

**HUBUNGAN KAMPANYE #BADMINTONTANPASTIGMA DENGAN
SIKAP KESADARAN STIGMA KEPADA ORANG DENGAN HIV/AIDS DI
INDONESIA MELALUI APLIKASI CAMPAIGN #FORABETTERWORLD**



SKRIPSI

Ditulis dan Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh:

Amalia Chaerani Mardiana

1410621019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2026**

ABSTRAK

Amalia Chaerani Mardiana (1410621019), Hubungan Kampanye #BadmintonTanpaStigma Dengan Sikap Kesadaran Stigma Kepada Orang Dengan HIV/AIDS Di Indonesia Melalui Aplikasi Campaign #ForABetterWorld. Halaman 1-273. 21 Buku, 2014-2024; 18 Artikel, 2019-2024; 8 Situs, 2019-2024. Skripsi 2025. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.

Kampanye #BadmintonTanpaStigma yang dikemas dalam bentuk aksi *challenge* mengunggah foto memakai pita merah di Aplikasi Campaign #ForABetterWorld merupakan kampanye yang diselenggarakan oleh Yayasan Gaya Celebes dan Campaign. Kampanye ini bertujuan untuk memberikan dukungan akses layanan kesehatan ke-50 komunitas Orang Dengan HIV/AIDS, mengurangi pandangan dan perlakuan negatif di lingkungan kesehatan kepada ODHA, serta meningkatkan solidaritas kepada Orang Dengan HIV/AIDS. Penelitian yang berjudul, "Hubungan Kampanye #BadmintonTanpaStigma Dengan Sikap Kesadaran Stigma Kepada Orang Dengan HIV/AIDS di Indonesia Melalui Aplikasi Campaign #ForABetterWorld" bertujuan untuk mengetahui hubungan kampanye #BadmintonTanpaStigma dengan sikap kesadaran stigma kepada Orang Dengan HIV/AIDS di Indonesia melalui Aplikasi Campaign #ForABetterWorld. Pemilihan objek penelitian, yakni kampanye #BadmintonTanpaStigma didasari pada kemudahan akses data penelitian yang dibutuhkan.

Penelitian ini menggunakan konsep media baru dengan teori integrasi informasi oleh Martin Fishbein yang memiliki dua asumsi, yakni valensi dan bobot informasi. Variabel yang diteliti pada penelitian ini ialah kampanye dan sikap. Pada variabel kampanye memuat enam dimensi, yakni *goals, objectives, strategies, tactics, climbing toward the goal: The strategic planning ladder*, dan *initiating the planning process* sedangkan variabel sikap memiliki tiga dimensi, yakni *cognitively based attitudes, affectively based attitudes*, dan *behaviorally based attitudes*.

Paradigma penelitian ini positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan survei dengan kuisioner yang disebarkan kepada *supporter* kampanye #BadmintonTanpaStigma melalui PIC kampanye. Populasi pada penelitian ini sebesar 207 orang dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan total sampel sebesar 137 orang. Analisis data univariate yang digunakan ialah distribusi frekuensi dan nilai *mean* sementara analisis *bivariate* menggunakan uji korelasi nonparametrik *Spearman-Rank*.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan aksi *challenge* kampanye #BadmintonTanpaStigma memiliki kesinambungan antara hasil, tujuan,

strategi, dengan taktik yang dilakukan dalam berkampanye. Aksi *challenge* kampanye ini juga berhasil memberikan wawasan terkait akses layanan dan dukungan kesehatan yang setara untuk Orang Dengan HIV/AIDS. Pada penelitian ini, data pada kedua variabel penelitian ini tidak berdistribusi normal berdasarkan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, sehingga uji korelasi dilanjutkan menggunakan uji korelasi nonparametrik *Spearman-Rank*.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye #BadmintonTanpaStigma memiliki hubungan dengan sikap kesadaran stigma kepada ODHA di Indonesia. Semakin tinggi tingkat partisipasi dalam kampanye, maka semakin tinggi kesadaran yang diperoleh terkait akses dan dukungan layanan kesehatan yang setara bagi ODHA. Saran untuk kampanye #BadmintonTanpaStigma adalah menambahkan panduan teknis terkait cara mengikuti aksi *challenge* kampanye di Aplikasi Campaign. Panduan tersebut juga disarankan mencantumkan periode berlangsungnya kampanye. Untuk memperluas jangkauan, disarankan agar kampanye disebarluaskan melalui media sosial dengan melibatkan tokoh masyarakat dan menekankan pada tujuan kampanye yang ingin dicapai.

