

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Peneliti menggunakan peneliti sebelumnya sebagai referensi untuk penulis skripsi ini. Referensi yang pertama yaitu disusun oleh Yulianto Abdurahman 13.12.7283, "Pembuatan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Pada Natapura Muay Thai Camp Yogyakarta". Tujuan penelitian ini membuat video company profile untuk promosi pada natapura muay thai camp Yogyakarta. Melalui video promosi penelitian ini akan mengenalkan natapura muay thai camp Yogyakarta. [2]

Referensi kedua disusun oleh Azhar Rofik Masruri 13.12.7181, "Pembuatan Video Company Profile Pada Playground Cafe Menggunakan Teknik Live Shoot Sebagai Media Promosi Dan Informasi". Tujuan penelitian ini membantu meningkatkan promosi untuk Playground Cafe dan memperbarui media promosi dan informasi pada Playground Cafe dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang. [3]

Referensi ketiga disusun oleh Randi Hamid 13.12.7372, "Pembuatan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Pada Dodoku Dive Center". Tujuan penelitian ini memperkenalkan dodoku center ke masyarakat luas pada umumnya dan memperbarui media promosi pada dodoku dive center dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang. [4]

Dari ringkasan diatas dapat disimpulkan perbedaan penelitian yang penulis ambil sekarang adalah ;

Tabel 2. 1 Penelitian Terkait

Peneliti	Judul	Tahun	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian
Yulianto Abdurahman 13.12.7283	Pembuatan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Pada Natapura Muay Thai Camp Yogyakarta	2017	Tujuan penelitian ini membuat video company profile untuk promosi pada natapura muay thai camp Yogyakarta	Observasi Analisis Perancangan Pengembangan Testing
Azhar Rofik Masruri 13.12.7181	Pembuatan Video Company Profile Pada Playground Cafe Menggunakan Teknik Live Shoot Sebagai Media Promosi Dan Informasi	2017	membantu meningkatkan promosi untuk Playground Cafe dan memperbaiki media promosi dan informasi pada Playground afe dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang	Pengumpulan data, Analisis, Pengembangan, Testing Implementasi
Randi Hamid 13.12.7372	Pembuatan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Pada Dodoku Dive Center	2017	memperkenalkan dodoku center ke masyarakat luas pada umumnya dan memperbarui media promosi pada dodoku dive center dengan	Pengumpulan data Analisis Perancangan Pengembangan

			pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang	Testing Evaluasi
--	--	--	---	---------------------

Penelitian yang peneliti lakukan memiliki kasus yang serupa dengan penelitian diatas, namun studi kasus dilakukan pada tempat yang berbeda. Peneliti melakukan penelitian tentang video company profile Warung Makan Sego Kebon di Boyolali.

2.2 Konsep Dasar Video

2.2.1 Pengertian Video

Video adalah teknologi untuk merekam, memproses, menangkap, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya menggunakan film, sinyal elektronik atau media digital. Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan gambar-gambar mati yang yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan frame dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan frame rate, dengan satufps. [5]

2.2.2 Standar Video

Ada beberapa standar video yang dipakai sekarang, diantaranya, NTSC, PAL, SECAM, dan HDTV. [7]

2.2.2.1 SECAM (Sistem Sequential Color and Memory)

Sistem Sequential Color and Memory (SECAM, diambil dari nama Perancis, *systeme Electronic pour Couler Avec Memoire* atau *Sequentiel Couler Avec memoire*) digunakan di Prancis, Eropa Timur, USSR, dan beberapa negara

lain. Meskipun SECAM merupakan sistem dengan 625 garis, 50Hz, namun berbeda jauh dari sistem warna NTSC dan PAL dalam hal dasar teknologi dan metode penyiaran. Terkadang TV yang dijual di Eropa memanfaatkan dual komponen dan dapat menggunakan sistem PAL dan SECAM. [7]

2.2.2.2 PAL (Phase Alternate Line)

Sistem Phase Alternate Line (PAL) digunakan di Inggris, Eropa Barat, Australia, Afrika Selatan, Cina, dan Amerika Selatan. PAL meningkatkan resolusi layar menjadi 625 garis Horizontal, namun memperlambat kecepatan scan menjadi 25 frame per detik. Sama seperti saat penggunaan NTSC, garis genap dan ganjil digabungkan, setiap field memerlukan 1/50 detik untuk menggambar (50Hz). [7]

