

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah TV Trans 7

Trans 7 (sebelumnya bernama TV7) adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia. Trans 7 yang pada awalnya menggunakan nama TV7, melakukan siaran perdananya secara terestrial di Jakarta pada 25 November 2001 dan pada saat itulah mayoritas sahamnya dimiliki oleh Kompas Gramedia. Pada tanggal 4 Agustus 2006, PT Trans Corporation mengakuisisi mayoritas saham TV7. Meski sejak itulah TV7 dan Trans TV resmi bergabung, namun ternyata TV7 masih dimiliki Kompas Gramedia, sampai TV7 akhirnya melakukan re-launch (peluncuran ulang) pada 15 Desember 2006 dan menggunakan nama baru yaitu Trans 7.

Trans 7 berdiri dengan nama TV7 berdasarkan izin dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Jakarta Pusat dengan nomor 809/BH.09.05/III/2000 yang sahamnya sebagian besar dimiliki oleh Kompas Gramedia. Pada tanggal 25 November 2001 keberadaan TV7 telah diumumkan dalam Berita Negara Nomor 8687 sebagai PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Logo TV 7 sendiri diartikan sebagai simbol dari “JO” yang merupakan singkatan dari Jakob Oetama, pemilik TV7.

a. TV7 dan Al Jazeera

TV7 semakin dikenal masyarakat pada triwulan pertama 2003. TV7 merelai siaran Al Jazeera secara langsung setiap harinya selama invasi Amerika Serikat ke Irak berlangsung melalui tayangan berita bertajuk "Invasi ke Irak". Langkah TV7 ini diikuti oleh ANTV yang merelai siaran stasiun televisi yang berbasis di Dubai, Al Arabiya, ihwal invasi Amerika Serikat ke Irak.

Masyarakat Indonesia secara umum menyambut baik langkah TV7 ini, terutama bagi pihak yang kurang setuju dengan "kebenaran" media Barat. Meski beredar kabar Megawati mendesak TV7 agar menghentikan relai siaran Al Jazeera, humas TV7 saat itu, Uni Lubis, membantah kabar itu. Bahkan, Uni menegaskan bahwa relai tetap diteruskan dan gangguan-gangguan dalam relai tersebut terus diatasi.

b. Pergantian Nama dan Logo

Pada 15 Desember 2006 (bertepatan dengan ulang tahun Trans Corp yang ke-5), TV7 mengubah logo dan namanya menjadi Trans 7 setelah 55% sahamnya dibeli oleh Trans Media pada 4 Agustus 2006, yaitu dengan mengubah kata TV menjadi Trans. Meski perubahan ini terjadi, namanya tetap menggunakan angka 7. Sejak itu letak logonya pun diubah pula, dari posisi yang biasanya di sudut kiri atas menjadi sudut kanan atas agar letak logonya sama dengan Trans TV yang letak logonya selalu di sudut kanan atas. Pada 15 Desember 2013 (bertepatan dengan ulang tahun ke 12 Trans Corp), Trans 7 kembali mengubah logonya dengan mengubah logo "Trans" pada Trans 7. Kini logo "Trans" pada Trans 7 sama dengan yang digunakan Trans TV serta Trans Corp saat ini.

c. Menjadi Trans 7

Berdasarkan kutipan dari buku yang berjudul *Chairul Tanjung si Anak Singkong*, pada 4 Agustus 2006, Para Group melalui PT Trans Corpora resmi membeli 55% saham PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Jakob Oetama sebagai Presiden Direktur Kompas Gramedia juga menyetujui kerjasama dengan Trans TV karena adanya kesamaan kultur yang dipegang oleh kedua belah pihak, yakni adanya kesamaan antara visi dan misinya. Proses kerjasama pun berlangsung dengan cepat yang diikuti oleh Rapat Umum Pemegang Saham pada hari yang sama.

Selain itu, melalui kerjasama dengan Trans TV, Manajemen pun secara langsung diganti. Agung Adiprasetyo yang kini ditunjuk sebagai CEO Kompas Gramedia pun ditunjuk sebagai Komisaris Trans 7 hingga kini. Seiring dengan berjalannya waktu, redaksi dan kantor pun secara berangsur-angsur pindah dari Wisma Dharmala Sakti di Kawasan Soedirman, Jakarta Pusat serta di Cawang, Jakarta Timur ke Gedung Trans TV. Dengan dilaksanakannya *re-launch* pada tanggal 15 Desember 2006, TV7 resmi berganti nama menjadi Trans 7 sekaligus menjadikan hari jadi Trans 7. Semua Operasional dan Teknisi juga digabung dengan Trans TV sebagai upaya mengurangi biaya operasional yang mencapai 15 milyar rupiah perbulan.

d. Kesuksesan Trans 7

Berbeda dengan saat menjadi TV7, terhitung mulai 2007, keuntungan yang dicapai Trans 7 telah memasuki puncaknya. Bahkan, menurut Buku *Chairul Tanjung si Anak Singkong* pun, keuntungan Trans 7 mampu mengalahkan Trans

TV sebagai saudaranya sendiri. Dan, berkat keuntungannya, Trans 7 menyewa gedung sendiri meski sudah bergabung dengan Trans TV.

