

Perancangan Ulang Identitas Visual Kaldu “Koala Homemade”

Oleh
Irsalina Gaisani
01171018

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jenjang Diploma III
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain VISI Indonesia
2020

Lembar Persetujuan



Yogyakarta
Telah Disetujui oleh
Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Wahju Tri Widadijo". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the beginning.

Wahju Tri Widadijo, M.Sn

Perancangan Ulang Identitas Visual Kaldu "Koala Homemade"

Penyajian akhir ini telah diuji dan dipertahankan di depan
Dewan Penguji Studi Desain Komunikasi Visual
Jenjang Diploma III
Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desai VISI Indonesia
pada tanggal 28 Juli 2020
di STSRD VISI Indonesia

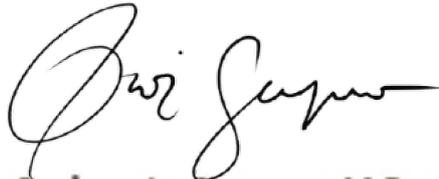


Dewan Penguji


Sudjadi Tjipto R, M. Ds
Penguji/Ketua


Wahju Tri Widadijo, M.Sn
Pembimbing/Anggota


Sudjadi Tjipto R, M. Ds
Ketua STSRD VISI


Dwisanto Sayogo, M.Ds
Ketua Program Studi



Kata Pengantar

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Penyajian Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Kaldu Koala Homemade”.

Penyajian Akhir Ini Disusun sebagai persyaratan kelulusan pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Diploma III Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia. Dalam penyusunan Penyajian Akhir ini, penulis mendapatkan banyak saran, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak.

Dalam penyusunan Penyajian Akhir ini, penulis menyadari jika masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, baik dibuat secara sengaja maupun tidak sengaja. Oleh karena itu penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan tersebut serta tidak menutup diri terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun bagi penulis.

Akhir kata, semoga Penyajian Akhir ini dapat bermanfaat baik bagi penulis dan masyarakat luas.

Yogyakarta, 17 Juli 2020

Irsalina Gaisani

Ucapan Terima Kasih

Dalam penyelesaian laporan ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang selalu memberikan kelancaran, kemudahan, dan perlindungan kepada penulis.
2. Orang tua penulis yang telah merestui dan mendukung penulis.
3. Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia.
4. PT. Mumpuni Darsa Indonusva
5. Bpk. Wahyu (Dosen Pembimbing)
6. Bpk. Budi (Koordinator KP)
7. Ibu Dinda Dara Saskia (CEO PT. Mumpuni Darsa Indonusva)
8. Rekan-rekan tim PT. Mumpuni Darsa Indonusva
9. Teman-teman DKV D3 2017

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan Penyajian Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada laporan Penyajian Akhir ini dapat dijadikan bahan pembelajaran dan pengalaman yang lebih baik dimasa yang akan datang.



Daftar Isi

BAB 1

2. Minat Utama
3. Skill Unggulan
4. Skill Digital
5. Kesimpulan

BAB 2

6. Latar Belakang Masalah
9. Data Objek
13. Analisa SWOT Data Objek Perancangan



BAB 3

16. *Konsep Verbal*

17. *Konsep Visual*

BAB 4

20. *Referensi Desain*

22. *Rough Desain*

25. *Alternatif Desain*

26. *Final Desain*

Daftar Pustaka





Deskripsi Diri

BAB 1

Minat Utama

Desain Komunikasi Visual (DKV) memiliki beberapa cabang ilmu seperti Animasi, Fotografi, Videografi, Tipografi, Ilustrasi dan masih banyak lagi. Dan salah satu cabang ilmu Desain Komunikasi Visual yang banyak diminati adalah ilustrasi. Ilustrasi digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan tepat dan cepat serta mempertegas sebagai terjemahan dari sebuah judul, sehingga bisa membentuk suatu suasana penuh emosi, dari gagasan seakan-akan nyata. Ilustrasi sebagai gambaran pesan yang tak terbaca dan bisa mengurai cerita berupa gambar dan tulisan dalam bentuk grafis informasi yang memikat. Dengan ilustrasi, maka pesan menjadi lebih berkesan, karena pembaca akan lebih mudah mengingat gambar daripada kata-kata.

