

## **Konsep Manajemen Syariah dalam Menghadapi Perilaku Generasi Milineal dalam Menggunakan Media Sosial di Era Digital**

**Rita Dwi Lestari Hulu<sup>1</sup>, Chuzaimah batubara<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[lestarihulurita@gmail.com](mailto:lestarihulurita@gmail.com)<sup>1</sup>, [chuzaimahbatubara@uinsu.ac.id](mailto:chuzaimahbatubara@uinsu.ac.id)<sup>2</sup>

### **ABSTRAK**

Generasi millennial adalah generasi yang memiliki ciri-ciri khusus., dan juga Generasi yang sama adalah hedonis, konsumtif, dan cenderung mencari kemewahan dalam hidup mereka. Dan Perubahan perilaku yang disebabkan oleh kemajuan teknologi termasuk penggunaan smartphone dan media sosial oleh generasi millennial; kebiasaan ini dapat membantu mereka dalam pekerjaan mereka begitu sebaliknya akan berdampak negatif jika kebiasaan ini digunakan untuk hal diluar dari pekerjaan mereka. Karena pada saat ini Generasi millennial sangat terikat dengan teknologi sebagai gaya hidup, yang dipengaruhi oleh arus informasi yang cepat, ketidakpastian, dan tuntunan yang tinggi. Ini juga berdampak pada tingkah laku dan sikap mereka. Apalagi di jaman saat ini Situs media sosial memungkinkan masyarakat serupa menjangkau audiens yang tersebar di seluruh dunia dan memberikan mereka cara untuk berkoneksi, bersosialisasi, dan mencari tahu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku generasi millennial dalam menggunakan media sosial di era digital dalam konsep manajemen syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan angket kuesioner (online) serta observasi

*Kata kunci: manajemen syariah, generasi millennial, media sosial, era digital*

## PENDAHULUAN

Islam sistem hidup yang ideal yang tentu saja didalamnya terdapat konsep pemikiran manajemen. Menggunakan metode syariah yang ditemukan dalam kitab suci atau yang diajarkan oleh nabi Muhammad saw untuk mengelola semua sumber daya yang dimiliki disebut manajemen syariah. Konsep syariah berasal dari hukum Al Quran dan digunakan sebagai dasar untuk mengelola elemen manajemen agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Yang membedakan manajemen syariah dari manajemen umum adalah bagaimana konsep Ilahiyah diterapkan. (sunarji Harahap 2017)

Dan pada nyatanya pada saat ini Millenials adalah generasi yang lahir antara tahun 1981 dan 2000. dimana pada saat ini mempunyai tantangan yang sangat berat yaitu di era digital pada saat ini yang semua teknologi semakin canggih dan luar biasa hebatnya dari setiap tahunnya ada perubahan untuk setiap teknologi digital. Dan tantangan terberat lainnya yang harus dihadapi generasi millennial adalah tantangan media sosial yang sangat banyak digunakan masyarakat dari berbagai kalangan dimana media sosial saat ini sangat banyak ragam dan macamnya.

Pendidikan karakter telah menjadi pengaruh besar dalam peningkatan kualitas dan penghidupan masyarakat karena dapat digunakan sebagai media transformasi bebas menjadi pantologi di masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan moral sebagai media pendidikan karakter menjadi hal yang tak terelakkan.

Muslich masnur (rabiah, 2019) menekankan tiga bagian sifat yang baik: pengetahuan moral, sikap moral, dan tindakan, komponen karakter yang baik diperlukan agar masyarakat dapat memahami, merasakan dan melakukan perbuatan-perbuatan yang baik. (Aryanti, Nasucha and Al-Ma'Ruf, 2020)

Prinsip amar ma'ruf nahi munkar kewajiban untuk menegakkan keadilan, menegakkan kebenaran, dan memberikan amanat adalah beberapa prinsip manajemen yang relevan dengan al-Qur'an atau al-Hadist. Dalam Islam, manajemen dilihat sebagai bentuk amal shaleh yang dimulai dengan niat baik. Untuk mengapai tujuan yang bermanfaat untuk kesejahteraan bersama, keinginan yang tulus akan muncul. Setidaknya, ada empat landasan manajemen Islam: kebenaran, kejujuran, keterbukaan, dan keahlian. Agar bisnis mereka mendapatkan hasil yang optimal, seorang manajer harus memiliki empat kualitas utama ini. (Albanjari and Tanjung, 2019).

