

Persepsi Gen Z Tulungagung pada Program "Tulungagung Tanpa Stigma" oleh Komisi Penanggulangan AIDS Kabupaten Tulungagung

Naimah Desi & Masitoh Dewi

UIN (Universitas Islam Negeri) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung atau UIN SATU
Tulungagung Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46, Plosokandang, Kedungwaru, Tulungagung,
Jawa Timur 66221

Email: imadesi0312@gmail.com

Diterima: Mei 2025

Disetujui: Juli 2025

Abstrak

Latar Belakang: Stigma terhadap Orang dengan HIV/AIDS (ODHA) masih menjadi hambatan krusial dalam penanggulangan HIV/AIDS di Indonesia, termasuk di tingkat daerah. Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana sikap dan persepsi Gen Z terbentuk terhadap kampanye anti-stigma, serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi konstruksi sosial tersebut.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi Generasi Z terhadap program kampanye "Tulungagung Tanpa Stigma" yang diselenggarakan oleh Komisi Penanggulangan AIDS Tulungagung.

Metode: Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif interpretatif, melalui teknik wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap 5 informan Gen Z yang dipilih secara purposive

Simpulan: Gen Z menganggap bahwa nilai-nilai yang dibawa oleh kampanye ini relevan dengan kondisi sosial saat ini, terutama di tengah maraknya informasi keliru dan prasangka negatif tentang HIV/AIDS yang masih banyak diyakini masyarakat. Persepsi informan menunjukkan bahwa kampanye ini memiliki potensi untuk mengubah cara pandang masyarakat terhadap ODHA menjadi lebih inklusif dan manusiawi. Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa tingkat eksposur Gen Z terhadap program ini masih sangat rendah. Sebagian besar responden baru mengetahui keberadaan kampanye ini saat diwawancarai. Ini menunjukkan adanya kelemahan dalam distribusi dan strategi komunikasi kampanye, khususnya dalam menjangkau ruang-ruang digital yang menjadi habitat utama Gen Z.

Rujukan Artikel Penelitian:

Desi, N., & Masitoh, D. (2025). Persepsi Gen Z Tulungagung pada Program "Tulungagung Tanpa Stigma" oleh Komisi Penanggulangan AIDS Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Keperawatan Indonesia (JIKI)*. Vol. 8 (1): 120-129.



Abstract

Background: Stigma against people living with HIV/AIDS (PLWHA) remains a crucial obstacle to HIV/AIDS prevention in Indonesia, including at the regional level. The main problem in this study is how Gen Z's attitudes and perceptions are formed towards anti-stigma campaigns, and what factors influence this social construction.

Objective: This study aims to explore Generation Z's perceptions of the "Tulungagung Without Stigma" campaign program organized by the Tulungagung AIDS Commission.

Methods: This study used a qualitative approach with a descriptive interpretive design, using in-depth interviews and participant observation techniques with five purposively selected Gen Z informants.

Conclusion: Gen Z perceives the values conveyed by this campaign as relevant to current social conditions, especially amidst widespread misinformation and negative prejudices about HIV/AIDS. Informant perceptions indicate that this campaign has the potential to change society's perspective towards PLWHA to be more inclusive and humane. However, the study also found that Gen Z's exposure to this program remains very low. Most respondents only learned about the campaign during interviews. This indicates weaknesses in the campaign's distribution and communication strategy, particularly in reaching digital spaces, which are the primary habitat of Gen Z.

Keywords: Gen Z; HIV/AIDS stigma; Social perception

PENDAHULUAN

Program penanggulangan HIV/AIDS di Indonesia menghadapi tantangan serius, salah satunya adalah stigma sosial yang masih melekat pada Orang dengan HIV/AIDS (ODHA). Data Kementerian Kesehatan tahun 2023 menunjukkan bahwa lebih dari 57 ribu kasus HIV tercatat secara kumulatif di Indonesia, dengan kasus baru yang terus bermunculan tiap tahunnya. Di daerah seperti Kabupaten Tulungagung, upaya penghapusan stigma menjadi prioritas, seiring meningkatnya kebutuhan pendekatan berbasis komunitas. Salah satu strategi lokal adalah program "Tulungagung Tanpa Stigma" yang digagas oleh Komisi Penanggulangan AIDS. Program ini bertujuan mengedukasi masyarakat agar tidak lagi mendiskriminasi ODHA dan mendukung inklusivitas.

