

PERANCANGAN KONTEN TIKTOK MENGENAI PENCEGAHAN DIABETES PADA GEN Z

Afifah Nur Aulia Kusuma Wibawa¹,

¹Universitas Negeri Surabaya

email: afifah.19068@mhs.unesa.ac.id

Received:

08-07-2026

Reviewed:

08-07-2026

Accepted:

09-07-2026

ABSTRAK : Penelitian ini berjudul "Perancangan Konten TikTok Mengenai Pencegahan Diabetes pada *Gen Z*" yang dilatarbelakangi oleh meningkatnya prevalensi Diabetes Melitus pada remaja atau *Gen Z*. Fenomena ini dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup, seperti budaya *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap tren minuman tinggi gula serta kurangnya aktivitas fisik. Di sisi lain, TikTok menjadi *platform* digital yang paling banyak digunakan oleh *Gen Z* sebagai sumber informasi dan hiburan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merancang media edukasi yang efektif, informatif, dan sesuai dengan preferensi visual *Gen Z* untuk meningkatkan kesadaran terhadap pencegahan Diabetes sejak dini. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking* yang meliputi tahapan *Empathize, Define, Ideate, Prototype*, dan *Testing*, serta didukung analisis SWOT. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, wawancara dengan ahli psikologi, dan penyebaran kuesioner kepada 121 responden *Gen Z*. Hasil perancangan berupa konten TikTok dalam format *carousel* infografis dengan gaya visual *anime-manga*, palet warna pastel, serta tipografi bergaya retro-modern dan minimalis. Hasil pengujian menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa terbantu dan lebih mudah memahami informasi kesehatan yang disampaikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok dengan pendekatan visual yang tepat dapat menjadi media edukasi kesehatan yang efektif bagi *Gen Z*. Temuan ini menunjukkan pentingnya strategi visual dalam komunikasi kesehatan digital yang efektif.

Kata Kunci: Perancangan infografis, TikTok, Diabetes, *Gen Z*, *Design Thinking*

ABSTRACT : *This study is titled "TikTok Content Design for Diabetes Prevention in Gen Z," which is motivated by the rising prevalence of Diabetes Mellitus among teenagers and Gen Z. This phenomenon is influenced by lifestyle shifts, such as the Fear of Missing Out (FoMO) culture toward high-sugar drink trends and a lack of physical activity. On the other hand, TikTok has become the most widely used digital platform by Gen Z as a source of information and entertainment. Therefore, this study aims to design educational media that is effective, informative, and aligned with Gen Z's visual preferences to increase awareness of early Diabetes prevention. The methodology used is Design Thinking, which includes the stages of Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Testing, further supported by a SWOT analysis. Data collection was conducted through literature studies, an interview with a psychology expert, and the distribution of questionnaires to 121 Gen Z respondents. The final design consists of TikTok content in an infographic carousel format featuring an anime-manga visual style, a pastel color palette, and typography that blends retro-modern and minimalist styles. Testing results indicate that the majority of respondents found the format helpful and the health information easy to comprehend. This research concludes that TikTok, with the right visual approach, can be an effective health education medium for Gen Z. These findings demonstrate the importance of visual strategies in effective digital health communication.*

Keywords: *Infographic Design, TikTok, Diabetes, Gen Z, Design Thinking*

PENDAHULUAN

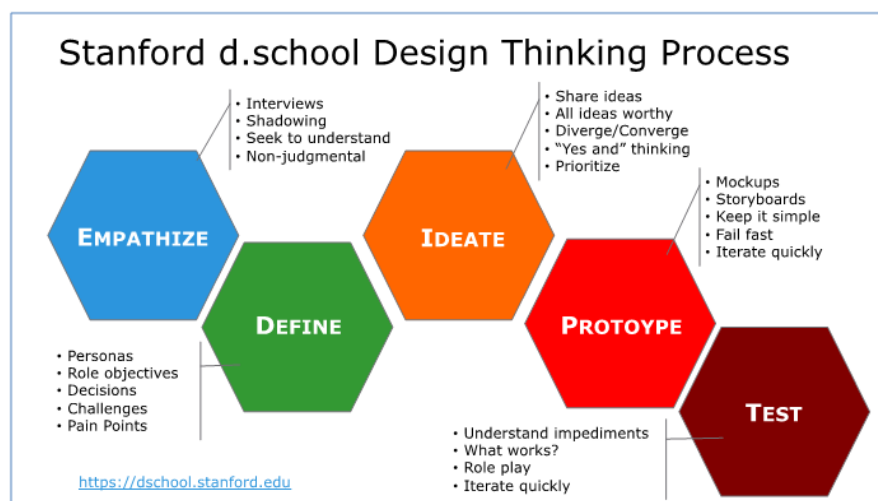
Perancangan ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya prevalensi Diabetes Melitus di kalangan remaja atau *Gen Z*. Dilansir dari (Kurniawan, 2023), fenomena minuman manis kekinian yang makin digemari *Gen Z* membuat kasus Diabetes Melitus naik. Diabetes Melitus adalah penyakit kronis yang terjadi, baik ketika pankreas tidak menghasilkan cukup insulin atau ketika tubuh tidak dapat menggunakan insulin yang diproduksi secara efektif. Insulin adalah hormon yang mengatur glukosa darah. Hiperglikemia, juga disebut peningkatan glukosa darah atau gula darah tinggi, adalah efek umum dari Diabetes yang tidak terkontrol dan seiring waktu menyebabkan kerusakan serius pada banyak sistem tubuh, terutama saraf dan pembuluh darah (WHO, n.d.). Fenomena ini dipicu oleh perubahan pola hidup signifikan seperti budaya *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap tren minuman viral tinggi gula serta kurangnya aktivitas fisik. Urgensi penelitian ini sangat tinggi mengingat data dari Dinas Kesehatan pada tahun 2022 di provinsi Jawa Tengah menunjukkan puluhan ribu remaja telah terdiagnosis Diabetes, yang jika tidak ditangani sejak dini dapat menyebabkan kerusakan serius pada sistem tubuh hingga kematian (Merdeka.com, 2023). Pentingnya penelitian ini terletak pada upaya pencegahan risiko kesehatan kronis pada generasi *digital native* yang tumbuh dengan akses informasi instan namun sering kali terjebak dalam kebiasaan konsumtif yang tidak sehat.

