

Kepemimpinan Profetik Era Post-Truth: Analisis Etika Komunikasi Islam dan Hiperkonektivitas

Ahmad Sofian¹, Suhaily Amri Hasibuan², Ahmad Tamrin Sikumbang³, Zhila Jannati⁴ dan Muhammad Randicha Hamandia⁵

^{1, 2, 3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

^{4, 5} Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

ahmad4004253002@uinsu.ac.id, suhaily4004253001@uinsu.ac.id,
ahmadtamrinsikumbang@uinsu.ac.id, zhila_jannati10@radenfatah.ac.id,
mrandichahamandia_uin@radenfatah.ac.id

Article:

Received: 27 April 2026

Accepted: 25 Mei 2026

Published: 30 Juni 2026

© 2026 The Author(s).



This is an open-access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

Correspondence Address:

ahmad4004253002@uinsu.ac.id

Abstrak: Fokus utama penelitian ini adalah pergeseran makna kepemimpinan di era post-truth, ketika komunikasi pemimpin kerap terjebak dalam hiperrealitas dan pencitraan semu. Penelitian ini bertujuan menganalisis karakteristik kepemimpinan Islam sebagai antitesis terhadap krisis etika komunikasi digital. Dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan, data dianalisis melalui analisis filosofis kritis dan analisis tematik terhadap literatur keislaman, teori komunikasi kontemporer, serta wacana post-truth. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik profetik (siddiq, amanah, tabligh, dan fathonah) bukan sekadar moralitas normatif, melainkan landasan ontologis dalam komunikasi organisasi dan publik. Di era hiperkonektivitas, pemimpin Islam dituntut mendekonstruksi simulakra media dengan mengedepankan prinsip tabayyun dan qaulan sadida. Temuan ini berdampak praktis sebagai dasar penyusunan literasi kepemimpinan profetik bagi organisasi Islam, lembaga pendidikan, dan pemangku kebijakan agar komunikasi publik lebih autentik, transparan, dan tahan terhadap misinformasi digital.

Kata Kunci: Etika Digital, Hiperkonektivitas, Kepemimpinan Islam, Komunikasi Profetik, Post-Truth.

Abstract: *The main focus of this research is the shifting meaning of leadership in the post-truth era, where leaders' communication is often trapped in hyperreality and false imagery. This study aims to analyze the characteristics of Islamic leadership as an antithesis to the crisis of communication ethics in the digital era. Using library research, the data are examined through critical philosophical and thematic analysis of Islamic literature, contemporary communication theory, and post-truth discourse. The results show that prophetic characteristics (siddiq, amanah, tabligh, and fathonah) are not merely normative morality but ontological foundations in organizational and public communication. In the era of hyperconnectivity, Islamic leaders are required to deconstruct media simulacra by prioritizing tabayyun and qaulan sadida. Practically, these findings provide a conceptual basis for prophetic leadership literacy in Islamic organizations, educational institutions, and public policy settings so that public communication becomes more authentic, transparent, and resilient against digital misinformation.*

Keyword: *Digital Ethics, Hyperconnectivity, Islamic Leadership, Post-Truth, Prophetic Communication.*

Pendahuluan

Dinamika kepemimpinan kontemporer pada dekade ketiga abad ke-21 tengah menghadapi disrupsi fundamental dan turbulensi yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam sejarah peradaban manusia. Disrupsi ini tidak hanya digerakkan oleh inovasi teknologi, melainkan oleh pergeseran epistemologis dalam cara manusia memahami kebenaran, memproduksi wacana, dan mengonsumsi informasi akibat penetrasi media digital yang masif. Era ini secara konseptual sering diidentifikasi sebagai era *post-truth* (pasca-kebenaran) dan hiperkonektivitas, sebuah kondisi zaman di mana batasan ontologis antara kebenaran faktual (fakta empiris) dan kebohongan yang dikonstruksi secara emosional menjadi semakin kabur, rapuh, dan terdistorsi.¹ Dalam tatanan sosiologis semacam ini, praktik kepemimpinan mengalami anomali yang serius; kepemimpinan yang sejatinya merupakan manifestasi dari keteladanan moral dan tanggung jawab sosial telah tereduksi menjadi komoditas pencitraan di ruang-ruang digital.

Kondisi tersebut melahirkan sebuah krisis etika yang eskalatif dalam tatanan komunikasi organisasi maupun komunikasi publik. Pemimpin, baik dalam konteks keagamaan, politik, maupun korporasi sering kali beroperasi dalam ruang gema (echo chamber) yang direkayasa oleh algoritma, di mana citra (image) dan simulakra lebih diutamakan daripada substansi kebijakan dan integritas moral. Fenomena ini sangat koheren dengan kritik postmodernisme yang menyoroti bagaimana realitas telah digantikan oleh "tanda" dan "simbol" yang kehilangan rujukannya pada realitas objektif.