Peneliti menemukan bahwa penelitian sebelumnya terkait dengan studi Ahmad Iqbal Tanjung, yang ditulis oleh Fatkhur Rohman Albanjari, "KONSEP MANAJEMEN SYARIAH

DALAM MENGHADAPI TANTANGAN GENERASI MILLENNIAL"dimana dalam penelitian mereka menjelaskan BMT istiqomah dimana evaluasinya difokuskan pada kinerja karyawan, dan fungsi manajemen syariah digunakan dalam proses manajemen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan dan menganalisis versi baru dengan mereplikasi temuan dari fathur dan ahmad, yang dimana isi dari Studi ini bertujuan untuk mempelajari konsep manajemen syariah dalam konteks tantangan yang dihadapi oleh generasi milenial di era teknologi modern.

## **Kajian Teori**

### **1. GENERASI MILLENNIAL**

Menurut Mead (2020), generasi adalah sekumpulan orang yang berkumpul untuk berbagi budaya, tradisi, dan heksis yang sama, Generasi adalah sekelompok orang yang mengidentifikasi diri dengan kelompoknya berdasarkan tahun kelahiran, usia, lokasi, dan peristiwa yang sama dalam hidup mereka yang memiliki dampak signifikan pada fase pertumbuhan mereka. (Kupperschmidt dalam Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dan Badan Pusat Statistik,2002).

Dalam konstelasi tulisan ini, pendidikan memainkan peran utama dalam pertumbuhan dan perkembangan generasi milenial, sehingga pendidikan berfungsi sebagai sarana untuk mengembangkan generasi milenial. Untuk itu, pendidikan memerlukan sumber daya manusia yang unggul untuk membangun generasi milenial yang siap menghadapi masalah dan tantangan. Oleh karena itu, sumber daya manusia menjadi bagian penting dari proses pengembangan pendidikan untuk generasi milenial. (Widia Aulia Lestari , Yulia Maulani 2022)

Destiny dan masa depan bangsa atau masyarakat ditentukan oleh generasi muda atau millennial. Salah satu cara untuk melihat kekuatan dan ketahanan suatu bangsa atau umat adalah dengan melihat kualitas generasi mudanya. Ketika generasi muda suatu bangsa atau bangsa baik, kekuatannya kuat, dan sulit dipengaruhi oleh ideologi orang lain. Sebaliknya, ketika generasi muda suatu bangsa atau bangsa buruk, mereka sangat rentan terhadap kehancuran dan mudah dipengaruhi oleh ideologi orang lain.

Menurut artikel Hitss.com, Generasi milenial menunjukkan sejumlah ciri, antara lain sebagai berikut: Beberapa karakteristik generasi milenial antara lain: 1) lebih menyukai konten yang dibuat pengguna (UGC) daripada informasi satu arah, 2) lebih menyukai ponsel daripada televisi, 3) kebutuhan mereka akan media sosial, 4) ketidaksukaan mereka terhadap bacaan tradisional, 5) kecenderungan mereka untuk tidak loyal tetapi bekerja efektif, 6) kecenderungan

mereka untuk melakukan transaksi tanpa uang, dan 7) preferensi mereka untuk menggunakan uang. (Mea, 2020).

## **2. MEDIA SOSIAL DI ERA DIGITAL**

Media sosial awalnya dirancang untuk berfungsi sebagai platform "Open Diary". oleh Bruce dan Susan Abelson pada akhir 1990-an. (Ardi and Sukmawati, 2017). Diharapkan pengguna platform lain dapat membaca diary orang di komunitas yang sama. (Ardi and Sukmawati, 2017). Dengan perkembangan internet yang signifikan, model dan platform juga dikembangkan. Ini memungkinkan pengguna awal yang hanya bisa membaca untuk meninggalkan komentar dan berbagi umpan balik.

Media sosial biasanya didefinisikan sebagai media online (dalam jaringan). Singkatnya, ini berbasis internet, di mana pengguna dapat dengan mudah bergabung, membuat konten, dan berbagi. Era society atau society 5.0 merupakan era perubahan sosial berbasis teknologi informasi dan berfokus pada kemanusiaan (Wulandari, 2022).