2.2.2.3 NTSC (National Television Standart Committee)

Amerika Serikat, Kanada, Meksiko, Jepang, dan banyak negara lain menggunakan sistem penyiaran dan pembuatan video berdasarkan spesifikasi yang dibuat pada tahun 1952, National Television Standart Comitee. Standar ini mendefinisikan sebuah metode untuk mengkode informasi kedalam sinyal video terbuat dari 525 garis horizontal yang di-scan dan digambar ke dalam wajah dalam tabung gambar berfosfor setiap 1/30 detik dengan electron yang bergerak cepat. Gambar tersebut muncul dengan cepat sehingga mata Anda menangkap image stabil. Gerakan elektron sebenarnya membuat dua lintasan ketika ia menggambar satu frame video, pertama meletakkan semua garis berangka ganjil, kemudian semua garis berangka genap. Masing-masing lintasan ini (yang terjadi dalam kecepatan 60 per detik, atau 60Hz) melukis sebuah field, dan dua field dikombinasikan untuk menciptakan satu frame dengan kecepatan 30 fps (frame per

second). (Secara teknis, kecepatan sebenarnya adalah 29,97 Hz.) proses pembuatan satu frame dari dua field disebut interlacing, sebuah teknik yang membantu mencegah kedipan pada layar televisi. Monitor computer menggunakan teknologi scan progresif yang berbeda dan menggambar garis dari seluruh frame dalam satu lintasan, tanpa menggabungkannya dan tanpa kedipan. [7]

2.2.2.4 HDTV (High Definition Television)

High Definition Television (HDTV) menyediakan resolusi tinggi dengan aspek rasio 16,9. Aspek rasio ini mengizinkan melihat film dalam Cinemascope dan Panavision. Terdapat perdebatan antara industri penyiaran dan industri komputer apakah akan menggunakan teknologi interlacing atau scan progresif. Industri penyiaran telah mengumumkan secara resmi format interlaced 1920x1080 resolusi ultra-high sebagai batu penjurus generasi baru dari pusat hiburan. [7]

2.2.3 Jenis-Jenis Video

Dilihat dari jenisnya, video memiliki dua jenis yaitu :

2.2.3.1 Video Analog

Video Analog mengodekan informasi gambar dengan memvariasikan voltase dan/atau frekuensi dari sinyal. Seluruh sistem sebelum video digital dapat diategorikan sebagai video analog. Video analog mempunyai dua format, yaitu format elektrik dan format kaset. Video analog dalam format pengodean adalah sebagai berikut : NTSC, PAL, dan SECAM. Sedangkan video analog dalam format elektrik adalah sebagai berikut : RF, composite video, component video, S-Video dan RGB. [7]

2.2.3.2 Video Digital

Video digital dapat disebut array 3 dimensi dari piksel berwarna. 2dimensi melayani arah spasial dari gambar bergerak (horizontal dan vertical dan satu dimensi lainnya akan mempersentasikan domain waktu. [7]

2.3 Company Profile

2.3.1 Pengertian Company Profile

Definisi company profile itu sendiri merupakan identitas dari sebuah perusahaan baik dibidang jasa maupun produk. Sebuah perusahaan yang maju berkembang akan selalu didukung dengan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih akan menghasilkan perusahaan yang kokoh pada semua lini. Oleh karena itu setiap perusahaan yang ingin maju dan dapat terus bersaing dengan era globalisasi harus mengikuti sebuah perkembangan teknologi dan memanfaatkan semua teknologi dengan sebaik-baiknya untuk meunjang pertumbuhan perusahaan salah satunya adalah profil perusahaan (company profile) yang berbasis multimedia. Adapun tujuan dari company profile itu sendiri adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan. [1]