Pertengahan tahun 2011, Trans 7 memiliki gedung sendiri yang lokasinya berada di seberang gedung Trans TV. Gedung yang ditempati Trans 7 itu awalnya adalah bekas gedung Sampoerna. Di gedung berlantai lima itu, terdapat studio berita dan beberapa divisi yang memang terpisah dari Trans TV. Namun untuk meja direksi dan komisioner, serta beberapa divisi menetap satu gedung dengan Trans TV karena efisiensi dan juga mobilitas.

e. Perubahan Logo

Trans Media, sebagai media terdepan di Indonesia yang selalu konsisten menghadirkan karya penuh inovasi dan menjadi *trendsetter* untuk Indonesia lebih baik telah memiliki identitas baru. Minggu, 15 Desember 2013 Trans Media *launching* logo baru bersamaan dengan ulang tahun Trans Media yang ke-12. Logo dengan simbol 'Diamond A' ditengah kata Trans 7 merefleksikan kekuatan dan semangat baru yang memberikan inspirasi bagi semua orang didalamnya untuk menghasilkan karya yang gemilang, diversifikasi konten atau keunikan tersendiri serta kepemimpinan yang kuat.

Masing-masing warna dalam logo ini memiliki makna dan filosofi. Warna kuning sebagai cerminan warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan optimisme masyarakat Indonesia. Sedangkan rangkaian warna hijau menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa. Warna biru melambangkan luasnya cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan

kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi. Yang terakhir adalah rangkaian warna ungu, menggambarkan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa.

Semua rangkaian warna yang mengandung makna cerita didalamnya, menyatu dengan serasi dan membentuk simbol yang utuh, kuat dan bercahaya di dalam berlian berbentuk A ini. Sehingga bisa dipahami makna dari logo baru Trans Media ini menjadi tanda yang menyuarakan sebuah semangat dan perjuangan untuk mencapai keunggulan yang tiada banding mulai dari sekarang hingga masa mendatang.



Logo TV7 sejak 25 November 2001-15 Desember 2006

Logo TV7 saat jeda komersial 2004-15 Desember 2006



Logo Trans7 sejak 15 Desember 2006-15 Desember 2013



Logo Trans7 saat jeda komersial sejak 15 Desember 2006-15 Desember 2013

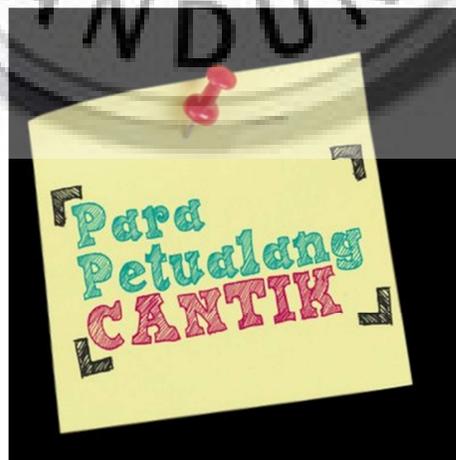


Logo Trans7 sejak 15 Desember 2013-sekarang

Logo Trans7 saat jeda komersial sejak 15 Desember 2013-sekarang

3.1.2 Program TV Para Petualang Cantik Trans 7

Program TV Para Petualang Cantik Trans 7 adalah suatu program yang meliputi penayangan keindahan alam Indonesia melalui program TV Trans 7 yang ditayangkan setiap hari sabtu pukul 09.45 WIB.