¹ Anwar Arifin, *Dakwah dan Komunikasi Politik di Era Post-Truth* (Jakarta: Rajawali Pers, 2021), 45.

Dalam ruang hiperrealitas, pemimpin memanipulasi tanda-tanda kebaikan, kesalehan, atau kompetensi bukan untuk merepresentasikan kenyataan yang sebenarnya, melainkan untuk merekayasa persetujuan audiens (*engineering of consent*). Akibatnya, komunikasi kepemimpinan kehilangan fungsi edukatif dan emansipatorisnya, beralih fungsi menjadi instrumen manipulasi massa yang banal dan dangkal.²

Degradasi fungsi komunikasi kepemimpinan ini tidak dapat dipisahkan dari fenomena hiperkonektivitas sebuah keadaan di mana setiap individu senantiasa terhubung secara permanen melalui jaringan internet dan perangkat pintar. Meskipun secara teoritis hiperkonektivitas menawarkan demokratisasi informasi, secara praksis ia justru melahirkan patologi informasi berupa *information overload* (ledakan informasi), *hoax*, ujaran kebencian, dan polarisasi sosial yang ekstrem.³ Ketika kebohongan direproduksi secara terus-menerus melintasi berbagai platform media sosial, kebohongan tersebut lambat laun bermutasi menjadi "kebenaran alternatif" yang diyakini oleh massa. Di sinilah letak krisis terbesar kepemimpinan modern: ketika seorang pemimpin terjebak pada pragmatisme digital, mereka cenderung mengorbankan kejujuran (*veracity*) demi popularitas (*algorithmic likes, shares, dan engagement*).

Merespons krisis multidimensional dan krisis kepercayaan yang mendera institusi modern, diskursus mengenai karakteristik kepemimpinan mutlak memerlukan reorientasi filosofis, teologis, dan praksis. Paradigma kepemimpinan sekuler pragmatis yang berakar pada pemikiran Machiavellian terbukti gagal menghadirkan kedamaian dan kesejahteraan autentik karena melegitimasi segala cara demi mempertahankan kekuasaan. Sebagai antitesisnya, Islam, sebagai sistem nilai yang komprehensif (*syamil mutakamil*), menawarkan paradigma kepemimpinan profetik yang berakar pada prinsip tauhid dan etika universal.⁴ Kepemimpinan dalam perspektif Islam bukanlah manifestasi dari hegemoni kekuasaan, bukan pula sekadar manajemen teknis struktural, melainkan sebuah amanah teologis (*khalifah fil ardh*) yang menuntut akuntabilitas ganda: pertanggungjawaban vertikal kepada Allah SWT (*hablum minallah*) dan tanggung jawab horizontal kepada umat manusia (*hablum minannas*).

Dalam ontologi komunikasi Islam, setiap ujaran, keputusan, dan tindakan pemimpin memiliki dimensi eskatologis (berorientasi pada hari akhir). Karakteristik kepemimpinan Islam yang direpresentasikan oleh figur sentral Nabi Muhammad SAW yaitu *shiddiq* (integritas/kebenaran), *amanah* (akuntabilitas), *tabligh* (komunikatif/transparan), dan

² Toto Suharto, "Hiperrealitas dan Krisis Otoritas Ulama di Dunia Maya: Analisis Semiotika Baudrillard," *Ulumuna: Journal of Islamic Studies* 26, no. 1 (2022): 12.

³ Moeslim Abdurrahman, *Islam Transformatif dan Etika Digital Kontemporer* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2023), 88.

⁴ Harun Nasution, *Teologi Islam: Rasionalitas dan Tanggung Jawab Pemimpin* (Jakarta: UI Press, 2020), 102.

fathonah (kecerdasan/kearifan) merupakan bangunan etika yang sangat kokoh untuk menangkal patologi era *post-truth*. Namun sayangnya, literatur akademik dan kajian keislaman yang mengeksplorasi kepemimpinan Islam sering kali terjebak pada pendekatan historis romantis yang statis.⁵ Banyak penelitian terdahulu yang hanya mereproduksi narasi kejayaan masa lalu tanpa melakukan kontekstualisasi teoretis dan metodologis yang memadai sebagai pisau bedah kritis terhadap patologi komunikasi kepemimpinan di era kecerdasan buatan dan media sosial hari ini.