Terdapat kesenjangan yang nyata antara harapan ideal untuk membangun kesadaran kesehatan sejak dini dengan realita gaya hidup *Gen Z* sebagai *Foodie Generation* yang mendefinisikan identitas mereka melalui konsumsi kuliner viral yang rendah gizi (Wiklund, 2022). Selain itu, terdapat celah persoalan dalam media edukasi; informasi kesehatan konvensional melalui buku fisik atau video formal sering kali tidak terakomodasi secara maksimal oleh karakteristik *Gen Z* yang merupakan visual learner dengan durasi perhatian yang singkat.

Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pencegahan Diabetes dan penggunaan media komunikasi digunakan sebagai acuan dalam merancang. Penelitian oleh Djasmine dan Wahab (2024) menggunakan media buku fisik berukuran khusus untuk meningkatkan kewaspadaan Diabetes pada anak muda. Harjanto (2023) merancang *motion graphic* untuk meningkatkan kesadaran gaya hidup sehat guna mencegah Diabetes tipe 2. Selain itu, penelitian oleh Maharani dkk. (2024) serta Maulidia (2024) menunjukkan bahwa *platform* TikTok efektif meningkatkan pengetahuan dan sikap remaja mengenai penyakit Diabetes melitus. Meskipun penelitian terdahulu telah mencoba memberikan edukasi melalui buku atau video animasi, penelitian ini mengidentifikasi kelemahan pada sisi tingkat keterlibatan audiens yang masih bisa dikembangkan lebih jauh. Sebagai solusi, perancangan ini menawarkan penggunaan *platform* TikTok dengan mengoptimalkan format *carousel* infografis yang menggabungkan estetika visual spesifik seperti gaya *Anime-Manga* dan tren retro-modern untuk menjangkau *Gen Z* secara lebih personal dan efektif.

Fokus penelitian ini adalah merumuskan bagaimana konsep, proses, dan hasil perancangan konten TikTok dapat menjadi sarana pemahaman yang efektif mengenai pencegahan Diabetes bagi *Gen Z*. Dengan menerapkan metode *Design Thinking* yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, hingga *testing*, penelitian ini bertujuan menghasilkan media komunikasi visual yang informatif dan selaras dengan preferensi visual *Gen Z*. Melalui rencana pemecahan masalah yang berpusat pada kebutuhan pengguna ini, diharapkan informasi mengenai bahaya Diabetes dapat tersampaikan dengan model yang mudah diterima, sehingga mampu menggerakkan *Gen Z* untuk mulai mengadopsi pola hidup yang lebih sehat.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)



Gambar 1. Skema Metode *Design Thinking* (Sumber : Stanford d.school)

Perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode utama *Design Thinking* yang didukung oleh analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Metode penelitian kualitatif dipilih untuk meneliti kondisi ilmiah di mana peneliti berperan sebagai instrumen dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang menekankan pada makna (Sugiyono 2018). *Design Thinking* sendiri merupakan proses untuk menghasilkan gagasan inovatif guna memecahkan masalah berdasarkan kebutuhan pengguna.

Berikut adalah lima tahapan *Design Thinking* yang diterapkan dalam perancangan ini :

1. *Empathize*: Tahap awal untuk memahami permasalahan melalui pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner kepada 121 responden *Gen Z* untuk mengetahui preferensi visual serta wawancara dengan ahli psikologi, Ibu Meiana Evyta Kusuma Ria, S.Psi., untuk mempelajari gaya hidup *Gen Z* dan pemicu Diabetes seperti budaya *FoMO*. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dari *website* resmi Kemenkes, jurnal, dan buku terkait.
2. *Define*: Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk menentukan inti permasalahan dan strategi perancangan. Tahap ini bertujuan memastikan konten memiliki pembeda yang kuat dan sesuai dengan kebutuhan *Gen Z*.
3. *Ideate*: Pencarian ide solusi kreatif dengan merancang konsep infografis yang informatif namun tetap selaras dengan gaya estetika *Gen Z* agar pesan kesehatan mudah diserap. Ide yang terkumpul kemudian diterjemahkan dalam bentuk *moodboard* agar mudah untuk menentukan konsep yang diinginkan.
4. *Prototype*: Hasil perancangan direalisasikan dalam bentuk konten TikTok format *carousel* atau gambar yang dapat digeser. Rangkaian konten ini mencakup informasi mengenai definisi Diabetes, gejala, tipe-tipe, cara pencegahan, serta mitos dan fakta.
5. *Testing*: Langkah akhir di mana hasil perancangan diuji coba kepada 139 responden *Gen Z* melalui kuesioner untuk mengukur efektivitas, pemahaman, dan respons mereka terhadap konten yang telah dibuat.

