, bagaimana kehidupan keluargaku, kampungku, bangsaku?”<sup>58</sup>*

Kedudukan kutipan tersebut dalam tulisan “Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja” adalah sebagai gagasan solusi cara menghitung jumlah amal ibadah sosial,

<sup>57</sup>Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, 139.

<sup>58</sup>Rif’an, *Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan*, Ibid, 42-43.



dalam satu rangkaian tulisan dimana tujuan Penulis adalah mengajak pembaca untuk tidak berfokus pada ibadah ritual saja tapi juga ibadah sosial. Gagasan ini bertujuan untuk memberi ilmu tentang teknik mengukur amal ibadah sosial pembaca, yakni dengan cara menyusun pesan dengan gaya bahasa yang indah.

Pada kutipan tersebut terlihat penulis menggunakan teknik tataan. Penulis menggunakan rumus yang disajikan dengan indah untuk mengukur amal ibadah sosial. Rumus ini disampaikan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan pada diri yang tujuannya agar pembaca merenungkan kebermanfaatannya. Gaya bahasa yang digunakan yakni anafora dan retorika. Teknik anafora diterapkan dengan mengulang kata pertama 11 kali "Andai aku tiada, ..." dalam setiap kalimat. Sedangkan teknik retorika yakni dengan memberikan pertanyaan yang diulang 11 kali yakni menggunakan kata "Andai aku tiada, apayang...?". Pertanyaan untuk diri sendiri yang diulang-ulang akan memuat pembaca melakukan refleksi. Sudahkah memiliki amal sosial atau selama ini belum banyak memberikan manfaat.

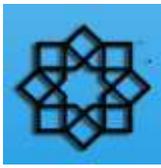
#### **Teknik Komunikasi Persuasif Tataan, Pay-Off dan Fear Arousing**

Teknik komunikasi persuasif lain yang digunakan penulis adalah teknik kombinasi tataan, pay off dan fear arousing. Rifa'I menggunakan teknik ini dengan cara menyusun kata-kata yang indah yang berima sambil menunjukkan reward dan punishment jika mad'u melakukan satu hal.

*Salah satu bentuk teknik komunikasi persuasif kombinasi tataan, pay off dan fear arousing yang digunakan Ahmad Rifa'I Rifan terlihat ketika menjelaskan rendahnya kualitas manusia yang hanya berfokus pada ibadah ritual dan mengabaikan ibadah sosial dalam tulisan "Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja" "Jawablah semua tanya itu kemudian mawastah diri. Jika ada sisa dosa yang belum termaafkan, segera mintalah pemaafan, bagaimana pun resiko akan dihadapi. Bencana akhirat jauh lebih keras ketimbang resiko terbesar dunia. Jika ada janji yang belum tertunaikan, segera laksanakan, atau jika memang tak mampu, mintakan pemaafan. Jika ada utang yang belum terlunasi, segera usahakan. Jika diri merasa belum ada manfaat bagi sekitar, segera berkontribusilah semampumu. Karena sungguh, manusia dihargai atas karya dan kadar manfaatnya bagi sekitarnya. Semakin besar manfaat yang bisa kita berikan, semakin besar pula mereka menghargai kita. Begitupun sebaliknya, kehinaan manusia tidak lain disebabkan oleh kezalimannya terhadap sesamanya. Sayyid Quthb mengingatkan, "Orang yang hidup bagi dirinya sendiri akan hidup sebagai orang kerdil dan mati sebagai orang kerdil. Akan tetapi, orang yang hidup bagi orang lain akan hidup sebagai orang besar dan mati sebagai orang besar".<sup>59</sup>*

Kedudukan kutipan tersebut dalam tulisan "Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja" adalah sebagai gagasan penguat saat Penulis mengajak pembaca untuk segera melaksanakan ibadah sosial. Gagasan ini bertujuan untuk mempengaruhi pembaca agar segera melaksanakan ibadah sosial jika selama ini hanya melaksanakan ibadah ritual. Gagasan ini disampaikan dengan cara menyusun pesan yang menggunakan gaya bahasa yang indah sambil menunjukkan hadiah yang didapat dan hukuman yang didapat jika melaksanakannya.

<sup>59</sup>Ibid.,43.



