

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, berikut adalah

1. Jaquiline Melissa Renyoet E, Pesan Moral Dalam Film To Kill A Mockingbird (Analisis Semiotika Film To Kill A Mockingbird) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Politik Universitas Hasanuddin 2014

Film To Kill A Mockingbird menunjukkan bentuk-bentuk pesan moral yang kuat kepada penontonnya dengan menggunakan sejarah, instruksi moral dan perkembangan karakter dalam film.

Setting Era The Great Depression dalam film To Kill A Mockingbird memberikan petunjuk bagi penonton akan kesulitan finansial yang dihadapi orang-orang di selatan Amerika pada saat itu, khususnya petani kulit putih yang miskin. Selanjutnya To Kill A Mockingbird kemudian menetapkan pola pikir dan sikap dari kaum kulit putih selatan terhadap ras dan budaya lain, yang mewakili sentimen banyak orang Amerika pada saat itu.

Karakter-karakter dalam film seperti Atticus Finch dan kedua anaknya, Jem dan Scout Finch serta komunitas kota Maycomb menunjukkan pesan moral yang dalam.

Film ini tidak hanya melibatkan karakter anak-anak, tetapi juga melihat dunia dari sudut pandang mereka. pengalaman karakter anak-anak dalam film ini, seperti berbagai petualangan, rasa penasaran mereka terhadap tetangga dan orang-orang di sekitarnya, serta perjalanan mereka dalam memahami dan menghadapi konsekuensi dari rasisme mengajarkan dan mendidik penonton tentang bagaimana memperlakukan orang lain dengan hormat dan baik tanpa memikirkan perbedaan yang ada.

Karakter-karakter dalam film To Kill A Mockingbird mendemonstrasikan bagaimana seringnya seseorang menderita karena penghakiman dan penganiayaan akibat prasangka dan rasa takut. Film ini ingin menyampaikan pada penontonnya bahwa seseorang bisa hidup diantara semua budaya dan

ras tanpa rasa takut dan prasangka serta mendorong penontonnya untuk memikirkan penghakiman moral dan perlakuan mereka terhadap orang lain.

Jelas sekali Film *To Kill A Mockingbird* membangun pondasi struktur sosial sejarah sepanjang film. film ini mencoba menghilangkan struktur hirarkis dengan menunjukkan karakter seperti Atticus yang tidak membedakan antara miskin dan kaya, atau hitam dan putih. Banyak orang kulit putih Selatan di Amerika yang memusuhi ras lain, dengan menggambarkan sikap ini, *To Kill A Mockingbird* berpendapat bahwa semua orang walaupun datang dari ras, status sosial dan ekonomi yang berbeda berhak untuk diperlakukan dengan hormat dan tidak dihakimi.

Film *To Kill A Mockingbird* juga berdasarkan latar belakang nyata seperti kasus *Scottsboro* yang sangat populer di masa itu. Dengan menggunakan latar belakang kasus yang begitu populer, film ini mendorong penonton untuk menganalisis masa lalu dan belajar dari kesalahan sehingga generasi di masa depan bisa hidup di dunia yang lebih damai.

Film *To Kill A Mockingbird* juga menggunakan berbagai simbol-simbol yang merupakan representasi dari karakter-karakternya. Dengan menciptakan karakter-karakter yang perilakunya mirip dengan burung *mockingbird*, film ini menyadarkan penontonnya bahwa hanya karena seseorang terlihat berbeda bukan berarti kita bisa menganiaya, menghakimi, atau berlaku tidak hormat pada mereka. mereka juga memiliki hak yang sama dengan kita untuk dapat hidup harmonis di dunia. Secara moral, film ini mengikat penggambarannya akan burung *mockingbird* dengan representasi karakter untuk memberikan pesan walaupun terdapat perbedaan, orang seharusnya bisa hidup harmonis.

Makna Pesan Moral dalam film *To Kill A Mockingbird* terdiri dari moral sopan santun, bersyukur, menghormati, kejujuran, pendidikan dan keberanian.