Metode ini memastikan media edukasi yang dirancang sesuai dengan karakteristik *Gen Z* sebagai *visual learner* yang cenderung menyerap informasi lebih cepat melalui gambar.

KERANGKA TEORETIK

A. *Gen Z*

Menurut Nasiri (dalam Pujiono, 2021) *Gen Z* didefinisikan sebagai kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Mereka merupakan kelompok *digital native* yang tumbuh bersama perkembangan teknologi, sehingga akses informasi melalui internet terasa sangat alami dalam kehidupan sehari-hari. Kelompok ini sangat bergantung pada teknologi dan media sosial untuk melakukan berbagai aktivitas mulai dari belajar hingga rekreasi.

B. Pola Pikir, Sikap, dan Perilaku Gen Z

Karakteristik Gen Z dipengaruhi oleh fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)*, yaitu kecemasan akan tertinggalnya tren menarik atau berita viral di media sosial. Hal ini berdampak pada gaya hidup konsumtif, seperti keinginan mencoba berbagai minuman manis yang sedang populer yang mendefinisikan identitas mereka sebagai *Foodie Generation*. Selain itu, penggunaan perangkat seluler yang berlebihan sering kali menyebabkan kurang tidur, stres, dan rendahnya aktivitas fisik, yang semuanya merupakan faktor risiko kesehatan.

C. Diabetes Melitus

Diabetes adalah penyakit metabolik kronis yang ditandai dengan tingginya kadar gula darah akibat gangguan produksi atau penggunaan insulin oleh tubuh (who.int). Terdapat dua jenis utama, yaitu tipe 1 yang bersifat autoimun dan tipe 2 yang dipicu oleh faktor gaya hidup yang tidak sehat. Gejala umum Diabetes meliputi rasa haus yang ekstrem, sering buang air kecil, penglihatan kabur, kelelahan, dan penurunan berat badan secara tiba-tiba. Prevalensi penyakit ini pada remaja terus meningkat akibat perubahan pola hidup dan peningkatan kasus obesitas (Wahyuni & Ngoerah, 2023).

D. Media Komunikasi Visual

Dalam perancangan media edukasi, diterapkan beberapa teori desain komunikasi visual :

- Warna: Pemilihan warna pastel dan kuning cerah yang mencerminkan perspektif positif serta optimisme Gen Z.
- Tipografi: Penggunaan jenis huruf yang menggabungkan estetika retro-modern seperti gaya Y2K dengan sans-serif minimalis yang bersih.
- Layout: Penataan elemen teks dan gambar secara harmonis untuk mempermudah penerimaan informasi dengan usaha minimal.
- Ilustrasi Infografis: Teknik penyajian data secara visual untuk menyederhanakan informasi medis yang kompleks agar lebih cepat dipahami dan diingat.

E. Media Sosial TikTok

TikTok merupakan *platform* jejaring sosial berbagi video pendek yang menjadi sumber informasi utama bagi mayoritas Gen Z (Widi, 2023). Keunggulan utamanya terletak pada algoritme *For Your Page (FYP)* yang memungkinkan konten edukasi menyebar luas berdasarkan preferensi pengguna tanpa terbatas pada jumlah pengikut. Media ini sangat efektif untuk kampanye kesehatan karena mampu menyajikan pesan secara kreatif, dinamis, dan memiliki tingkat keterlibatan audiens yang tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Emphatize

Wawancara Ahli

Wawancara ini bersumber langsung dari seorang psikolog; Ibu Meiana Evyta Kusuma Ria, S. Psi pada tanggal 5 Juni 2024. Dalam wawancara, beliau memaparkan bahwa maraknya Diabetes (terutama tipe 2) dikalangan Gen Z terpicu akibat budaya *FoMO* serta stress berlebihan yang menghasilkan gaya hidup tidak sehat.

Kuesioner

Selain pengumpulan data melalui wawancara, dilakukan juga proses pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form* kepada responden dengan jumlah 121. Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa 100% responden menyukai gambar berilustrasi, pilihan terbanyak yaitu 38% responden menyukai gaya ilustrasi *Anime-Manga*, 68,6% responden menyukai tone warna pastel, dan 90,9% responden setuju bahwa format *carousel* memudahkan responden dalam membaca info lebih cepat.