Pada kutipan tersebut terlihat Penulis menggunakan kombinasi teknik ganjaran, tataan, *fear arousing* dan *pay-off technique* dalam mengajak pembaca untuk bersegera melaksanakan ibadah sosial. Penulis mengajak pembaca agar mau mengevaluasi diri dengan memohon maaf jika memiliki kesalahan, menunaikan janji jika belum terlaksana, dan berkontribusi jika belum memberikan manfaat untuk sesama. Penulis menakut-nakuti pembaca dengan menunjukkan hukuman bencana akhirat yang lebih keras dari bencana dunia, serta penulis mengiming-imingi hadiah berupa penghargaan dari banyak orang ketika seseorang memberikan manfaat yang besar.

Selain itu Penulis juga menggunakan gaya bahasa dalam memberikan imbauan emosional. Yakni saat menghimbau untuk segera berbuat untuk kemanusiaan, penulis menggunakan tata kalimat "jika ada - segera" dengan diulang tiga kali. Selain itu Penulis mengutip pernyataan tokoh yang menyebut 'orang kerdil' untuk manusia yang hidup bagi diri sendiri dan "orang besar" untuk manusia yang hidup bagi orang lain. Teknik ini memudahkan pembaca dalam memahami logika evaluasi diri sehingga lebih mudah dalam merefleksikan diri. Sedangkan sebutan "orang kerdil dan orang besar" akan menyentuh aspek perasaan pembaca, karena diksi tersebut menunjukkan secara langsung siapa orang yang mulia derajatnya dan siapa yang tidak.

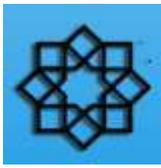
#### **Teknik Komunikasi Persuasif Tataan dan Integrasi**

Teknik komunikasi persuasif lain yang digunakan penulis adalah teknik kombinasi tataan, integrasi dan asosiasi. Rifa'I menggunakan teknik ini dengan cara menyusun kata-kata yang indah yang berima sambil mengangkat peristiwa yang *up to date* dan disajikan dengan memposisikan diri bahwa Penulis senasib dengan pembaca. Salah satu bentuk teknik kombinasi ini terlihat ketika menjelaskan fenomena keterjajahan masyarakat di negerinya sendiri dalam tulisan "Cerdas Menghadapi Kaum Peminta".

*"Sebuah renungan yang disampaikan oleh salah seorang dosen saya, bapak Abdullah Sahab dalam sebuah khotbah Jumat, semoga bisa mengingatkan kita tentang keterjajahan umat kita di negeri sendiri. Beliau mengatakan bahwa ada fenomena unik di negeri sendiri. Beliau mengatakan bahwa ada fenomena unik yang terjadi dalam realitas sosial bangsa kita yang tidak terjadi di negeri mana pun di dunia ini, kecuali Indonesia. Beliau mengatakan bahwa hanyalah di Indonesia fenomena sosial ini terjadi, bahwa yang menjadi tuan bukannya rakyat Indonesia, melainkan justru dari bangsa lain. Sesekali, cobalah untuk berjalan-jalan ke perumahan-perumahan elite di negeri ini, kemudian amati siapa tuannya dan siapa pembantunya? Lain waktu, cobalah berjalan ke mal-mal megah di negeri ini, kemudian saksikanlah siapa pembelinya dan siapa kulinya? Pada kesempatan lain, kunjungilah restoran-restoran mewah di negeri ini, kemudian lihatlah siapakah pemilik serta pengunjungnya dan siapa tukang cucinya? Ah, saya tidak tega melanjutkan renungan ini. Mari menjawab dengan hati yang jernih, masih sanggupkah kita menyaksikan bangsa kita mengorek tong sampah, memanggul barang-barang berat, serta berlarut-larut menderita di negeri sendiri?"<sup>60</sup>*

Kedudukan kutipan tersebut dalam tulisan "Cerdas Menghadapi Kaum Peminta" adalah sebagai penjelasan awal yang disampaikan untuk mengajak pembaca merenungi

<sup>60</sup> Ibid., 142.



problematis yang sedang dihadapi bangsa Indonesia. Setelah pembaca menyadari adanya masalah tersebut, barulah nantinya dilanjutkan penjelasan lain hingga akhirnya Penulis mengajak pembaca mengambil sikap untuk ikhlas saja memberi uang kepada pengemis meskipun ada pengemis yang sengaja menjadikan meminta uang sebagai profesi. Meskipun tidak ada kalimat ajakan secara langsung, namun bagian ini adalah salah satu bagian dalam sebuah upaya Rifa'I mempersuasi pembaca untuk mengambil sikap tertentu.