Enam peran utama media sosial telah diidentifikasi: mengelola identitas pengguna, menemukan pakar online, kesadaran konteks, manajemen konten, kesadaran jaringan, dan berbagi konten. Keenam fungsi ini didasarkan pada kebutuhan untuk menjaga koneksi dengan orang lain melalui jaringan internet serta tujuan dari komunitas online yaitu untuk bertukar materi dan pengetahuan. (Yousaf, 2016).

Kemajuan teknologi berdampak pada aspek kehidupan khususnya aspek sosial berupa perubahan pola hubungan sosial sebagai arus utama masyarakat di era society 5.0. Penggunaan teknologi banyak digunakan dan diterapkan dalam kehidupan nyata untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Hal ini tentu saja mengurangi hubungan satu sama lain dalam kehidupan sosial. Dunia maya seakan menjadi tempat silaturahmi yang bisa dinikmati generasi demi generasi dengan mudah. Namun, hal ini dapat mengakibatkan degradasi etika dan moral di era masyarakat 5.0 (Mirzaie, Javanmard and Reza Hasankhani, 2019).

## **3. TANTANGAN DI ERA DIGITAL**

Tantangan yang dapat dihadapi oleh konselor tersebut seperti situasi maladjustment yang disebabkan oleh penggunaan internet yang berlebihan, masalah kemasyarakatan yang disebabkan oleh internet, atau kecanduan-kecanduan tambahan yang timbul sebagai hasil dari penggunaan internet yang berlebihan. (Ardi and Sukmawati, 2017).

Populer nya tingkah laku cyberbullying disemua platform mediasosial dapat menyebabkan kasus lebih banyak lagi yang merugikan seseorang dan orang-orang di sekitarnya. Fakta-fakta

tersebut menuntut para pembimbing cepat peka kecanggihan teknologi informasi saat ini dan permasalahan yang timbul sebagai akibatnya. Selain itu, mereka harus memiliki wawasan, pengetahuan, nilai, dan sikap yang dapat digunakan sebagai rujukan yang tepat ketika menangani klien yang memiliki persoalan yang dipengaruhi oleh informasi. (Ardi & Yendi, 2017).

#### **4. DAKWAH BAGI GENERASI MILLENIAL DI ERA DIGITAL**

Generasi milenial adalah salah satu generasi yang paling rentan terhadap radikalisme dan tindakan intoleran di tengah arus informasi yang cepat tersebar di internet dan media sosial. Semua data tidak difilter atau dikendalikan. (Ayu Wandari and Darma, 2020).

Pendapat Syafi'i Ma'rif yang dikutip Syamsul dalam jurnalnya menjelaskan bahwa Ada tiga teori yang mendorong gerakan radikal: (1) ketidakmampuan umat Islam untuk beradaptasi dengan modernitas, yang membuat mereka dipandang sebagai pendukung keyakinan "menghibur diri sendiri"; (2) dorongan untuk bersatu dengan negara Islam yang mengalami konflik, seperti Irak, Afganistan, Suriah, dan sebagainya; dan (3) kegagalan negara-negara Islam untuk mencapai keadilan sosial dan kesejahteraan yang merata di Indonesia. (Mirzaie, Javanmard and Reza Hasankhani, 2019).

Berbicara masalah dakwah, tidak jarang kita temui melalui berbagai media digital. Hal ini dikarenakan rangkaian teknologi yang sangat pesat setiap harinya. Hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi, dan Indonesia ikut serta dalam arus globalisasi untuk mempertahankan eksistensi negaranya (Rahmawati & dkk, 2021, hlm. 382)

Dakwah Wasatiyyah adalah proses mengajak umat kepada ajaran Islam sebagai rahmat bagi alam semesta dengan mengedepankan prinsip moderasi pemikiran, bahasa, dan tindakan. Secara khusus, beberapa peneliti terdahulu telah melakukan penelitian terkait dakwah Wasathiyah, seperti yang terlihat pada kajian pustaka penelitian ini (Rahman, Rosidah and Tamam, 2023).

Perkembangan digital kini bisa dimanfaatkan untuk mengedukasi generasi milenial tentang konsep wasathiyah. Literasi media sosial dapat digunakan untuk membantu orang agar tidak terjebak dalam gudang informasi yang salah. Media sosial memiliki potensi besar untuk mempromosikan pesan moderasi yang informatif dan persuasif dalam bentuk pesan tertulis, gambar ilustrasi, dan video instruksional singkat.