Define

Hasil data yang telah dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis data *SWOT*. Proses analisis data ini dilakukan untuk membuat versi desain yang lebih kuat dan segar namun masih selaras dengan topik Diabetes yang sama, dan lebih mengerucut, yaitu *Gen Z*. Hasil analisis data akan disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Matriks *SWOT*

<i>Internal/ Eksternal</i>	<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
	<i>Strenght – Opportunity</i>	<i>Weakness – Opportunity</i>
<i>Opportunity</i>	Infografis yang disampaikan melalui TikTok sebagai media platform terpopuler di kalangan Gen Z saat ini Era digital 5.0 membuat konten digital edukatif sangat relevan karena mudah diakses oleh Gen Z Jika desainnya estetik dan quotable, Gen Z cenderung menyebarkannya ulang karena mereka merupakan visual learner sehingga cepat menyerap informasi Dapat memanfaatkan lagu atau audio yang sedang tren di TikTok tanpa kendala hak cipta, sehingga konten tetap menarik dan relevan bagi audiens Gen Z Isi konten telah divalidasi langsung oleh ahli gizi dan	Fokus pada diferensiasi konten: manfaatkan popularitas TikTok dengan membuat pendekatan baru (<i>Storytelling</i>, humor, interaktif, atau format partisipatif) agar tidak tenggelam di antara kampanye serupa. Manfaatkan tren estetik dan gaya quotable untuk memperkuat desain visual – fokus pada tampilan minimalis, palet warna kekinian, dan tipografi yang menarik agar desain lebih <i>Shareable</i>. Gunakan relevansi tema edukatif untuk memperkuat kredibilitas dan keunikan pesan, misalnya dengan menghadirkan data, <i>Insight</i>, atau narasi yang lebih mendalam dan aktual.

	psikologi yang mengerti perilaku gen z	
	<i>Strenght – Threats</i>	<i>Weakness – Threats</i>
Threats	Produksi variasi konten dengan gaya, dan format berbeda untuk menguji <i>Engagement</i> dan meningkatkan peluang muncul di FYP.	Fokus pada niche atau sudut pandang unik agar konten lebih menonjol secara organik, meskipun algoritme tidak selalu mendukung.
	Gunakan elemen visual kuat di cover pertama agar audiens langsung tertarik – meningkatkan <i>Watch time</i> dan peluang direkomendasikan algoritme.	Optimalkan <i>SEO</i> (<i>Search Engine Optimization</i>) TikTok (caption, hashtag, sound tren) dan jadwal posting untuk meningkatkan kemungkinan masuk FYP meskipun algoritme acak.

Ideate

Tujuan Kreatif

Merancang infografis mengenai Diabetes Melitus yang informatif namun masih tetap selaras dengan gaya estetika Gen Z sehingga mudah diserap oleh target audiens.

Strategi kreatif

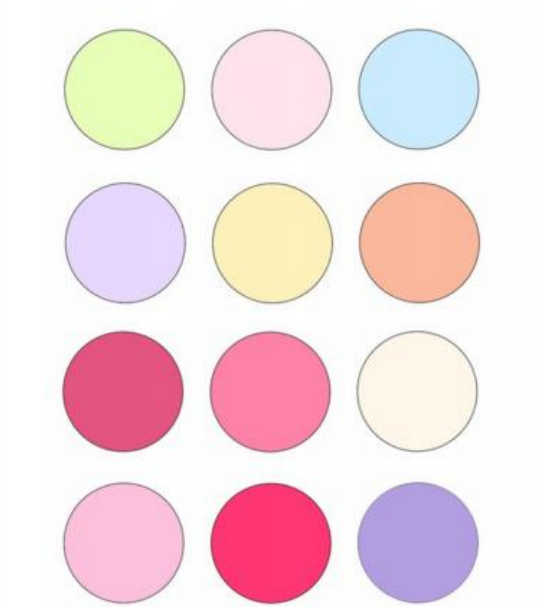
1. Target audiens merupakan Gen Z dalam rentang umur 14-29 tahun.
2. *Moodboard*



Gambar 2. Moodboard Perancangan (Sumber : Wibawa, 2026)

3. *Color palette*

Berdasarkan hasil kuesioner, target audiens memilih warna pastel sebagai *Color palette* yang disukai.



Gambar 3. *Color Palette* Perancangan (Sumber : Wibawa, 2026)