Kata Kunci: Kampanye, Media Baru, Sikap



Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Amalia Chaerani Mardiana (1410621019), *The Relationship Between the #BadmintonTanpaStigma Campaign and Stigma Awareness Attitudes Towards People Living With HIV/AIDS in Indonesia Through the Campaign #ForABetterWorld Application*. Pages 1–273. 21 Books, 2014–2024; 18 Articles, 2019–2024; 8 Sites, 2019-2024. Thesis 2025. Communication Studies Program, Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta.

The #BadmintonTanpaStigma campaign is organized by Yayasan Gaya Celebes and Campaign. It was structured as a challenge where participants uploaded photos wearing a red ribbon via the #ForABetterWorld Application. This campaign aims to provide support for access to health services for 50 communities of People Living With HIV/AIDS, reduce negative views and treatment towards PLWHA in healthcare settings, and increase solidarity with PLWHA. This research aims to determine the relationship between the #BadmintonTanpaStigma campaign and attitudes towards stigma awareness concerning PLWHA in Indonesia, utilizing the #ForABetterWorld Application. The selection of the research object, namely the #BadmintonTanpaStigma campaign, was based on the ease of access to the necessary research data.

This research utilizes the new media concept with Martin Fishbein's Information Integration Theory, which has two assumptions: valence and weight of information. The variables examined in this study are campaign and attitude. The campaign variable comprises six dimensions: goals, objectives, strategies, tactics, climbing toward the goal: The strategic planning ladder, and initiating the planning process, while the attitude variable has three dimensions: cognitively based attitudes, affectively based attitudes, and behaviorally based attitudes.

The paradigm used in this research is positivism with a quantitative approach. The research employed a survey methodology, utilizing questionnaires distributed to the #BadmintonTanpaStigma campaign supporters through campaign's Person-in-Charge (PIC). The population of this study was 207 people, and the sampling technique used was purposive sampling with a total sample of 137 people. The univariate data analysis used was frequency distribution and mean value, while the bivariate analysis utilized the nonparametric Spearman-Rank correlation test.

The findings show strong consistency among the goals, strategies, execution, and results of the #BadmintonTanpaStigma campaign challenge. The campaign challenge action also successfully provided insights regarding equal access to and support for healthcare services for People Living with HIV/AIDS. In this study, as the data for both research variables did not follow a normal distribution according to the Kolmogorov-Smirnov

test, the correlation analysis was subsequently performed using the non-parametric Spearman's Rank correlation test.

This research concludes the #BadmintonTanpaStigma campaign has a relationship with stigma awareness attitudes towards People Living With HIV/AIDS in Indonesia. A higher level of campaign participation correlates with a greater awareness gained regarding equal access to and support for healthcare services for People Living with HIV/AIDS. The recommendations for the #BadmintonTanpaStigma campaign are to add technical guidelines on how to participate in the campaign's challenge within the Campaign Application. The guidelines should also specify the campaign's period. To maximize reach, dissemination through social media is recommended, alongside involving public figures and emphasizing the campaign's core goals.

Keywords: Campaign, New Media, Attitudes



Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

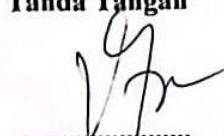
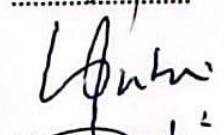
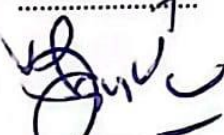
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta



Firdaus Wajidi, S.H., M.A., Ph.D.