Dakwah menggunakan informasi dari internet. Dakwah Digital (Era Globalisasi) adalah panduan dan tren. Perkembangan teknologi bersifat dinamis dan terus berkembang. Sangat penting untuk meningkatkan teknologi agar dakwah dapat menjangkau semua kalangan atau

kelompok luas. Media digital juga membuka banyak kebebasan berkreasi bagi setiap orang. Di tengah revolusi globalisasi, hal tersebut tidak boleh menghalangi dan justru menjadi peluang bagi para pendakwah untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyampaikan pesan-pesan himbauan. Pada dasarnya kegiatan dakwah terus membaik, baik dari segi perbekalan maupun fasilitas (alat/bahan). Salah satunya adalah peluang besar untuk menyebarkan ajaran Islam di berbagai belahan dunia (Revilia and Irwansyah, 2020).

Sumber rekomendasi terpenting bagi generasi milenial adalah jejaring sosial. Pemilihan materi dan bahasa yang sederhana, ringan, dan mudah dicerna, serta karakter yang menarik bagi generasi milenial dan penganut baru Ust. Adi Hidayat dan Ust. Hanan Attaqi adalah dua contoh pendakwah milenial. Ust. Adi Hidayat lebih terorganisir dan mudah dihubungi. Metode dakwah Hanan Attaqi didasarkan pada perasaan generasi dan jaringan, dan materi dakwahnya lebih santai dan tidak terlalu serius. (Huda & Djalal, 2020, hlm. 1). Selain peluang dalam perkembangannya, tantangan dakwah di era globalisasi yaitu (Syafirullah and Prabowo, 2019).

## **5. Konsep manajemen syariah**

Syariah Islam memberikan perspektif tentang penerapan manajemen. dimana peraturan yang digunakan didalam setiap fungsi manajemen bergantung pada peraturan-peraturan syaria' (syariat Islam). Yang kita ketahui, ada empat fungsi manajemen utama : perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pergerakan (actuating), dan pengawasan. (Sheikh Obid and Demikha, 2012).

Dalam domain aktivitas, Islam melihat manajemen sebagai sesuatu hal yang tidak dapat diabaikan untuk mempermudah implementasi Islam dalam kehidupan individu, keluarga, dan masyarakat. Digunakannya sebagai cara berpikir dan amal dalam kehidupan adalah cara untuk menerapkan nilai-nilai Islam. Syariah dan aqidah digunakan sebagai dasar berpikir. Syariah, di sisi lain, berfungsi sebagai kaidah amal dan sebagai standar untuk perbuatan yang baik. Oleh karena itu, manajemen harus selalu berada dalam cakupan ruang lingkup syariah, dan syariah dijadikan sebagai panduan dalam segala tindakan manajemen. Sehubungan dengan visi dan misi penciptaan dan keislaman seseorang, syariahlah satu-satunya yang mengontrol perbuatannya.(Adytia, 2018)

Hal ini berlaku untuk setiap Muslim, siapapun dan dimanapun mereka berada. Ini sebenarnya merupakan penjelasan dari kaidah ushul yang menjelaskan bahwa "*al aslu fi al-af'al attaqoyyadu bi al-hukmusy syar'i*", yang berarti bahwa hukum awal suatu tindakan tergantung

pada lima hukum syara: wajib, sunah, mubah, makruh, dan haram. Setiap orang yang beragama Islam akan dapat memutuskan dengan jelas

apakah kegiatan manajemen tertentu haram atau halal dengan menggunakan standar syariah. Untuk mencapai keridhaan Allah SWT, dia akan melakukan hal-hal yang halal dan yang haram. (ArjiHarahap, 2000)

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam penelitian kali menggunakan pendekatan metode kualitatif dengan menyebar luaskan kuisisioner online yang dievaluasikan menggunakan kuisisioner campuran (menggunakan pertanyaan berbentuk skala likert dan pertanyaan esay). Penulis melakukan pengujian dengan membagikan kepada responden remaja zaman sekarang minimal sebanyak 5-10 responden untuk memastikan bahwa semua pertanyaan mudah dipahami dari berbagai tanggapan reponden yang berbeda-beda latar belakangnya. Kemudian melakukan wawancara secara langsung kepada anak generasi millennial yang ada dilingkungan kampus.(Abderrahman, 2000)

### **Teknik Pengumpulan Data**

Cara yang digunakan dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan berkomunikasi secara langsung dengan para informan atau anak muda millennial baik yang umum maupun anak kuliah/yang masih berada dibangku sekolah saat ini. (Firman Kurniawan, 2021)

Wawancara adalah teknik komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi secara langsung dengan para informan untuk mendapatkan data yang akurat langsung dari lapangan.