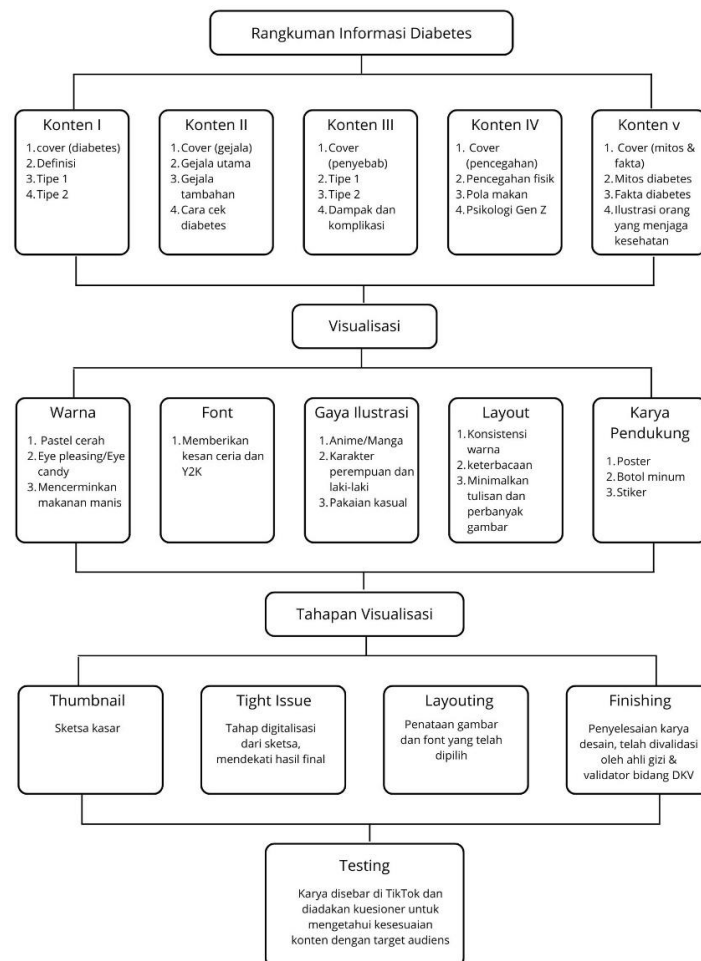
4. *Font*

Font yang dipilih disesuaikan dengan estetika berdasarkan preferensi *Gen Z* yaitu, gabungan *Retro-modern aesthetic* seperti *Y2K* dan *70s styles*.



Gambar 4. *Font* Perancangan (Sumber : Wibawa, 2026)

Prototype Skema Perancangan



Gambar 5. Skema Perancangan (Sumber : Wibawa, 2026)

Tahap Visualisasi

Dalam tahapan ini, proses visualiasasi dibagi menjadi 4 bagian yaitu *thumbnail*, *lineart*, *tight issue*, dan *finishing*.

- *Thumbnail*

Merupakan sketsa awalan yang masih kasar dan sederhana guna untuk menuangkan ide. Sketsa dibuat menggunakan kertas HVS dan pensil 2B.



Gambar 6. Sketsa *thumbnail* (Sumber : Wibawa, 2026)

- *Lineart*

Setelah terbentuk *thumbnail*, selanjutnya sketsa akan ditebalkan dengan *lineart* dalam bentuk digital. Aplikasi *software* yang digunakan adalah ibisPaint. *Lineart* menggunakan warna yang lebih gelap agar terlihat lebih bold dan menyolok apabila dipadukan dengan warna pastel.



Gambar 7. *Lineart* (Sumber : Wibawa, 2026)

- *Tight Issue*

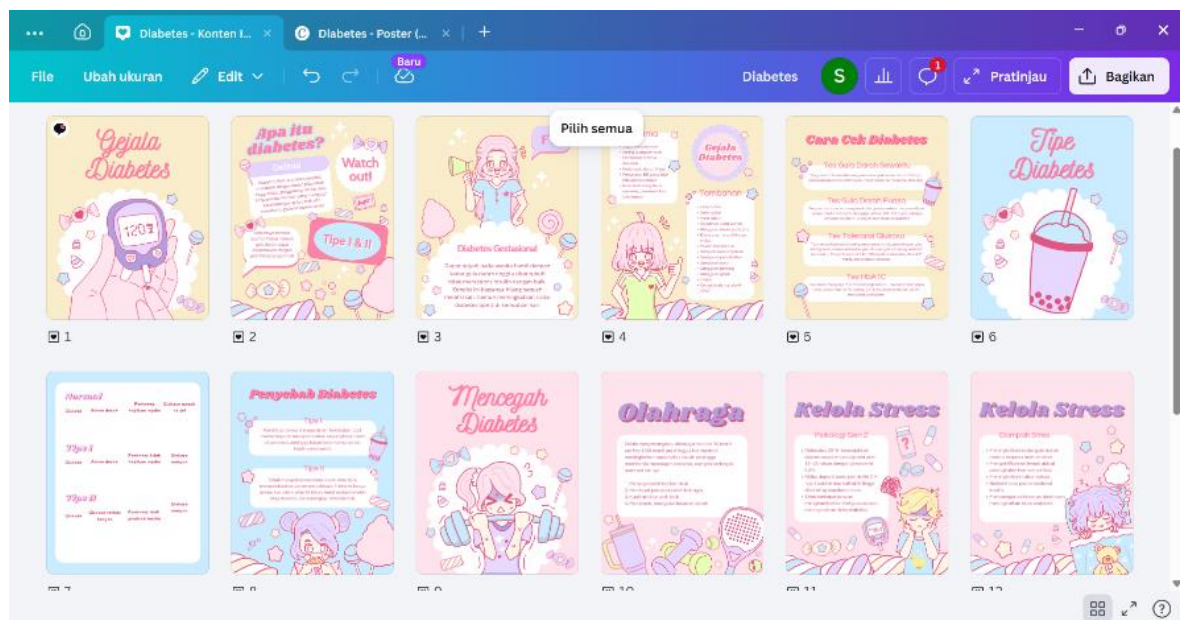
Lineart yang telah jadi kemudian dikembangkan menjadi *tight issue*, yaitu merupakan desain setengah jadi. Di tahapan ini mulai terlihat hasil perpaduan pemilihan *color palette* dan gaya ilustrasi *Anime-Manga* yang dipilih responden Gen Z.



