

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	2
Daftar Bagan	5
Daftar Gambar	5
Daftar Tabel	6
ABSTRAK.....	7
ABSTRACT.....	8
BAB I.....	9
PENDAHULUAN	9
A. Latar Belakang	9
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Tinjauan Pustaka.....	11
F. Kerangka Pemikiran.....	13
G. Model Penelitian	22
H. Kerangka Konsep dan Operasional	23
I. Metodologi Penelitian	25
a. Paradigma Penelitian	25
b. Pendekatan Penelitian	25
c. Metode Penelitian	25
d. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
e. Sumber Data.....	26
f. Teknik Pengumpulan Data.....	26
g. Teknik Penyajian Data.....	27
h. Limitasi Penelitian	27
BAB II.....	28
KAMPANYE ANTI RIBA DALAM FENOMENA HIJRAH DAN GERAKAN SOSIAL ISLAM DI INDONESIA.....	28
A. KONSEP HIJRAH.....	29
a. Makna Hijrah	29
b. Munculnya Tren Hijrah di Indonesia	30
c. Hijrah dan Generasi Milenial	31
B. GERAKAN SOSIAL ISLAM BARU DI INDONESIA.....	33
a. Konsep Gerakan Sosial Baru	33
b. Gerakan Sosial Islam dan Identitas Baru	35
C. KAMPANYE DAN KAMPANYE SOSIAL.....	46
a. Definisi Kampanye Dan Jenis-Jenis Kampanye	47
b. Kampanye Sosial	49

D. KAMPANYE SOSIAL ANTI RIBA	50
a. Konsep dan praktik riba	51
b. Kampanye Anti Riba Di Indonesia	53
E. TEORI KOMUNIKASI PERSUASIF, KONSEP PARADIGMA NARATIF, DAN TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM UPAYA MEMAHAMI AKTIVITAS KAMPANYE SOSIAL	57
a. Komunikasi persuasif.....	57
b. Paradigma Naratif	59
c. Teknik Komunikasi Persuasif	63
BAB III	66
MENGENAL LEBIH DEKAT X BANK INDONESIA	66
A. PROFIL X BANK INDONESIA	66
a. Sejarah dan Latar Belakang Terbentuknya Xbank Indonesia	66
b. Visi Misi dan Prinsip Dasar XBank Indonesia	67
c. Logo XBank Indonesia	67
B. KELEMBAGAAN DAN STRUKTUR ORGANISASI X BANK INDONESIA	68
C. SOSOK KOMUNIKATOR X BANK INDONESIA	72
a. El Candra	72
b. Nopan Nopiardi.....	73
D. MEDIA ONLINE X BANK INDONESIA.....	73
BAB IV	76
EXPLORASI KAMPANYE ANTI RIBA X BANK INDONESIA	76
A. Perspektif Hijrah, Riba dan Operasionalisasi Komunitas XBank Indonesia	78
a. Pandangan XBank Indonesia Terhadap Fenomena Hijrah dan Kampanye Anti Riba.....	78
b. Konsep Riba dalam Perspektif XBank Indonesia.....	80
c. Operasionalisasi Komunitas XBank Indonesia.....	83
B. Komunikasi Persuasif dalam Kampanye XBank Indonesia.....	86
C. Narasi Kampanye XBank Indonesia	103
D. Teknik Kampanye XBank Indonesia	107
a. Teknik Asosiasi.....	107
b. Teknik Integrasi	110
c. Teknik <i>Icing</i>	111
d. Teknik <i>Pay Off</i> dan <i>Fear Arousing</i>	112
e. Teknik Red-Herring	113
E. Kontroversi Kampanye Anti Riba di Masyarakat	116
a. Penafsiran tunggal dan sepihak.....	117
b. Tidak memberi solusi.....	118
c. Standar ganda.....	120
BAB V	125
PENUTUP	125

A. KESIMPULAN.....	125
a. Perspektif hijrah, konsep riba dan kegiatan operasional XBank Indonesia	125
b. Bentuk pesan dan metode persuasi	126
c. Narasi kampanye.....	127
d. Teknik kampanye.....	128
B. Rekomendasi.....	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN 1.....	135
Transkrip Data Rekaman Wawancara Dengan Nopan Nopiardi Tanggal 5 November 2020 di Yogyakarta.....	135
LAMPIRAN 2.....	158
Transkrip Data Rekaman Wawancara Dengan El Candra Tanggal 6 November 2020 di Yogyakarta.	158