2.4 Multimedia

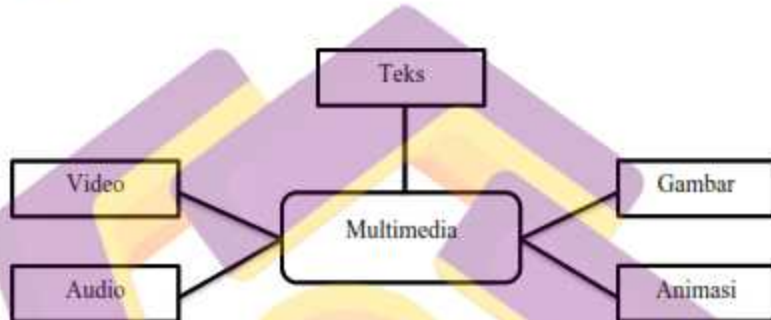
2.4.1 Pengertian Multimedia

Dalam buku Iwan Binanto (2011, h.2), multimedia menurut Vaughan merupakan kombinasi teks, seni, suara, gambar, animasi, dan video yang disampaikan dengan computer atau dimanipulasi secara digital dan dapat disampaikan dan control secara interaktif. [8]

2.4.2 Elemen Multimedia

Menurut James A.Senn (1998). Multimedia didalamnya terdapat elemen-elemen diantaranya adalah text, image, video dan animasi.

Dibawah ini adalah gambar ilustrasi bagan dan penjelasan dari elemen-elemen multimedia :



Gambar 2. 1 Bagan Elemen Multimedia

1. Teks

Bentuk multimedia yang mudah disimpan dan dikendalikan yaitu *text* (teks). Teks dalam multimedia sangat sering dijumpai pada penyajian sebuah media pemberitahuan atau dimnapun media yang membutuhkan sebuah media teks untuk memperjelas suatu informasi. Keuntungan teks sendiri bergantung pada penggunaan atau mengaplikasikan multimedia itu sendiri.

2. Gambar

Image (grafik) atau biasa disebut gambar merupakan hasil pengambilan dari sebuah alat penangkap citra seperti kamera yang hasilnya akan menjadi sebuah gambar. Image disini dapat berupa foto, ikon dan juga simbol-simbol.

3. Audio

Audio (suara) adalah komponen multimedia yang umum dipakai yang berupa efek suara, musik, narasi dan penggabungan dari ketiga komponen itu. Peran audio ini sangat vital dalam multimedia untuk memberikan efek dramatis pada sebuah penyajian multimedia.

4. Video

Video merupakan sajian gambar dan suara yang ditangkap oleh alat perekam (kamera), dan disusun frame per frame dalam satuan detik atau FPS (frame per second). Standar video yang dipakai diantaranya NTSC, SECAM, PAL dan HDTV.

5. Animasi

Animasi adalah gambar bergerak dari sekumpulan objek (gambar) yang disusun secara berurutan mengikuti alur pergerakan yang telah ditentukan. Animasi merupakan usaha dari gambar statis menjadi gambar yang hidup. Animasi disini dimanfaatkan tergantung kebutuhan, digunakan untuk mempercantik sebuah video ataupun full animasi yang sering dijadikan menjadi media hiburan. [9]

2.5 Teknik Pengambilan Gambar

Ada beberapa teknik untuk pengambilan gambar atau video, berikut teknik-teknik yang sering digunakan :

1. Bird Eye View

Pengambilan gambar yang dilakukan dari atas di ketinggian tertentu sehingga memperlihatkan lingkungan yang sedemikian luas dengan benda-benda lain yang

tampak dibawah begitu kecil. Pengambilan gambar dengan cara ini biasanya menggunakan helicopter maupun dari gedung-gedung yang tinggi.

2. High Angle

Teknik pengambilan gambar dengan sudut pengambilan gambar tepat diatas objek. Pengambilan gambar yang seperti ini memiliki arti yang dramatik yaitu kecil atau kredil.

3. Low Angle

Pengambilan gambar teknik ini yakni mengambil gambar dari bawah objek dan sudut pengambilan gambar ini merupakan kebaikan dari high angle. Kesan yang ditimbulkan yaitu keagungan atau kejayaan. Biasanya digunakan untuk membuat karakter monster atau manusia raksasa.

4. Eye Level

Pengambilan gambar ini dengan sudut pandang sejajar dengan mata objek, tidak ada kesan dramatic tertentu yang didapat dari eye level ini, yang ada hanya memperlihatkan pandangan mata seseorang yang berdiri. [10]

2.6 Bidikan Kamera

Beberapa teknik dalam bidikan kamera :

1. Extreme Close-up (ECU)

Pengambilan gambar sangat dekat sekali, hanya menampilkan bagian tertentu pada tubuh objek. Fungsinya untuk kedetailan suatu objek.