Gambar 8. *Tight issue* (Sumber : Wibawa, 2026)

- *Layouting*

Pada tahapan ini, *tight issue* yang telah jadi kemudian disusun dalam *layout* yang *playful*, sesuai dengan preferensi Gen Z. Informasi mengenai Diabetes dituliskan menggunakan *font* yang telah dipilih. Proses *layouting* dilakukan melalui aplikasi *software* Canva dengan aset desain yang berasal dari penulis.



Gambar 9. *Layouting* (Sumber : Wibawa, 2026)

• *Finishing*

Setelah selesai, desain *layout* kemudian diuji validasi melalui ahli media desain komunikasi visual, yaitu Ibu Kanya Catya, S.T., M.A. Menurut catatan validator, terdapat beberapa masukan seperti kurangnya penggunaan warna kontras sehingga menurunkan keterbacaan informasi dan memberikan kesan monoton, serta penggunaan *shading* pada beberapa teks yang membuat keterbacaan tulisan menjadi kurang optimal. Namun secara garis besar karya sudah cukup baik dan layak digunakan di lapangan tanpa revisi.



Gambar 10. *Finishing* desain konten (Sumber : Wibawa, 2026)

Selain itu, terdapat karya pendukung berupa poster A3 dengan bahan *glossy* dan stiker dengan bahan hologram yang dapat menambah kesan Y2K, juga sesuai dengan estetika *Gen Z* yang bold dan cerah.



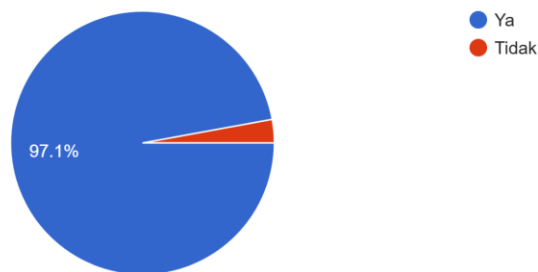
Gambar 11. *Finishing* desain karya pendukung poster A3 dan stiker (Sumber : Wibawa, 2026)

Test

Pada tahapan ini, konten *carousel* TikTok yang telah dipublikasi disebarakan kepada Gen Z dalam bentuk *gform* untuk mengevaluasi efektivitas media tersebut sebagai sarana mengenai pencegahan Diabetes, sekaligus untuk mengetahui apakah responden memberikan respon positif dan menikmati sajian visual yang telah dirancang. Berikut adalah hasil dari kuesioner yang telah dibagikan kepada 139 responden Gen Z :

Setelah melihat konten TikTok pencegahan diabetes, apakah anda mendapat informasi baru mengenai diabetes?

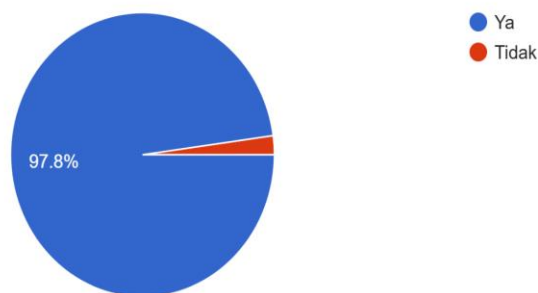
139 responses



Gambar 12. Hasil uji kuesioner 1 (Sumber : Wibawa, 2026)

Jika iya apakah anda merasa terbantu dengan adanya konten tersebut?

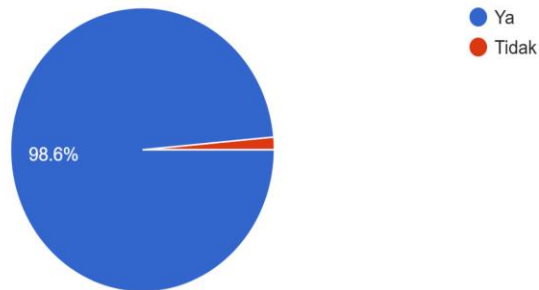
139 responses



Gambar 13. Hasil uji kuesioner 2 (Sumber : Wibawa, 2026)

Apakah konten tersebut mudah mengerti?

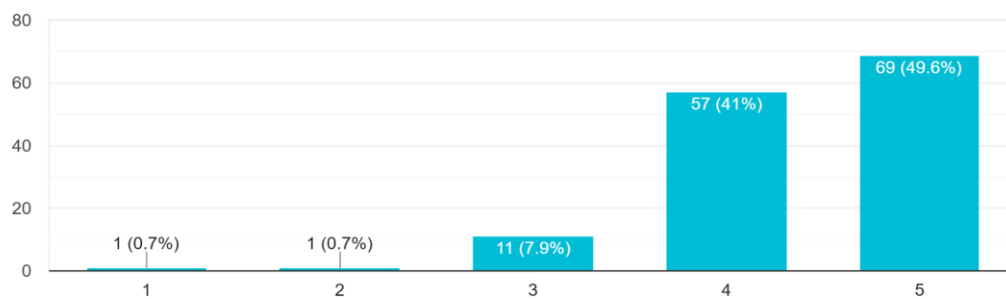
139 responses



Gambar 14. Hasil uji kuesioner 3 (Sumber : Wibawa, 2026)