Dari beberapa cabang yang ada, ilustrasi menjadi minat atau fokus penulis. Ilustrasi sendiri terbagi menjadi 2 jenis, yaitu ilustrasi manual dan ilustrasi digital dari 2 jenis ini penulis lebih unggul di bidang ilustrasi digital. Pada dasarnya ilustrasi adalah interpretasi visual dari konsep, teks atau proses tertentu, yang bertujuan untuk mendukung, mengklarifikasi atau bahkan mengembangkan ide-ide yang didapat dari sumber informasi lain, yang paling sering diberikan dalam sebuah teks. Dibandingkan dengan teks, gambar cenderung lebih baik dalam memori jangka panjang.

Dampaknya akan tumbuh ketika gambar informati, dirancang sesuai dengan harapan audience target dan konsisten dengan konsep gaya tata letak umum.



Skill Unggulan

Kemampuan teknis menggunakan software untuk pembuatan ilustrasi,

Adobe Illustrator atau bisa disingkat "Ai" adalah sebuah software yang bergerak dibidang pengolah gambar yang berhubungan dengan vector. Adobe Illustrator adalah software utama yang sering digunakan penulis untuk membuat berbagai macam desain ataupun ilustrasi. Penulis menggunakan software ini dikarenakan memiliki pilihan warna yang kaya dan gambar yang dihasilkan sangat maksimal dan tidak pecah.



Adobe Photoshop merupakan salah satu aplikasi perangkat lunak untuk editor foto atau gambar yang dikeluarkan Adobe Systems dikhususkan untuk pengeditan foto atau gambar dan pembuatan efek, atau bisa disebut layer style. Penulis biasanya menggunakan software ini untuk mengedit foto, membuat mockup, membuat efek-efek tulisan dan terkadang membuat ilustrasi juga menggunakan software ini dikarenakan pilihan brush yang lebih bervariasi.

Skill Digital

mampu mengoperasikan software komputer untuk mengolah ilustrasi.



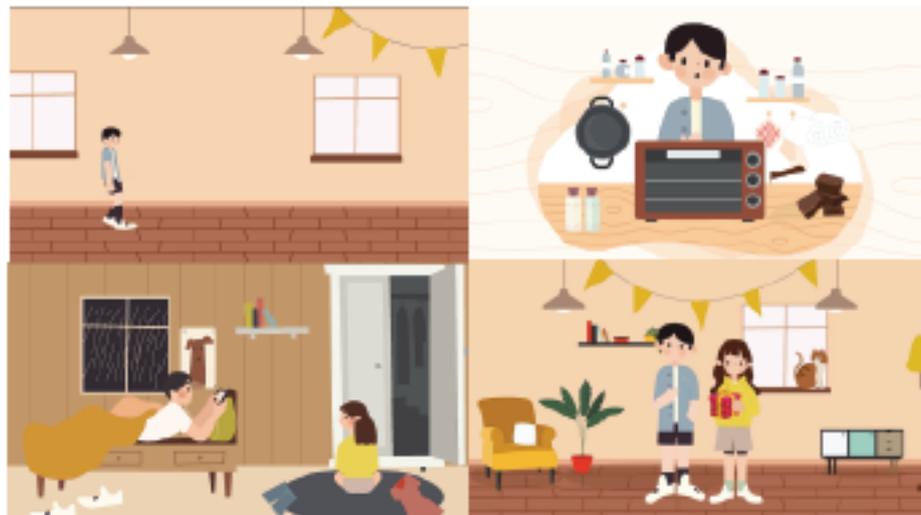
Gambar 1.1 salah satu art work penulis pada tahun 2019



Gambar 1.2 salah satu art work penulis pada tahun 2019



Gambar 1.3 salah satu tugas DKV2 pada tahun 2018



Gambar 1.4 salah satu karya tugas animasi 2D pada tahun 2019



Gambar 1.5 salah satu karya tugas ilustrasi digital pada tahun 2018

Kesimpulan

Karna minat penulis terhadap ilustrasi maka menjadi dasar penulis untuk mengaplikasikan ilustrasi ke dalam sebuah produk. Penulis ingin merancang ulang visual identity sebuah produk agar mudah dikenal dan menciptakan sebuah estetika branding yang dapat menaikkan nilai jual dari produk itu sendiri melalui ilustrasi.