Terdapat kesenjangan (*research gap*) akademik antara idealisme doktrinal kepemimpinan Islam dan realitas pragmatis kepemimpinan kontemporer. Kajian Anwar Arifin, misalnya, menegaskan bahwa dakwah dan komunikasi politik Islam perlu menjaga etika kebenaran di tengah gejala *post-truth*, tetapi penekanannya lebih banyak berada pada dimensi normatif-historis komunikasi politik Islam. Sementara itu, Hidayat memberi perhatian pada psikologi komunikasi kepemimpinan Islam, terutama pada pembentukan kharisma, kepercayaan, dan relasi batin antara pemimpin dan pengikut. Kedua kajian tersebut penting sebagai landasan awal, tetapi pendekatan historis-romantis yang menonjolkan keteladanan masa lalu belum sepenuhnya memadai untuk membaca problem baru berupa algoritmisasi citra, komodifikasi kesalahan digital, dan produksi hiperrealitas kepemimpinan di media sosial. Oleh karena itu, artikel ini menempatkan *shiddiq*, amanah, *tabligh*, dan *fathonah* bukan hanya sebagai warisan etis, melainkan sebagai kerangka kritis untuk melawan manipulasi informasi dan komodifikasi nilai di era hiperkonektivitas.

Kepemimpinan di era kekinian tidak lagi cukup hanya bermodal kharisma. Ia menuntut literasi digital yang mumpuni yang dibingkai oleh epistemologi tauhidik. Pemimpin Islam saat ini harus mampu menavigasi arus deras misinformasi dengan menghadirkan narasi komunikasi yang membumi, berlandaskan prinsip *tabayyun* (verifikasi fakta), *qaulan sadida* (perkataan yang benar dan presisi), dan *qaulan ma'rufa* (perkataan yang pantas dan baik). Jika era *post-truth* membunuh kebenaran demi emosi, maka komunikasi profetik hadir untuk merestorasi nalar publik dan membersihkan ruang publik dari polusi simulakra yang menyesatkan.⁶

Penelitian ini memiliki urgensi yang sangat fundamental. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya khazanah keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan menawarkan formulasi baru yang memadukan teori komunikasi kritis dengan etika profetik. Secara praktis, tulisan ini memproyeksikan sebuah desain manajerial bagi para pemimpin organisasi Islam, pendidik, dan pemangku kebijakan publik dalam merancang strategi komunikasi yang efektif, transparan, dan tahan uji terhadap gempuran disrupsi

⁵ Husni Mubarak, "Konstruksi Kepemimpinan Islam di Era Post-Truth: Sebuah Tinjauan Filosofis," *Teosofi: Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam* 13, no. 1 (2023): 60.

⁶ Mulyadhi Kartanegara, *Filsafat Komunikasi Islam: Menyibak Makna di Balik Kata* (Yogyakarta: IRCiSoD, 2021), 134.

informasi. Oleh karena itu, elaborasi mendalam mengenai karakteristik kepemimpinan profetik sebagai antitesis krisis etika di era *post-truth* menjadi fokus analisis kritis yang akan dibedah secara komprehensif dalam artikel ini.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu desain penelitian kualitatif yang mengandalkan sumber literatur akademik, teks otoritatif, dan dokumen konseptual sebagai basis pengumpulan data tanpa melakukan riset lapangan. Pendekatan ini dipilih karena artikel berupaya merumuskan ulang fondasi ontologis, epistemologis, dan aksiologis kepemimpinan profetik dalam menghadapi krisis komunikasi era *post-truth*. Dalam kerangka ini, penelitian kepustakaan tidak dipahami sebagai kompilasi sumber, melainkan sebagai proses pembacaan kritis untuk mengekstraksi makna, membandingkan gagasan, dan membangun sintesis konseptual baru yang relevan dengan fenomena kekinian.⁷⁸⁹

Secara operasional, penelitian ini bersifat deskriptif-analitis dengan basis data berupa karya-karya fundamental mengenai komunikasi Islam, tafsir tematik, kepemimpinan profetik, teori *post-truth*, hiperkonektivitas, serta kajian simulakra Jean Baudrillard. Data sekunder diperoleh dari buku akademik dan artikel jurnal ilmiah yang dipublikasikan terutama pada rentang 2020-2026 agar analisis tetap mutakhir. Penelusuran literatur dilakukan melalui Google Scholar, DOAJ, SINTA, dan katalog perpustakaan digital dengan kombinasi kata kunci seperti 'kepemimpinan profetik', 'etika komunikasi Islam', 'post-truth', 'hiperkonektivitas', 'simulacra', 'tabayyun', dan 'qaulan sadida'. Literatur dipilih berdasarkan relevansi tema, keterkaitan langsung dengan komunikasi kepemimpinan, dan kontribusinya terhadap pembacaan etika Islam di ruang digital; sedangkan sumber yang hanya bersifat populer, tidak memiliki dasar akademik, atau tidak berhubungan langsung dengan fokus penelitian dikeluarkan dari korpus analisis.

