

KEGIATAN PEMBELAJARAN 1 MENGANALISIS STRUKTUR TEKS EDITORIAL

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah kegiatan pembelajaran 1 ini diharapkan kalian mampu menganalisis struktur teks editorial dengan kritis dan semangat agar dapat merancang teks editorial yang kreatif, inovatif, dan bertanggungjawab.

B. Uraian Materi

Kalian hebat, sudah dapat mengikuti tahap ini. Kalian pasti telah menguasai modul sebelumnya. Modul ini merupakan lanjutan dari modul sebelumnya. Pembahasan modul ini, kalian akan diberikan penjelasan tentang struktur dan kaidah kebahasaannya. Sebelum kalian memahami struktur, simak dahulu teks editorial berikut.

Dampak Virus Corona di Ranah Fesyen

(1) Sebelum Corona menjadi wabah penyakit di Cina, nasib Riccardo Tisci sedang di atas angin. Tahun lalu direktur kreatif lini busana premium ikonik asal Inggris Burberry ini membuat gebrakan dengan melansir logo baru. Tadinya, logo lini busana yang berdiri pada 1856 ini bergambar prajurit perang menunggang kuda dan membawa senjata. Tisci mengubah logo jadi huruf “B” yang terinspirasi dari inisial nama pendiri lini busana yaitu Thomas Burberry.

(2) Respons publik terhadap perubahan logo ini bisa dikatakan cukup baik. Terlebih lagi respons konsumen di Cina—yang cenderung menyukai produk fesyen yang memamerkan logo brand dengan jelas pada produk. Pada Juli 2019, *South China Morning Post* melaporkan peningkatan penjualan Burberry di Cina ada di angka dua digit pada kuartar pertama 2019.

(3) Para milenial kelas menengah ke atas jadi konsumen mayoritas yang membeli barang lewat media sosial. Setiap tanggal 17, Burberry melansir koleksi baru di Instagram dan WeChat. Menurut tim Burberry, penjualan di platform tersebut menghasilkan engagement konsumen yang signifikan.

(4) Hal lain yang mendongkrak penjualan Burberry adalah potongan pajak impor yang diterapkan pemerintah Cina. Kebijakan diterapkan agar para konsumen Cina tidak lagi membeli barang di luar negeri.

(5) Sebetulnya bila tidak ada halangan berarti, Burberry dijadwalkan membuka satu toko baru di Cina. *Jing Daily* melaporkan proyek cabang baru tersebut bekerjasama dengan Tencent—perusahaan teknologi asal Cina yang salah satu produknya adalah aplikasi pesan singkat We Chat—dan akan jadi toko yang dikhususkan agar konsumen bisa mengeksplorasi berbagai aplikasi fesyen digital yang dibuat oleh Tencent dan Burberry.

(6) Alih-alih meresmikan bisnis, Burberry malah mesti menutup 24 toko dari 64 toko yang ada di Cina untuk mencegah penyebaran Corona. Sampai sekarang pihak Burberry belum mempublikasikan jumlah kerugian akibat virus Corona. Yang jelas penurunan penjualan barang fesyen mewah di Cina itu benar terjadi dan bukan hanya dialami Burberry.

(7) Kegoncangan pun dialami lini produk pakaian dan aksesoris olahraga, Nike yang juga terpaksa menutup sejumlah gerainya di Cina. Padahal menurut laporan *Financial Times* pada Desember lalu, CEO Nike Mark Parker menyatakan di hadapan media-media internasional bahwa ia, “tidak pernah merasa seoptimis ini dalam menghadapi hari depan”.

(8) Perkataan itu muncul setelah ia melihat data penjualan di Cina—dari produk sepatu, baju, dan aksesoris lain—yang terus meningkat. Persentase peningkatan per

Desember lalu mencapai 20% sehingga total pendapatan Nike saat itu adalah \$1,12 miliar.

(9) Sebelum corona mewabah, penjualan Nike di Cina tak tergoyahkan meski ada cerita-cerita miring seperti skandal penyalahgunaan doping yang dilakukan brand ambassador atau situasi seperti perang dagang antara Cina dan AS.