Pada bagian tersebut terlihat Rifa'I menggunakan teknik kombinasi integrasi tataan untuk mengajak pembaca merenungi kondisi masyarakat yang tidak menjadi tuan di negeri mereka sendiri dan mengambil sikap yang terbaik untuk menyikapinya. Teknik tataan dengan menyusun kalimat yang mengandung kata ajakan "Cobalah, Saksikanlah, Kunjungilah, Lihatlah, Mari" dimana diakhir kalimatnya dibubuhi tanda tanya(?). Kalimat-kalimat tersebut merupakan pertanyaan retorik yang tidak perlu dijawab dan hanya sebagai perenungan saja. Pertanyaan-pertanyaan tersebut membuat pembaca membayangkan dan merenungkan kondisi keterjajahan bangsa Indonesia, secara perlahan satu persatu. Teknik integrasi yang digunakan adalah dengan memosisikan diri penulissama dengan pembaca. Masalah yang dibahas adalah masalah bersama dengan menggunakan diksi kita.

#### **Teknik Komunikasi Persuasif Authoritas - Naratif**

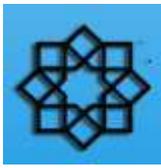
Teknik komunikasi persuasif lain yang digunakan penulis adalah teknik autoritas yang dikombinasikan dengan teknik Naratif. Teknik ini adalah temuan baru, karena tidak ada dalam teori komunikasi persuasif yang dipaparkan. Rifa'I menggunakan teknik ini dengan cara mengutipkan kata-kata orang yang dianggap memiliki autoritas, lalu menyajikannya dalam bentuk kisah.

Salah satu bentuk teknik komunikasi persuasif autoritas yang digunakan terlihat ketika menjelaskan gagasan bahwa manusia yang baik adalah yang peduli dengan kemanusiaan dengan mengutipkan kisah Rasul dan sahabat Umar dalam tulisan "Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja".

*"Padahal, Rasulullah sendiri sudah memberi teladan betapa tingginya perhatian Islam terhadap kasus kemanusiaan. Coba kembali kita ingat memoar kenabian, bagaimana baginda Rasul ketika tiap hari menyuapi si pengemis Yahudi sambil mendengar cacian si pengemis kepada Rasulullah. Rasulullah tetap dengan tenang menyuapi sambil mendengar ocehan si pengemis yang tidak tahu bahwa orang yang menyuapinya tiap hari itulah orang yang dicaci maki setiap hari."*<sup>61</sup>

*"Mari mengingat ketika Umar bin Khathab telah membatalkan cacian si pengemis atas tanah penduduk kafir. Awal kisahnya, sang Yahudi saat itu rumahnya akan digusur oleh Amr. Padahal ia bersikeras tidak bersedia untuk dipindahkan dari rumahnya yaitu sebuah gubuk reot dan beberapa lahan pertanian. Amr merasa risih, "Masak di sebelah Kantor gubernur ada gubuk reot. Milik Yahudi pula". Akhirnya Amr bin' Ash mengancam si Yahudi bahwa jika ia tak mau menjual tanahnya, Amr akan menggusurnya. Mendapat ancaman itu si Yahudi memutuskan melaporkan kepada Khalifah Umar di Madinah. Setelah memperoleh laporan itu. Umar menyuruh si Yahudi untuk mengambil sepotong*

<sup>61</sup>Ibid., 40-41.



*tulang di tempat sampah. Tulang itu digaris lurus dengan ujung pedang Umar. Si Yahudi disuruh oleh Umar kembali pulang untuk menyampaikan tulang itu kepada Amr bin 'Ash. Usai disampaikan, Amr bin 'Ash mendadak berkucuran keringat saat mebdapat kiriman tulang itu. Si Yahudi bingung, "Ini gubernur, dapat kiriman tulang aja merinding kaya gini. Seketika Amr bin 'Ash menjelaskan kepada si Yahudi, bahwa goresan garis lurus dengan ujung pedang pada tulang itu adalah peringatan keras dari Umar, seolah-olah Umar sedang berkata kepada Amr, "Hai Amr bin 'Ash, luruslah kamu dalam menjalankan tugasmu. Jika kau membelok, aku tidak akan segan-segan meluruskanmu dengan pedangku seperti lurusnya garis pada tulang ini." Si Yahudi takjub dengan keadilan dan keindahan ajaran Islam. Seketika itu juga ia mengucapkan dua kalimat syahadat. Begitulah Rasulullah dan sahabat sangat memperhatikan persoalan kemanusiaan. Mereka tidak hanya bersedu sedan menangis di hadapan Allah, mereka action dengan tindakan nyata. Mereka bukan hanya meneriakkan keadilan, tetapi merekalah yang terjun menjadi pelopor pejuang keadilan dan kesejahteraan di masyarakatnya"<sup>62</sup>*