Teknik analisis data menggunakan analisis filosofis kritis dan analisis tematik agar selaras dengan karakter pembahasan yang bersifat konseptual. Prosedurnya meliputi pengorganisasian sumber, pembacaan mendalam, pengkodean tema-tema utama seperti tauhid, simulakra, tabayyun, qaulan sadida, shiddiq, amanah, tabligh, dan fathonah, kemudian penafsiran argumentatif untuk merekonstruksi kepemimpinan profetik sebagai paradigma komunikasi yang autentik di era digital. Dengan demikian, metode penelitian ini tidak dipaksakan sebagai bedah wacana empiris atas pidato atau unggahan media sosial

⁷ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 6th ed. (Thousand Oaks, CA: Sage Publication, 2023), 56.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2020), 305.

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2021), 145.

tertentu, melainkan sebagai sintesis kritis atas gagasan keislaman dan teori komunikasi kontemporer.¹⁰

Hasil dan Pembahasan

1. Ontologi Kepemimpinan Islam di Tengah Krisis Simulakra dan Hiperrealitas

Dalam membongkar karakteristik kepemimpinan, kita harus memulainya dari tataran ontologis. Konsepsi kepemimpinan dalam Islam (*qiyadah*) tidak berdiri di atas ruang hampa, melainkan bertumpu pada fondasi teologis yang sangat kokoh: Tauhid. Kepemimpinan adalah manifestasi dari status manusia sebagai *khalifah fil ardh* (wakil Allah di muka bumi) yang diamanatkan untuk merealisasikan *maqashid al-syariah* (tujuan-tujuan syariat yang mencakup perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta). Berbeda secara diametral dengan paradigma kepemimpinan Machiavellian yang sekuler yang memisahkan antara moralitas dan kekuasaan demi memenangkan supremasi politik kepemimpinan Islam adalah sebuah integrasi organik antara dimensi ilahiah (spiritual) dan insaniah (kemanusiaan).¹¹

Namun, ketika konsep murni ini dihadapkan pada realitas era digital yang diwarnai oleh fenomena hiperkonektivitas, terjadi benturan ontologis yang luar biasa. Era digital melahirkan apa yang disebut oleh Jean Baudrillard sebagai *simulakra*, sebuah tatanan realitas semu di mana tanda (gambar, video, narasi digital) tidak lagi merepresentasikan dunia nyata, melainkan menciptakan realitasnya sendiri (*hyperreality*).¹² Dalam konteks kepemimpinan, pemimpin kontemporer sering kali lebih sibuk memproduksi "citra kepemimpinan" di media sosial daripada mempraktikkan substansi kepemimpinan itu sendiri di dunia nyata. Pemimpin berlomba-lomba merekayasa persepsi publik menggunakan konsultan komunikasi, algoritma media, dan pasukan siber (*cyber troops*) untuk menciptakan kesan kesalehan, ketegasan, atau kecerdasan yang sejatinya artifisial. Secara epistemologis, hiperrealitas berbenturan dengan prinsip tauhid karena tauhid menuntut kesatuan antara kebenaran, orientasi pengabdian, dan tindakan nyata, sedangkan hiperrealitas memutus hubungan antara tanda dan realitas.

Dalam perspektif epistemologi Islam, kebenaran tidak dapat direduksi menjadi citra yang disukai publik atau performa simbolik yang dikendalikan algoritma, sebab pengetahuan harus mengantar manusia pada pengenalan tatanan wujud dan adab yang benar. Karena itu, istilah 'syirik modern' dalam komunikasi dipahami secara analogis, bukan sebagai vonis teologis personal, yaitu ketika orientasi kepemimpinan bergeser dari penghambaan kepada Allah menuju penghambaan pada validasi digital, popularitas, dan kultus citra. Tafsir kontemporer mengenai qaulan sadida juga menegaskan bahwa komunikasi yang benar harus jujur, lurus, dan tidak mencampuradukkan kebenaran dengan

¹⁰ Creswell, *Research Design*, 210.

¹¹ Fazlur Rahman, *Kepemimpinan Ideal dalam Perspektif Al-Qur'an*, terj. Taufik Adnan Amal (Bandung: Pustaka, 2022), 77.