NIP. 498107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, S.Sos., M.Si.</u> NIP. 197403092005012001 Ketua		06/01/2026
2.	<u>Dr. Wiratri Anindhita, S.I.P., M.Sc.</u> NIP. 198405312019032008 Penguji Ahli I		12/01/2026
3.	<u>Dr. Maulina Larasati Putri, S.Sos., M.I.Kom.</u> NIP. 198101142005012002 Penguji Ahli II		12/01/2026
4.	<u>Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si.</u> NIP. 197311212006042001 Pembimbing I		21/01/2026
5.	<u>Dr. Elisabeth Nugrahaeni P.S., M.Si.</u> NIP. 197311152006042001 Pembimbing II		12/01/2026

Tanggal Lulus: 23 Januari 2026

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amalia Chaerani Mardiana

NIM : 1410621019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Hukum

Judul KA : Hubungan Kampanye #BadmintonTanpaStigma Dengan Sikap Kesadaran Stigma Kepada Orang Dengan HIV/AIDS Di Indonesia Melalui Aplikasi Campaign #ForABetterWorld.

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul **"Hubungan Kampanye #BadmintonTanpaStigma Dengan Sikap Kesadaran Stigma Kepada Orang Dengan HIV/AIDS Di Indonesia Melalui Aplikasi Campaign #ForABetterWorld"** merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 23 Januari 2026



Amalia Chaerani Mardiana

NIM. 1410621019

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amalia Chaerani Mardiana
NIM : 1410621019
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial Dan Hukum/Ilmu Komunikasi
Alamat email : amaliachaeranimardiana_1410621019@mhs.unj.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

"Hubungan Kampanye #BadmintonTanpaStigma Dengan Sikap Kesadaran Stigma Kepada
Orang Dengan HIV/AIDS Di Indonesia Melalui Aplikasi Campaign #ForABetterWorld"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Januari 2026

Penulis

()
Amalia Chaerani Mardiana

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa Syukur kepada Allah SWT atas Rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Hubungan Kampanye #BadmintonTanpaStigma Dengan Sikap Kesadaran Stigma Kepada Orang Dengan HIV/AIDS Di Indonesia Melalui Aplikasi Campaign #ForABetterWorld”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti ucapkan terima kasih kepada orangtua yang selalu mendoakan, memberikan dukungan emosional, dan material selama proses penyusunan skripsi ini. Tidak lupa peneliti ucapkan kepada seluruh keluarga besar peneliti atas dukungan dan motivasinya selama berkuliah di Universitas Negeri Jakarta. Adapun tujuan dari skripsi ini ialah sebagai salah satu syarat kelulusan dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.

Pada proses penyusunan skripsi ini, peneliti juga menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan, yaitu kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Komarudin, M.Si. dan Wakil Rektor I, II, III, dan IV Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Ifan Iskandar, M.Hum., Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.P.d., Dr. Andy Hadiyanto, M.A., dan Prof. Dr. Fahrurrozi, M.Pd.
2. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, Firdaus Wajdi, Ph.D dan Wakil Dekan I, II, III Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, Dr. Kurniawati, M.Si., Dr. Aris Munandar, M.Si., Dr. Elisabeth Nugrahaeni Prananingrum, M.Si.
3. Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, Dr. Dini Safitri, M.Si, CPR.
4. Dosen Pembimbing I, Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si., CICS. Terima kasih atas bimbingan, arahan, motivasi, dan dukungannya selama peneliti mengerjakan skripsi hingga selesai.
5. Dosen Pembimbing II, Dr. Elisabeth Nugrahaeni Prananingrum, M.Si., CPR. Terima kasih atas bimbingan, dukungan, motivasi dan semangatnya selama peneliti mengerjakan skripsi hingga selesai.
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta, Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Dr.Vera Wijayanti Sutjipto, S.Sos., M.Si, Dr. Wiratri Anindhita., M.Sc.,CPR, Dr. Maulina Larasati Putri, S.Sos., M.I.Kom., Nada Arina Romli, M.I.Kom, Dr. M.Fikri Akbar, M.Si., serta Sandy Allifiansyah, Ph.D yang telah memberikan

pengetahuan dan ilmunya selama peneliti berkuliah di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.