Para Petualang Cantik merupakan program TV *Adventure* Trans 7 tentang dua atau tiga model Indonesia yang biasanya memiliki rutinitas *photoshoot* dan *runway* ini untuk keluar dari zona nyaman mereka, melakukan olahraga ekstrim dan berpetualang menjelajahi keindahan-keindahan alam di Indonesia yang belum pernah mereka lakukan sebelumnya. Konsep program ini dibentuk agar menarik minat para penonton televisi untuk sekedar melihat keindahan-keindahan alam Indonesia atau melakukan hal yang sama seperti model-model tersebut yaitu menjelajahi alam langsung dan berwisata keliling Indonesia, petualangan bersama para wanita cantik untuk belajar sekaligus menikmati hal-hal baru di alam nusantara menjadi sajian utama program ini. Konten program disajikan dengan menarik dan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dari penonton serta menambah referensi dan pengetahuan tentang destinasi wisata yang dimiliki oleh Indonesia. Program Para Petualang Cantik Trans 7 melibatkan para wanita yang berprofesi dalam bidang *modelling* untuk menjadi *Host* pada program Para Petualang Cantik Trans 7. Hal ini merupakan salah satu daya tarik dari program tersebut, karena para model identik bersifat *feminim*, manja, dan tidak tertarik pada hal ekstrim seperti bertualang. Namun, dalam program ini hal tersebut dapat ditepis oleh *Host* Para Petualang Cantik Trans 7 yang telah melakukan *travelling* di berbagai lokasi wisata yang berada di Indonesia. Semua episode yang ditayangkan dalam program Para Petualang Cantik Trans 7 telah diberi izin siar oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) kemudian disensor oleh Lembaga Sensor Indonesia dan disensor pula secara internal oleh Trans 7.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Metodologi Penelitian

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dari daya tarik keindahan alam Indonesia melalui penayangan program TV Trans 7 Para Petualang Cantik setiap hari sabtu pukul 09.45 pagi terhadap minat berwisata para mahasiswa jurusan usaha perjalanan wisata Politeknik Negeri Bandung setelah menonton program tayangan ini. Metode yang penulis gunakan di dalam penelitian ini adalah metode korelasional.

Kountur (*dalam* Setyosari, 2010: 36-37), menjelaskan bahwa, penelitian korelasi ini adalah sebagai berikut.

“Penelitian korelasi juga merupakan penelitian atau kajian deskriptif di mana peneliti tidak hanya mendeskripsikan variabel-variabel, tetapi juga menguji sifat hubungan di antara variabel-variabel kuantitatif tersebut. Peneliti menggunakan teknik-teknik statistik seperti koefisien korelasi Untuk menguji hubungan dua atau lebih variabel tanpa memberikan generalisasi atau menarik kesimpulan umum berkenaan dengan hubungan kausalitas”.

Setyosari (*dalam* Kountur, 2009 : 111), mengatakan sebagai berikut:

”Penelitian Korelasional adalah penelitian yang melihat hubungan antara variabel. Dua atau lebih variabel diteliti untuk melihat hubungan yang terjadi diantara mereka tanpa mencoba untuk mengubah atau mengadakan perlakuan terhadap variabel tersebut”.

Penelitian eksplanatori atau eksplanasi ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel (Silalahi, 2009: 30). Maksud dari penelitian korelasional adalah mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berhubungan dengan variasi-variasi atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien korelasinya (Usman dan Akbar, 2001 : 5).

Sedangkan menurut Kountur (2009: 112), maksud penelitian korelasi adalah :

- a. *Memahami tingkah laku.* Memahami tingkah laku, apakah itu tingkah laku manusia atau makhluk hidup lainnya, atau bisa saja tingkah laku benda yang merupakan obyek penelitian, dapat dilakukan dengan melihat apakah variabel tertentu pada obyek yang akan diteliti tersebut berhubungan dengan variabel tertentu lainnya.
- b. *Membuat prediksi* tentang kemungkinan yang akan terjadi. Apabila ada hubungan antara dua variabel, hal itu berarti jika variabel yang satu diketahui maka kita dapat membuat prediksi apa yang akan terjadi pada variabel yang lain.

Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif, sehingga jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif ini merupakan data yang didominasi oleh angka.

Menurut Idrus (2009:84), bahwa” data ini mempresentasikan satu ukuran kuantitatif obyek yang diteliti dalam satuan ukuran tertentu (misalnya frekuensi, panjang, lebar, tinggi, berat, volume, dan sebagainya).” Sedangkan menurut Silalahi (2009:39) bahwa, “umumnya penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik atas data kuantitatif maupun data kualitatif yang telah dikuantifikasi.”