¹² Suharto, "Hiperrealitas dan Krisis Otoritas," 15.

kebatilan; maka pencitraan yang sengaja memproduksi ilusi kesalehan, ketegasan, atau kompetensi bertentangan dengan tauhid karena menjadikan tanda sebagai berhala simbolik yang menutupi substansi amanah. Dengan demikian, kepemimpinan profetik bertugas membongkar topeng hiperrealitas dan mengembalikan komunikasi pada kejujuran yang melayani, bukan pencitraan yang memanipulasi.

2. Dekonstruksi Karakteristik Profetik dalam Praksis Komunikasi Organisasi Era Digital

Karakteristik kepemimpinan Islam secara empiris dan historis mengakar pada empat pilar sifat wajib Nabi Muhammad SAW. Di era *post-truth*, keempat sifat ini tidak boleh sekadar dibaca sebagai narasi akhlak normatif yang statis, melainkan harus didekonstruksi dan direkontekstualisasi sebagai metodologi, strategi manajerial, dan basis kompetensi kepemimpinan digital yang tajam.

Pertama, Shiddiq (Integritas, Kebenaran Absolut). Di era *post-truth*, di mana fakta objektif memiliki pengaruh yang lebih kecil dalam membentuk opini publik dibandingkan daya tarik emosional, nilai *shiddiq* menjadi antitesis yang revolusioner. *Siddiq* menuntut seorang pemimpin untuk berani menyatakan kebenaran faktual meskipun tidak populer. Dalam praktik komunikasi organisasi modern, pemimpin yang *shiddiq* tidak akan melakukan fabrikasi data (*data manipulation*), menyembunyikan defisit anggaran, atau menggunakan strategi manipulasi *deepfake* untuk menjatuhkan lawan.¹³ *Shiddiq* menciptakan *brand trust* (kepercayaan institusional) jangka panjang yang tidak akan hancur oleh fluktuasi opini di media sosial, karena ia dibangun di atas fondasi realitas, bukan rekayasa.

Kedua, Amanah (Akuntabilitas, Transparansi, dan Keandalan). Terminologi amanah memiliki makna yang sangat luas, meliputi kapabilitas profesional sekaligus moral. Di era hiperkonektivitas, karakter amanah bertransformasi menjadi komitmen terhadap perlindungan privasi data umat/konstituen dan transparansi pengambilan keputusan.¹⁴ Pemimpin yang amanah memahami bahwa ruang digital dan kekuasaan informasi bukan privilege untuk menghegemoni bawahan, melainkan instrumen pertanggungjawaban. Komunikasi yang lahir dari sifat amanah adalah komunikasi yang simetris, tidak ada *hidden agenda*. Ketika sebuah organisasi mengalami krisis *public relations*, pemimpin yang amanah tidak akan mencari kambing hitam (*scapegoating*) melalui narasi media, melainkan akan tampil ke publik, mengambil tanggung jawab, dan menawarkan solusi mitigatif yang konkret.

Ketiga, Tabligh (Komunikatif, Edukatif, dan Artikulatif). *Tabligh* secara harfiah berarti menyampaikan. Dalam perspektif teori komunikasi kontemporer, *tabligh* bersinggungan langsung dengan kompetensi komunikasi interpersonal dan publik (*communication skill*).

¹³ Muhammad Iqbal, "Siddiq dan Amanah: Fondasi Kepercayaan Publik di Tengah Krisis Simulakra Digital," *Jurnal Pemikiran Keislaman* 33, no. 2 (2022): 215

¹⁴ Hilman Latief, *Kepemimpinan Filantropi Islam dan Transparansi Era Digital* (Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2022), 90.

Pemimpin yang menguasai seni *tabligh* tidak hanya mahir berorasi, tetapi ia mampu melakukan "peretasan algoritma" (*algorithm hacking*) demi kepentingan dakwah dan pencerahan publik.¹⁵ Ia mengartikulasikan visi organisasi dengan bahasa yang inklusif, merangkul generasi milenial dan gen-Z tanpa mengorbankan kedalaman makna filosofis agama. Lebih jauh, *tabligh* di era hiperkonektivitas menuntut pemimpin untuk mentransformasi informasi mentah menjadi "pengetahuan" (*knowledge*) dan "hikmah" (*wisdom*) bagi para pengikutnya, sehingga organisasi tidak tersesat dalam lautan *information overload*.