7. Para mentor di Divisi Product Development – StickEarn, Kak Fransiskus Denny Pratama dan Kak Daffa Mahardika yang telah membimbing dan memberikan pengetahuannya pada proses evaluasi kampanye di agensi iklan sekaligus memotivasi peneliti untuk mengambil topik terkait kampanye sosial.
8. Direktur LSM Yayasan Gaya Celebes, Pak Andi Akbar Halim, M.Kes. Terima kasih telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di Yayasan Gaya Celebes.
9. *Person In Charge* (PIC) Kampanye #BadmintonTanpaStigma, Arfianti A.R, S.I.Kom.Terima kasih banyak telah membantu peneliti menyebarkan kuisioner penelitian, memberikan akses data kepada *supporter* kampanye, mendampingi, serta memberikan motivasi selama penelitian ini.
10. Seluruh kakak-kakak petugas lapangan dan staff Yayasan Gaya Celebes. Terima kasih banyak telah membantu mengarahkan kelompok binaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
11. Kakak tingkat dan teman-teman satu bimbingan Mba Kinkin, Kak Nelfina, Kak Lilla, Nurazizah Anjarita, Binta, Supriah, Hanivah yang telah menjadi teman sekaligus rekan belajar selama peneliti mengerjakan skripsi.
12. Para responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini.
13. Sahabat-sahabat peneliti selama berkuliah di Universitas Negeri Jakarta, A. Fadlilah Fachrun, Amanda Syaviera, Gabriel Patrick Junior, Umar Amri, Muhammad Azel, Della Fadhillah, Zaara Okta Mufadilla, Nadaska Ilyasa, Mutiah Latipah, Krisna Aulia, Annisa Rahma, Annisa Putri Suwito, serta Lucky Khalisha. Terima kasih atas dukungan, motivasi, dan semangat selama peneliti berkuliah di Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta.
14. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan dan kontribusinya kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Bersama skripsi ini, peneliti menyadari skripsi ini memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, peneliti terbuka dengan kritik dan saran yang membangun. Peneliti berharap skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, akademisi, praktisi, serta masyarakat umum.

Jakarta, 30 Desember 2025

Amalia Chaerani Mardiana
1410621019

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	vi
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR GRAFIK	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
1.4.1 Manfaat Penelitian Akademis.....	22
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis	23
BAB II LANDASAN TEORI.....	24
2.1 Tinjauan Teoritis.....	24
2.1.1 Media Baru	24
2.1.2 Teori Integrasi Informasi (<i>Information Integration Theory</i>)	32
2.2 Variabel Penelitian.....	34
2.2.1 Kampanye (X)	34

2.2.5 Sikap (Y).....	48
2.3 Penelitian Sejenis Terdahulu	58
2.4 Hipotesis Teori	83
2.5 Model Penelitian	83
BAB III METODE PENELITIAN	84
3.1 Paradigma Penelitian	84
3.2 Metode Penelitian.....	87
3.3 Pendekatan Penelitian	88
3.4 Jenis Penelitian	89
3.5 Subjek Penelitian.....	91
3.5.1 Populasi.....	91
3.5.2 Sampel	93
3.5.3 Ukuran Sampel.....	94
3.5.4 Teknik Penarikan Sampel.....	96
3.6 Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik.....	97
3.6.1 Hipotesis Riset	97
3.6.2 Hipotesis Statistik	99
3.7 Metode Pengumpulan Data	100
3.7.1 Data Primer	100
3.8 Validitas dan Reliabilitas Data	103
3.8.1 Validitas Data.....	103
3.8.2 Reliabilitas Data	105
3.9 Metode Analisis Data.....	109
3.9.1 Analisis <i>Univariate</i>	109
3.9.2 Analisis <i>Bivariate</i>	111

3.9.2.1 Uji Korelasi <i>Spearman-Rank</i>	112
3.10 Definisi Operasional	113
3.11 Operasionalisasi Konsep.....	118
3.12 Waktu dan Tempat Penelitian.....	120
3.12.1 Waktu Penelitian.....	120
3.12.2 Tempat Penelitian	121
3.13 Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian.....	121
3.13.1 Keterbatasan Penelitian	121
3.13.2 Kelemahan Penelitian	122
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	123
4.1 Hasil Penelitian.....	123
4.1.1 Hasil Penelitian Kampanye #BadmintonTanpaStigma Melalui Aplikasi Campaign #ForABetterWorld.....	123
4.1.2 Hasil Penelitian Sikap Kesadaran Stigma Kepada Orang Dengan HIV/AIDS	191
4.1.3 Hasil Penelitian Hubungan Kampanye #BadmintonTanpaStigma dengan Sikap Kesadaran Stigma Kepada Orang Dengan HIV/AIDS Di Indonesia Melalui Aplikasi Campaign #ForABetterWorld	225
4.1.3.1 Hasil Uji Korelasi <i>Spearman-Rank</i>	225
4.2 Pembahasan Penelitian	228
4.2.1 Pembahasan Kampanye #BadmintonTanpaStigma	228
4.2.2 Pembahasan Sikap Kesadaran Stigma Kepada Orang Dengan HIV/AIDS Di Indonesia	247
4.2.3 Pembahasan Hubungan Kampanye #BadmintonTanpaStigma Dengan Sikap Kesadaran Stigma Kepada Orang Dengan HIV/AIDS Di Indonesia Melalui Aplikasi Campaign #ForABetterWorld	256