2. Big Close-up (BCU)

Pengambilan gambar hanya sebatas kepala hingga dagu objek. Fungsinya untuk menonjolkan ekspresi yang dikeluarkan.

3. Close-up (CU)

Ukuran gambar hanya sebatas dari ujung kepala hingga leher. Fungsinya untuk memberi gambaran jelas tentang objek.

4. Medium Close-up (MCU)

Gambar yang diambil sebatas dari ujung kepala hingga dada. Fungsinya untuk mempertegas profil seseorang sehingga penonton jelas.

5. Mid Shoot (MS)

Pengambilan gambar sebatas kepala hingga pinggang. Fungsinya memperlihatkan sosok objek secara jelas.

6. Kneel Shoot (KS)

Pengambilan gambar sebatas kepala hingga lutut. Fungsinya hampir sama dengan Mid Shoot.

7. Full Shot (FS)

Pengambilan gambar penuh dari kepala hingga kaki. Fungsinya memperlihatkan objek beserta lingkungannya.

8. Long Shoot (LS)

Pengambilan gambar lebih luas dari pada Full Shoot. Untuk menunjukkan objek dengan latar belakangnya.

9. Extreme Long Shoot (ELS)

Pengambilan gambar melebihi Long Shoot, menampilkan lingkungan si objek secara utuh. Untuk menunjukkan objek tersebut bagian dari lingkungannya.

10. Shoot

Pengambilan gambar satu objek. Fungsinya memperlihatkan seseorang atau benda dalam frame.

11. K.2 Shoot

Pengambilan gambar 2 objek untuk memperlihatkan adegan 2 orang yang sedang berkomunikasi.

12. K.3 Shoot

Pengambilan gambar 3 objek untuk memperlihatkan adegan 3 orang yang sedang berkomunikasi.

13. Group Shoot

Pengambilan gambar sekumpulan objek untuk memperlihatkan adegan sekelompok orang. [10]

2.7 Gerak Pada Kamera

1. Zooming (In/Out)

Gerakan yang dilakukan oleh lensa kamera mendekat maupun menjauhi objek, gerakan ini merupakan fasilitas yang disediakan oleh kamera video, dan cameramen hanya mengoperasikam saja.

2. Panning (Left/Right)

Yang dimaksud gerakan panning yakni kamera bergerak dari tengah ke kanan atau dari tengah ke kiri, namun bukan kameranya yang bergerak, tetapi tripodnya yang bergerak sesuai arah yang diinginkan.

3. Tilting (Up/Down)

Gerakan tilting yaitu gerakan keatas dan kebawah, masih menggunakan tripod sebagai alat bantu agar hasil gambar yang didapatkan memuaskan dan stabil.

4. Dolly (In/Out)

Gerakan yang dilakukan yaitu gerakan maju mundur, hamper sama dengan gerakan Zooming namun pada Dolly yang bergerak adalah tripod yang telah diberi roda dengan cara mendorong tripod maju ataupun menariknya mundur.

5. Follow

Pengambilan gambar dilakukan dengan cara mengikuti objek dalam bergerak searah. [10]

2.8 Merekam Suara

Sebelum merekam suara hendaknya dipersiapkan hardware dan setting pendukungnya terlebih dahulu, antara lain :

1. Soundcard, pastikan computer memiliki soundcard dengan input sound yang sudah terinstalasi sempurna. Biasanya yang ada lubang di soundcard yang berwarna merah.
2. Headset dengan microphone, pastikan colokan berwarna merah, dan kabel berwarna hijau ke lubang warna hijau.

3. Pastikan property recording pada bagian volume control sudah dalam keadaan aktif, terutama pilihan untuk merekam dari microphone. [11]

2.9 Metode Analisis

2.9.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) merupakan suatu instrument pengidentifikasian berbagai factor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan.