*Pengantar
Objek Perancangan*

BAB 2

Latar Belakang Masalah

Kaldu adalah sari dari tulang, daging atau sayuran yang direbus untuk mendapat sari dari bahan tersebut. Sekarang banyak tersedia kaldu instan buatan perusahaan-perusahaan yang digunakan masyarakat. Kaldu digunakan di masakan atau makanan untuk menambah dan memperkuat rasa dan kadang-kadang juga bau dari masakan atau makanan tersebut.



Gambar 2.1 Contoh Bubuk Kaldu

Pada kesempatan ini, penulis ingin merancang ulang visual identity pada sebuah produk lokal yaitu "Koala Homemade" yang didirikan pada 14 Februari 2017. Koala Homemade menjual beberapa varian kaldu yang terbuat dari bahan-bahan organik pilihan. Pemasaran produk ini hanya melalui Instagram, Whatsapp dan Shopee. Akhir-akhir ini Koala mengalami penurunan penjualan dikarenakan sudah mulai banyak pesaing yang menjual produk kaldu, maka dari itu Koala Homemade membutuhkan perancangan ulang visual identity untuk menaikkan kembali daya tarik produk tersebut.



Dalam ranah Branding, identitas visual memiliki makna sebagai segala bentuk identitas. Sebuah produk, brand, atau individu yang dapat diidentifikasi secara visual. Identitas visual sering digunakan untuk membedakan suatu produk atau jasa dari pesaing sehingga customer akan dengan mudah mengidentifikasi suatu merek hanya dengan melihat sebagian dari tampilan visualnya. Seseorang mungkin akan langsung mengenal merek yang diwakili gambar, atau hanya dengan melihat style ilustrasi dan warnanya. Pentingnya identitas visual dalam kehidupan sangat perlu diperhatikan, karena penampilan visual atau logo adalah salah satu cara untuk menghadapi kesulitan membangun pasar sasarannya. Selain itu, identitas visual berguna juga dalam persaingan agar produk dapat dibedakan satu dengan lainnya.

Penulis ingin merancang ulang identitas visual dengan menggunakan elemen ilustrasi di dalamnya, dengan adanya ilustrasi didalamnya mampu menunjukkan identitas visual dan akan menjadi gambaran yang menarik mengenai perusahaan yang memiliki ilustrasi tersebut. Dengan adanya ilustrasi yang berupa gambaran secara jelas maka lebih memudahkan masyarakat untuk mengingat visual tersebut.



Perancangan Ulang Identitas Visual ini bermaksud untuk dapat memperlihatkan identitas dan karakter yang lebih kuat dari brand Koala Homemade maka dari itu diharapkan dapat membantu Koala Homemade dalam pemasaran agar lebih meningkat. Dengan menggunakan ilustrasi bergaya simplified kedalam desain produk Koala dapat menjadi pembeda dengan produk-produk pesaing dan memberikan kesan unik untuk produk tersebut.

Dengan Perancangan Ulang Identitas Visual Koala Homemade diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

- Membuat daya tarik yang lebih untuk produk tersebut. Agar penjualan produk bisa lebih meningkat lagi.
- Memberikan sentuhan berbeda pada tampilan produk.
- Agar dapat lebih dikenal lebih luas lagi.



Profil Objek Perancangan

Koala Homemade adalah salah satu produk yang menjual berbagai macam kaldu. Koala Homemade berdiri sejak 14 Februari 2017 dibawah naungan PT. Mumpuni Darsa Indonusva. Saat pertama kali didirikan Koala Homemade berfokus pada produk-produk kaldu untuk bayi yang praktis namun tetap sehat dan aman. Tak hanya berfokus pada produk hewani, Koala Homemade mengembangkan dengan membuat bubuk dari bawang putih berbagai sayuran dan bahan pangan lainnya. Inovasi yang dilakukan terus meningkat hingga Koala Homemade mengembangkan sayapnya tidak hanya kaldu untuk bayi tetapi juga kaldu untuk masakan keluarga yang tentunya dijamin asli, alami dan sehat.