BAB V PENUTUP	264
5.1 Kesimpulan.....	264
5.2 Saran	265
DAFTAR PUSTAKA.....	268
LAMPIRAN.....	xxii



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Sejenis Terdahulu.....	73
Tabel 3. 1	Skala <i>Likert</i>	102
Tabel 3. 2	Standar Nilai KMO.....	103
Tabel 3. 3	Hasil Uji Validitas Variabel Kampanye (X).....	104
Tabel 3. 4	Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Kesadaran Stigma (Y)...	105
Tabel 3. 5	Standar Nilai Cronbach's Alpha.....	106
Tabel 3. 6	<i>Case Processing Summary</i> Variabel Kampanye.....	107
Tabel 3. 7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kampanye.....	107
Tabel 3. 8	<i>Case Processing Summary</i> Variabel Sikap.....	108
Tabel 3. 9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap.....	108
Tabel 3.10	Nilai Koefisien Korelasi <i>Spearman-Rank</i>	113
Tabel 3.11	Operasionalisasi Konsep "Hubungan Kampanye #BadmintonTanpaStigma Dengan Sikap Kesadaran Stigma Kepada Orang Dengan HIV/AIDS Di Indonesia Melalui Aplikasi Campaign".....	118
Tabel 4. 1	Aksi <i>Challenge</i> kampanye #BadmintonTanpaStigma tentang menghilangkan pandangan negatif kepada Orang Dengan HIV/AIDS.....	124
Tabel 4. 2	<i>Challenge</i> kampanye ini tentang mengunggah foto menggunakan pita merah.....	126
Tabel 4. 3	<i>Challenge</i> kampanye ini tentang mendukung akses layanan kesehatan yang setara untuk ODHA.....	127
Tabel 4. 4	<i>Challenge</i> kampanye ini hendak mengurangi masalah akses layanan kesehatan untuk ODHA.....	128
Tabel 4. 5	<i>Challenge</i> kampanye ini mendorong saya memakai pita merah.....	129
Tabel 4. 6	<i>Challenge</i> kampanye ini hendak meningkatkan akses layanan kesehatan yang setara kepada ODHA	130