Kuisisionet (angket) menggunakan pertanyaan yang dibentuk dari google form yang akan disebarkan secara online kepada para informan yang merujuk kepada manajemen islam (Millennial, no date)

### **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, metode analisis data Nvivo digunakan. Hasil observasi terbuka, catatan lapangan, kuesioner Google Form, dan transkrip wawancara digunakan untuk menganalisis data. Dimana analisis data ini untuk memperkenalkan gambaran logis dari permasalahan yang ada lingkungan generasi millennial terhadap media sosial di era gital saat ini (Sonhaji, 2017)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Seperti yang disebutkan dalam bagian pendahuluan bagaimana manajemen syariah menghadapi Generasi millennial adalah generasi yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, seperti penggunaan smartphone untuk bermain game dan berinteraksi dengan media sosial. Diera digital saat ini yang dimana teknologi canggih yang mempengaruhi sikap dan perilaku generasi millennial dalam menggunakan media sosial ada dampak buruk dan juga berdampak positif tergantung pada pengguna nya.

### **Penggunaan media sosial**

Nyaris dari semua orang yang sebagai narasumber adalah pengguna aktif media sosial seperti Facebook dan Instagram, sementara yang lainnya aktif menggunakan layanan konten komunitas dan proyek kolaboratif seperti TikTok dan YouTube. Sebagian lagi juga aktif bermain game virtual seperti Mobile Legend, Free Fire, Domino, dan game online lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar para informan menggunakan media sosial untuk tujuan rekreasi, bersosialisasi, hiburan, berbisnis dan juga sisanya untuk mengakses berita dan pendidikan atau media belajar dan media informasi tambahan lainnya.

### **Perilaku generasi millennial dalam bermain media sosial**

Media sosial mempunyai banyak pengaruh bagi pengguna baik hal yang positif maupun negatif dan tidak jarang pengguna media sosial berdampak kepada hal negati seperti meretas privasi dan menyebarkan hal-hal yang tidak wajar sehingga mempengaruhi pengguna media sosial lainnya karena remaja millennial saat ini sangat mudah terpengaruh terhadap perubahan sekitarnya, dan selalu mengikuti hal apa yang paling sering ditemuinya disekitarnya. Dari beberapa informan yang saya temui hampir semua nya mereka sering terpengaruh terhadap hal informasi yang ada didalam media sosial yang tersebar singkatnya, pengaruh internet ini tidak jarang membawa perubahan sikap, mental, fisik bahkan emosional seseorang terhadap informasi yang mereka dapatkan dari media sosial tersebut. Dan juga dari hasil penelitian saya dari beberapa informan terkadang mereka terpengaruh terhadap berita-berita yang belum tentu hal itu benar namun mereka sudah terpengaruh karna didukung oleh media sosial yang penggunaanya yang menyebarkan informasi tidak bertanggung jawab namun konten nya dipercayai banyak orang yang berdampak ke hal yang buruk.

### **Manajemen syariah dalam menghadapi generasi millennial**

Menggunakan metode syariah yang ditemukan dalam kitab suci atau yang diajarkan oleh nabi Muhammad saw untuk mengelola semua sumber daya yang dimiliki disebut manajemen

syariah. Konsep syariah berasal dari hukum Al Quran dan digunakan sebagai dasar untuk mengelola elemen manajemen agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Yang membedakan manajemen syariah dengan manajemen umum adalah konsep Ilahiyah yang sangat penting dalam pelaksanaannya.