1. Strengths (Kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat pada perusahaan. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor internal yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri

2. Weakness (Kelemahan)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat pada perusahaan. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor internal yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

3. Opportunities (Peluang)

Merupakan peluang untuk perusahaan agar bisa berkembang di masa yang akan datang. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

4. Threats (Ancaman)

Merupakan kondisi ancaman dari luar terhadap perusahaan. Ancaman ini mengganggu organisasi, proyek, atau konsep bisnis itu sendiri.

Tabel 2. 2 SWOT Matriks

	Strength	Weakness
Opportunities	S-O Strategies	W-O Strategies
Threats	S-T Strategies	W-T Strategies

1. S-O strategi : mengejar peluang sesuai dengan kekuatan perusahaan.
2. W-O strategi : mengatasi kelemahan untuk meraih peluang.
3. S-T strategi : mengidentifikasi cara untuk perusahaan dapat menggunakan kekuatan untuk mengurangi ancaman luar.
4. W-T strategi : membuat rencana pencegahan ancaman luar karena kelemahan dari perusahaan. [12]

2.10 Analisis Kebutuhan Sistem

Analisis kebutuhan video sangat dibutuhkan dalam mendukung pembuatan video profil, apakah video profil yang dibuat telah sesuai dengan kebutuhan atau belum, karena analisis kebutuhan akan mendukung tercapainya tujuan proyek.

Dalam pembuatan video profil ini membutuhkan aspek-aspek fisik dan non-fisik yang mempunyai peran dalam pembuatan dan pengembangan sistem-sistem tersebut, aspek fisik dan non-fisik yang dimaksud antara lain : [13]

2.10.1 Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan Fungsional berisi informasi dan proses apa saja yang harus dilakukan oleh sistem. Kebutuhan fungsional adalah jenis kebutuhan yang berisi proses-proses apa saja yang nantinya dilakukan oleh sistem. Contohnya

1. Video mampu menampilkan keadaan warung makan sego kebon.
2. Video mampu memperlihatkan menu menu yang ada di warung makan sego kebon.
3. Video mampu menampilkan fasilitas-fasilitas yang ada di warung makan sego kebon. [13]

2.10.2 Kebutuhan Non Fungsional

Kebutuhan non fungsional menyangkut perilaku sistem yang berhubungan dengan kinerja, operasional, platform sistem, hukum, termasuk politik dan budaya. Contohnya kebutuhan non fungsional :

1. Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware).
2. Kebutuhan Perangkat Lunak (software).
3. Kebutuhan Pengguna (Brainware). [13]

2.11 Metode Perancangan

2.11.1 Fase Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap ini dilakukan sejumlah persiapan pembuatan video, meliputi penulisan naskah scenario, menentukan jadwal pengambilan gambar, menentukan lokasi, menyusun anggaran biaya, menentukan staff, talent dan kru produksi. [14]

2.11.1.1 Penentuan Ide Cerita dan Konsep

Suatu bentuk diskusi dalam rangka menghimpun gagasan, pendapat, informasi, pengetahuan dan pengalaman, sehingga menghasilkan ide-ide kreatif yang nantinya diangkat menjadi sebuah rangkaian ide cerita. [14]

2.11.1.2 Pengumpulan Data

Salah satu komponen penting dalam penelitian adalah pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Kelengkapan data harus diperhatikan untuk menunjang penelitian nantinya. [14]

2.11.1.3 Perekrutan Kru

Dalam pembuatan video profil dibutuhkan kru dengan masing-masing penugasan. Masing-masing penugasan memiliki tanggung jawab yang berbeda-beda. Pentingnya kerja sama dengan sesama kru menentukan hasil akhir yang dihasilkan dalam setiap project. [14]

2.11.1.4 Penentuan Naskah

Rancangan cerita atau pedoman untuk menentukan urutan kejadian (materi) yang saling berhubungan antara satu kejadian dengan kejadian lainnya. Dari runtutan kegiatan tersebut yang nantinya akan diterjemahkan kedalam bentuk tampilan yang ada pada layar computer. [14]

2.11.1.5 Pembuatan Story Board

Sketsa gambar yang disusun berurutan sesuai dengan naskah storyboard kita dapat menyampaikan ide cerita kita kepada orang lain dengan lebih mudah, karena kita dapat menggiring khayalan seseorang mengikuti gambar-gambar yang tersaji, sehingga menghasilkan persepsi yang sama pada ide cerita kita [14]