(10) Pada Maret 2018, Trump menetapkan kebijakan menaikkan tarif impor untuk berbagai barang dari Cina seperti daging, alat musik, dan sejumlah produk tekstil agar warga AS memilih membeli produk lokal ketimbang barang impor. Hal ini pada kenyataannya tidak terlalu mengganggu penjualan Nike.

(11) Selain Nike dan Burberry lini busana lain yang sedang laris-larisnya di Cina, Levis, Kate Spade, Coach, Stuart Weitzman, Michael Kors, Versace, H&M, dan Uniqlo pun tutup toko. Tidak semua brand terbuka dengan jumlah prediksi penurunan akibat penutupan toko. Quartz berupaya merangkum informasi dari beberapa perusahaan yang sudah mempublikasikan jumlah kerugian. Perusahaan retail Tapestry yang menaungi lini Kate Spade, Coach, dan Stuart Weitzman dikabarkan akan merugi sebesar \$250 juta dalam beberapa bulan terakhir.

(12) Di samping itu, Business of Fashion mencatat bahwa nilai saham perusahaan retail besar seperti Louis Vuitton Moët Hennessy dan Kering Group—di antaranya menaungi label Gucci, Saint Laurent, Alexander McQueen—masing-masing menurun 1,9% dan 3%. Meski mengalami kerugian di awal tahun, beberapa petinggi perusahaan retail besar tidak terlalu khawatir terhadap guncangan ini. Vogue Business memuat pandangan Chief Financial Officer Louis Vuitton, Jean Jacques Giony yang menyebut bahwa corona tidak akan mempengaruhi pendapatan secara signifikan bila wabah bisa ditanggulangi pada akhir Maret. Dampak baru akan terasa bila wabah terus terjadi sampai dua atau tiga tahun ke depan.

(13) Manajer investasi Sweta Ramachandran juga mengatakan kepada Vogue Business bahwa perusahaan retail besar biasanya sudah mempersiapkan diri dalam menghadapi guncangan singkat jangka pendek seperti yang tengah terjadi saat ini sehingga bisnisnya tidak hancur begitu saja.

(14) Beberapa lini fesyen / aksesoris di AS masih menggantungkan produksi di Cina. Pada Mei 2019 lalu, South China Morning Post melaporkan bahwa salah satu penyebab ketergantungan produksi di Cina karena belum ada negara yang mampu menyaingi kemampuan produksi barang di negara tersebut baik dari sisi kualitas maupun kuantitas. Salah satu penyebabnya, negara-negara tersebut belum memiliki alat produksi secanggih Cina.

(15) Selain itu, dari sisi konsumsi, konsumen Cina adalah pembeli paling potensial. Tahun lalu, lembaga riset Fung Business Intelligence melansir laporan China Apparel Market Update (PDF). Hasil studi menunjukkan tahun 2019 adalah titik puncak peningkatan penjualan busana sejak 2014. Peningkatan daya beli disebabkan oleh kestabilan kondisi perekonomian konsumen. Sebagian dari mereka mengalami peningkatan penghasilan dan ingin meningkatkan standar hidup.

(16) Golongan terbesar konsumen di Cina adalah para perempuan dan jenis barang yang paling banyak dibeli adalah pakaian olahraga (sportswear). Beberapa hal yang melatari larisnya penjualan sportswear adalah rencana pemerintah yang ingin memajukan tingkat kesehatan dan industri olahraga di Cina. Pemerintah Cina bahkan membuat beberapa panduan seperti “2016-2020 National Fitness Plan”, “13 Five Year Plan for the Development of Sports Industry”, “Guiding Opinions of the State Council on Speeding up the Development of the Competitive Sports Industry.”

(17) Konsumen Cina adalah orang-orang yang ingin tampil beda dan dianggap memiliki selera tinggi. Oleh karena itu mereka tak segan mengeluarkan banyak uang untuk barang-barang prestisius. Kini rutinitas untuk belanja barang mewah mesti tertunda akibat corona. Satu-satunya barang yang paling laris di Cina saat ini adalah masker.

(sumber : pahamify, Tirta. Diakses tanggal 14 Februari 2020)

Bagaimana, kalian sudah membaca teks di atas? Apakah kalian menemukan strukturnya? Untuk kejelasannya, mari kita pelajari satu persatu strukturnya. Dalam hal ini akan diberikan penjelasan singkat melalui keberadaan bagian struktur tersebut dalam tabel.

