



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Bagian ini berisi keterangan/informasi mengenai posisi penulis dan alur koordinasi penulis dengan pembimbing lapangan pada saat pengerjaan suatu proyek/pengerjaan.

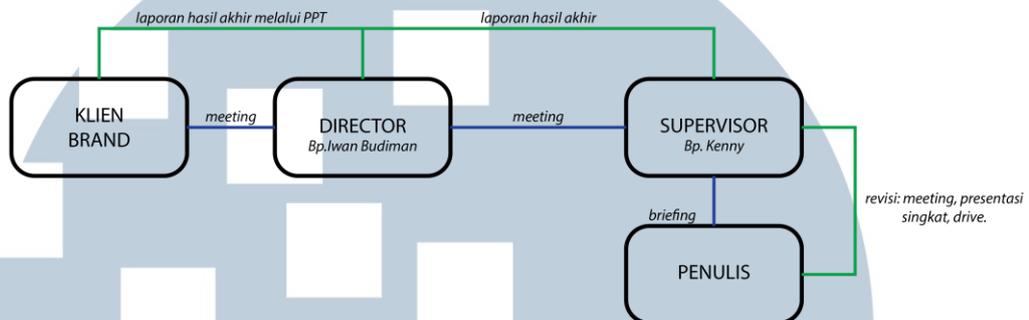
1. Kedudukan

Pada kesempatan praktek magang di PT. PHAROS INDONESIA, penulis mendapatkan kepercayaan untuk menempati posisi desain grafis di divisi kreatif. Pada bagian ini, penulis mendapatkan arahan dan bertanggung jawab kepada supervisor divisi kreatif, yaitu Bp. Kenny.

2. Koordinasi

Penulis mendapat kepercayaan di posisi desainer grafis pada divisi kreatif dalam bagian *Digital Marketing* yang merupakan bagian dari *General Affair* (GA). *General Affair* dikepalai oleh *GA director* yaitu Bp. Iwan Budiman. Dalam divisi kreatif, penghubung antara *GA director* dan penulis adalah *supervisor* divisi kreatif yaitu Bp. Kenny.

Alur di bawah ini merupakan tugas penulis dimana *brand* akan meminta *GA director* untuk kebutuhan dari *brand* tersebut. Lalu, *GA director* akan memberikan *brief* tentang apa yang harus dikerjakan dan bagaimana langkah-langkahnya kepada *supervisor* divisi kreatif. Lalu *supervisor* akan memberikan *brief* dan arahan kepada penulis. Proses kerja yang dilakukan penulis akan berhubungan langsung dengan *supervisor*, dimana setelah selesai pembuatan maka hasil jadi akan dipresentasikan kepada *supervisor* dan menunggu untuk adanya revisi. Selanjutnya, proyek akan dipresentasikan kepada *GA director* dan menunggu untuk adanya revisi akhir, lalu setelah proyek selesai, berikutnya dipresentasikan kepada seluruh *director* di PT. PHAROS INDONESIA.



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi

Keterangan bagan alur koordinasi :