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Berkaitan dengan pengumpulan data dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut.

a. Pengumpulan data dengan Observasi Langsung

Pengumpulan data dengan Observasi Langsung merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung kepada obyek penelitian agar data yang diperoleh lebih valid yang dilakukan terhadap mahasiswa Jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Bandung, yaitu mengenai minat berwisata setelah menonton program TV para petualang cantik ini tayang setiap hari sabtu pukul 09.45 pagi di stasiun TV Trans7 untuk melihat keindahan-keindahan alam Indonesia atau melakukan hal yang sama seperti model-model tersebut yaitu menjelajahi alam langsung dan berwisata keliling Indonesia, petualangan bersama para wanita cantik untuk belajar sekaligus menikmati hal-hal baru di alam nusantara menjadi sajian utama program ini. Program TV Para Petualang Cantik ini tayang setiap hari sabtu pukul 09.45 pagi di stasiun TV Trans 7.

b. *Interview Guide* atau Pedoman Wawancara

Interview Guide atau Pedoman Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan jalan wawancara juga dengan suatu daftar pertanyaan yang ditujukan kepada para mahasiswa dalam menanggapi Program TV Para Petualang Cantik melalui tayangan setiap hari sabtu pukul 09.45 pagi di stasiun TV Trans 7.

c. Daftar Pertanyaan (*questioner*)

Daftar Pertanyaan (*questioner*) merupakan pengumpulan data dengan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis yang dipegang oleh responden. Dalam hal ini yang menjadi responden adalah para mahasiswa Jurusan Usaha Perjalanan Wisata Politenik Negeri Bandung.

Pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner yaitu dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden” (Sugiyono 2006: 162).

Setelah data dikumpulkan secara lengkap maka selanjutnya adalah langkah pengolahan data yaitu:

a) *Editing* (pemeriksaan data)

Tahap ini merupakan langkah awal dalam menganalisa data setelah peneliti turun lapangan dalam langkah awal ini peneliti memeriksa data yang diperoleh dari responden sehingga bila terjadi kesalahan dapat dibetulkan. Dengan demikian fungsi dari editing adalah memeriksa atau mengontrol data yang diperoleh untuk menjamin kemantapan atau validitas data tersebut, sehingga data tersebut dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan kenyataan, serta berfungsi juga untuk mendapatkan kebenaran dan kelengkapan serta mengetahui apakah data-data tersebut sudah baik dan dapat segera disiapkan untuk proses

selanjutnya. Data-data yang diedit adalah kelengkapan jawaban dari responden mengenai kuesioner yang bersifat terbuka atau tertutup.

b) *Coding* (pemberian kode pada data)

Coding adalah kegiatan mengklasifikasi jawaban-jawaban dari responden menurut macamnya, dengan jalan memberi tanda/kode pada masing-masing jawaban. Data-data yang dikode adalah jenis kelamin, umur, pendidikan, lama bekerja dan status marital pegawai.

c) Tabulasi

Tabulasi adalah melakukan klasifikasi terhadap data – data sesuai dengan jenisnya ke dalam tabel-tabel sehingga untuk dibuat program, kurva dan penghitungan secara statistik. Tabulasi datanya adalah memasukkan hasil penyebaran kuesioner pada tabel yang telah ditentukan.

3.2.3 Teknik Analisis Data

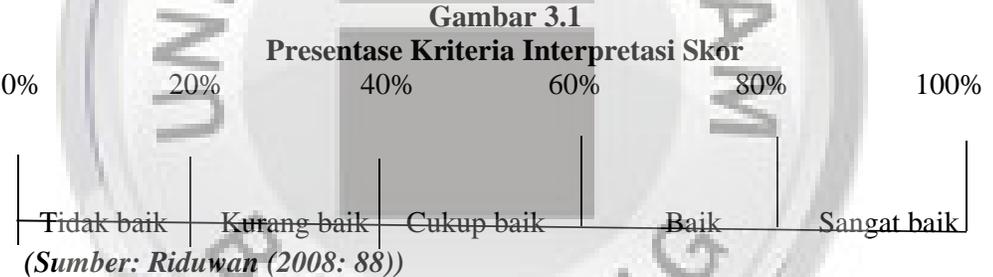
Dalam menganalisa data, digunakan metode analisis data kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis data dibantu menggunakan perangkat lunak pengolahan data berupa SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) dengan tujuan untuk mempermudah dalam perhitungan statistik.

Analisis data pada dasarnya merupakan suatu penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan (Singarimbun dan Efendi (1995:263). Menurut Afifuddin dan Saebani (2009:145) bahwa “analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam

pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data”.

Berdasarkan jawaban kuisisioner dari responden yang diuraikan dalam bentuk tabulasi frekuensi dengan skor untuk setiap variabel dan dimensi, yang kemudian ditentukan kategori berdasarkan kriteria skor sebagai berikut:

- 1. 0% - 19,99% = Tidak baik
- 2. 20% - 39,99% = Kurang baik
- 3. 40% - 59,99% = Cukup baik
- 4. 60% - 79,99% = Baik
- 5. 80% - 100% = Sangat baik.