Bagian Struktur teks editorial

| Struktur teks | Paragraf ke - |
|-------------------------------|--------------------------------------------|
| Pengenalan isu/ Tesis | 1, 2, 3, 4, dan 5 |
| Penyampaian pendapat/ argumen | 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, dan 16 |
| Penegasan | 17 |

Untuk lebih jelasnya Editorial termasuk ke dalam jenis teks eksposisi, seperti halnya ulasan dan teks-teks sejenis diskusi. Dengan demikian, struktur umum dari teks editorial meliputi pengenalan isu (tesis), argumentasi, dan penegasan.

1. Pengenalan isu

Pengenalan isu merupakan bagian pendahuluan teks editorial. Fungsinya adalah mengenalkan isu atau permasalahan yang akan dibahas dalam bagian berikutnya. Pada bagian pengenalan isu disajikan peristiwa persoalan aktual, fenomenal, dan kontroversial. **Pernyataan pendapat/tesis** yang berisi sudut pandang penulis tentang masalah yang dibahas. Biasanya tesis merupakan teori yang diperkuat dengan argumen.

2. Penyampaian pendapat/argumen

Bagian ini merupakan bagian pembahasan yang berisi tanggapan redaksi terhadap isu yang sudah diperkenalkan sebelumnya. **Argumentasi**, berupa alasan atau bukti yang digunakan untuk memperkuat pernyataan umum atau data hasil penelitian, pernyataan para ahli, maupun fakta-fakta berdasarkan referensi yang dapat dipercaya.

3. Penegasan

Penegasan dalam teks editorial berupa simpulan, saran atau rekomendasi. Di dalamnya juga terselip harapan redaksi kepada para pihak terkait dalam menghadapi atau mengatasi persoalan yang terjadi dalam isu tersebut. **Pernyataan/penegasan ulang pendapat**, berisi penegasan ulang pendapat yang didukung oleh fakta untuk memperkuat atau menegaskan keseluruhan isi teks editorial.

C. Rangkuman

Struktur Teks Editorial terdiri dari; (1) Pernyataan pendapat/tesis yang berisi sudut pandang penulis tentang masalah yang dibahas. Biasanya tesis merupakan teori yang diperkuat dengan argumen. (2) Argumentasi, berupa alasan atau bukti yang digunakan untuk memperkuat pernyataan umum atau data hasil penelitian, pernyataan para ahli, maupun fakta-fakta berdasarkan referensi yang dapat dipercaya. (3) Pernyataan/penegasan ulang pendapat, berisi penegasan ulang pendapat yang didukung oleh fakta untuk memperkuat atau menegaskan keseluruhan isi teks editorial.

D. Latihan Soal

Bacalah Teks Editorial berikut!

Membuka Data Penerima Bantuan Sosial

(1) Seorang anggota DPRD Kabupaten Wonogiri mengusulkan data penerima bantuan sosial dibuka kepada publik sebelum bantuan sosial disalurkan. Pembukaan data bisa dilakukan secara online atau ditempelkan di balai desa atau kantor kelurahan, kalau perlu hingga di rukun tetangga. Usulan ini menarik karena selama ini data penerima bantuan sosial, yang berisi data warga miskin yang memenuhi kriteria layak menerima bantuan sosial, tidak pernah dipublikasikan untuk diuji oleh publik. Pembukaan data jelas berefek baik: transparansi dan akuntabilitas data akan lebih terjamin.

(2) Data yang terbuka akan membuat masyarakat mudah berpartisipasi mengoreksi data yang salah, misalnya ada warga miskin tak masuk data dan malah ada warga mampu yang masuk data. Sebenarnya proses pendataan warga miskin yang layak menerima bantuan sosial, dalam kapasitas individu atau keluarga, pasti dimulai dari bawah.

(3) Usulan pasti berawal dari akar rumput yang naik ke pemerintah desa/kelurahan, pemerintah kecamatan, pemerintah kabupaten/kota, hingga ke tingkat pusat di bawah kementerian terkait atau lembaga negara terkait. Faktanya proses yang bertingkat ini selalu saja memunculkan data-data yang invalid sehingga bantuan sosial salah sasaran.