Kedudukan kutipan tersebut dalam tulisan "Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja" adalah sebagai gagasan penguat saat Penulis mengajak pembaca untuk juga melaksanakan ibadah sosial. Gagasan ini bertujuan untuk mempengaruhi pembaca agar melaksanakan ibadah sosial dengan cara meneladani kisah rasul dan sahabat nabi. Pada bagian ini memang tidak ada kalimat ajakan secara langsung, namun melalui contoh tersebut, Penulis mencoba mengajak pembaca agar mau menjadi Muslim yang hidup dengan banyak membawa manfaat, karena Rasulullah dan Sahabat Umar bin Khattab dahulu juga sangat peduli dengan masalah kemanusiaan.

Teknik yang digunakan penulis adalah teknik *authoritas* yakni mengutip sepeinggal sejarah Rasulullah SAW, tokoh yang sangat dijunjung tinggi oleh Umat Islam. Pada kisah tersebut, Rasul tetap menyuapi pengemis buta, meskipun pengemis itu terus menjelek-jelekan Rasul. Kisah tersebut harapannya dapat menjadi teladan agar umat Muslim peduli dengan masalah kemanusiaan seperti Rasul. Kisah tersebut merupakan kisah populer ditengah masyarakat Islam, sehingga akan mudah diterima.

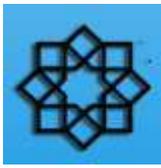
Begitu pula dengan kisah khalifah Umar Bin Khattab. Penulis menceritakan kisah khalifah Umar yang mengambil kebijakan atas dasar kemanusiaan bukan golongan. Meskipun Khalifah mengetahui bahwa Yahudi miskin dalam kisah tersebut tidak memiliki kekuatan apapun, Khalifah tetap membelanya atas dasar keadilan dan kemanusiaan. Kisah tersebut sangat terkenal dikalanganumat Islam, sehingga tepat dijadikan *authoritas*.

Selain sebagai *authoritas*, kisah tersebut juga disajikan secara terperinci oleh Rifa'I dengan teknik *berkisah*. Teknik ini membuat pembaca menghadirkan situasi yang dihadapi Rasul dan khalifah Umar ke dalam benaknya, hingga mereka terpersuasi untuk meneladani untuk melaksanakan ibadah sosial.

### **Teknik Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Kepada Kalangan Milenial**

Salah satu teknik komunikasi persuasif Ahmad Rifa'I Rifan adalah *Asosiasi*, yakni dengan menumpangkan gagasan pada hal atau kejadian yang sedang *booming*. Pada tulisan "Cerdas Menghadapi Kaum Peminta" Rifa'I mengangkat problematika

<sup>62</sup>Ibid.,41-42.



munculnya profesi pengemis yang semakin marak di Indonesia dengan dihubungkan dengan momentum ramadhan. Jika dihubungkan dengan karakteristik milenial yang meyakini nilai moral juga sosial maka mengangkat masalah maraknya orang Indonesia yang menjadi pengemis di momentum ramadhan sebagai profesi adalah masalah sosial yang tentunya penting bagi generasi milenial, karena profesi pengemis bertentangan dengan nilai-nilai moral dimana seorang muslim seharusnya bekerja keras.

Selain itu karakter milenial yang terlihat reaktif terhadap perkembangan lingkungan tentu akan tertarik dengan masalah profesi pengemis di momentum ramadhan. Jika profesi pengemis ini dibiarkan maka akan menimbulkan masalah sosial yang besar dimanamunculnya ketidakpercayaan antara orang kaya dan miskin. Jika orang yang memiliki rezeki lebih pada akhirnya kecewa dengan mereka yang malas bekerja dan hanya mengemis saja. lalu mengambil sikap tidak memberi uang. Maka bisa jadi akan ada orang yang benar-benar mengalami kesulitan ekonomi lalu mengemis namun sulit mendapat uang karena orang-orang sudah cenderung apatis.

