

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
TABEL 3.1 Operasionalisasi Konsep	34
TABEL 3.2 Skala Likert	37
TABEL 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
TABEL 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
TABEL 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
TABEL 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	45
TABEL 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kisaran Pendapatan	45
TABEL 4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membuka Facebook...	46
TABEL 4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Membuka Facebook.....	47
TABEL 4.2.8 Domisili Responden	47
TABEL 4.2.9 Informasi Program lengkap mudah dipahami	48
TABEL 4.2.10 Informasi Program bermanfaat dan menimbulkan rasa	49
TABEL 4.2.11 Informasi Program Penting sehingga perlu dipahami	49
TABEL 4.2.12 Informasi Program Penting dan merubah rasa	50
TABEL 4.2.13 Informasi Program mempersuasif sehingga mudah dipahami	51
TABEL 4.2.14 Informasi Program mempersuasif sehingga menimbulkan rasa.....	51
TABEL 4.2.15 Pesan kampanye merubah perilaku	52
TABEL 4.2.16 Pesan kampanye membuat konsisten perilaku	53
TABEL 4.2.17 Pesan kampanye membuat sadar.....	53
TABEL 4.2.18 Pesan kampanye membentuk opini	54
TABEL 4.2.19 Melalui facebook merubah sikap, tanggapan dan perilaku	55
TABEL 4.2.20 Informasi Seputar kampanye didapat dari Facebook	55
TABEL 4.2.21 Informasi dapat merubah cara berfikir, perilaku, dan mempersuasif.....	56
TABEL 4.2.22 Facebook memberikan dampak negatif.....	57
TABEL 4.2.23 Facebook memberikan dampak positif.....	57
TABEL 4.2.24 Facebook merubah rasa melalui konten	58

MERCU BUANA