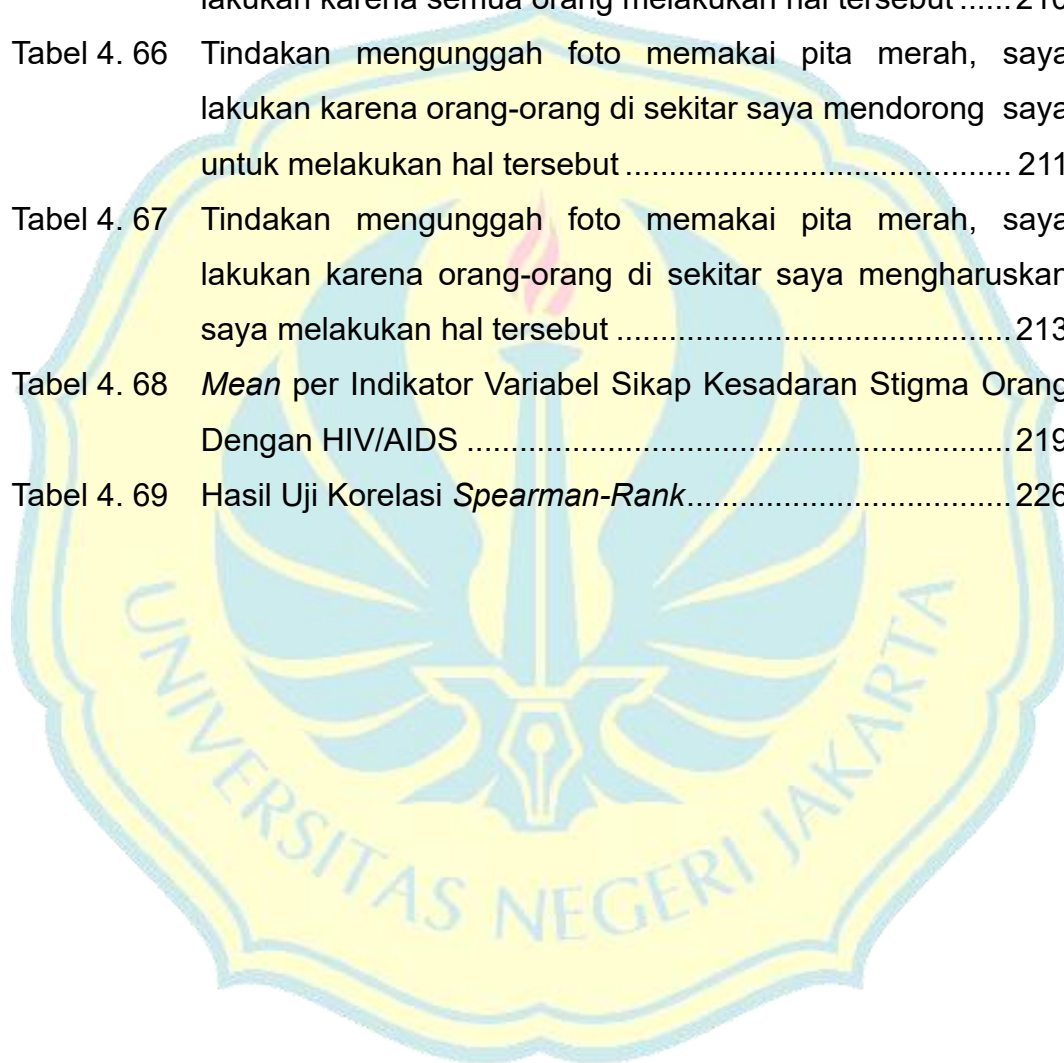
Tabel 4. 7	<i>Challenge</i> kampanye ini mendukung akses kesehatan yang setara untuk ODHA	132
Tabel 4. 8	<i>Challenge</i> kampanye ini untuk mengurangi hambatan akses layanan kesehatan	133
Tabel 4. 9	<i>Challenge</i> kampanye ini mengajak menggunakan pita merah	134
Tabel 4. 10	<i>Challenge</i> kampanye ini memiliki target sebanyak 260 <i>supporter</i> yang ingin diraih.....	135
Tabel 4. 11	<i>Challenge</i> kampanye ini memiliki target donasi sebesar Rp6.500.000.....	136
Tabel 4. 12	<i>Challenge</i> kampanye memberikan akses layanan kesehatan ke 50 komunitas ODHA.....	137
Tabel 4. 13	<i>Challenge</i> kampanye ini menciptakan lingkungan kesehatan yang setara bagi ODHA	138
Tabel 4. 14	<i>Challenge</i> kampanye ini mengurangi perlakuan negatif kepada ODHA	139
Tabel 4. 15	<i>Challenge</i> kampanye ini meningkatkan solidaritas kepada ODHA	140
Tabel 4. 16	<i>Challenge</i> kampanye digunakan untuk mendukung akses layanan kesehatan yang setara bagi ODHA.....	141
Tabel 4. 17	<i>Challenge</i> kampanye digunakan untuk mengurangi stigma negatif kepada ODHA	142
Tabel 4. 18	<i>Challenge</i> kampanye digunakan untuk mengajak masyarakat memakai pita merah.....	143
Tabel 4. 19	<i>Challenge</i> kampanye memuat tindakan untuk menggunakan pita merah	144
Tabel 4. 20	<i>Challenge</i> kampanye ini berisi tindakan untuk mencapai akses layanan kesehatan yang setara bagi ODHA.....	145
Tabel 4. 21	<i>Challenge</i> kampanye ini memuat tindakan untuk mengurangi pandangan negatif kepada ODHA	146