Generasi Z, sebagai generasi yang lahir dalam era digital, memainkan peran penting dalam menyebarkan wacana dan membentuk opini publik. Dalam konteks Indonesia, Gen Z mendominasi komposisi penduduk usia produktif dan sangat aktif di media sosial. Isnaini dan Loho (2023) mengungkapkan bahwa media sosial membentuk persepsi Gen Z terhadap isu kesehatan, termasuk kesehatan mental dan HIV/AIDS. Namun demikian, keterbukaan informasi tidak selalu linier dengan empati atau sikap positif terhadap ODHA. Oleh sebab itu, penting untuk mengeksplorasi sejauh mana Gen Z di Tulungagung memahami dan merespons program anti-stigma ini.

Meskipun banyak edukasi mengenai HIV/AIDS telah dilakukan, sikap negatif dan prasangka sosial masih tinggi. Penelitian Susanto et al. (2022) menunjukkan bahwa stigma tidak hanya lahir dari kurangnya informasi, tetapi juga dari nilai budaya dan kepercayaan yang mengakar. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi berbasis data saja belum cukup; perlu pendekatan emosional dan kultural yang lebih kuat. Dalam konteks tersebut, persepsi generasi muda terhadap kampanye seperti "Tulungagung Tanpa Stigma" dapat menjadi indikator efektivitas pesan yang disampaikan. Dengan kata lain, kampanye yang gagal menyentuh aspek afektif Gen Z kemungkinan besar tidak berdampak jangka panjang.

Lebih lanjut, program kampanye akan efektif jika mampu menyesuaikan diri dengan gaya komunikasi dan nilai-nilai yang dimiliki oleh target audiens. Menurut Muhammad et al. (2024), keberhasilan sebuah kampanye publik sangat dipengaruhi oleh kemampuan pesan untuk menyatu dengan cara berpikir dan bertindak audiensnya, dalam hal ini Gen Z. Mereka cenderung lebih merespons konten yang visual, partisipatif, dan otentik. Program yang disampaikan melalui media konvensional tanpa melibatkan teknologi dan tokoh digital kurang menarik perhatian mereka. Oleh karena itu, penting untuk memahami aspek persepsi secara komprehensif.

Penelitian sebelumnya oleh Nastiti et al. (2024) menegaskan bahwa walau tingkat pengetahuan HIV/AIDS di kalangan Gen Z tinggi, hal ini tidak otomatis berbanding lurus dengan sikap positif terhadap ODHA. Ada jarak antara kognisi dan afeksi yang sering kali tidak disadari dalam proses komunikasi risiko kesehatan. Fakta ini menyoroti pentingnya mengevaluasi persepsi secara menyeluruh, tidak hanya berdasarkan indikator pengetahuan, tapi juga pada aspek sikap dan tindakan. Program "Tulungagung Tanpa Stigma" perlu dievaluasi dalam kerangka ini agar dapat memberikan dampak sosial nyata. Persepsi Gen Z

menjadi jendela strategis untuk melihat sejauh mana perubahan nilai sedang berlangsung di tingkat lokal.