Asas-asas Manajemen menurut Alquran:

a. Beriman

disebutkan dalam ayat 28 surah Ali Imran, yang artinya:

*“Janganlah orang memilih orang kafir menjadi pemimpin dengan meninggalkan orang mukmin; jika mereka melakukannya, mereka tidak akan mendapatkan bantuan dari Allah”.*

b. Orang yang Bertaqwa: Surat An-Naba' ayat 31 berbunyi, " Mereka yang bertaqwa akan menang."

c. Azas Keseimbangan dan Keadilan

Nuruddin mengatakan bahwa keadilan dan keseimbangan adalah pemikiran luas yang terikat dengan semua bagian kehidupan sosial, terutama politiks dan ekonomis. Kata "adil" disebutkan tiga puluh satu kali dalam Al-Qur'an. Kata-kata seperti *al-Qisth (seimbang)*, *al-Wazn (seimbang)*, dan *al-Wasth (moderat) tidak ada lagi*.

d. Musyawarah:

Dalam surat As-Syu'ara, ayat 38, dinyatakan bahwa

*"... urusan mereka (diputuskan) melalui musyawarah di antara mereka."* Keterlibatan pihak ketiga sebagai wasit (mediator) untuk menyelesaikan perkara atau perselisihan secara damai dalam hal keperdataanjuga dapat diperlukan.

Dalam bidang manajemen, seseorang harus memiliki sifat-sifat berikut:

1. Berpengetahuan luas, kreatif, inisiatif, peka, lapang dada, dan selalu peka terhadap hal-hal (Al Mujadilah: 11).
2. Bertingkah laku adil, jujur, dan konsekuen (An-Nisa: 58).
3. Bertanggung jawab (Al-An'am: 164).
4. Pintar dan bijak dalam memilih informasi (Al Hujurat: 6).
5. Memberikan teguran (Adz-Dzariyat: 55).
6. Memberikan arahan (QS As-Sajdah: 24).

Dari penjelasan dan penjabaran diatas mengenai manajemen syariah oleh karena sebagai seorang generasi millennial yang sangat rentan terhadap informasi yang dibagikan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Manajemen syariah mengajarkan kita sebagai seorang yang beriman, bertakwa kepada allah harus pandai dalam mengambil suatu keputusan, mampu menyeimbangkan mana yang terbaik dan hal yang tidak baik bagi kita dan dalam konsep manajemen ini mengajarkan bagi kita generasi millennial harus lah berpengetahuan yang luas jangan hanya percaya pada satu tempat informasi saja, berpikir kreatif, inisiatif dan selektif dalam memilih informasi dan selalu bertindak adil, jujur dan konsekuen.

### KESIMPULAN

Dapat tarik kesimpulan bahwa generasi millennial adalah generasi yang saat ini sangat lekat dengan kebiasaan bermain *smartphone* dan menggunakannya untuk mengakses media sosial yang tidak jarang membawa pengaruh terhadap penggunaannya, karena generasi remaja millennial ini sangat rentan terpengaruh terhadap lingkungan sekitarnya apalagi dengan hal yang sering terjadi atau yang didominasi terjadi didekatnya. Media sosial yang membawa dampak baik jika penggunaannya menggunakan nya untuk pekerjaannya, pendidikan atau belajar dan mencari informasi lainnya yang bermanfaat bagi nya, namun sebagian lainnya ada dampak buruk dari menggunakan media sosial yaitu mampu merusak mental, fisik bahkan emosional dari pengguna yang bersumber dari tidak mampu nya pengguna dalam bermain media sosial sehingga termakan berita penyebaran hoaks yang tidak benar.

Dan dalam konsep manajemen syariah mengajarkan untuk para generasi millennial yang rentan terhadap sesuatu, kita sebagai orang yang beriman, bertakwa harus mampu menyeimbangkan apa yang baik dan buruk buat kita dan dalam konsep manajemen syariah ini sebagai generasi millennial harus memiliki 6 sifat yang harus kita miliki yaitu:

7. Berpengetahuan luas, kreatif, inisiatif, peka, lapang dada, dan selalu peka terhadap hal-hal (Al Mujadilah: 11).
8. Bertingkah laku adil, jujur, dan konsekuen (An-Nisa: 58).
9. Bertanggung jawab (Al-An'am: 164).
10. Pintar dan bijak dalam memilih informasi (Al Hujurat: 6).
11. Memberikan teguran (Adz-Dzariyat: 55).
12. Memberikan arahan (QS As-Sajdah: 24).