Teknik analisis data dilakukan dengan berpedoman kepada operasionalisasi variabel, dimensi dan indikator pada setiap variabel akan dianalisis. Dengan format jawaban kuesioner menggunakan Skala Likert, di mana Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiyono, 2005: 73). Skala Likert yang digunakan terdiri dari 5 kategori: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju. Alternatif jawaban tertinggi diberi skor 5 dan yang terendah diberi skor 1. Hal ini bisa di lihat dalam tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel. 3.1
Skala Likert Untuk Alternatif Jawaban Responden

Alternatif Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Berkenaan dengan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y); variabel, menurut Arikunto (2006: 99) adalah merupakan obyek penelitian, maka variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: variabel bebas dan variabel terikat, maka proses yang diajukan pada analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent variabel*) yaitu variabel keindahan alam Indonesia yang ditayangkan melalui program TV Para Petualang Cantik Trans 7 (sebagai variabel X) yang terbagi dalam beberapa indikator.
2. Variabel terikat (*dependent variabel*), yaitu variabel minat berwisata mahasiswa jurusan usaha perjalanan wisata Politeknik Negeri Bandung sebagai penonton televisi Trans 7 program TV Para Petualang Cantik (sebagai variabel Y) yang terdiri atas beberapa indikator.

Koefisien determinasi (Kd) digunakan untuk mencari pengaruh varians variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2006: 177). Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

di mana:

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi Pearson

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen), peneliti menggunakan analisis uji-Z. Uji ini dilakukan oleh karena populasi sejumlah 35 responden, setelah dihitung menggunakan rumus slovin diperoleh sampel 26 responden. maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian sesuai jumlah populasi 35 responden.

Rumus yang digunakan untuk menguji hipotesis yang datanya lebih dari 30 ($n > 30$) adalah sebagai berikut (Hasan, 2004 : 97).

$$Z = r \sqrt{n - 1}$$

dimana :

- Z = Nilai Z yang dihitung, selanjutnya disebut Z hitung
- r = Koefisien Korelasi Produk Moment
- n = Jumlah sampel

Pengujian dengan analisis uji Z dilakukan pada tingkat kepercayaan alpha 5% atau 0,05 yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Prosedur uji statistik ini dilakukan untuk menentukan formulasi hipotesis dengan uraian H_0 : Hipotesis nol dan H_a : Hipotesis alternatif sebagai berikut:

1) Uji Hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh positif antara variabel keindahan alam Indonesia terhadap minat berwisata keliling Indonesia dari mahasiswa jurusan usaha perjalanan wisata Politeknik Negeri Bandung setelah menonton tayangan program TV para petualang cantik Trans 7.

H_a : Ada pengaruh positif antara variabel keindahan alam Indonesia terhadap minat berwisata dari mahasiswa jurusan usaha perjalanan wisata Politeknik Negeri Bandung setelah menonton tayangan program TV para petualang cantik Trans 7.

- 2) Menentukan taraf nyata α , biasanya 5% dan Z tabel atau $Z_{0,05}$.

Untuk Z tabel dengan $\alpha = 5\%$ dilihat dari tabel statistik, yaitu 1,645.

Jadi $Z_{0,05} = 1,645$.

- 3) Membandingkan nilai Z hitung dengan Z tabel, jika:
- Z hitung < Z Tabel terima H_0 , berarti tolak H_a .
 - Z hitung > Z Tabel tolak H_0 , berarti terima H_a .

3.2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.2.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini adalah dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing item pertanyaan sebagai nilai X dengan skor total sebagai nilai Y.

Validitas data dicari dengan menggunakan rumus koefisien korelasi yang dikemukakan oleh Pearson. Rumus ini dikenal dengan rumus korelasi *product moment*. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut (Hasan, 2004:61):

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi
n = Jumlah sampel

Antara 0,400 sampai dengan 0,599 : cukup tinggi

Antara 0,200 sampai dengan 0,399 : rendah

Antara 0,000 sampai dengan 0,199 : sangat rendah (tidak valid)

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dari instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik koefisien *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] x \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

dimana :

R_{11} = Nilai reliabilitas

k = Jumlah item

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t = Varians Total

Rumus Varians : $\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$

dimana :

n = Jumlah responden

x = nilai skor yang dipilih (total dari nomor-nomor butir pertanyaan)