

penyampaian konten menjadi kunci untuk menyebarkan informasi ke banyak followers.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dari pembuktian data pada penelitian ini menunjukkan persepsi kualitas konten pada TikTok Basarnas Yogyakarta pada tingkat sedang. Dalam mengolah data yang didapatkan dari followers TikTok Basarnas Yogyakarta, setiap indikator dalam kuesioner memiliki jawaban dengan nilai 1 sampai 4. Dari nilai tersebut, didapatkan nilai range 3 yang berasal dari perhitungan nilai terbesar dan nilai terkecil yang hanya berbeda 3. Dari data yang didapatkan, penulis memperoleh nilai mean dari total variabel sebesar 2,77. Nilai tersebut masuk dalam kategorisasi tingkat kualitas konten sedang dengan data lebih rinci yang didapatkan melalui tabulasi silang menunjukkan bahwa followers perempuan cenderung memberikan persepsi kualitas konten TikTok Basarnas Yogyakarta memiliki kualitas yang baik. Sedangkan bagi followers laki-laki menganggap kualitas konten TikTok Basarnas Yogyakarta memiliki kualitas yang cukup. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya faktor perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam melihat kualitas visual. Perempuan cenderung melihat dan lebih memperhatikan visual yang menarik dibandingkan laki-laki. Sedangkan laki-laki kurang memperhatikan desain yang menarik, namun lebih memperhatikan isi atau apa yang akan didapatkan.

Analisis juga dilakukan pada nilai mean dari dimensi yang digunakan pada penelitian ini. Semua dimensi berdasarkan hasil dari analisis nilai mean

menunjukkan nilai pada kategorisasi sedang. Jika dimensi diurutkan berdasarkan pada nilai mean terbesar hingga terkecil, maka didapatkan urutan seperti berikut: *Timely*, *Entertaining*, *Helpful*, *Authentic*, dan terkecil yaitu *Relevant*. Berdasarkan kategorisasi nilai mean pada setiap dimensi, menunjukkan persepsi followers menunjukkan hasil yang relatif seimbang. Dimensi dengan nilai mean tertinggi ada pada dimensi *Timely* yang menunjukkan bahwa konten sudah sesuai dengan ketepatan waktu. Sedangkan dimensi dengan nilai mean terendah ada pada dimensi *Relevant* yang menunjukkan konten yang berkaitan dengan kebutuhan dan minat followers.

B. Saran

1. Saran Akademik

Persepsi kualitas konten secara teori memiliki beberapa dimensi diantaranya; *helpful*, *entertaining*, *authentic*, *relvant*, dan *timely*. Dimensi-dimensi tersebut dapat dijadikan acuan pada penelitian selanjutnya dengan ditambahkan variabel lain sebagai variabel dependen. Namun sayangnya peneliti belum meneliti dampak variabel persepsi kualitas konten terhadap pengaruh lain. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat lebih memberikan fokus kepada target responden yang memiliki pengalaman terhadap kejadian bencana sehingga data yang didapatkan lebih akurat.

2. Saran Praktis

Penelitian ini menunjukkan hasil olah data mean dari masing-masing dimensi yang dapat memberikan gambaran serta wawasan kepada penulis maupun setiap organisasi yang akan menyusun strategi suatu konten

agar lebih efektif. Nilai mean tertinggi pada dimensi *Timely* pada penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya menyampaikan konten dengan memperhatikan ketepatan waktu. Selain itu informasi juga harus disampaikan dengan memperhatikan berbagai hal yang sedang menjadi perbincangan khalayak. Dengan melihat konteks tersebut, maka pesan serta informasi yang akan disampaikan dapat menyebarluas. Dengan dimensi yang memiliki nilai mean tertinggi dapat dijadikan acuan oleh Basarnas Yogyakarta dalam mempertahankan keunggulan dari konten-konten mereka ini.

Perhatian yang lebih harus diberikan pada dimensi dengan nilai mean terendah yaitu *Relevant*. Dimensi relevant berkaitan dengan informasi yang berkaitan dengan kebutuhan minat followers. Basarnas Yogyakarta dapat melakukan evaluasi terkait minat serta kebutuhan followers terkait informasi pencarian dan pertolongan. Evaluasi juga dapat dilakukan dengan memperhatikan akun media sosial lain yang memiliki konten yang berkualitas dan relevan dengan minat followersnya. Kelima dimensi variabel kualitas konten pada penelitian ini juga dapat dipelajari lebih dalam. Hal tersebut diharapkan dapat mengubah persepsi followers terhadap kebutuhan informasi yang mereka butuhkan semakin bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity : capitalizing on the value of a brand name* (Issue Mi). THE FREE PRESS.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Apji.or.Od, June*, 10. apji.or.id
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71.
<https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Dharma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Guepedia.com.
<http://repository.unas.ac.id/id/eprint/5900>
- Fahrimal, Y. (2018). Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 69–78. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.82>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199.
<https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Fitri, W. (2013). *WOMEN AND DISASTER MITIGATION WOMEN SAVING EFFORT IN DISATER MANAGING*. 12–25.
<https://doi.org/10.15548/jk.v3i1.66>

Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>

Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)* (C. S. Rahayu (ed.); 1st ed.). https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vja4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP10&dq=populasi+dan+sampel&ots=XvJim6S7on&sig=BnMKziDcI KK9LKVINEAUIOGDwrg&redir_esc=y#v=onepage&q=populasi dan sampel&f=false

Hermawansyah, A., & Pratama, A. R. (2021). Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia dengan Metode EFA dan MCA Analysis of Profiles and Characteristics of Social Media Users in Indonesia using EFA and MCA Methods. *Februari*, 20(1), 69–82. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/technoc/article/view/4289/2165>

Jardina, J. R., Phan, M., Nguyen, D., & Chaparro, B. S. (2012). Gender differences in first impressions of web pages: The role of attractiveness, complexity, and brightness on perceived design quality. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society*, 1, 1604–1608. <https://doi.org/10.1177/1071181312561320>

Jefferson, S., & Tanton, S. (2021). *Valuable Content Marketing* (2nd ed.). KoganPage.

Kastolani, W., & Mainaki, R. (2018). Does Educational Disaster Mitigation Need

To Be Introduced In School? *SHS Web of Conferences*, 42, 00063.

<https://doi.org/10.1051/shsconf/20184200063>

Kelman, I. (2014). *World Development Report, Disaster Mitigation is Cost Effective*.

<http://siteresources.worldbank.org/EXTNWDR2013/Resources/8258024->

1352909193861/8936935-1356011448215/8986901-

1380568255405/WDR14_bp_Disaster_Mitigation_is_Cost_Effective_Kelman.pdf

Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). PRENADAMEDIA GROUP.

Lestari, P. (2018). Komunikasi Bencana: Aspek Penting Pengurangan Risiko Bencana. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. PT KANISIUS. [http://eprints.upnyk.ac.id/23779/1/Puji Lestari - Buku Komunikasi Bencana Aspek Penting.pdf](http://eprints.upnyk.ac.id/23779/1/Puji_Lestari_-_Buku_Komunikasi_Bencana_Asppek_Penting.pdf)

Pilar, J. (2023, February 17). Yang Terselubung dari Tren Video Sinematik Jedag-jedug TikTok ala Kepolisian. *Kumparan*. <https://kumparan.com/justian-pilar-1636539471012214429/yang-terselubung-dari-tren-video-sinematik-jedag-jedug-tiktok-ala-kepolisian-1zqiNagOoxk/full>

Pradika, M. F., & Sumardijjati. (2023). *Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Pemasaran Pof Perfume*. 05(04), 12807–12820.

<https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/2267/1896>

Pratama, M. R. A. (2022). *PENGARUH KUALITAS KONTEN TAYANGAN YOUTUBE TV TANI INDONESIA TERHADAP PERUBAHAN SIKAP*

KHALAYAK PADA INFORMASI PERTANIAN (Survey kepada penonton YouTube TV Tani Indonesia kuartal pertama tahun 2022). 8.5.2017, 2003–2005. <http://repository.unas.ac.id/id/eprint/5900>

Ramdani, N., Hadiapurwa, A., & Nugraha, H. (2021). *POTENSI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DALAM pada saat ini menggunakan pembelajaran daring . Pembelajaran daring mengakibatkan tidak adanya interaksi langsung antara pendidik dan berinovasi menghasilkan ide dalam melaksanakan p. 10(2), 425–435.*

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2012). Organizational Behavior. In *Prentice Hall* (15th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.1007/BF01148546>

Saputra, M. I. (2023). *MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS INFORMASI COVID-19 PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM.*

Song, Z., Zhang, H., & Dolan, C. (2020). *Promoting Disaster Resilience : Operation Mechanisms and Self-Organizing Processes of Crowdsourcing. 2013.*

Stokel-Walker, C. (2021). *TikTok Boom (China's Dynamite App an the Superpower Race for Social Media).* Canbury Press.