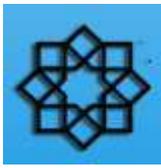
Selain itu juga milenial Indonesia yang menjadi target pembaca buku mayoritas adalah Muslim. Maka teknik asosiasi yang dilakukan dengan caramenghubungkan fenomena pengemis dengan momentum ramadhan adalah teknik yang tepat, karena momentum ramadhan adalah momentum yang selalu menarik bagi milenial Muslim.

Teknik lain yang dipakai Ahmad adalah teknik Integrasi. Pada tulisan “Cerdas Menghadapi Kaum Peminta” teknik integrasi yang digunakan yakni dengan cara mengajak pembaca bersama-sama dengan Penulis berdialektika dalam memilih sikap yang bijak atas problematika pengemis di Indonesia. Sedangkan pada tulisan “Jangan Sampai ada dan Tiadamu di Dunia Sama Saja” teknik integrasi digunakan untuk mengajak pembaca dalam memahami sebuah problematika yang perlu disadari bersama yakni tentang manusia yang cenderung mementingkan diri sendiri.

Pada kedua bagian ini penulis senantiasa mengulang-ulang kata ganti “kita” yang memberikan kesan bahwa masalah yang diangkat adalah masalah bersama yakni masalah Penulis dan pembaca. Sehingga dengan teknik ini pembaca tidak merasa dinasehati atau digurui, dan menganggap masalah yang dipaparkan adalah masalah bersama.

Jika dihubungkan dengan karakteristik milenial yang lebih memilih bekerjasama daripada diperintah, teknik integrasi adalah teknik yang tepat. Dengan menggunakan teknik integrasi generasi milenial tidak akan merasa dinasehati atau diperintah untuk mengerjakan sesuatu atau mengambil sikap tertentu melainkan seperti diajak bekerjasama, berdialektika bersama, menyadari masalah sosial bersama dan mengambil sikap yang tepat bersama untuk menyelesaikan masalah bersama tersebut.

Salah satu karakteristik generasi milenial adalah cenderung egois, berfokus pada prestasi dan bersaing untuk menduduki posisi pimpinan. Pada penerapan teknik integrasi dalam tulisan “Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja” Rif’ ai sedang menyentil pembaca agar tidak menjadi manusia yang egois dan mementingkan diri sendiri saja dengan mengejar prestasi pribadi. Namun dengan teknik intergrasi yang diterapkan hal ini dapat membuat pembaca merasa tidak sedang di nasehati agar tidak menjadi egois, melainkan egois adalah masalah bersama yang juga dilakukan Penulis.



Dengan teknik ini tentu akan membuat pembaca lebih bisa menerima untuk melakukan perubahan agar lebih peduli dengan sosial.

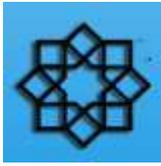
Teknik selanjutnya adalah teknik pay off yakni dengan memberikan iming-iming ampunan Allah jika pembaca mau bersungguh-sungguh bertaubat. Pada bagian tulisan “Untung Allah bukan Pendedam” Penulis menunjukkan kondisi logis pembaca yang hidup dalam kehidupan modern dimana kehidupan modern setiap hari menawarkan berbagai macam dosa. Kemudian memberikan solusi logis untuk menghadapi situasi tersebut yakni dengan bertaubat. Dan dengan pertaubatan ini nantinya pembaca akan diampuni.

Karakter milenial yang hidup di era internet berkembang pesat, di mana hubungan dibangun dengan virtual, akses informasi mudah didapat hanya dengan mengetikkan kata dengan jari pada smartphone, selain membaw efek positif, hal ini juga berpotensi memberikan kemudahan dalam melakukan hal buruk. Teknik penulis yang memberikan solusi pertaubatan dengan iming-iming ampunan Allah merupakan teknik yang tepat. Dengan karakteristik milenial yang mengejar prestasi. Milenial muslim tentu akan tertarik jika diberi reward ampunan, karena akan semakin membuka peluang untuknya bisa meraih prestasi amal untuk mendapat surga Allah.