Seberapa paham anda terhadap konten diabetes tersebut?? (1 tidak paham, 5 sangat paham)

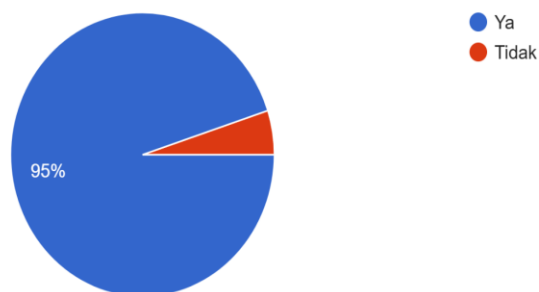
139 responses



Gambar 15. Hasil uji kuesioner 4 (Sumber : Wibawa, 2026)

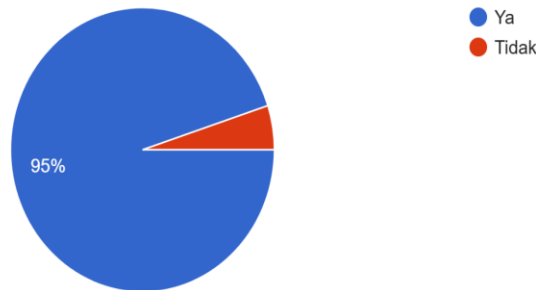
Apakah anda menyukai gaya ilustrasi serta pemilihan warna konten tersebut?

139 responses



Gambar 16. Hasil uji kuesioner 5 (Sumber : Wibawa, 2026)

Apakah musik dalam konten membuat anda enjoy dan tertarik membaca konten tersebut?
139 responses



Gambar 17. Hasil uji kuesioner 6 (Sumber : Wibawa, 2026)

Berdasarkan hasil dari penilaian responden, *carousel* konten TikTok ini berhasil menyampaikan informasi upaya pencegahan Diabetes pada *Gen Z* dengan baik, serta mendapatkan banyak respon positif terhadap sajian visual yang telah dirancang.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan konten TikTok mengenai pencegahan Diabetes pada *Gen Z* ini menjawab permasalahan rendahnya kesadaran pencegahan Diabetes yang dipicu oleh pola hidup tidak sehat dan budaya *FoMO*. Melalui penerapan metode *Design Thinking*, dihasilkan media edukasi berupa *carousel* infografis yang menggabungkan estetika visual *Anime-Manga*, tipografi retro-modern, warna pastel, serta komunikasi santai yang terbukti efektif meningkatkan pemahaman *Gen Z*. Hasil pengujian menyimpulkan bahwa strategi visual yang tepat pada *platform* media sosial mampu menjadi sarana edukasi kesehatan digital yang relevan bagi *Gen Z* sebagai *visual learner*. Selain itu, dari perancangan ini dapat diketahui bahwa solusi yang inovatif dapat berakar dari empati, yaitu dengan memahami kecemasan psikologis *Gen Z*, seperti fenomena *FoMO* tren minuman manis, yang kemudian tercipta konten yang tidak hanya informatif namun juga *relatable* dan mampu menyentuh sisi emosional *Gen Z* agar tergerak menjalani perilaku hidup sehat.

Sebagai saran untuk pengembangan selanjutnya, penyampaian pesan perlu dibuat lebih interaktif dan terstruktur agar *Gen Z* dapat terlibat lebih aktif serta memahami informasi secara lebih mendalam.

REFERENSI

Aina, Q. (2023, August 25). *Kasus Diabetes Anak Terus Meningkat, FK UNAIR Beri Penyuluhan untuk Remaja*. Retrieved October 4, 2024, from Universitas Airlangga: https://unair.ac.id/post_fetcher/fakultas-kedokteran-kasus-diabetes-anak-terus-meningkat-fk-unair-beri-penyuluhan-untuk-remaja/