Keempat, *Fathonah* (Kecerdasan, Literasi Digital, dan Visi Strategis). Karakter *fathonah* merepresentasikan intelektualitas paripurna. Di era kecerdasan buatan, kecerdasan seorang pemimpin tidak lagi diukur dari kemampuannya menghafal prosedur manajerial, melainkan kapabilitas berpikir analitis kritis (*critical thinking*), pemecahan masalah yang kompleks, dan *digital quotient* (DQ). Pemimpin yang *fathonah* adalah arsitek sistem; ia mampu memetakan tren disrupsi, membedakan mana informasi yang valid dan mana yang *hoax* bersponsor, serta memiliki ketangkasan struktural (*agility*) dalam mengubah haluan organisasi di tengah krisis yang tiba-tiba (*volatility, uncertainty, complexity, ambiguity - VUCA*).¹⁶ Integrasi keempat pilar ini secara komprehensif menggeser posisi organisasi Islam dari entitas yang reaktif defensif menjadi entitas yang proaktif transformatif.

3. Etika Komunikasi Digital: Implementasi *Qaulan Sadida* dan *Tabayyun* sebagai Resolusi Post-Truth

Salah satu temuan paling krusial dari analisis kajian ini adalah bagaimana karakteristik kepemimpinan Islam dimanifestasikan dalam bentuk praksis etika komunikasi yang sangat mendetail dalam Al-Qur'an. Pemimpin yang berada dalam era *post-truth* tidak dapat melepaskan diri dari tuntutan menggunakan bahasa sebagai alat kontrol sosial. Al-Qur'an menawarkan taksonomi komunikasi yang sangat komprehensif yang seharusnya menjadi standar operasional prosedur (SOP) bagi setiap figur publik.

Konsep sentral dalam komunikasi pimpinan adalah *Qaulan Sadida* (QS. Al-Ahzab: 70), yang bermakna perkataan yang benar, akurat, faktual, dan tidak ambigu.¹⁷ Di tengah masyarakat digital yang terbiasa dengan bahasa provokatif, sarkasme, dan *clickbait*, *qaulan sadida* bertindak sebagai "rem moral". Pemimpin tidak diperkenankan menggunakan ambiguitas semantik untuk lari dari tanggung jawab. Selain itu, hadir pula konsep *Qaulan Baligha* (QS. An-Nisa: 63), yakni komunikasi yang efektif, menyentuh relung hati, dan

¹⁵ Hendra Darmawan, "Relevansi Sifat Profetik Tabligh dalam Memerangi Hoaks di Era Hiperkonektivitas," *Jurnal Dakwah Risalah* 31, no. 1 (2020): 50.

¹⁶ Budi Kurniawan, "Kepemimpinan *Fathonah* dalam Manajemen Krisis Institusi Pendidikan Tinggi Islam," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 10, no. 4 (2024): 310.

¹⁷ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an tentang Etika Sosial* (Jakarta: Lentera Hati, 2021), Vol. 11, 234.

berbekas pada jiwa. Ini adalah strategi persuasi tertinggi yang melampaui teknik manipulasi neuro-linguistik Barat. Pemimpin menyentuh rasionalitas audiens (melalui *tabligh* dan *fathonah*) sekaligus menyentuh spiritualitas mereka (melalui pendekatan hati nurani). Peneliti juga menganalisis dengan tajam relevansi konsep *Tabayyun* (QS. Al-Hujurat: 6) sebagai mekanisme pertahanan kelembagaan (*institutional defense mechanism*) terhadap destruksi *post-truth*.¹⁸ *Tabayyun*, secara epistemologis, adalah proses investigasi kritis dan verifikasi berlapis sebelum menyimpulkan atau merespons sebuah informasi. Era hiperkonektivitas menjebak manusia dalam ilusi kecepatan (*speed over accuracy*). Pemimpin sering terdesak untuk memberikan pernyataan (*statement*) dalam hitungan detik setelah sebuah isu viral. Paradigma Islam menolak ketergesa-gesaan (*isti'jal*) ini yang dianggap berasal dari setan. Pemimpin yang memiliki karakter *fathonah* akan menerapkan *tabayyun digital*, melakukan *fact-checking*, berkonsultasi dengan para ahli (*ahludz-dzikh*), dan membaca konteks sejarah di balik sebuah teks digital. Dengan demikian, pemimpin menjadi penawar (antidot) bagi histeria massa, bukan malah menjadi provokator yang menunggangi gelombang emosi umat.