Teknik selanjutnya yang digunakan Ahmad Rifa’I Rif’an adalah teknik *fear arousing* dalam tulisan “Untung Allah Bukan Pendedam” yakni dengan mencoba menakut-nakuti pembaca dengan siksa akhirat agar tidak meremehkan dosa meskipun Allah akan mengampuni dosa orang yang bertaubat. Untuk kondisi milenial yang hidup di era modern dan cenderung pragmatis dalam memecahkan masalah, sangat dimungkinkan menerapkan pertaubatan dengan pragmatis yakni berbuat dosa lalu bertaubat lalu mudah saja bertaubat lagi. Maka upaya Rif’an dengan menakut-nakuti milenial jika meremehkan dosa adalah teknik yang tepat. Pembaca yang beragama muslim dengan karakter milenial yang mengejar kesuksesan maka ancaman akhirat menjadi hal yang patut ditakuti karena berpotensi mengagalkan mereka dari kesuksesan akhirat yang telah di targetkan.

Teknik selanjutnya adalah teknik tataan pada tulisan “Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja”. Menggunakan gaya bahasa, penulis mencoba mengajak pembaca untuk merenungkan bahwa untuk mendapat surga tidak cukup hanya dengan ibadah ritual. Penulis menggunakan kata depan “Betapa bodohnya dan betapa kerdilnya.”. Sedangkan pada tulisan yang sama Rif’an menggunakan teknik tataan untuk mengajarkan rumus mengukur amal ibadah sosial dengan cara merenungkan kebermanfaat diri pada sesama manusia. Teknik yang digunakan dengan mengulang-ulang diksi “andai aku tiada” sebanyak 11 kali di tiap awal kalimat.

Generasi milenial adalah generasi dengan karakter komunikasi yang terbuka. Maka penggunaan gaya bahasa dengan diksi yang secara terang-terangan merendahkan orang yang tidak peduli dengan ibadah sosial masih bisa diterima oleh pembaca. Sedangkan gaya bahasa “andai aku tiada” yang diulang sebanyak 11 kali merupakan sajian pesan yang menarik bagi milenial yang berkarakter kreatif. Saat membaca tulisan yang mengajak berfikir dan berefleksi tentang jumlah amal sosial namun disajikan dengan gaya bahasa yang unik tentu akan lebih disukai milenial.



Teknik selanjutnya adalah kombinasi tataan, *pay off*, serta *fear arousing* pada tulisan "Jangan Sampai Ada Tiadamu Dunia Sama Saja". Teknik ini digunakan rifa'i saat mengajak pembaca untuk bermawas diri dan segera melaksanakan ibadah sosial. Menggunakan teknik *fear arousing* dengan menunjukkan bencana akhirat jika tidak melakukan ibadah sosial. Sedangkan teknik *pay off* adalah dengan menunjukkan hadiah yang akan didapat jika melaksanakan ibadah sosial yakni penghargaan atas manfaat besar yang telah diberikan. Selain itu gaya bahasa dipakai dalam bentuk tata kalimat "jika ada - segera" yang diulang tiga kali. Dan kata "orang kerdil" untuk orang yang egois dan "orang besar" untuk orang yang sosial.

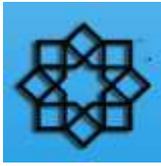
Generasi milenial yang cenderung mementingkan diri sendiri dan mengejar prestasi, diajak untuk segera melaksanakan ibadah sosial. Dengan teknik *pay off* dimana orang yang melaksanakan ibadah sosial dan memberi banyak manfaat untuk orang lain akan mendapat penghargaan dari masyarakat bahkan dikenang namanya. Bagi milenial yang karakternya mengejar prestasi tapi juga percaya pada nilai sosial tentu hal ini adalah iming-iming yang menarik. Selain itu pembaca milenial pada tulisan ini adalah beragama islam, maka dengan karakter mereka yang berorientasi kesuksesan tentu saja kesuksesan akhirat menjadi pertimbangan. Ancaman siksa akhirat adalah bukti kegagalan mereka di akhirat, maka teknik *fear arousing* ini tepat digunakan. Terakhir kedua teknik ini semakin tepat karena disajikan dengan teknik tataan. Dengan karakter milenial yang kreatif tentu saja pesan yang disampaikan Penulis menjadi lebih menarik untuk dipahami. Dengan gaya bahasa "andai aku tiada" hal ini mengkonkritkan dibenak pembaca tentang bagaimana cara merefleksikan diri dengan mudah.