Produk Koala Homemade menyediakan berbagai macam produk bubuk aromatik dan seasoning powder dengan banyak varian rasa yang dapat dikonsumsi untuk semua umur. Harga yang ditawarkan juga bermacam-macam mulai dari Rp 45.000 hingga Rp 80.000.



Gambar 2.2 Logo Produk
Koala Homemade



Gambar 2.3 Foto Produk
Koala Homemade "Plain"



Gambar 2.4 Foto Produk
Koala Homemade "Vegetable"



Gambar 2.5 Foto Produk
Koala Homemade "Premium"





Gambar 2.6 Foto Produk Kuala Homemade Saat ditambahkan pada makanan



Gambar 2.7 Foto Produk Kuala Homemade Saat ditambahkan pada makanan



Gambar 2.8 Foto Endorse Produk Kuala Homemade



Gambar 2.9 Foto Testi Produk Kuala Homemade



Gambar 2.10 Foto Pembuatan Kaldus Kuala Homemade



Gambar 2.11 Foto Pembuatan Kaldus Kuala Homemade

Profil Target Audience

- Demografis

Usia	: 20 - 50 tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Pekerjaan	: Mahasiswa, Pegawai dan Ibu Rumah Tangga
Tingkat Ekonomi	: Menengah Keatas

- Geografis

Daerah	: Seluruh Indonesia
--------	---------------------

- Psikologis

**Ibu rumah tangga yang memiliki balita yang tidak suka makan sayur maka diganti dengan bubuk sayur.*

**Orang-orang yang ingin menerapkan gaya hidup sehat.*

Analisa SWOT

Data Objek Perancangan

Strenght (Kekuatan)

- Walaupun terbuat dari bahan 100% organik tetapi produk ini tetap tahan lama
- Tidak hanya menjual produk Koala Homemade juga memberikan informasi menarik pada konte instagramnya.

Weakness (Kelemahan)

- Harga yang dijual oleh produk tersebut sangat tinggi jika dibandingkan dengan produk lainnya
- Banyak produk yang dijual dengan harga yang lebih terjangkau dan memiliki nama yang cukup terkenal
- Hanya memiliki satu jenis ukuran.
- Hanya dijual online, orang yang tidak menggunakan sosmed menjadi kurang tau produk ini.

Opportunity (Peluang)

- Memiliki jumlah followers di sosial media yang cukup banyak
- Banyak produk lain yang menggunakan desain produk tidak menarik

Threat (Ancaman)

- Ada beberapa orang yang memperhatikan desain pada produk dan ada juga yang tidak terlalu fokus pada desain produk
- Masih banyak orang-orang yang menggunakan produk sachet yang lebih murah

Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT, untuk merancang ulang identitas visual Koala Homemade dibutuhkan brand image yang dapat merepresentasikan dan mempertahankan citra produk itu sendiri. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu konsep penyampaian pesan dari produsen kepada konsumen dengan lebih terstruktur lagi agar dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk.



Konsep Desain

BAB **3**

Konsep Verbal

Identifiers

Identifiers digunakan sebagai identitas yang mempresentasikan citra suatu produk di mata audience

Logo

Pada perancangan ini logo Koala Homemade menampilkan konsep organik, ceria, dan lucu. Pengambilan konsep ini juga berdasarkan brainstorming dan mind mapping yang telah penulis lakukan. Konsep organik, ceria, dan lucu akan digabungkan dengan konsep simpel dan modern, konsep ini diharapkan mudah untuk dikenali dan diingat oleh audience.

Desain Kemasan dan label kemasan

Strategi perancangan yang dibuat untuk kemasan dan label Koala Homemade yaitu dengan membuat konsep ceria dan lucu namun tidak meninggalkan kesan organik. Kemudian menambahkan icon baru pada setiap rasa yang berbeda. Selain icon yang berbeda-beda tema dan elemen yang digunakan juga berbeda, dikarenakan produk Koala Homemade memiliki 3 jenis produk.