Selain itu, penting untuk melihat persepsi Gen Z dari sisi identitas sosial dan tekanan kelompok sebaya. Hudaya dan Putri (2024) menunjukkan bahwa keputusan Gen Z dalam menyikapi isu publik sangat dipengaruhi oleh opini sosial, lingkungan komunitas, dan norma digital yang berkembang. Dalam konteks Tulungagung, komunitas lokal dan dinamika sosial sangat mungkin memengaruhi persepsi terhadap isu HIV/AIDS. Program yang mampu merangkul komunitas digital serta lokal secara simultan lebih berpotensi berhasil. Evaluasi berbasis persepsi akan membuka ruang untuk inovasi strategi kampanye yang lebih partisipatif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah: *Bagaimana persepsi Gen Z di Kabupaten Tulungagung terhadap program “Tulungagung Tanpa Stigma” oleh Komisi Penanggulangan AIDS?* Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara menyeluruh dimensi persepsi Gen Z terhadap program tersebut, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya. Secara teoretis, hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi kesehatan publik dan perubahan sosial generasi muda. Secara praktis, temuan ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam merancang strategi kampanye yang lebih relevan dan berdampak. Evaluasi ini penting demi mendukung tujuan nasional dalam penghapusan stigma terhadap ODHA secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-interpretatif, yang bertujuan mengeksplorasi persepsi Gen Z terhadap program kampanye kesehatan publik “Tulungagung Tanpa Stigma”. Pendekatan ini dianggap relevan karena memungkinkan peneliti menggali secara mendalam makna, pengalaman, serta sikap partisipan terhadap kampanye tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh Creswell dan Poth (2021), pendekatan kualitatif sangat cocok digunakan dalam studi sosial yang berorientasi pada pemahaman perspektif subjektif dalam konteks tertentu. Penelitian ini tidak berfokus pada pengukuran angka, melainkan pada penafsiran dan pemahaman makna sosial di balik persepsi individu. Oleh karena itu, proses pengumpulan dan analisis data difokuskan pada narasi dan interpretasi mendalam dalam konteks sosial budaya lokal.

Penelitian ini menggunakan desain studi kasus intrinsik, yang difokuskan secara khusus untuk mendalami konteks spesifik kampanye “Tulungagung Tanpa Stigma” yang diluncurkan oleh Komisi Penanggulangan AIDS Tulungagung. Studi kasus ini bertujuan memahami secara

rinci bagaimana Gen Z Tulungagung memaknai dan merespons kampanye tersebut dalam kehidupan sosial mereka. Seperti disampaikan Yin (2018), studi kasus efektif untuk menelaah fenomena kompleks dalam lingkungan yang nyata, terutama jika batas antara fenomena dan konteksnya tidak jelas secara eksplisit. Fokus utama adalah pada keterlibatan emosional, persepsi sosial, dan representasi kampanye di mata Gen Z. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami kedalaman pengalaman dan dinamika sosial yang memengaruhi respons terhadap program.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interviews) terhadap informan yang termasuk dalam kategori Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) dan berdomisili di Kabupaten Tulungagung. Informan dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut meliputi usia (17–25 tahun), domisili di Tulungagung, aktif menggunakan media sosial, serta memiliki pengetahuan dasar mengenai HIV/AIDS atau pernah terpapar informasi tentang program kampanye. Sementara itu, data sekunder mencakup dokumentasi program, arsip media kampanye, literatur akademik terkait, serta unggahan media sosial lokal yang berkaitan dengan topik.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan terbuka, guna memberikan keleluasaan informan dalam mengemukakan pendapatnya secara reflektif. Proses wawancara direkam dan ditranskripsikan secara verbatim untuk menjaga keakuratan data. Selain itu, dilakukan observasi partisipatif terbatas, khususnya pada interaksi di media sosial lokal seperti Instagram, TikTok, dan Twitter, di mana kampanye ini disosialisasikan. Untuk memastikan validitas data, diterapkan teknik triangulasi sumber, dengan membandingkan data hasil wawancara dengan observasi dan dokumentasi tertulis dari lembaga terkait. Miles, Huberman, dan Saldaña (2018) menekankan bahwa triangulasi adalah strategi penting untuk meningkatkan kredibilitas dalam studi kualitatif.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis tematik, yang terdiri dari tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Peneliti mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari narasi informan, seperti persepsi terhadap stigma ODHA, efektivitas pesan kampanye, serta pengaruh lingkungan digital terhadap pemahaman mereka. Analisis dilakukan secara iteratif, memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan fokus wawancara sepanjang proses berlangsung. Temuan diinterpretasikan dalam kerangka teori persepsi sosial

untuk memahami bagaimana makna dan stigma dibentuk dalam kelompok sosial. Metode ini memberikan pemahaman mendalam dan kontekstual

terhadap bagaimana Gen Z merespons program kampanye dalam lingkungan sosial Tulungagung.