Teknik selanjutnya adalah kombinasi tataan dan integrasi pada tulisan "Cerdas Menghadapi Kaum Peminta". Teknik tataan dengan membuat kalimat indah ini dari beberapa kata ajakan serta disusun dalam bentuk pernyataan retorik. Selain itu, penulis pada bagian ini juga mengkombinasikan dengan teknik integrasi dengan memosisikan dirinya sebagai pembaca.

Penyajian masalah dengan teknik tataan yakni dengan membuat kalimat yang indah dan pertanyaan retorik, tentu saja akan disukai milenial yang karakternya kreatif. Ditambah lagi Penulis menggunakan teknik integrasi sehingga membuat pembaca merasa masalah yang disampaikan adalah masalah bersama. Sehingga ini sesuai dengan karakter milenial yang cenderung memilih bekerjasama daripada mendapat perintah.

Teknik berikutnya adalah teknik *authoritas-naratif*. Dengan karakteristik generasi milenial secara umum, teknik ini tidak berkaitan secara langsung. Namun masih sesuai dengan karakteristik generasi milenial yang khas bergantung wilayah, kondisi ekonomi juga sosial keluarga. Milenial Indonesia yang beragama islam dan sangat memfigurkan Rasulullah dan sahabat Rasul, pilihan teknik *authoritas* dengan menunjukkan kisah rasul dan sahabat untuk diteladani adalah pilihan yang tepat. Selain itu penyajian kisah rasul dan sahabat rasul dengan teknik *berkisah* sesuai dengan karakter milenial yang kreatif yang tentu akan menyukai upaya persuasif dengan teknik *bercerita*.

## KESIMPULAN



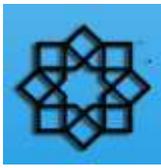
Teknik komunikasi persuasif Ahmad Rifa'I Rif'an dalam Buku "Ketika Tuhan Tak Lagi dibutuhkan" diantaranya adalah teknik asosiasi, integrasi, pay-off, fear-arousing, tataan, kombinasi, autoritas dan naratif. Masing-masing teknik yang digunakan Rifa'I tersebut ketika dihubungkan dengan karakteristik generasi milenial ternyata sesuai.

Teknik asosiasi dengan mengangkat momentum ramadhan untuk menyadarkan pembaca bahwa terdapat masalah sosial di Indonesia sesuai dengan milenial muslim yang tertarik dengan momentum ramadhan, reaktif terhadap perkembangan lingkungan dan menjunjung nilai moral serta sosial. Teknik Integrasi dengan cara mengajak pembaca berdialog bersama Penulis dalam menyadari masalah dan memilih sikap tertentu, sesuai dengan milenial yang lebih memilih bekerjasama daripada diperintah. Teknik *pay off* dengan memberikan iming-iming ampunan Allah, sesuai dengan milenial Muslim yang mengejar prestasi akhirat. Teknik *fear arousing* dengan menakut-nakuti pembaca dengan siksa akhirat, sesuai dengan milenial muslim yang mengejar kesuksesan akhirat. Teknik tataan dengan memanfaatkan gaya bahasa dan ungkapan bermakna serta blak-blakan, sesuai dengan milenial yang kreatif dan memiliki pola komunikasi terbuka.

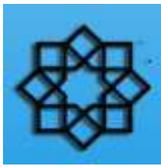
Sedangkan Teknik Komunikasi Persuasif kombinasi tataan dan integrasi atau kombinasi tataan, *pay off* dan *fear arousing*, tentu semakin cocok dengan milenial karena banyak karakteristik milenial yang sesuai dengan teknik ini. Yang terakhir adalah teknik kombinasi autoritas dan naratif. Teknik autoritas dengan menyajikan sejarah rasul dan sahabat rasul sesuai dengan karakter milenial Muslim Indonesia yang sangat memfigurkan Rasulullah dan sahabat Rasul. Sedangkan teknik komunikasi persuasif narasi dalam penyajian kisah Rasul dan Khalifah Umar sesuai dengan karakter milenial yang kreatif