Konsep Visual

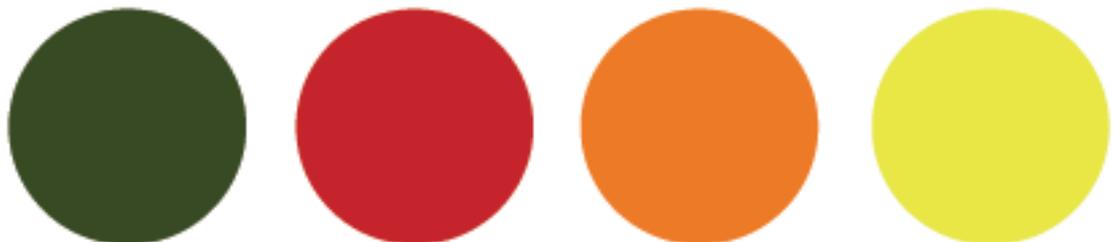
Bentuk Logo

Sesuai dengan brainstorming yang dibuat dengan menampilkan konsep organik, ceria, dan lucu penulis memasukkan icon daun yang melambangkan kesan organik dan juga ekspresi seperti wajah tersenyum.



Warna

Warna utama yang digunakan yaitu warna turunan hijau diambil dari warna sayur-sayuran agar lebih terlihat kesan organik. Selain warna hijau penulis juga menggunakan warna-warna ceria seperti warna merah, oren, kuning yang diambil dari warna daging seperti daging sapi, ayam, salmon, dan tuna.



Tipografi

Penulis menggunakan style manual atau tidak menggunakan font yang ada pada tulisan "Koala". Kemudian pada tulisan "Homemade" penulis menggunakan font sans serif yang bernama Poppins Family. Penggunaan font ini bertujuan untuk mendapatkan kesan simpel pada desain.

Layout Desain Kemasan

Layout pada desain kemasan dan label produk yang pertama menggunakan tema pemandangan kebun dan juga menampilkan icon-icon rasa yang sudah dibuat, dan juga menambahkan beberapa elemen.

Pada produk yang kedua, bentuk layout yang dibuat mirip dengan desain pertama hanya saja latar yang digunakan bukan pemandangan, namun seperti tekstur-tekstur yang terdapat pada daging. Dan yang terakhir layout tetap hampir mirip, hanya pada jenis ini dibuat lebih simpel.



Proses Desain

BAB **4**

Referensi Desain

Logo

Referensi Logo yang penulis ambil dari situs web behance milik Guilherme Vissotto "Pleno - Natural Juice" dan Mariana Font "Fresco". Penulis mengambil referensi ini karena mempunyai konsep logo yang sama yaitu menggunakan logo-type dan juga memiliki konsep organic.



Desain Kemasan

Referensi desain kemasan yang penulis ambil juga dari situs web behance "April Turnbull - Frank Chocolate" dan pinterest "smashmallow". penulis mengambil referensi ini karena sesuai dengan konsep yang penulis ingin buat yaitu menggunakan konsep pemandangan seperti kebun.



Rough Desain

Sketsa Awal Logo





Sketsa Digital Logo

Sketsa Awal Label Kemasan



Alternatif Desain



Final Desain

Logo



Reformasi Logo



Logo Awal

- Bentuk

Tipografian icon daun

-Sifat

Logotype

- Kompleksitas

Menggunakan gabungan font yang sudah ada dan menambahkan icon daun



Logo Baru

- Bentuk

Tipografi, gestalt

- Sifat

Menggunakan typeface

manual dan juga menggabungkan dengan font yang sudah ada

- Kompleksitas

Tipografi yang digunakan lebih

terlihat santai dan tidak monoton

Filosofi Logo



1. Icon daun mewakili kesan organik, selain itu daun adalah simbol komponen hidup dan tumbuh. Bermakna agar produk ini tetap tumbuh, hidup dan berkembang.
2. Ekspresi seperti wajah tersenyum bermakna agar konsumen yang membeli produk ini merasa puas dan senang
3. Warna hijau pada logo berkesan menyejukkan, mengayomi dan memberikan keteduhan.
4. Pada huruf "l" menggambarkan sebuah pohon atau batang, karena sehelai daun akan menjadi percuma jika tidak ditunjang dengan pohon yang kokoh.
5. Garis melengkung keatas mengesankan kegembiraan.