4. Analisis Kritis Peneliti: Kepemimpinan Transformatif Berbasis Tauhid

Secara holistik, peneliti berpendapat bahwa sintesis dari teori-teori kepemimpinan konvensional dengan paradigma nilai-nilai keislaman melahirkan apa yang disebut sebagai "Kepemimpinan Transformatif Berbasis Tauhid." Dalam tinjauan sosiologi komunikasi, pemimpin saat ini mengalami fenomena "kematian kepakaran" (the death of expertise), di mana suara seorang ahli atau pemimpin keagamaan yang otoritatif disamakan posisinya dengan komentar buzzer anonim di ruang digital. Untuk merebut kembali ruang publik yang telah dikuasai oleh algoritma kapitalistik ini, pemimpin Islam tidak bisa menggunakan senjata yang sama berupa intrik kebohongan. Senjata utama untuk melawan *post-truth* adalah hiper-autentisitas (*hyper-authenticity*).¹⁹

Kepemimpinan transformatif berbasis tauhid mengubah struktur hierarkis komunikasi yang kaku menjadi komunikasi intrapersonal dan interpersonal yang emansipatoris. Pemimpin tidak menempatkan dirinya sebagai subjek dominan dan bawahan sebagai objek pasif. Melainkan, memosisikan organisasi sebagai sebuah ekosistem *jamaah* yang terikat oleh kesamaan akidah dan visi. Krisis etika di era digital pada dasarnya adalah krisis eksistensial. Manusia kehilangan arah karena teknologi gagal memberikan makna hidup. Di titik nadir inilah, pemimpin profetik hadir. Mereka tidak sekadar menginstruksikan pekerjaan (*doer*), tetapi menginspirasi pengikutnya tentang esensi kehidupan (*being*).

¹⁸ Umar Sidiq, "Manajemen Komunikasi Pemimpin Berbasis Pendekatan Tabayyun dalam Mengatasi Disinformasi," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 2 (2021): 255.

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Ilmu Komunikasi dan Etika Kepemimpinan Masa Kini* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2022), 176.

Ketajaman analisis ini mengerucut pada satu postulat: Selama karakteristik kepemimpinan (*Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathonah*) belum diinternalisasi menjadi kurikulum manajerial dan literasi digital di institusi pendidikan maupun kenegaraan, maka organisasi manapun akan terus tergerus oleh badai simulakra. Reformasi birokrasi dan rekayasa institusi harus dimulai dari "rekayasa ontologis" sang pemimpin mengembalikan orientasi niat semata-mata untuk mengabdikan, bukan untuk dipertontonkan di panggung hiperrealitas. Dengan tegaknya pilar ini, komunikasi Islam di era penyiaran digital tidak hanya berfungsi sebagai media transmisi pesan, tetapi sebagai medium transformasi peradaban yang membebaskan umat dari kegelapan kebodohan digital (*jahiliyah digital*) menuju cahaya pencerahan etika keislaman.

Kesimpulan

Berdasarkan diskursus teoretis dan analisis kritis yang telah dielaborasi secara mendalam, penelitian ini menyimpulkan bahwa karakteristik kepemimpinan dalam perspektif Islam menawarkan kerangka resolutive ontologis, epistemologis, dan aksiologis yang sangat kokoh dalam menghadapi krisis etika di era *post-truth* dan hiperkonektivitas. Pergeseran kepemimpinan kontemporer yang terjebak dalam manipulasi simulakra dan hiperrealitas pencitraan digital harus didekonstruksi menggunakan pilar profetik *shiddiq* (integritas faktual), *amanah* (akuntabilitas digital), *tabligh* (komunikasi transformatif), dan *fathonah* (kecerdasan/literasi strategis).

Keempat karakteristik ini bukan sekadar entitas moral pasif, melainkan instrumen manajerial progresif yang mampu memfilter ledakan disinformasi dan hoaks. Implementasi praktis etika komunikasi Al-Qur'an melalui prinsip *tabayyun* (verifikasi objektif) serta pemanfaatan diksi qaulan *sadida*, qaulan *baligha*, dan qaulan *karima* merupakan strategi penawar untuk membongkar ruang gema algoritma media sosial yang kerap memecah belah umat. Dengan demikian, kepemimpinan Islam menghadirkan hiper-autentisitas yang mengembalikan martabat manusia dan tujuan hakiki komunikasi organisasi. Temuan ini merekomendasikan integrasi kurikulum kepemimpinan profetik pada perguruan tinggi, lembaga pemerintahan, organisasi keagamaan, dan pusat pelatihan kepemimpinan digital. Namun, riset kepustakaan ini memiliki limitasi pada tataran teks; oleh karena itu, akademisi berikutnya disarankan menguji kerangka teoretis ini melalui penelitian lapangan, studi kasus, atau analisis konten digital terhadap praktik komunikasi pemimpin di korporasi media dan organisasi massa Islam di Indonesia.

Referensi

- Abdurrahman, Moeslim. *Islam Transformatif dan Etika Digital Kontemporer*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2023.
- Al-Attas, Syed Muhammad Naquib. *Konsep Kepemimpinan dan Epistemologi Islam di Era Modern*. Bandung: Mizan, 2021.

