

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 OPERASIONAL KONSEP	31
TABEL 3.2 UJI VALIDITAS	71
TABEL 3.3 TINGKAT RELIABILITAS	73
TABEL 3.4 UJI RELIABILITAS	73
TABEL 4.1 JENIS KELAMIN RESPONDEN	90
TABEL 4.2 USIA RESPONDEN	90
TABEL 4.4 DOMISILI RESPONDEN	91
TABEL 4.5 MENGETAHUI TUJUAN KAMPANYE	93
TABEL 4.6 MENGETAHUI ISU KEBAKARAN HUTAN	94
TABEL 4.7 MEMAHAMI DAMPAK KEBAKARAN HUTAN	95
TABEL 4.8 MEMAHAMI DAMPAK KEBAKARAN HUTAN	96
TABEL 4.9 INGIN BERKONTRIBUSI DALAM PENYELAMATAN ..	97
TABEL 4.10 PENILAIAN DIMENSI TUJUAN	98
TABEL 4.11 TERTARIK ISU PERLINDUNGAN HUTAN.....	99
TABEL 4.12 TERTARIK DENGAN KAMPANYE “HTA”	100
TABEL 4.13 BERINISIATIF UNTUK MENYEBARLUASKAN	101
TABEL 4.14 PENILAIAN DIMENSI PUBLIK ATAU KHALAYAK.....	102
TABEL 4.15 PERCAYA PESAN KAMPANYE “HTA”	103
TABEL 4.16 PESAN KAMPANYE “HUTAN TANPA API”	104
TABEL 4.17 TERDORONG UNTUK MELAKUKAN UPAYA	105

TABEL 4.18 PENILAIAN DIMENSI PESAN-PESAN	106
TABEL 4.19 SETUJU KAMPANYE “HUTAN TANPA API”.....	107
TABEL 4.20 SETUJU KAMPANYE “HUTAN TANPA API”.....	108
TABEL 4.21 PENILAIAN DIMENSI PESAN-PESAN	109
TABEL 4.22 PERCAYA LANGKAH YANG DILAKUKAN	110
TABEL 4.23 SETUJU KAMPANYE “HUTAN TANPA API”.....	111
TABEL 4.24 TERINSPIRASI DARI KAMPANYE “HTA”	112
TABEL 4.25 PENILAIAN DIMENSI PENILAIAN	113
TABEL 4.26 SETELAH MENGIKUTI KAMPANYE “HTA”	114
TABEL 4.27 SETELAH MENGIKUTI KAMPANYE “HTA”	115
TABEL 4.28 SETELAH MENGIKUTI KAMPANYE “HTA”	116
TABEL 4.29 MENGINGINKAN HUTAN INDONESIA	117
TABEL 4.30 PENILAIAN DIMENSI EGO	118
TABEL 4.31 SETELAH MENGIKUTI KAMPANYE “HTA”	119
TABEL 4.32 SETELAH MENGIKUTI KAMPANYE “HTA”	120
TABEL 4.33 SETELAH MENGIKUTI KAMPANYE “HTA”	121
TABEL 4.34 PENILAIAN DIMENSI PERSONAL UNCONSCIOUS	122
TABEL 4.35 PERNAH MENERIMA EDUKASI PERLINDUNGAN	123
TABEL 4.36 MENGINGAT SALAH SATU UPAYA TRADISIONAL...	124
TABEL 4.37 PENILAIAN DIMENSI COLLECTIVE	125
TABEL 4.38 HASIL MEAN VARIABEL BEBAS	126

TABEL 4.39 HASIL MEAN VARIABEL TERIKAT	128
TABEL 4.40 MODEL SUMMARY	131
TABEL 4.41 GUILFORD EMPIRICAL RULE.....	131
TABEL 4.42 ANOVA	132
TABEL 4.43 COEFFICIENTS	133