HASIL DAN BAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Gen Z di Tulungagung memaknai dan merespons program “Tulungagung Tanpa Stigma” yang diusung oleh Komisi Penanggulangan AIDS Kabupaten Tulungagung. Melalui wawancara semi-terstruktur dengan lima informan dari kalangan Gen Z, ditemukan bahwa persepsi terhadap program ini sebagian besar bersifat positif, meskipun terdapat kesenjangan yang signifikan antara pemahaman akan nilai-nilai kampanye dan pengetahuan faktual mengenai keberadaan program tersebut.

Sebagian besar informan belum mengetahui atau belum pernah terlibat langsung dalam kampanye “Tulungagung Tanpa Stigma” sebelum wawancara berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa jangkauan kampanye ini masih terbatas dan belum menyentuh seluruh lapisan target audiens, khususnya kelompok muda. Meskipun demikian, setelah diberikan penjelasan, mayoritas informan menyampaikan tanggapan yang positif dan menyatakan bahwa kampanye ini memiliki nilai edukatif yang penting dan relevan. Program ini dipahami sebagai suatu inisiatif yang bertujuan untuk menekan stigma sosial terhadap Orang dengan HIV/AIDS (ODHA), mengubah cara pandang masyarakat, dan menciptakan lingkungan sosial yang lebih inklusif dan suportif. Misalnya, salah satu informan menggambarkan kampanye ini sebagai “program penyuluhan untuk masyarakat Tulungagung tentang pentingnya tidak menstigmatisasi penderita AIDS”.

Lebih lanjut, para informan juga memberikan tanggapan yang relatif seragam mengenai siapa yang seharusnya menjadi sasaran utama dari kampanye ini. Gen Z dinilai sebagai kelompok yang paling tepat untuk dijadikan target utama karena memiliki karakteristik sebagai generasi yang terbuka, melek media digital, dan cenderung aktif dalam isu-isu sosial. Hal ini sejalan dengan pendapat salah satu informan yang menyebut bahwa Gen Z adalah generasi yang mudah menerima informasi baru dan lebih mudah diajak berempati jika pendekatannya sesuai dengan cara komunikasi mereka. Oleh karena itu, mereka merekomendasikan agar kampanye ini hadir lebih kuat dalam kanal-kanal digital yang mereka konsumsi sehari-hari, seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Platform-platform ini dianggap sebagai media yang paling efektif untuk menyampaikan

pesan kampanye, terutama jika dikemas dalam bentuk yang singkat, visual, menghibur, namun tetap edukatif.

Namun demikian, efektivitas distribusi kampanye ini dinilai masih rendah. Hampir seluruh informan mengaku belum pernah melihat konten kampanye tersebut di media sosial, maupun dalam bentuk lain seperti penyuluhan langsung atau kegiatan kampus. Ketidakterpaparan ini menyebabkan kesenjangan antara potensi dampak kampanye dengan realitas penerimaannya di kalangan muda. Hal ini menjadi indikasi bahwa strategi komunikasi dan penyebaran informasi dari pihak penyelenggara perlu dievaluasi dan disesuaikan agar lebih menysasar kebutuhan dan kebiasaan informasi dari Gen Z.

Dalam aspek pemaknaan terhadap istilah “tanpa stigma”, para informan menunjukkan pemahaman yang cukup baik. Istilah ini secara umum dipahami sebagai ajakan untuk tidak memandang negatif, tidak mendiskriminasi, dan tidak mengucilkan ODHA. Beberapa informan menyebut bahwa sebelum mengenal lebih dalam tentang HIV/AIDS, mereka memiliki anggapan yang keliru, seperti takut tertular hanya karena kontak fisik ringan atau berpikir bahwa semua ODHA adalah akibat dari perilaku seksual yang menyimpang. Namun, setelah mendapatkan pemahaman dari wawancara ini, mereka mulai menyadari bahwa penyakit ini tidak serta-merta ditularkan melalui cara-cara sepele, dan bahwa penderita tidak selalu bersalah atas kondisi mereka. Bahkan, beberapa menyadari bahwa ada kasus-kasus penularan yang tidak disengaja, seperti dari ibu ke anak, atau melalui transfusi darah.