Warna Logo



C: 71 M: 47 C: 96 K: 48
R: 56 G: 74 B: 35



C: 3 M: 3 C: 7 K: 0
R: 244 G: 241 B: 233



C: 16 M: 99 C: 94 K: 6
R: 196 G: 35 B: 43



Positif



Negatif

Warna yang digunakan hanya
boleh memakai warna yang
sudah ditentukan perancangan

Tipografi

Tipografi yang digunakan pada tulisan "Homemade" pada logo dan digunakan pada desain kemasan.

Poppins Family

Poppins Black

Poppins BlackItalic

Poppins Bold

Poppins BoldItalic

Poppins ExtraBold

Poppins ExtraBoldItalic

Poppins ExtraLight

Poppins ExtraLightItalic

Poppins Italic

Poppins Light

Poppins LightItalic

Poppins Medium

Poppins MediumItalic

Poppins Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789



Kala
HOMEMADE

Ukuran Minimum



KOLÁ
HOMEMADE



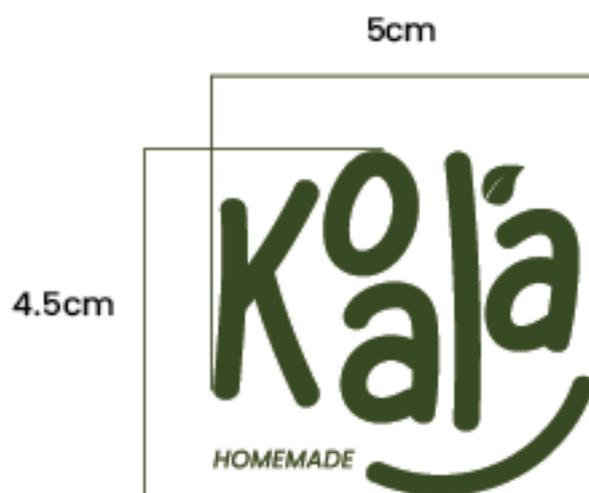
KOLÁ
HOMEMADE



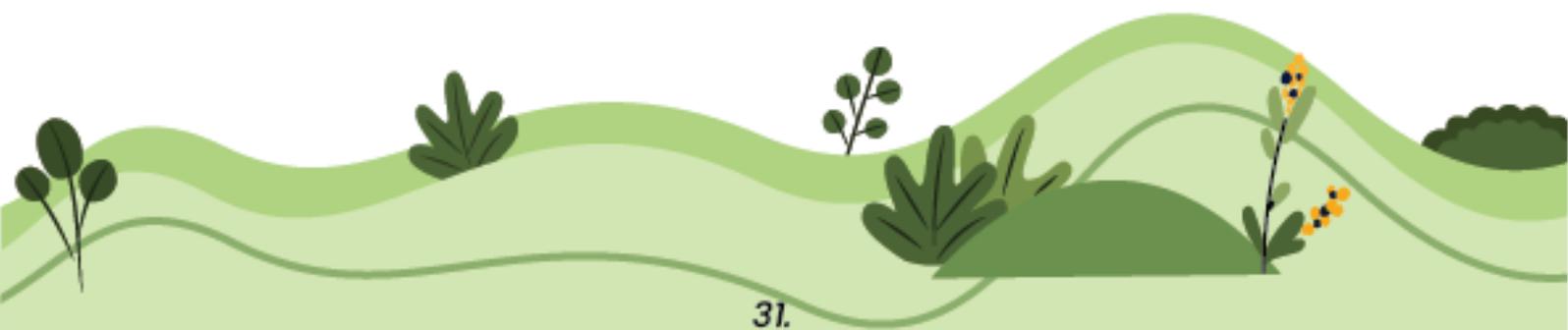
KOLÁ
HOMEMADE



KOLÁ
HOMEMADE



Grid System



Penggunaan Logo Yang Salah

Tidak diperkenankan mengubah, memanipulasi, mendekorasi, maupun memposisi ulang logo. Penggunaan Logo hanya dapat diproduksi dari file digital artwork, dan yang dibuat mengikuti skala dan guide yang dibuat