Tabel 4. 22	<i>Challenge</i> kampanye ini berisi tugas menggunakan pita merah	147
Tabel 4. 23	<i>Challenge</i> kampanye ini berisi tugas untuk mendukung akses layanan kesehatan yang setara bagi ODHA.....	148
Tabel 4. 24	<i>Challenge</i> kampanye ini berisi tugas untuk mengurangi pandangan negatif kepada ODHA	149
Tabel 4. 25	<i>Challenge</i> kampanye ini menunjukkan partisipasi Yayasan Gaya Celebes untuk memberikan akses layanan kesehatan yang setara bagi ODHA	150
Tabel 4. 26	<i>Challenge</i> kampanye ditujukan untuk semua orang yang ingin mendukung ODHA mendapatkan akses layanan kesehatan yang setara.....	151
Tabel 4. 27	<i>Challenge</i> kampanye ini ditujukan untuk semua orang yang ingin mengurangi pandangan negatif kepada ODHA	152
Tabel 4. 28	<i>Challenge</i> kampanye dapat dilakukan secara terus menerus	153
Tabel 4. 29	<i>Challenge</i> kampanye dapat diselesaikan dalam waktu yang lama.....	154
Tabel 4. 30	<i>Challenge</i> kampanye ini dapat diselesaikan dalam waktu singkat	155
Tabel 4. 31	<i>Challenge</i> kampanye ini sesuai dengan tujuan yang hendak diraih, yaitu terjaminnya akses layanan kesehatan yang setara untuk ODHA	156
Tabel 4. 32	<i>Challenge</i> kampanye memuat informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan, yaitu mengunggah foto memakai pita merah	158
Tabel 4. 33	<i>Challenge</i> kampanye ini diperlukan untuk mencapai tujuan, yakni akses layanan kesehatan yang setara.....	159
Tabel 4. 34	<i>Challenge</i> kampanye ini berhubungan dengan hasil yang hendak dicapai	160

Tabel 4. 35	<i>Challenge</i> kampanye berhubungan dengan aksi mengunggah foto menggunakan pita merah	161
Tabel 4. 36	<i>Challenge</i> kampanye berkaitan dengan konsep kesetaraan	162
Tabel 4. 37	<i>Challenge</i> kampanye ini menjelaskan masalah yang ingin diselesaikan.....	164
Tabel 4. 38	<i>Challenge</i> kampanye memberitahu tujuan yang akan dicapai	165
Tabel 4. 39	<i>Challenge</i> kampanye memberitahu cara menyelesaikan masalah dengan memberikan akses kesehatan ke-50 komunitas ODHA.....	166
Tabel 4. 40	<i>Challenge</i> kampanye ditinjau dari permasalahan yang ada sebenarnya.....	167
Tabel 4. 41	<i>Challenge</i> kampanye ini disesuaikan dengan kemampuan masyarakat menyelesaikan masalah.....	168
Tabel 4. 42	<i>Challenge</i> kampanye disesuaikan dengan konsep kesetaraan yang hendak dicapai	169
Tabel 4. 43	<i>Challenge</i> kampanye ini disetujui oleh banyak orang.....	170
Tabel 4. 44	<i>Challenge</i> kampanye dipahami untuk mengurangi pandangan negatif kepada ODHA	171
Tabel 4. 45	<i>Challenge</i> kampanye ini dipahami untuk mendukung akses layanan kesehatan yang setara bagi ODHA.....	172
Tabel 4. 46	Nilai <i>Mean</i> Indikator Variabel Kampanye (X)	179
Tabel 4. 47	<i>Challenge</i> kampanye menambahkan wawasan tentang pentingnya kesetaraan akses layanan kesehatan untuk Orang Dengan HIV/AIDS	192
Tabel 4. 48	<i>Challenge</i> kampanye ini memberi pengetahuan tentang hak untuk hidup sehat bagi semua orang	193
Tabel 4. 49	<i>Challenge</i> kampanye menambah wawasan tentang dukungan akses kesehatan yang setara untuk ODHA.....	194