Sikap empatik pun mulai tumbuh dalam diri para informan. Mereka menunjukkan kecenderungan untuk mendukung ODHA dalam kehidupan sosial, minimal dengan tidak ikut menyebarkan stigma dan menjauhi. Beberapa bahkan menyatakan kesediaannya untuk menjadi pendengar, memberikan dukungan moral, atau menyebarkan konten edukatif sebagai bentuk kontribusi mereka dalam kampanye ini. Informan 3, misalnya, menyatakan keinginannya untuk menggunakan pengaruhnya di media sosial guna menyuarakan dukungan terhadap ODHA dan memerangi diskriminasi. Ini menjadi indikasi kuat bahwa jika kampanye ini disampaikan secara efektif dan menyentuh, maka akan ada resonansi kuat dari kalangan Gen Z untuk menjadi bagian dari solusi.

Namun, pembahasan ini juga perlu digaris bawahi bahwa stigma sosial terhadap ODHA masih sangat mengakar kuat di lingkungan sekitar para informan. ODHA masih dianggap sebagai individu yang “berbahaya”, “kotor”, atau “tidak bermoral”, dan seringkali menjadi sasaran pengucilan sosial. Informan 2 bahkan menyebutkan bahwa banyak orang yang masih berpikir bahwa HIV dapat menular melalui udara atau sentuhan biasa. Di beberapa kasus, ODHA bahkan

dicap sebagai “pelacur” atau “pembawa penyakit masyarakat”. Pandangan semacam ini tentu menjadi tantangan besar dalam upaya menciptakan lingkungan yang suportif dan bebas stigma, karena ia bukan hanya terbentuk oleh kurangnya edukasi, melainkan juga oleh norma sosial dan budaya yang sudah lama mengakar.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye “Tulungagung Tanpa Stigma” memiliki potensi besar untuk membentuk persepsi baru di kalangan Gen Z, terutama jika disertai dengan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik mereka. Walaupun saat ini kampanye belum dikenal luas, respon dan antusiasme informan menunjukkan bahwa ada peluang besar untuk mengembangkan dampak positif dari program ini. Kampanye ini tidak hanya dapat meningkatkan pengetahuan Gen Z tentang HIV/AIDS, tetapi juga membentuk nilai-nilai inklusi dan empati yang lebih kuat dalam kehidupan sosial mereka. Oleh karena itu, dibutuhkan kolaborasi lintas sektor — termasuk Dinas Kesehatan, institusi pendidikan, dan komunitas kreatif digital — untuk memastikan bahwa pesan kampanye ini tidak hanya disampaikan, tetapi benar-benar dipahami, diterima, dan dihidupi oleh generasi muda.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa persepsi Gen Z Tulungagung terhadap program “Tulungagung Tanpa Stigma” pada dasarnya sangat terbuka dan positif, meskipun pengetahuan awal mereka terhadap eksistensi program ini masih terbatas. Setelah diberikan penjelasan mengenai tujuan dan nilai-nilai kampanye, informan menunjukkan empati yang tinggi terhadap isu diskriminasi terhadap Orang dengan HIV/AIDS (ODHA). Mereka memandang bahwa program ini penting untuk mengubah cara pandang masyarakat yang selama ini masih banyak diliputi oleh stigma, prasangka moral, dan miskonsepsi medis mengenai penularan HIV.

Program ini dinilai membawa pesan yang kuat dan relevan, khususnya dalam mendorong masyarakat—terutama generasi muda—untuk tidak lagi memandang ODHA sebagai aib sosial. Gen Z, sebagai generasi yang aktif secara digital dan terbuka terhadap isu-isu sosial, menjadi kelompok yang sangat potensial untuk tidak hanya menjadi sasaran kampanye, tetapi juga pelaku perubahan dalam menyebarkan semangat anti-stigma. Meskipun begitu, keterbatasan penyebaran informasi dari program ini membuat sebagian besar informan belum pernah melihat atau terlibat langsung dengan kampanye yang dimaksud.

Maka dari itu, penting bagi pihak penyelenggara untuk mengevaluasi kembali strategi komunikasi kampanye. Kampanye yang kuat secara substansi akan kehilangan dampaknya jika tidak disampaikan melalui media dan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik audiens. Gen Z menuntut pendekatan yang lebih segar, digital, dan berbasis visual. Mereka juga merespons dengan lebih baik terhadap pesan-pesan yang dikemas secara kreatif dan disampaikan oleh figur yang mereka kenal dan percayai, seperti influencer atau kreator konten.