2. Afrilia Wening Anindya, Representasi Kecantikan (Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Akun Youtube Rachel Goddard), Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro 2017

Penelitian ini berangkat dari makna cantik yang masih menjadi persoalan perempuan dan terus diperdebatkan hingga saat ini. Perkembangan teknologi yang begitu pesat, hingga munculnya vlog ternyata menyebabkan “cantik” mengalami

perubahan. Salah satu vlogger yang membahas kecantikan pada akun youtubenanya adalah Rachel Goddard. Ia menyajikan vlog tentang tutorial make up, tips merawat tubuh dan wajah, serta review tentang produk-produk kecantikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi kecantikan melalui analisis Semiotika dan juga untuk membongkar mitos apa yang ingin dibangun oleh Rachel Goddard. Dalam menganalisis vlog tutorial kecantikan berjudul “Belajar Makeup Untuk Pemula” dalam akun Youtube Rachel Goddard, peneliti menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes.

Kesimpulan dari penelitian ini yang pertama adalah representasi cantik masih merujuk pada kriteria yang ada, namun dengan adanya perkembangan teknologi, kriteria cantik mengalami perluasan. Kriteria cantik yang telah mengalami perluasan adalah alis yang tebal dan rapi; kelopak mata yang terlihat besar dan berwarna; bulu mata yang lentik, tebal, dan panjang; mata yang terlihat besar; under eye atau bagian bawah mata yang cerah; wajah yang sempurna, mulus, dan tanpa cacat; pipi yang merah merona; dan bibir yang berwarna agar tidak terlihat pucat. Yang kedua adalah kriteria cantik masih berkiblat pada budaya barat. Hal tersebut dibuktikan dengan sosok Rachel Goddard yang menjadi model vlog serta banyaknya produk-produk make up dan kosa kata bahasa asing yang ia gunakan.

3. RIVA MUTHIA, Analisis Makna Cantik Dalam Iklan (Studi Analisis Semiotik Pada Iklan Clean & Clear Foaming Facial Wash Versi “See The Real Me” Di Televisi), jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik UNIVERSITAS LAMPUNG BANDARLAMPUNG 2016

Salah satu iklan di televisi yang juga merupakan objek semiotika ialah iklan Produk kecantikan remaja Clean & Clear versi "See The Real Me". Iklan ini sangat berbeda dari kompetitornya dan sarat makna. Iklan yang ditujukan untuk remaja, ditampilkan dalam penyampaian yang sederhana, dengan segala kekurangan yang dimiliki setiap remaja. Iklan ini bertujuan untuk menyampaikan kepada remaja Indonesia, dalam meningkatkan rasa kepercayaan diri remaja yang takut akan pendapat masyarakat sehingga membuat mereka tidak dapat menunjukkan jati diri sebenarnya. Proses penafsiran atau pemberian makna pada iklan Clean & Clear versi "See The Real Me" ini menggunakan semiotika Roland Barthes.

Barthes membagi proses penafsiran terhadap tanda menjadi dua tingkatan, yaitu denotasi dan konotasi. Iklan ini terdiri dari atas dua elemen, yaitu elemen visual berupa gambar dan warna, serta elemen audio yang berupa narasi. Kedua elemen ini berkaitan sehingga tidak mudah dimengerti. Untuk mendapatkan dan

memahami isi pesan di balik iklan ini, diperlukan kajian semiotika sebagai pendekatan kualitatif untuk mengungkapkan pesan yang terkandung di balik iklan ini. Setelah melalui analisis semiotika Roland Barthes, maka hasil penelitian ini terungkap bahwa setiap wanita memiliki kekurangan dan kelebihan yang dimiliki, bagaimana kita menerima hal tersebut dengan tetap percaya diri. Cantik ialah menerima diri dengan apa adanya baik kekurangan maupun kelebihan tanpa harus takut dengan pendapat orang lain.

Iklan Clean & Clear menunjukkan makna cantik yang ingin disampaikan pada iklan tersebut tidak hanya cerita seorang remaja yang menerima diri dengan apa adanya namun dalam iklan ini menunjukkan bahwa wanita memiliki kecantikan yang beraneka ragam, tidak memandang bentuk tubuh, sifat ataupun warna kulit.