Sukmono, F. G., Wijayanti, Y. T., Bajari, A., Gemiharto, I., Wahyudin, U., Karimah, K. El, Widhagdha, M. F., Pertiwi, C. A., Prihantoro, E., Yusriah, K., Putranto, A., Wijiharto, P., Rasyid, E., Rahmawati, W., Kurniawati, D., Ardiyansah, R., Junaedi, F., Istiyanto, S. B., Sjafirah, N. A., ... Devi, P. (n.d.). *Komunikasi Lingkungan dan Komunikasi Bencana di Indonesia.*

Swarjana, I. K. (2022). *POPULASI - SAMPEL Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian* (E. Ristanto (ed.); 1st ed.). ANDI.

<https://books.google.co.id/books?id=87J3EAAAQBAJ&lpg=PA1&ots=LNKIr31Izp&dq=populasi&lr&hl=id&pg=PA5#v=onepage&q=populasi&f=false>

Utami, A. D. V. (2021). Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19.

MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4(1), 40–47.

<https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.962>

Wiryatmoko, J., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & Muhammadiyahsurakarta, U.

(2014). *Tingkat Kesiapsiagaan Guru Terhadap Bencana Gempabumi Di Smk Muhammadiyah 1 Prambanan.*

http://eprints.ums.ac.id/29887/12/jurnal_publicasi.pdf

Wulandari, W., Wakhid, A., & Saparwati, M. (2019). Description of

Characteristics of Disaster Preparedness in Youth. *Jurnal Gawat Darurat*, 1(1), 1–6.

LAMPIRAN

Kuesioner Persepsi Kualitas Konten TikTok @basarnas_yogyakarta sebagai Media Informasi Kebencanaan Bagi Followers

Perkenalkan saya Pratama Nur Asrori, saya merupakan mahasiswa tingkat akhir Universitas Atma Jaya Yogyakarta program studi Ilmu Komunikasi. Saat ini saya sedang membutuhkan responden untuk keperluan penelitian yang saya lakukan dengan judul **PERSEPSI KUALITAS KONTEN TIKTOK @BASARNAS_YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA INFORMASI KEBENCANAAN**. Oleh karena itu di sela-sela kesibukan saudara/i, saya memohon ketersediaannya untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas ketersediaannya saya ucapkan banyak terimakasih.

Responden dimohon untuk memberikan respon terhadap pertanyaan dan pernyataan dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang sudah disediakan sesuai dengan persepsi dan pendapat saudara/i. Skala respon kuesioner sebagai berikut :

STS	TS	S	SS
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

Variabel Kualitas Konten

<i>Helpful</i>					
No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Video TikTok selalu berisi pesan informatif tentang cara mempersiapkan diri dalam menghadapi bencana.				
2	Video TikTok selalu berisi pesan informatif tentang cara menghadapi bencana.				
3	<i>Caption</i> video TikTok selalu berisi pesan informatif tentang cara mempersiapkan diri dalam menghadapi bencana.				
4	<i>Caption</i> video TikTok selalu berisi pesan informatif tentang cara mempersiapkan diri dalam menghadapi bencana				
5	Audio yang digunakan membantu memudahkan memahami informasi tentang cara mempersiapkan diri menghadapi bencana.				
6	Audio yang digunakan membantu memudahkan memahami informasi tentang cara mempersiapkan diri menghadapi bencana.				

<i>Entertaining</i>					
No	Pernyataan	STS	TS	S	SS

1	Video edukasi pra bencana dikemas sebagai konten yang menghibur				
2	<i>Caption</i> yang dibagikan menggunakan bahasa yang ringan sehingga mudah diterima				
3	Video TikTok yang berisi informasi edukasi menggunakan audio/musik <i>trending</i> yang menghibur				

<i>Authentic</i>					
No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Video TikTok @basarnas_yogyakarta yang dibagikan berisi informasi asli dari Basarnas Yogyakarta				
2	<i>Caption</i> video TikTok @basarnas_yogyakarta yang dibagikan berisi informasi asli dari Basarnas Yogyakarta				

<i>Relevant</i>					
No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Video yang dibagikan berisi pesan yang sesuai dengan kebutuhan Saya				
2	<i>Caption</i> yang dibagikan berisi pesan yang sesuai dengan kebutuhan Saya				

3	Audio yang digunakan sesuai dengan informasi bencana yang Saya butuhkan				
---	---	--	--	--	--

<i>Timely</i>					
No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Video yang dibagikan berisi informasi cara-cara penanggulangan bencana yang berhubungan dengan kejadian bencana yang belum lama terjadi di luar wilayah Yogyakarta				
2	<i>Caption</i> yang dibagikan berisi informasi cara-cara penanggulangan bencana terkait kejadian bencana yang belum lama terjadi di luar wilayah Yogyakarta				
3	Video TikTok menggunakan audio/lagu yang sedang <i>trend</i>				