- Bolton, U. o. (2023, November 7). *DESIGN TRENDS AND AESTHETICS AIMED AT GEN Z*. Retrieved October 5, 2024, from University of Bolton: <https://www.bolton.ac.uk/blogs/design-trends-and-aesthetics-aimed-at-gen-z>
- Cahyadi, A. (2021). GAMBARAN FENOMENA *FEAR OF MISSING OUT (FoMO)* PADA GENERASI Z DI KALANGAN MAHASISWA. *Widya Warta*, 2.
- Dila, A. F. (2023). PENGARUH SELF-ESTEEM TERHADAP SUBJECTIVE WELL-BEING PADA REMAJA PENGGUNA TIKTOK. *Diploma Thesis*.
- Firamadhina, F. I., & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok : TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Jurnal*, 10(2), 199-208.
- Gamping, P. (2022, September 9). *Mengenal Fenomena Remaja Jompo*. Retrieved October 4, 2024, from puskesmas Gamping 1: <https://pkmgamping1.slemankab.go.id/mengenal-fenomena-remaja-jompo/>
- Jirí, B. (2016). The Employees of Baby Boomers Generation, Generation X, Generation Y and Generation Z in Selected Czech Corporations as Conceivers of Development and Competitiveness in their Corporation. *Journal of Competitiveness*, 8(4), 105-123.
- Kurniawan, A. (2023, February 15). 709 Remaja di Jateng Terkena Diabetes Melitus, Minuman Manis Jadi Pemicu. Retrieved October 4, 2024, from Espos Regional: <https://regional.espos.id/64-709-remaja-di-jateng-terkena-diabetes-melitus-minuman-manis-jadi-pemicu-1551874>
- Makdori, Y. (2024, January 29). *Pemerintah Wacanakan Minuman Berpemanis Diberi Label A, B, C, dan D Seperti di Singapura*. Retrieved October 4, 2024, from Asumsi: <https://asumsi.co/post/88897/pemerintah-wacanakan-minuman-berpemanis-diberi-label-a-b-c-dan-d-seperti-di-singapura/>
- Media, F. (2023, April 20). *Apa itu FYP? Ini Pengertian dan Cara FYP di TikTok 2023!* Retrieved October 4, 2024, from First Media: <https://www.firstmedia.com/article/apa-itu-fyp-ini-pengertian-dan-cara-fyp-di-tiktok-2023>
- Merdeka.com. (2023, February 17). 4.709 Remaja di Jateng Menderita Diabetes Melitus, Dipicu Minuman Manis Kekinian. Retrieved October 4, 2024, from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/peristiwa/4709-remaja-di-jateng-menderita-diabetes-melitus-dipicu-minuman-manis-kekinian.html>
- Nanda, E. (2023, November 24). *Riset: Apa Benar Gen Z Lebih Suka Konten TikTok daripada Instagram?* Retrieved October 4, 2024, from IDN TIMES: <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/erfah-nanda-2/imgr-2024-perilaku-media-sosial-gen-z>
- Nasiri, M. (2016, August 14). *Membaca Generasi Z Lewat Perilaku di Media Sosial*. Retrieved October 4, 2024, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160812134839-277-150948/membaca-generasi-z-lewat-perilaku-di-media-sosial>
- Pandian, N., & Balasubramaniam, M. (2023, June). THE INFOGRAPHIC METHOD OF LEARNING IN EDUCATION. Retrieved October 9, 2024
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013, July). Motivational, emotional, and behavioral correlates of *Fear of Missing Out*. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1-19.
- Rakhmah, D. N., & Azizah, S. N. (2020). Memahami Generasi Pascamilenial: Sebuah Tinjauan Praktik Pembelajaran Siswa. *Masyarakat Indonesia*, 46(1), 49-64.
- RI, K. (2015, January 2). *Mengenai Diabetes*. Retrieved October 4, 2024, from Youtube Kementerian Kesehatan RI: https://www.youtube.com/watch?v=gGRgdoHZIP_M
- RI, K. (2022, November 14). *Peringatan Hari Diabetes Sedunia*. Retrieved October 4, 2024, from TikTok Kemenkes RI: <https://www.tiktok.com/@kemenkesri/video/7165840528418917658>
- Ridwan, M. F. (2023, March 7). *Dinkes Temukan Kasus Remaja Usia Di Bawah 15 Tahun Terkena Diabetes Tipe II di Bandung*. (A. raharjo, Editor) Retrieved October 4, 2024, from Republika:

- <https://news.republika.co.id/berita/rr4nto436/dinkes-temukan-kasus-remaja-usia-di-bawah-15-tahun-terkena-diabetes-tipe-ii-di-bandung>
- Saptodewo, F. (2014, May). DESAIN INFOGRAFIS SEBAGAI PENYAJIAN DATA MENARIK. *JURNAL DESAIN*, 1(3), 163-218. Retrieved October 10, 2024
- Wahyuni, A. P., & Ngoerah, I. (2023, November 30). *Waspada Diabetes Militus pada Usia Muda, Kenali Gejala dan Faktor Risikonya*. Retrieved October 4, 2024, from Kemenkes Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan: https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/2972/waspada-diabetes-militus-pada-usia-muda-kenali-gejala-dan-faktor-risikonya
- WHO. (n.d.). *Diabetes*. Retrieved October 4, 2024, from World Health Organization: https://www.who.int/health-topics/diabetes?gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMI6d3jrK_xhwMVlatmAh2rYxjsEAAYASAAEgJgyPD_BwE#tab=tab_1
- Wibowo, G. A. (2023, September 22). *Ekonomi UNS Sebut Penyuka TikTok Didominasi Gen Z, YouTube Jadi Pilihan Kedua*. Retrieved October 4, 2024, from Espos Ekonomi: <https://ekonomi.espos.id/ekonomi-uns-sebut-penyuka-tiktok-didominasi-gen-z-youtube-jadi-pilihan-kedua-1748904>
- Widi, S. (2023, June 4). *TikTok Jadi Medsos Utama Gen Z untuk Cari Informasi pada 2022*. Retrieved October 4, 2024, from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/gaya-hidup/detail/tiktok-jadi-medsos-utama-gen-z-untuk-cari-informasi-pada-2022>
- Wiklund, J. (2022, June 21). *Gen Z Stakes Its Claim as The 'Foodie' Generation*. Retrieved October 4, 2024, from food institute: <https://foodinstitute.com/focus/gen-z-stakes-its-claim-as-the-foodie-generation/>