Tabel 4. 50	Saya percaya <i>challenge</i> kampanye untuk mendukung akses layanan kesehatan yang setara	195
Tabel 4. 51	Saya percaya mengunggah foto menggunakan pita merah dapat meningkatkan semangat hidup ODHA.....	196
Tabel 4. 52	Saya percaya ODHA membutuhkan akses layanan kesehatan yang setara.....	197
Tabel 4. 53	<i>Challenge</i> kampanye ini membuat saya peduli pada akses layanan kesehatan untuk ODHA.....	198
Tabel 4. 54	<i>Challenge</i> kampanye ini membuat saya senang mengunggah foto memakai pita merah.....	199
Tabel 4. 55	<i>Challenge</i> kampanye ini membuat saya sedih karena ODHA masih kesulitan mendapatkan akses layanan kesehatan yang setara.....	200
Tabel 4. 56	Memberikan dukungan akses kesehatan kepada Orang Dengan HIV/AIDS adalah tindakan yang sesuai dengan nilai moral.....	201
Tabel 4. 57	Orang Dengan HIV/AIDS berhak mendapatkan perlakuan yang setara di lingkungan kesehatan	202
Tabel 4. 58	Akses layanan kesehatan yang setara merupakan hak untuk semua orang.....	203
Tabel 4. 59	Tindakan mengunggah foto memakai pita merah merupakan bentuk solidaritas saya kepada ODHA	204
Tabel 4. 60	Tindakan mengunggah foto memakai pita merah menunjukkan saya mendukung ODHA untuk hidup sehat	205
Tabel 4. 61	Tindakan memakai pita merah menunjukkan saya peduli terhadap akses layanan kesehatan yang setara bagi ODHA	206
Tabel 4. 62	Tindakan mengunggah foto memakai pita merah saya lakukan didasari oleh rasa suka pada tindakan tersebut	207
Tabel 4. 63	Tindakan mengunggah foto memakai pita merah saya lakukan karena tindakan tersebut baik untuk dilakukan.....	208

Tabel 4. 64	Tindakan mengunggah foto memakai pita merah saya lakukan karena akan ada hal baik yang akan saya terima dari perilaku tersebut.....	209
Tabel 4. 65	Tindakan mengunggah foto memakai pita merah, saya lakukan karena semua orang melakukan hal tersebut	210
Tabel 4. 66	Tindakan mengunggah foto memakai pita merah, saya lakukan karena orang-orang di sekitar saya mendorong saya untuk melakukan hal tersebut	211
Tabel 4. 67	Tindakan mengunggah foto memakai pita merah, saya lakukan karena orang-orang di sekitar saya mengharuskan saya melakukan hal tersebut	213
Tabel 4. 68	<i>Mean</i> per Indikator Variabel Sikap Kesadaran Stigma Orang Dengan HIV/AIDS	219
Tabel 4. 69	Hasil Uji Korelasi <i>Spearman-Rank</i>	226



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Kantor LSM YGC Makassar.....	7
Gambar 1. 2	Kampanye #BadmintonTanpaStigma	8
Gambar 1. 3	Kompetisi #BadmintonTanpaStigma	9
Gambar 1. 4	Edukasi Pencegahan dan Penanggulangan HIV/AIDS	10
Gambar 1. 5	<i>Challenge</i> Kampanye #BadmintonTanpaStigma	13
Gambar 1. 6	Narasi Aksi <i>Challenge</i> Kampanye Bagian 1	15
Gambar 1. 7	Narasi Aksi <i>Challenge</i> Kampanye Bagian 2	15
Gambar 2. 1	Model Penelitian “Hubungan Kampanye #Badminton TanpaStigma Dengan Sikap Kesadaran Stigma Kepada Orang Dengan HIV/AIDS Di Indonesia Melalui Aplikasi Campaign #ForABetterWorld”.....	83



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GRAFIK

Gambar 4. 1	Grafik Perolehan <i>Mean</i> Tiap Dimensi Variabel Kampanye #BadmintonTanpaStigma	174
Gambar 4. 2	Grafik Perolehan <i>Mean</i> Tiap Dimensi Variabel Sikap Kesadaran Stigma.....	215



Intelligentia - Dignitas