2.2 Landasan teori

Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti perlu menyusun suatu landasan teori. Landasan teori merupakan landasan berfikir untuk menggambarkan dari sudut mana peneliti menyoroti masalah yang akan diteliti serta memahami berbagai hal dan memberikan keputusan mengenai tindakan apa yang harus dilakukan.

2.2.1 Komunikasi Massa

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin "*communicatio*". Istilah ini bersumber dari perkataan "*communis*" yang berarti sama. Sama yang dimaksud berarti sama makna dan arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan komunikator dan diterima oleh komunikan (Effendy, 2004:30).

Defenisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yakni "komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang besar". Sedangkan defenisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi yakni Gerbner "kommunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontiniu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Ardianto, 2004:4).

Menurut Harold Lasswell cara yang terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect ?* (Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa ?). Jawaban bagi pertanyaan paradigmatik Lasswell merupakan unsur-unsur proses komunikasi yang meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, efek (Mulyana, 2005:62).

2.2.1.1 Komponen Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada dasarnya merupakan komunikasi satu arah, artinya komunikasi berlangsung dari komunikator (sumber) melalui media kepada komunikan (khalayak). Walaupun komunikasi massa dalam prosesnya bersifat satu arah, namun dalam operasionalnya memerlukan komponen lain yang turut menentukan lancarnya proses komunikasi. Komponen dalam komunikasi massa ternyata tidak sederhana komponen komunikasi yang lainnya. Proses komunikasi massa lebih kompleks, karena setiap komponennya mempunyai karakteristik tertentu adalah sebagai berikut (Ardianto, 2004:36-42).

a. **Komunikator**

Dalam komunikasi massa produknya bukan merupakan karya langsung seseorang, tetapi dibuat melalui usaha-usaha yang terorganisasikan dari beberapa partisipan, diproduksi secara massal, dan didistribusikan kepada massa.

b. **Pesan**

Sesuai dengan karakteristik dari pesan komunikasi massa yaitu bersifat umum, maka pesan harus diketahui oleh setiap orang. Penataan pesan bergantung pada sifat media yang berbeda antara satu sama lainnya.

c. **Media**

Media yang dimaksud dalam proses komunikasi massa yaitu media massa yang memiliki ciri khas, mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous*) dan serentak (*instananeous*).

d. **Khalayak**

Khalayak yang dituju oleh komunikasi massa adalah massa atau sejumlah besar khalayak. Karena banyaknya jumlah khalayak serta

sifatnya yang anonim dan heterogen, maka sangat penting bagi media untuk memperhatikan khalayak.

e. **Filter dan Regulator Komunikasi Massa**

Dalam komunikasi massa pesan yang disampaikan media pada umumnya ditujukan kepada massa (khalayak) yang heterogen. Khalayak yang heterogen ini akan menerima pesan melalui media sesuai dengan latar belakang sosial, ekonomi, pendidikan, agama, usia, budaya. Oleh karena itu, pesan tersebut akan di – filter (disaring) oleh khalayak yang menerimanya.

f. *Gatekeeper* (Penjaga Gawang)

Dalam proses perjalanannya sebuah pesan dari sumber media massa kepada penerimanya, *gatekeeper* ikut terlibat di dalamnya. *Gatekeeper* dapat berupa seseorang atau satu kelompok yang dilalui suatu pesan dalam perjalanannya dari sumber kepada penerima.

2.2.1.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Ciri-ciri komunikasi massa, menurut Elizabeth Noelle Neumann (Rakhmat, 1994) adalah sebagai berikut:

1. Bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis;
2. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi;
3. Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim;
4. Mempunyai public yang secara terbesar

2.2.1.3 Proses Komunikasi Massa

Komunikasi massa dalam prosesnya melibatkan banyak orang yang bersifat kompleks dan rumit. Menurut McQuail (1999) dalam Denis (2011) proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk:

- a. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Jadi proses komunikasi massa melakukan distribusi informasi kemasyarakatan dalam skala yang besar, sekali siaran atau pemberitaan jumlah dan lingkungannya sangat luas dan besar.

- b. Proses komunikasi massa cenderung dilakukan melalui model satu arah yaitu dari komunikator kepada komunikan atau media kepada khalayak. Interaksi yang terjadi sifatnya terbatas.