Tabel Jawaban Responden

Res Pon den	Je nis Kel ami n	H1	H2	H3	H4	H5	H6	E1	E2	E3	A1	A2	A3	R1	R2	R3	T1	T2	T3	X Total
1	1	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	63
2	1	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	65
3	1	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	59
4	1	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	2	2	4	3	4	58
5	1	3	4	4	3	1	2	3	2	4	3	3	4	2	1	2	3	4	2	50

6	1	4	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	1	2	2	3	2	4	53
7	1	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	1	3	3	4	54
8	1	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	4	3	4	60
9	1	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	2	1	1	3	3	2	50
10	1	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	55
11	1	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	1	2	2	3	3	3	56
12	1	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	4	3	2	1	1	3	2	2	49
13	1	4	4	3	3	4	4	2	3	2	3	3	4	1	2	1	3	2	1	49
14	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	58
15	1	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	1	2	2	3	3	4	57
16	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	58
17	1	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	2	1	3	3	4	59
18	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	60
19	2	3	3	4	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	4	60
20	1	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	62
21	1	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	62
22	2	3	4	4	3	2	3	3	3	4	2	4	3	4	4	3	3	3	2	57
23	1	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	1	2	1	3	4	3	53
24	1	3	4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	1	2	2	2	3	48
25	1	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	1	1	1	2	4	50
26	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	63
27	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	63
28	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	1	2	3	3	4	55
29	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	1	1	3	3	3	54
30	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	1	1	2	4	3	3	55
31	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	1	1	3	3	3	52
32	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	2	2	1	3	3	3	55
33	2	3	4	3	4	2	4	4	3	3	2	1	3	4	4	3	3	3	3	56
34	2	4	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	56
35	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	1	2	2	3	3	3	54
36	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	1	1	3	4	3	48
37	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	2	1	2	1	3	3	4	47
38	2	2	1	3	2	3	3	4	4	3	2	3	2	2	2	1	3	4	4	48
39	2	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	1	2	2	3	3	4	56
40	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	1	2	2	4	3	4	57
41	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	2	2	1	3	4	3	56
42	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	2	2	1	4	4	3	55
43	2	2	2	1	2	4	3	4	3	3	2	2	1	1	2	1	3	4	3	43
44	2	2	3	2	2	4	3	3	4	3	3	3	4	1	2	2	3	4	3	51
45	2	2	3	4	1	3	4	3	3	3	2	4	4	1	2	2	3	3	4	51
46	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	1	1	4	4	3	57
47	2	4	3	2	1	3	3	4	4	3	4	3	2	2	2	2	3	4	4	53
48	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	2	1	2	3	4	3	57
49	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	2	1	2	4	3	4	57
50	2	2	3	2	2	4	3	3	4	4	3	2	2	2	1	2	3	4	4	50

51	1	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	61
52	1	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	62
53	1	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	57
54	1	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	60
55	1	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	61
56	1	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	62
57	1	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	62
58	1	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	59
59	1	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	62
60	1	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	66
61	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	27
62	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	29
63	1	3	3	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	43
64	1	3	2	2	2	1	1	3	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	2	35
65	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	29
66	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	1	2	3	4	3	53
67	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	30
68	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	29
69	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	3	3	3	2	2	1	3	3	2	37
70	2	2	3	2	3	1	2	1	3	1	2	1	2	1	1	2	3	3	4	37
71	2	4	3	2	2	1	1	1	3	2	1	2	2	1	2	3	4	3	3	40
72	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	29
73	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	28
74	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	28
75	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	26
76	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	33
77	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	3	29
78	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	3	4	2	2	1	2	1	1	2	32
79	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	3	4	4	35
80	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	2	62
81	2	2	3	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	1	2	1	3	2	1	33
82	2	2	2	1	2	3	2	1	2	3	2	2	3	1	2	2	4	3	1	38
83	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	61
84	2	4	3	4	4	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	55
85	2	2	2	3	3	1	1	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	36
86	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	61
87	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	58
88	2	1	1	3	2	2	3	1	2	3	3	3	2	1	2	2	3	3	1	38
89	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	4	3	4	58
90	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	59
91	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	57
92	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3	52
93	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	63
94	1	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	37
95	1	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	62

96	1	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	63
97	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	61
98	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	28
99	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	30
100	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	26
101	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	55
102	1	3	4	3	4	2	3	3	2	2	4	4	1	3	4	4	4	2	2	54
103	1	4	3	4	3	2	4	4	2	4	4	4	1	4	2	2	4	3	1	55
104	1	3	3	4	4	2	3	3	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	55