- Amin, Ma'ruf. *Etika Kepemimpinan dan Komunikasi Publik dalam Islam*. Yogyakarta: LKiS, 2022.
- Arifin, Anwar. *Dakwah dan Komunikasi Politik di Era Post-Truth*. Jakarta: Rajawali Pers, 2021.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2021.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah dan Dinamika Komunikasi Kontemporer*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana, 2024.
- Basyar, Hamdan. "Resiliensi Komunikasi Pemimpin Muslim Menghadapi Algoritma Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Islam* 12, no. 2 (2022): 145-162.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 6th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2023.
- Darmawan, Hendra. "Relevansi Sifat Profetik Tabligh dalam Memerangi Hoaks di Era Hiperkonektivitas." *Jurnal Dakwah Risalah* 31, no. 1 (2020): 45-60.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Ilmu Komunikasi dan Etika Kepemimpinan Masa Kini*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2022.
- Fadlullah, Muhammad. *Karakteristik Kepemimpinan Khalifah dalam Arus Informasi Global*. Surabaya: Ampel Press, 2025.
- Fauzi, Ahmad, dan Dian Rahmawati. "Analisis Wacana Kritis terhadap Pencitraan Politik dan Etika Islam." *Studia Islamika: Indonesian Journal for Islamic Studies* 28, no. 3 (2021): 411-435.
- Hidayat, Komaruddin. *Psikologi Komunikasi Kepemimpinan Islam*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2023.
- Iqbal, Muhammad. "Siddiq dan Amanah: Fondasi Kepercayaan Publik di Tengah Krisis Simulakra Digital." *Jurnal Pemikiran Keislaman* 33, no. 2 (2022): 210-228.
- Jannati, Risa, dan Lukman Hakim. "The Prophet's Communication Strategies in Building Organizational Cohesiveness." *Indonesian Journal of Islamic Communication* 5, no. 1 (2023): 77-92.
- Kartanegara, Mulyadhi. *Filsafat Komunikasi Islam: Menyibak Makna di Balik Kata*. Yogyakarta: IRCiSoD, 2021.
- Kurniawan, Budi. "Kepemimpinan Fathonah dalam Manajemen Krisis Institusi Pendidikan Tinggi Islam." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 10, no. 4 (2024): 301-318.
- Latief, Hilman. *Kepemimpinan Filantropi Islam dan Transparansi Era Digital*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2022.
- Lubis, Lusiana. "Etika Komunikasi Qaulan Sadida sebagai Resolusi Konflik di Media Sosial." *Jurnal Kajian Komunikasi* 9, no. 1 (2021): 88-102.
- Mahmudah, Siti. "Integrasi Nilai-Nilai Profetik dalam Budaya Komunikasi Korporat." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 8, no. 2 (2022): 112-130.
- Mubarak, Husni. "Konstruksi Kepemimpinan Islam di Era Post-Truth: Sebuah Tinjauan Filosofis." *Teosofi: Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam* 13, no. 1 (2023): 55-78.

- Nasution, Harun. *Teologi Islam: Rasionalitas dan Tanggung Jawab Pemimpin*. Jakarta: UI Press, 2020.
- Nugroho, Riant. *Public Policy dan Etika Kepemimpinan Negara*. Edisi ke-7. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2024.
- Qardhawi, Yusuf. *Fiqh Kepemimpinan: Menimbang Otoritas dan Moralitas*. Diterjemahkan oleh Abdul Somad. Jakarta: Pustaka Setia, 2021.
- Rahman, Fazlur. *Kepemimpinan Ideal dalam Perspektif Al-Qur'an*. Diterjemahkan oleh Taufik Adnan Amal. Bandung: Pustaka, 2022.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an tentang Etika Sosial*. Vol. 11. Jakarta: Lentera Hati, 2021.
- Sidiq, Umar. "Manajemen Komunikasi Pemimpin Berbasis Pendekatan Tabayyun dalam Mengatasi Disinformasi." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 2 (2021): 250-271.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Suharto, Toto. "Hiperrealitas dan Krisis Otoritas Ulama di Dunia Maya: Analisis Semiotika Baudrillard." *Ulumuna: Journal of Islamic Studies* 26, no. 1 (2022): 1-24.
- Syafii, Ahmad. "Model Komunikasi Organisasi Islam dalam Membangun Efektivitas Kinerja." *JKPI: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 11, no. 2 (2024): 110-125.
- Wahid, Abdurrahman. *Islam Kosmopolitan dan Nilai Universal Kepemimpinan*. Ciputat: The Wahid Institute, 2020.
- Yusuf, M. "Peran Komunikasi Intrapersonal Pemimpin dalam Pengambilan Keputusan Etis." *Jurnal Psikologi Islam* 18, no. 2 (2025): 140-158.