2.2.1.4 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Effendy (1993) dalam (Ardianto, Komala, Karlinah, 2007: 17-19). fungsi komunikasi tidak terlepas dari:

1. Fungsi informasi

Fungsi memberikan ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

2. Fungsi pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

3. Fungsi mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, features, iklan dan artikel. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

4. Fungsi menghibur

Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca beritaberita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

2.2.2 Film

2.2.2.1 Pengertian Film

Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul disuatu tempat tertentu (Effendy, 1986: 134). Film adalah potret dari masyarakat dimana film ini terbuat. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan memproyeksikannya ke dalam layar, Irawanto dalam (Alex Sobur, 2002: 127). Film merupakan suatu dokumen kehidupan sosial sebuah komunitas maupun individu. Film mewakili realita kelompok masyarakat pendukungnya, baik realitas dalam bentuk imajinasi maupun realitas dalam arti sebenarnya. Film sejatinya menunjukkan pada kita jejak-jejak yang ditinggalkan pada masa lampau, cara menghadapi masa kini, dan keinginan manusia terhadap masa yang akan datang.

2.2.2.2 Film sebagai komunikasi massa

Film secara struktur terbuat dari sekian banyak *shot*, *scene* dan *sequence*, Menurut Joseph V. Maschelli (dalam Maarif, 2005: 27). Setiap *shot* membutuhkan penempatan kamera pada posisi yang paling baik bagi pandangan mata penonton dan bagi *setting* serta *action* pada suatu saat tertentu dalam perjalanan cerita, itulah sebabnya sering kali film disebut gabungan dari gambargambar yang dirangkai menjadi satu kesatuan utuh yang bercerita kepada penontonnya. Berdasarkan situs Wikipedia Indonesia, menurut Sergi Eisentein, tanggal kelahiran film secara resmi adalah 20 Desember 1895, yakni sewaktu Lumiere bersaudara mendemonstrasikan untuk pertama kali penemuan mereka di muka khalayak ramai di Grand Café, Paris. Saat itu pula lahirlah penonton yang menakjubkan yang tujuannya sebagai salah satu sarana penyampaian informasi. Seperti media komunikasi massa yang lain, film terlahir sebagai suatu yang tidak lepas dari akar lingkungan sosial. Media massa merupakan sebuah bisnis, sosial, budaya sekaligus merupakan sebuah politik. Dalam konteks hubungan media dengan publik, seperti halnya media massa yang lain, film juga menjalankan fungsi utama media massa seperti yang dikemukakan Laswell (dalam Mulyana, 2007: 37) sebagai berikut:

a. *The surveillance of the environment*. Artinya media massa mempunyai fungsi sebagai pengamat lingkungan, yaitu sebagai pemberi

informasi tentang hal-hal yang berada diluar jangkauan penglihatan masyarakat secara luas.

b. *The correction of the parts of to environment.* Artinya media massa berfungsi untuk melakukan seleksi, evaluasi dan interpretasi informasi. Dalam hal ini peranan media adalah melakukan seleksi mengenai apa yang pantas dan perlu untuk disiarkan.

c. *The transmission of the social heritage from one generation to the next.* Artinya media merupakan sarana penyampaian nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi lainnya. Fungsi ini merupakan fungsi pendidikan oleh media massa.

2.2.2.3 Definisi Film

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, film adalah lakon (cerita) gambar hidup. Menurut definisi film melalui UU No. 8/1992 film adalah karya cipta dan seni yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan atas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita vidio, piringan vidio dan/atau berhak atas hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara yang dapat dipertunjukkan dengan sistem proyeksi mekanik dan lain sebagainya.

2.2.2.4 Fungsi Film

Film kini dipergunakan untuk mengintensifkan usahanya (Effendy, 2003: 209). Sejak “Audio Visual Aids (AVA)” dianggap metode yang baik dalam pendidikan, film memegang peran yang sangat penting. Oleh sebab itu diberbagai Universitas, sekolah, pelatihan pendidikan di industri-industri, lembaga kesehatan, jawatan pertanian, polisi lalu lintas dan sebagainya.