Untuk itu, kampanye ini disarankan untuk diperkuat melalui berbagai pendekatan. Pertama, optimalisasi media sosial sebagai saluran utama kampanye perlu dilakukan dengan konten yang informatif dan menarik secara visual. Platform seperti TikTok dan Instagram menjadi pilihan strategis untuk menjangkau Gen Z secara luas dan cepat. Kedua, pelibatan langsung Gen Z sebagai duta atau relawan kampanye akan memperkuat partisipasi aktif dan rasa kepemilikan terhadap isu ini. Ketiga, peningkatan literasi masyarakat secara umum, terutama mengenai cara penularan HIV dan pentingnya inklusi sosial bagi ODHA, juga perlu dilakukan secara konsisten melalui penyuluhan dan media lokal.

Selain itu, kampanye ini perlu dievaluasi secara berkala, baik dalam hal capaian jangkauan maupun perubahan sikap masyarakat terhadap ODHA. Evaluasi tersebut dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi kampanye yang lebih adaptif dan kontekstual. Tidak kalah penting, kolaborasi lintas sektor juga sangat dibutuhkan, melibatkan dinas kesehatan, institusi pendidikan, komunitas pemuda, dan tokoh masyarakat agar nilai-nilai anti-stigma dapat menyebar lebih luas dan tertanam dalam norma sosial yang baru. Dengan strategi yang tepat dan pelibatan aktif Gen Z sebagai pelopor perubahan, program “Tulungagung Tanpa Stigma” berpeluang menjadi gerakan sosial yang mampu memutus rantai stigma dan diskriminasi terhadap ODHA di Tulungagung secara lebih luas dan berkelanjutan.

RUJUKAN

- Amelia, A., Apriliani, K. A., & Rusyidi, A. R. (2020). Persepsi Remaja Tentang HIV/AIDS Pada Organisasi Berbasis Komunitas (OBK) di Kota Makassar. *Window of Public Health Journal*.
- Ardani, I., & Handayani, S. (2022). Stigma terhadap orang dengan HIV/AIDS (ODHA) sebagai hambatan pencarian pengobatan: Studi Kasus pada Pecandu Narkoba Suntik di Jakarta. *Buletin Penelitian Kesehatan*.
- Aryastami, N. K., & Handayani, R. S. (2022). Faktor-Faktor Pendukung Kepatuhan ODHA dalam Minum Obat Antiretroviral di Kota Bandung dan Cimahi. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Faridah, I., & Menggawanti, E. (2021). Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Persepsi dengan Stigma Masyarakat terhadap ODHA berdasarkan Usia dan Pendidikan di Indonesia Tahun 2020. *Nusantara Hasana Journal*.
- Fauzan, A. (2024). *Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Pendidikan Kesehatan Mental Dalam Youtube Channel Satu Persen*. Universitas Islam Indonesia.
- Hudaya, R., & Putri, I. A. (2024). *Pengambilan Keputusan Investasi di Kalangan Gen Z Berdasarkan Literasi Keuangan, Herding Behavior, dan Lingkungan Sosial*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Isnaini, M., & Loho, P. W. (2023). *Counter Discourse on Mental Health Issues in Generation Z on Twitter*. Economics, Agriculture Research and Development.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Muhammad, R., Rossela, A. I., & Musa, S. S. (2024). *Usefulness, Perceived Ease of Use, Accountability, Transparency, Trust, and Data Security on Intention to Use LinkAja Syariah Application Among Generation Z*. Proceedings of ICAB 2024.
- Nastiti, A., Chintana, D. A., & Sari, P. N. (2024). *Using the Social–Ecological Model to Assess Vaccine Hesitancy and Refusal in a Highly Religious Lower–Middle-Income Country*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 21(10), 1335.

- Susanto, J., Makhfudli, M., & Ubudiyah, M. (2022). *Faktor yang Mempengaruhi Kondisi Psikologis dan Stigma pada Masa Pandemi Covid-19: A Literature Review*. Jurnal Ilmiah Kesehatan FORIKES.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.