(4) Kementerian Sosial telah menyediakan sistem pencarian data penerima bantuan sosial tunai, yaitu di laman cekbansos.siks.kemensos.go.id. Untuk melihat status peserta, masyarakat harus memiliki nomor induk kependudukan dan nomor kartu keluarga.

(5) Pengecekan bias dilakukan dengan memilih identitas kepesertaan yang diinginkan, memasukkan nomor kepesertaan dari identitas yang dipilih, dan seterusnya. Persoalannya ketika analisis data yang muncul menunjukkan anomali, misalnya ada warga punya Kartu Keluarga Sejahtera tapi tak masuk database, penduduk tidak miskin malah masuk data penerima bantuan sosial, dan penduduk yang benar-benar miskin malah tidak masuk dalam database tidak ada sistem yang real time untuk mengoreksi. Publikasi data sejak di tingkat bawah bisa mencegah kesalahan demikian ini.

Solo Pos SENIN KLIWON, 8 JUNI 2020

- Analisislah Teks tersebut berdasarkan Struktur yang sesuai :

| Struktur teks | Paragraf ke - |
|-------------------------------|---------------|
| Pengenalan isu | |
| Penyampaian pendapat/ argumen | |
| Penegasan | |

- Saksikan dan baca berita dari media cetak, elektronik, maupun media daring (*online*), kemudian rancanglah ide-ide pokok berdasarkan isu yang akan kalian angkat, kemudian buatlah kerangka dari calon tajuk rencana/ editorial kalian sendiri.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

KEGIATAN PEMBELAJARAN 2

Menganalisis Unsur kebahasaan Teks Editorial

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah kegiatan pembelajaran 2 ini diharapkan dapat menganalisis unsur kebahasaan Teks Editorial dengan kritis dan semangat agar dapat merancang teks editorial yang kreatif, inovatif, serta beranggungjawab.

B. Uraian Materi

Kalian sudah mengerti kan struktur teks editorial? Teks editorial berstruktur pernyataan pendapat (*thesis statement*), argumentasi (*arguments*), dan pernyataan ulang pendapat (*reiteration*). Kalian pasti masih ingat juga kaidah teks editorial. Pada topik ini kaidah akan kembali kita perdalam agar kalian mampu menganalisis bahasa teks editorial. Pemahaman kaidah bahasa sangat diperlukan dalam kemahiran menganalisis bahasa.

Sebagai salah satu ragam bahasa jurnalistik, teks editorial/opini mengandung unsur-unsur bahasa yang dapat mengekspresikan sikap eksposisi. Teks eksposisi adalah salah satu jenis teks yang dibahas pada kelas 10 dalam kurtilas. Teks ini berfungsi untuk memaparkan dan menjelaskan suatu informasi. Adanya jenis teks ini dalam teks editorial menunjukkan bahwa teks editorial merupakan teks yang bergenre makro.

Ada banyak kaidah kebahasaan yang digunakan dalam membuat teks makro, termasuk teks editorial. Berikut adalah uraian beberapa kaidah kebahasaan yang kita temukan dalam teks editorial.

1. Adverbia frekuentatif dan Modalitas

Adverbia frekuentatif adalah adverbia yang mempertegas ekspresi kepastian. Dalam tradisi struktru fungsional linguistik (SFL), hal ini sering juga disebut modalitas. Contoh adverbia frekuentatif adalah *selalu, biasanya, sering, kadang-kadang, jarang, dan kerap*.