2.2.2.5 Jenis-jenis Film

Menurut Effendy (2003: 210) film dapat digunakan sebagai alat untuk pendidikan kepada para karyawan, untuk penerangan keluar dan kedalam, untuk propaganda meningkatkan perdagangan dan sebagainya. Kemudian juga disebabkan sifatnya yang semi permanen film dapat dijadikan dokumentasi. Sehubungan dalam ukurannya, film dibedakan pula menurut sifatnya yang umumnya terdiri dari jenis-jenis sebagai berikut:

a. Film Cerita (*story film*) adalah jenis film yang menggunakan suatu cerita, yaitu yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang filmnya yang tenar.

- b. Film Berita (*newreel*) adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi.
- c. Film Dokumenter (*documentary film*) film dokumenter di definisikan oleh Robert Flaherty sebagai karya cipta mengenai kenyataan (*creative treatment of actually*).
- d. Film Kartun (*cartoon film*) adalah film yang pada umumnya dibuat untuk konsumsi anak-anak.

2.2.3 Semiotika

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Kata “semiotika” berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” atau *scene*, yang berarti “penafsiran tanda”. Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika dan poeotika. “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang merujuk pada adanya hal lain. Semiotika berusaha menjelaskan jalinan tanda atau ilmu tentang tanda; secara sistematis menjelaskan esensi, ciri-ciri, dan bentuk suatu tanda, serta proses signifikasi yang menyertainya (Alex Sobur, 2004: 16).

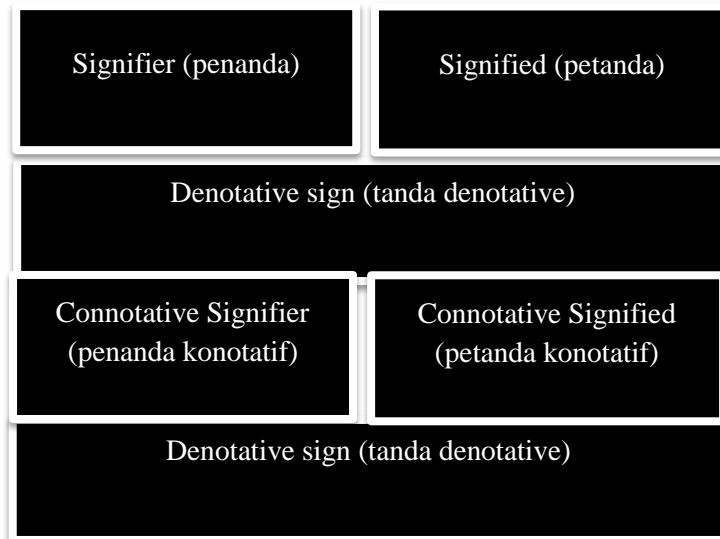
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori semiotika Roland Barthes, dalam teorinya tersebut Barthes mengembangkan semiotika menjadi 2 tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (Yusita Kusumarini, 2006). Roland Barthes adalah penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya.

Berdasarkan semiotika yang dikembangkan Saussure, Barthes tumbuh dan kemudian mengembangkan dua sistem penandaan bertingkat sistem denotasi dan sistem konotasi tersebut. Roland Barthes meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunaannya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh

penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “order of signification”, mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Di sinilah titik perbedaan Saussure dan Barthes meskipun Barthes tetap mempergunakan istilah signifier-signified yang diusung Saussure.

Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat. “Mitos” menurut Barthes terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuk sistem sign-signifier-signified, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru. Jadi, ketika suatu tanda yang memiliki makna konotasi kemudian berkembang menjadi makna denotasi, maka makna denotasi tersebut akan menjadi mitos. Dalam setiap esaynya, Barthes menghabiskan waktu untuk menguraikan dan menunjukkan bahwa konotasi yang terkandung dalam mitologi-mitologi tersebut biasanya merupakan hasil konstruksi yang cermat.

TABEL PETA TANDA ROLAND BARTHES



(Sumber: Sobur, 2006: 69)

Dari peta tanda Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif terdiri atas Penanda dan Petanda . Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotative adalah juga Penanda Denotatif . Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar

memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

2.3 KERANGKA DASAR PEMIKIRAN

Kerangka penelitian ini bersumber pada pendapat penerima pesan terhadap pesan moral yang disampaikan film tersebut.