Logo yang sudah dibuat merupakan suatu kesatuan, dan tidak boleh dipisahkan maupun direkayasa dan diberi safe space yang sudah disebutkan. Logo **tidak boleh**:



Jangan menghilangkan tulisan Homemade



Jangan membalik logo horizontal



Jangan menggunakan outline saja



Jangan memberi bayangan



Jangan membalik logo vertikal



Jangan merubah dimensi logo vertikal



Jangan memiringkan logo



Jangan menghilangkan icon daun



Jangan merubah dimensi logo horizontal

Warna Kemasan

#e8f1cc

#d3e6b1

#afd281

#8dae6d

#6a8f4d

#4c6336

#347422

#29381d

#ef4348

#e93625

#d82827

#c4222b

#fbc32c

#f4f1e9

#f6d3d2

#eeb6b1

Label Kemasan



Homemade Stock Plain



Homemade Stock Vegetarian



Homemade Stock Premium

Pengaplikasian Label Kemasan



Alternatif Desain Rasa

Pengaplikasian Label Kemasan



Alternatif Desain Rasa

Pengaplikasian Label Kemasan



Alternatif Desain Rasa

Pengaplikasian Kemasan



Pengaplikasian Logo



Pengaplikasian Logo



Pengaplikasian Logo



Daftar Pustaka

Website

<https://fastwork.id/blog/ilustrasi-dalam-desain/>

<http://pembuatanlogo.com/tujuan-ilustrasi-dalam-desain-komunikasi-visual/>

http://lelyumiasih.blogspot.com/2013/11/visual-identity_4802.html

<https://toffeedev.com/pentingnya-identitas-visual-bagi-sebuah-brand/>

<https://slideplayer.info/slide/3969234/>

Gambar

<https://www.behance.net/gallery/86256605/Fresco>

<https://www.behance.net/gallery/78794483/Pleno-Juice-Logo-Packaging>

<https://id.pinterest.com/pin/662310688941129262/>





LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN PENYAJIAN AKHIR
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : Irsalina Gaicani NIM 01171018
 SEMESTER : 6 (Enam) TAHUN AKADEMIK : 2020
 JUDUL PA : Perancangan Identitas Visual Koala Homemade
 PEMBIMBING : Wahyu Tri Widadiso, M.Sn.

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
<u>3/3</u> 18 April 20	<u>judul</u> → Revisi penjelasan Bab I	<u>disesuaikan</u> Cukup sampaikan minat utama dan alasannya	
<u>29 April 20</u> <u>30 April 20</u>	<u>BAB II</u> Revisi BAB I & BAB II Penulisan konsep verbal & konsep visual	tambahkan data visual, foto produk &emasannya Lanjut.	
<u>5 Mei 2020</u>	Revisi konsep verbal	Deskripsikan konsep logo, slogan atau tagline memperjelasakan penjelasan	
<u>9 Juli 2020</u>	Revisi penulisan BAB III		

Ketua Program Studi :

Pembimbing,

(Dwisanto Sayogo, M.Ds)

(.....)



SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN PENYAJIAN AKHIR
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA Iratna Galani NIM 01171018.
 SEMESTER 6 (Enam) TAHUN AKADEMIK : 2020
 JUDUL PA Perancangan Uang Kertas Visual
 Karya Home made
 PEMBIMBING Wahyu Tri Widadijo, M.Sn.

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
9 Juli 2020	Revisi Bab III	Konsep visual tampilkan secara visual	
13 Juli 2020	Pemilihan logo	Lanjut.	
14 Juli 2020	Penjelasan isi presentasi	tentang karya, proses kreatif & konsep yg mendasari	
18 Juli 2020	Revisi BAB IV	Lanjut	

Ketua Program Studi :

Pembimbing,

(Dwisanto Sayogo, M.Ds)

(.....)