2. Konjungsi

Konjungsi yang digunakan pada teks editorial adalah konjungsi eksternal temporal, konjungsi internal penegasan, dan konjungsi kausalitas/sebab-akibat. Berikut adalah contoh ketiga konjungsi tersebut.

| konjungsi eksternal temporal | konjungsi penegasan | konjungsi kausalitas/sebab-akibat | Konjungsi internal persyaratan/pengandaian |
|---------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Pertama, kedua, berikutnya, kemudian, setelah itu | Eksternal: bahkan, selain itu | Eksternal: Oleh karena itu, jadi, oleh sebab itu, dengan demikian | Agar, supaya |
| | Internal: lagipula | Internal: karena, sehingga | |

3. Verba/kata kerja

Verba dalam linguistik struktural harus dianalisis berdasarkan struktur klausa. Hal ini disebabkan skema informasi diterapkan pada tataran klausa. Kita tidak bisa menerapkan verba hanya pada tataran jenis kata semata. Halliday membagi verba menjadi enam jenis proses: material, tingkah laku (behavioural), verbal, mental, relasional, dan eksistensial. Dalam teks editorial, terdapat tiga jenis proses verba, yaitu material, mental, dan relasional.

A. Verba material

Verba ini menekankan adanya proses dalam melakukan sesuatu. Proses material membutuhkan dua partisipan yang disebut (1) pelaku dan (2) yang dikenai pelaku. Contohnya adalah sebagai berikut.

| | | |
|---------------------------|----------|-----------------------------------------|
| Singa itu | Menerkam | Anank |
| Daus | Memukul | Tembok |
| (partisipan) Aktor/pelaku | proses | (partisipan) Tujuan/yang dikenai dampak |

B. Verba mental

Verba mental adalah verba yang menjelaskan proses dalam merasakan. Ada tiga hal yang dijelaskan dalam proses ini, yaitu

1. Persepsi: (melihat, mendengar, mencium, mengecap, meraba)
2. Afeksi: (suka, takut, benci)
3. Kognisi: (berpikir, memahami, mengetahui)

Dalam proses mental terdapat dua partisipan yang disebut yang merasakan (perasaan sadar untuk melihat, merasakan, atau berpikir) dan fenomena (hal yang dirasakan atau dipikirkan) Perhatikan contoh berikut!

| | | |
|-------------|-----------|-----------|
| Aku | Percaya | Akan kamu |
| Alfi | Mencintai | Istrinya |
| Meida | Melihat | Setan |
| Yang merasa | Proses | Fenomena |

C. Proses relasional

Verba relasional adalah proses untuk menjadi sesuatu

Terdapat tiga tipe proses relasional, yaitu

1. Intensif *a adalah b* (membentuk hubungan persamaan di antara dua entitas)
2. Keadaan *a ada pada b* (mendefinisikan suatu entitas berada pada suatu tempat, waktu, atau sikap)
3. Posesif/kepemilikan *a memiliki b* (mengidentifikasi bahwa satu entitas memiliki yang lain)

Setiap tipe proses di atas menciptakan dua model:

- a. Atributif (*b* adalah atributif untuk *a*)

Proses ini membutuhkan dua partisipan, yaitu penanda dan petanda atau penyandang dan sandangan

Contoh:

| | | |
|-------------------|----------------------|---------------------------------|
| Politikus Senayan | telah memiliki | gaji dan tunjangan yang memadai |
| Penyandang | Relasional atributif | sandangan |

- b. Identifikatif (*b* adalah identitas bagi *a*) Proses ini membutuhkan dua partisipan, yang disebut token dan yang teridentifikasi dan partisipan nilai dan pengidentifikasi.

Contoh:

| | | |
|----------------------|----------------------|--------------------|
| Tugas kepala daerah | adalah | memimpin daerahnya |
| Yang teridentifikasi | Relasional atributif | Nilai |

4. Modalitas

Salah satu ciri kebahasaan teks editorial adalah adanya penggunaan kalimat pendapat dan pandangan seorang penulis terhadap suatu permasalahan (tesis). Untuk menunjukkan hal ini, teks editorial membutuhkan ciri kebahasaan yang lain, yaitu modalitas.

Modalitas adalah cara penulis menyatakan sikap dalam sebuah komunikasi. Beberapa bentuk modalitas di antaranya adalah *memang, niscaya, pasti, sungguh, sangat, tentu, tidak, bukan* (untuk menyatakan kepastian), *agaknyanya, barangkali, mungkin, rasanya, rupanya* (untuk menyatakan kesangsian), *semoga, mudah-mudahan* (menyatakan keinginan), *jangan* (larangan), *mustahil* (keheranan).