2.11.2 Fase Produksi

Tahap produksi adalah periode selama video profil di produksi secara komersial. Tahap ini meliputi beberapa kegiatan ialah sebagai berikut

2.11.2.1 Manajemen Lapangan

Manajemen lapangan mencakup beberapa hal yaitu :

1. Manajemen Lokasi
2. Talent koordinasi
3. Manajemen waktu [14]

2.11.2.2 Kegiatan Shooting

Tahap ini adalah tahap dimana sutradara, kameramen serta kru harus mempersiapkan sebaik mungkin dalam pengambilan gambar. Penentuan lokasi pengambilan gambar serta cuaca sangat berpengaruh terhadap hasil. Oleh karena itu penguasaan kamera dan lighting sangatlah penting. Untuk mencapai hasil maksimal dengan alat yang digunakan, ada beberapa hal yang harus diketahui. [14]

2.11.3 Fase Pasca Produksi

Tahapan pasca produksi adalah tahap dimana semua pekerjaan atau aktivitas yang terjadi setelah video diproduksi secara nyata. Berikut tahapan-tahapan pasca produksi :

2.11.3.1 Editing

Proses pengeditan gambar yang sesuai dengan storyboard dan menambahkan efek visual.

2.11.3.2 Composting

Tahap ini adalah tahap akhir dari pengeditan, yang mana video dan suara yang sudah di olah sebelumnya akan digabungkan sehingga benar-benar menjadi sebuah project yang utuh dan siap dilakukan tahap selanjtnya yaitu tahap rendering.

2.11.3.3 Rendering

Proses akhir dari keseluruhan proses pemodelan ataupun animasi komputer. Dalam rendering, semua data-data yang sudah dimasukkan dalam proses modeling, animasi, texturing, pencahayaan dengan parameter tertentu akan diterjemahkan dalam sebuah bentuk output ber extension. [14]

2.12 Data Kuesloner

Kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan tertulis dan biasanya melibatkan banyak orang. Kuesioner dapat dilakukan secara tertulis atau secara elektronik. biasanya sample dipilih untuk mewakili populasi tertentu. Setelh hasil kuesioner diperoleh, diperlukan analisis untuk mengambil data yang sesuai dengan keperluan pengumpulan kebutuhan. [13]

2.13 Skala Likert

Skala Likert merupakan kala yang dikembangkan melalui metode likert, dimana subjek harus diindikasikan berdasarkan tingkatannya dan berdasarkan berbagai pertanyaan yang berkaitan dengan perilaku suatu objek. Semua nilai pernyataan tersebut kemudian digabung, sehingga dapat diperoleh nilai total yang dapat menggambarkan objek yang diteliti (Rangkuti, 2005).

Tabel 2. 3 Contoh Skor

Sangat Baik	Baik	Cukup	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
5	4	3	2	1

1. Menentukan Skala Interval

Skala interval merupakan suatu skala variabel yang selain dapat membedakan juga memiliki tingkatan dan diasumsikan memiliki jarak yang pasti secara absolut antara satu kategori yang lain dalam satu variabel, sebagai contoh :

$$I = 100 \% / \text{Jumlah Skor Indikator Skala Likert}$$

Gambar 2. 2 Menentukan Interval

Maka $I = 100\% / 5 = 20\%$

Hasil (I) adalah 20% yang merupakan jarak dari yang terendah 0% hingga tertinggi 100%. Berikut adalah kategori skor jawaban berdasarkan interval tinggi intensitas.

Tabel 2. 4 Contoh Skor Berdasarkan Interval Tingkat Intensitas

Interval tingkat Intesitas	Kriteria
0% - 19,99%	Sangat Tidak Baik
20% - 39,99%	Tidak Baik
40% - 59,99%	Cukup Baik
60% - 79,99%	Baik

80% - 100%	Sangat Baik
------------	-------------

2. Rumus Persentase

Cara menghitung persentase pada prinsipnya sama dengan cara menghitung proporsi. Bedanya pada perhitungan persentase nilainya dikalikan 100, sebagai berikut :

$$P (\%) = f/n \times 100$$

Gambar 2. 3 Rumus Persentase

Keterangan :

P = Persentase

F = Frekuensi

N = Total untuk semua kategori, misalnya Responden [15]