1. Klien dari masing-masing brand akan melakukan proses meeting dengan *GA director* untuk memberikan *brief* apa yang diperlukan oleh brand tersebut.
2. *GA director* memberikan briefing kepada supervisor divisi kreatif melalui proses meeting.
3. *Supervisor* bertugas memberikan briefing kepada tim divisi kreatif termasuk penulis, serta mengarahkan dan mengawasi saat proses perancangan desain.
4. Penulis bertindak sebagai desainer grafis yang mendapatkan tugas untuk memberikan ide dan desain kreatif packaging *renovage* dan *i-skin* dengan target menengah ke atas, serta perancangan desain poster untuk majalah produk dermacote dan atodelie yang merupakan produk kosmetik Jepang.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berisi tabel hal-hal yang penulis lakukan selama magang.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	I	Desain Logo Vistar	<ul style="list-style-type: none"> - Briefing logo toko “vistar” dan brainstorming. - Mencari referensi, ide, sketsa dan digitalisasi.
2.	II	Desain poster media sosial untuk artikel pada <i>website</i> akucantik.id	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang desain media sosial (<i>Facebook</i> dan <i>Insagram</i>) pada <i>website</i> akucantik.id
3.	III	Desain packaging <i>brand</i> kosmetik baru “ <i>Renovage</i> ”.	<ul style="list-style-type: none"> - Briefing packaging <i>brand</i> kosmetik baru “<i>Renovage</i>”. - Mencari referensi dan produk pembanding. - Sketsa.
4.	IV	Desain packaging produk kosmetik baru “ <i>Renovage</i> ”.	<ul style="list-style-type: none"> - Digitalisasi packaging “<i>Renovage</i>”. - ACC desain packaging “<i>Renovage</i>” dan variasi. - Revisi - Revisi Akhir (<i>Finishing</i>).
5.	V	Desain poster media sosial untuk artikel pada <i>website</i> akucantik.id	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang desain media sosial (<i>Facebook</i> dan <i>Insagram</i>) pada <i>website</i> akucantik.id
6.	VI	Desain packaging produk kosmetik baru “ <i>I-Skin</i> ”.	<ul style="list-style-type: none"> - Briefing packaging <i>brand</i> kosmetik baru “<i>I-Skin</i>”. - Mencari referensi dan produk pembanding. - Sketsa.

7.	VII	Desain packaging produk kosmetik baru “ <i>I-Skin</i> ”.	<ul style="list-style-type: none"> - Digitalisasi packaging “<i>I-Skin</i>”. - ACC desain packaging “<i>I-Skin</i>” dan variasi. - Revisi - Revisi Akhir (<i>Finishing</i>).
8.	VIII	Desain poster produk baru “ <i>Dermacote</i> ” dan produk kosmetik jepang “ <i>Atedalie</i> ”.	<ul style="list-style-type: none"> - Briefing poster produk baru “<i>Dermacote</i>” dan produk kosmetik jepang “<i>Atedalie</i>”. - Mencari referensi. - ACC desain poster produk baru “<i>Dermacote</i>” dan produk kosmetik jepang “<i>Atedalie</i>”. - Revisi. - Revisi Akhir (<i>Finishing</i>).

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Bagian ini berupa penjelasan secara umum mengenai pekerjaan yang dilakukan penulis selama proses magang.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Selama menjalani praktek kerja magang di PT. PHAROS INDONESIA. Penulis mendapat kepercayaan untuk mengerjakan beberapa proyek. Berikut ini adalah hasil dan proses yang dilakukan penulis dalam praktek kerja magang :

1. Desain *Packaging* Renovage

a. *Briefing*

Renovage merupakan produk baru *face care* yang akan diproduksi oleh PT. PHAROS INDONESIA. Menurut informasi yang penulis dapatkan dari *briefing*, Renovage ini terdiri dari empat produk yaitu *Renovage Bicontinuous Cleansing Oil*, *Renovage CC Cream*, *Renovage Essense*, dan *Renovage Hydrating Water Break Gel*. Target market yang

ingin dituju oleh produk ini adalah kelas menengah ke atas. Namun, informasi *ingredients* belum diberikan kepada penulis karena produk ini adalah produk baru yang akan *launching* pada tahun 2018.