## BIBLIOGRAFI

- Amalia, Novita Rih. Analisis Gaya Bahasa dan Nilai-Nilai Pendidikan Novel Sang Pemimpi Karya Andrea Hirata. (Skripsi – Universitas Sebelas Maret, Semarang, 2010)
- Astuti, Minarni Try. *Yuk, Ungkap Idemu Melalui Teks Persuasi hingga Teks Tanggapan*. Depok: Penerbit Duta, 2019.
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah, Ed. Rev, cet 6*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Bada Pusat Statistik, *Analisis Statistik Sosial: Bonus Demografi dan Pertumbuhan Ekonomi*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2012.
- Badan Pusat Statistik, Hasil Sensus Penduduk 2020, <https://www.bps.go.id> (diakses 26 Januari 2021)
- Effendy, Onong Ujhana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- Erviani, Olivia. "Teknik Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kota Samarinda Dalam Meningkatkan Kualitas Daya Tarik Wisata Kota Samarinda," *eJournal Ilmu Komunikasi*, no. 3, (2017), 238. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/JURNAL%20OLIV%20FIX%20\(235-247\)%20\(08-15-17-02-01-15\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/JURNAL%20OLIV%20FIX%20(235-247)%20(08-15-17-02-01-15).pdf) (diakses 2 Maret 2021)



- Febiani, Fitra. "Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku 'Hijab I'm In Love' Karya Oki Setiana Dewi", (Skripsi - Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2015)
- Fitriani, Nur Diyah. "Materi Dakwah dalam Buku 'Ya Allah, Izinkan Aku Pacaran' Karya Ahmad Rifa'I Rif'an" (Skripsi - Universitas Islam Negeri Waliisongo, Semarang, 2018)
- Hilmawan, Kahfi. Teknik Komunikasi Persuasif Ustadzah Dedeh Rosidah Syarifudin dalam Program Acara Religi (Analisis Isi pada Acara Mam dan Aa' Beraksi di Indosiar). (Skripsi - Universitas Muhammadiyah Malang, Malang 2019)
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Keraf, Gorys. *Diksi Dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia, 2007.
- Khoiroh, Da'watul. "Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku Rentang kisah Karya Gita Savitri Devi" (Skripsi -- Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018).
- Muirodah, Teknik Komunikasi Persuasif Ustadz Muhammad Nur Maulana dalam acara 'Islam Itu Indah' di Trans TV, (Skripsi--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015), 110.
- Musahadah, Zahrina Sanni dan Sulis Triyono, "Fenomena Hijrah Di Indonesia: Konten Persuasif Dalam Instagram" *Retorika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya* no. 2 (2019), 119. <https://ojs.unm.ac.id/retorika/article/view/7874/pdf>(diakses 2 Maret 2021)
- Naini, Arum Wildatus. "Pesan Dakwah dalam Novel 'Tuhan, Maaf Kami Sedang Sibuk' Karya Ahmad Rif'I Rif'an (Analisis Wacana Model Teun A Van Dijk)", (Skripsi - Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019)
- Putra, Yanuar Surya. "Teoretical Review: Teori Perbedaan Generasi." *Jurnal Among Makarti*, no.18, (2016), 125
- Rif'an, Ahmad Rifa'i. *Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan*. Jakarta: Gramedia, 2017.
- Rif'an, Ahmad Rifa'i. *Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan (Special Edition)*. Jakarta: Gramedia, 2019.
- Solehan, Muhammad. "Nilai-Nilai Pendidikan Akhlak dalam Buku 'Tuhan Maaf Kami Sedang Sibuk' Karya Ahmad Rifa'I Rif'an" (Skripsi --Institute Agama Islam Salatiga, Salatiga, 2015)
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Qotriah, Lailatul. Teknik Komunikasi Persuasif dalam Novel Islami Anak Rantau, (Skripsi--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2019)
- Rahmawati, Annisa. Pembelajaran Mengevaluasi Teks Negosiasi Berorientasi Pada Ungkapan Persuasif Dengan Model Think Pair Share Pada Peserta Didik Kelas X SMAN 15 Bandung Tahun Pelajaran 2017/2018 (Skripsi – Universitas Pasundan Bandung, 2018)
- "Tips Agar Tulisanmu Related dengan Pembaca," Video Youtube, 1:10-1:18, dikirim "Ahmad Rifa'I Rif'an," Januari 2, 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=x2C3z3TkYT8> (diakses 26 Januari 2021)
- @ahmadrifairifan, Ahmad Rifa'I Rif'an,



---

<https://instagram.com/ahmadrifairifan?igshid=1iz6rrjsnnq9d>,(diakses  
Januari 2021)

26