

- Affandi, N. R. D., & Octavianti, M. (2019). Komunikasi Dakwah Pemuda Hijrah. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(2), 173-184.
- Annisa, F. (2018.) Hijrah Milenial: Antara Kesalehan dan Populism. *Maarif Institute*, 13(1), 38–54.
- Antonio, M. S. I., Uchrowi, Z., & Arief, M. S. (1999). *Bank syariah bagi bankir & praktisi keuangan*. Tazkia Institute.
- Ardiana, N. P. L., Damajanti, M. N., & Muljosumarto, C. (2016). Perancangan Kampanye Sosial tentang Pemahaman Eksistensi dan Esensi Keragaman Lintas Etnis di Semarang. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 11.
- Ascarya. (2007). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Biggs, M., & Andrews, K. T. (2015). Protest campaigns and movement success: Desegregating the US South in the early 1960s. *American Sociological Review*, 80(2), 416-443.
- Chair, W. (2014). Riba dalam perspektif islam dan sejarah. *Jurnal Iqtishadia*, Vol 1 (1).
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: qualitative, quantitative, and method approached*. California: Sage Publication, Inc.
- Devito, J. A. (2013). *Interpersonal Communication Book, The 13th Edition*. London: Pearson
- Dewantara, R. W., & Widhyharto, D. S. (2015). Aktivisme dan kesukarelawanan dalam media sosial komunitas kaum muda yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 19(1), 40-52.
- Effendy, O. U. (2004). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto, A. N. (2013). *Analisis Naratif. Dasar-dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Galuh, I. G. A. A. K. (2016). Media sosial sebagai strategi gerakan Bali tolak reklamasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 73-92.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hernik, J., & Dziadas, A. (2013). The effectiveness of social campaigns in the eyes of their receivers, on campaigns promoting safe driving example. *Zarządzanie Publiczne*, (4 (24)).
- Jurdi, S. (2013). Gerakan Sosial Islam: Kemunculan, Eskalasi, Pembentukan Blok Politik dan Tipologi Artikulasi Gerakan. *JPP (Jurnal Politik Profetik)*, 1(1).
- Kapriani, D. R., & Lubis, D. P. (2014). Efektivitas media sosial untuk gerakan sosial

- Kowalik, S., & Şek, H. (1999). Psychological context of social problems. *Humaniora Foundation, Poznań*.
- La Ode Munafar, *Indonesia Tanpa Pacaran*, Gaul Fresh, Yogyakarta, 2018.
- Maconis, J. J. (2014). *Sociology*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Marwini, M. (2017). Kontroversi riba dalam perbankan konvensional dan dampaknya terhadap perekonomian. *Az Zarka': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 9(1).
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi komunikasi dan persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Muhammad, A. A. A. (2014). *Strategi Hijrah Prinsip-Prinsip Ilmiah dan Ilham Tuhan*. Surakarta: Tiga Serangkai atas lisensi Dar At-Tauzi' wa An Nasyr Al-Islamiyah, Kairo-Mesir.
- Muslim, M. (2015). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 1(10).
- Negoro, S. H. (2016). Pictorial warning pada kemasan rokok: komunikasi persuasif dalam kampanye kesehatan. *Informasi*, 46(2), 179-192.
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi penelitian sosial: pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta: Indeks.
- Parks, L. (2009). In the corridors and in the streets: a comparative study of the impacts of social movement campaigns in the EU. *European University Institute*.
- Pramesthi, S. S. (2020). Gerakan menutup aurat sebagai gerakan sosial baru (studi kasus: tim solidaritas peduli jilbab di Jakarta). (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta).
- Prasetya, A., & Sugandi, Y. S. (2019). Isu Gerakan Sosial Baru: Tempat Nasi Gratis Bandung. *SosioGlobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 3(2), 54-65.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang : Intrans Publishing.
- Rahim, A. (2015). Konsep Bunga Dan Prinsip Ekonomi Islam Dalam Perbankan Syariah. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2), 1-15.
- Ramlan, S. (2010). Memahami Ilmu Politik, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan strategi kampanye public relations* (7 ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2009). *Teori komunikasi sejarah metode dan terapan di dalam media massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Shattuck, M. (2013). Campaign tactics and social movement outcomes: a case study of the united students against sweatshops. *University of Michigan*.
- Statistik, B. P. (2018). *Statistik gender tematik: profil generasi milenial Indonesia*.

- Suhendi, H. (2007). *Fiqh Mu'amalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukmana, O. (2016). *Konsep dan teori gerakan sosial*. Malang: Intrans Publishing.
- Sultan, M. (2017). Studi Paradigma Naratif Walter Fisher Pada Aktivitas “Nongkrong” Di Kalangan Remaja Madya. *Jurnal Al-Khitabah*, 3(3).
- Syarif, M. I. (2011). Konsep riba dalam alquran dan literatur fikih. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 3(2), 293-312.
- Syarif, S., & Qudsy, S. Z. (2019). Memahami Hijrah Dalam Realitas Alquran Dan Hadis Nabi Muhammad. *Jurnal Living Hadis*, 4(2), 277-307.
- Umam, K. (2013). Menelisik konsep ribawi dalam teori time value of money studi komparasi antara m. Anas al zarqa dan m. Akram khan. *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 7(2).
- Venus, A. (2004). *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- West, R., & Turner, L. H. (2012). *Pengantar teori komunikasi: analisis dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Zulkifli, S. (2003). *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syaria'ah*. Jakarta: Zikrul Hakim.

Situs Online:

<https://www.xbank-indonesia.com/>

<https://dsnemui.or.id/>

Kresna, M. (2019). Gerakan nikah muda: sia-sia sekaligus berbahaya. Diakses dari <https://tirto.id/gerakan-nikah-muda-sia-sia-sekaligus-berbahaya-dhyS>.

Zamzami, F., & Praisra, H. (2018). Fenomena hijrah pemuda: membalik stigma muslim milenial. Diakses dari <https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/news-analysis/pizuag415/fenomena-hijrah-pemuda-membalik-stigma-muslim-milenial>.

Skripsi, Tesis dan Disertasi:

Anang, M. E. (2019). *Fenomena hijrah era milenial: studi tentang komunitas hijrah di Surabaya*. UIN Sunan Ampel Surabaya.

Mibtadin. (2017). *Gerakan Sosial Masyarakat Sipil Studi Gerakan Sosial LKiS, Fahmina, dan The Wahid Institute*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Pertama, M. M. (2019). *Perancangan kampanye sosial tentang manfaat olahraga di sela waktu kerja bagi pegawai kantoran*. Universitas Pasundan.
- Ratna, R. V. A. (2018). *Studi kasus strategi pesan dalam kampanye “anti kekerasan terhadap perempuan” oleh aliansi laki-laki baru melalui media online (website, facebook, dan twitter*. Universitas Gadjah Mada.
- Saputri, N. D. (2018). *Kampanye sosial di media sosial instagram sebagai media city branding kabupaten trenggalek (studi pada akun instagram I love trenggalek)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Setiawati, H. (2019). *Komunikasi Persuasif Riba Crisis Center dalam Sosialisasi Gerakan Anti Riba*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sholihah, D. R. (2019). *Trend berhijrah dikalangan Muslim Milenial: kajian Ma’ani Al Hadith dalam kitab Sunan Al Nasa’i karya Imam Nasa’i Nomor Indeks 4996*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Tyadi, S. D. (2019). *Pesan hijab syar’i di instagram (analisis isi kualitatif kampanye hijab syar’i# syar’ieverywhere di instagram@ hijabalila)*. Universitas Gadjah Mada.