C. Rangkuman

Kita dapat menganalisis bahasa teks editorial dengan cara memahami ciri kebahasaan teks editorial/opini. Ciri kebahasaan tersebut adalah adverbial frekuentatif, verba material, verba mental, verba relasional, konjungsi, dan modalitas.

D. Penugasan Mandiri

1. Bacalah teks editorial yang berjudul "Kado Tahun Baru". Kemudian analisislah kaidah kebahasaannya.

Kado Tahun Baru

Pertamina mengirim kado Tahun Baru yang pahit kepada masyarakat. Meningkatkan harga elpiji tabung 12 kg lebih dari 50 persen. Akibatnya sampai di tingkat konsumen harganya menjadi Rp125.000,00 hingga Rp130.000,00. Bahkan di lokasi yang relatif jauh dari pangkalan, mencapai Rp150.000,00—Rp200.000,00.

Sungguh, kenaikan harga itu merupakan kado yang tidak simpatik, tidak bijak, dan tidak logis. Masyarakat sebagai konsumen menjadi terkejut-kejut karena kenaikan tanpa didahului sosialisasi. Pertamina memutuskan secara sepihak seraya mengiringinya dengan alasan yang terkesan logis. Merugi Rp22 triliun selama 6 tahun sebagai dampak kenaikan harga di pasar internasional serta melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dolar AS.

Kenaikan harga itu mengharuskan Presiden Republik Indonesia yang sedang melakukan kunjungan kerja di Jawa Timur meminta Wakil Presiden Republik Indonesia menggelar rapat mendadak dengan para menteri terkait. Mendengarkan penjelasan Direksi Pertamina dan pandangan Menko Ekuin, yang kesimpulannya dilaporkan kepada Presiden. Berdasar kesimpulan rapat itulah, Presiden kemudian membuat keputusan harga elpiji 12 kg yang diumumkan pada Minggu kemarin.

Kita mengapresiasi langkah cekatan pemerintah dalam mengapresiasi kenaikan harga elpiji non-subsidi 12 kg itu seraya mengiringinya dengan pertanyaan. Benarkah pemerintah tidak tahu atau tidak diberi tahu mengenai rencana Pertamina menaikkan secara sewenang-wenang. Pertamina merupakan perusahaan negara yang diamanatkan undang-undang sebagai pengelola minyak dan gas bumi untuk sebesar-besarnya kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Rasanya mustahil kalau pemerintah, dalam hal ini Menko Ekuin dan Menteri BUMN tidak tahu, tidak diberi tahu serta tidak dimintai pandangan, pendapat, dan pertimbangannya.

Kalau dugaan kita yang seperti itu benar adanya, bisa saja di antara kita menengarai langkah pemerintah itu sebagai reaksi semu. Reaksi yang muncul sebagai bentuk kekagetan atas reaksi keras yang ditunjukkan pimpinan DPR RI, DPD RI, dan masyarakat luas. Malah boleh jadi ada politisi yang mengategorikannya sebagai reaksi yang cenderung bersifat pencitraan sehingga terbangun kesan bahwa pemerintah memperhatikan kesulitan sekaligus melindungi kebutuhan rakyat.

Kita tidak bisa menerima sepenuhnya alasan merugi Rp22 triliun selama 6 tahun menjadi regulator elpiji sehingga serta-merta Pertamina menaikkan harga elpiji? Dalam peran dan tugasnya yang mulia inilah Pertamina tidak bisa semata-mata menjadikan harga pasar dunia sebagai kiblat dalam membuat keputusan. Sebab di sisi lain perusahaan memperoleh keuntungan besar atas hasil tambang minyak dan gas yang dieksploitasi dari perut bumi Indonesia.

Keuntungan besar itulah yang seharusnya digunakan untuk sebesar-besar kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Caranya dengan mengambil atau menyisihkan sepersekian persen keuntungan untuk menyuksidi kebutuhan bahan bakar kalangan masyarakat menengah ke bawah.

Sumber: Kedaulatan Rakyat

2. Bacalah beberapa berita di media massa baik cetak maupun elektronik! Buatlah kesimpulan dari informasi yang menurutmu aktual, kontroversial, dan fenomenal, kemudian rancanglah sebuah teks editorial berdasarkan struktur yang tepat!

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....