## REFERENSI

- Abderrahman, W.A. (2000) 'International Water Resources Association Application of Islamic Legal Principles for Advanced Water Management', *Water International*, 25(4), pp. 513–518.
- Adytia, D.Y. (2018) 'Perilaku Konsumsi Generasi Millennial dalam Penggunaan E-Commerce di Era Digital', *Jurnal Ilmiah* [Preprint].
- Albanjari, F.R. and Tanjung, A.I. (2019) 'Konsep Manajemen Syariah Dalam Menghadapi Tantangan Generasi Millennial', *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 5(2), pp. 296–309. Available at: <https://doi.org/10.24952/tijarah.v5i2.1848>.
- Ardi, Z. and Sukmawati, I. (2017) 'International Counseling and Education Seminar The Responsibility of Counselor and Educator in Millennium Era Social Media and the Quality of Subjective Well-Being; Counseling Perspective in Digital Era', pp. 28–35. Available at: <http://bk.fip.unp.ac.id/ices2017%7Ccpp:28-35>.
- ArjiHarahap, S. (2000) 'Implementasi Manajemen Syariah Dalam Fungsi-Fungsi Manajemen', *Journal of Visual Languages & Computing*, 11(3), pp. 287–301.
- Aryanti, S.Z., Nasucha, Y. and Al-Ma'Ruf, A.I. (2020) 'Mural Art Media FOR Millennials Character Education', *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(3), pp. 475–482.
- Ayu Wandari, N.K.M. and Darma, G.S. (2020) 'Pengelolaan Karakter Green Behavior pada Generasi Milenial dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Green Product', *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 17(02), pp. 48–57. Available at: <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.305>.
- Firman Kurniawan, Y.A.S. (2021) 'The Dynamics Transformation Of Living Media Consumption In The Digital Era (Shifting Preferences Study From Mediated Media Editors To Unmediated Media Editors And To Mediated Media Editors)', *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), pp. 201–211. Available at: <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.1032>.
- Mea, J.I. (2020) 'Gaya Kepemimpinan Dalam Perspektif Generasi Millennial Dede Mustomi 1\* ; Eni Reptiningsih 2 1, 2 Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia', 4(1), pp. 189–199.
- Mirzaie, M., Javanmard, H.A. and Reza Hasankhani, M. (2019) 'Impact of knowledge management process on human capital improvement in Islamic Consultative Assembly', *Knowledge Management Research and Practice*, 17(3), pp. 316–327. Available at: <https://doi.org/10.1080/14778238.2019.1599579>.

- Rahman, I.K., Rosidah, N.S. and Tamam, A.M. (2023) 'Development of a Scale for Measuring the Competencies of Islamic Counselors', *Islamic Guidance and Counseling Journal*, 6(1), pp. 28–44. Available at:  
<https://doi.org/10.25217/igcj.v6i1.3133>.
- Revilia, D. and Irwansyah (2020) 'Literasi Media Sosial: Kesadaran Keamanan Dan Privasi Dalam Perspektif Generasi Milenial', *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 24(1), pp. 1–15.
- Sheikh Obid, S.N. and Demikha, L. (2012) 'Structural Framework of Islamic Aqidah on the Practice of Earning Management', *Journal of Middle Eastern and Islamic Studies (in Asia)*, 6(4), pp. 51–71. Available at:  
<https://doi.org/10.1080/19370679.2012.12023213>.
- Sonhaji, S. (2017) 'Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Syariah Untuk Organisasi Islam', *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, pp. 47–62. Available at:  
<https://doi.org/10.18202/jamal.2017.04.7039>.
- Syafirullah, L. and Prabowo, A.S. (2019) 'Penerapan Analytic Network Process (Anp) Dalam Menentukan Presiden Republik Indonesia Bagi Generasi Milenial Pada Pemilu 2019', *Infotekmesin*, 9(02), pp. 96–102. Available at:  
<https://doi.org/10.35970/infotekmesin.v9i02.18>.
- Wulandari, W. (2022) 'Implementasi Pendidikan Islam dan Dakwah Wasathiyah Bagi Generasi Milenial Berperspektif Al-Qur ' an dalam Menghadapi Masyarakat 5 . 0 Perkenalan Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi memberikan dampak', 19(1).
- Yousaf, S. (2016) 'Promotion mix management: A consumer focused Islamic perspective†', *Journal of Marketing Communications*, 22(2), pp. 215–231. Available at:  
<https://doi.org/10.1080/13527266.2014.888575>.