b. Pencarian data dan informasi

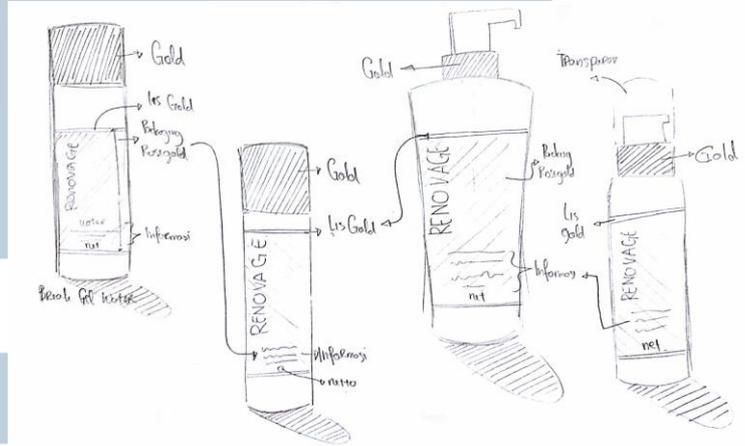
Pencarian data dan informasi bertujuan untuk mendapatkan data dan visual yang diperlukan ketika membuat tampilan desain *packaging* seperti pembuatan elemen visual, *layout*, pewarnaan, dan seluruh unsur tampilan desain. Penulis mengawali tahap ini dengan mendata informasi-informasi dasar yang perlu direalisasikan ke dalam *packaging* seperti logo, lalu mempelajari produk saingan yang tercantum pada *product knowledge* yang diberikan oleh *supervisor*, berikutnya penulis melakukan pencarian referensi dari internet dari produk-produk kosmetik kelas menengah ke atas. Tahap-tahap tersebut dilakukan sebagai tolak ukur perancangan *packaging* yang sesuai pada target *market* yang dituju. Setelah itu untuk pemilihan warna pada kemasan, penulis melakukan sedikit pendataan berdasarkan warna pasar yang sedang digandrungi para wanita, selain itu saya juga mendapatkan masukan dari senior desainer grafis di PT. PHAROS INDONESIA mengenai pemilihan warna. Pemilihan *font* dilakukan berdasarkan ilmu yang dipelajari penulis di perkuliahan yang memiliki kredibilitas keterbacaan tertinggi dan memberikan *font* yang menjadikan desain lebih menarik. Berhubungan dengan permintaan dari Bp. Iwan Budiman selaku direksi untuk memberikan ciri khas visual produk, penulis mencari tahu elemen visual yang sederhana dan dapat mewakili produk. *Layout* yang dipilih oleh penulis juga sederhana agar

menyesuaikan dengan elemen-elemen yang terdapat di dalamnya.

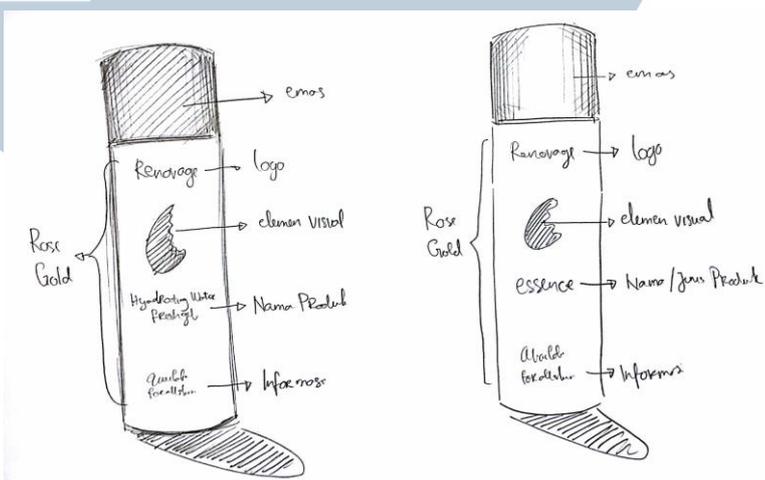
c. Konsep

Pemilihan warna *rosegold* sebagai warna kemasan botol karena memiliki kesan yang feminim dan mewah, selain itu warna gold pada tutup botol dikarenakan sebagai pendukung *packaging* yang memberikan kesan lebih berkelas, mewah dan *elegant*, warna tulisan coklat untuk menyesuaikan dengan warna logo yang coklat. Oleh karena itu, penulis memilih botol berbahan dasar kaca agar terkesan lebih mahal. Untuk pemilihan botol kaca, penulis mencari *mockup* yang sesuai dengan konsep penulis pada aplikasi *shutterstock*. Dalam pemilihan botol, penulis menentukannya mengikuti produk saingan yang diberikan dan mengembangkannya lagi sesuai kreasi penulis agar memberikan perbedaan. Penulis memilih sebagian besar *font* berbasis *sans serif* karena berdasarkan ilmu yang dipelajari penulis di perkuliahan, *sans serif* merupakan *font* yang memiliki kredibilitas keterbacaan tertinggi, hal tersebut alasan penulis agar target dapat mudah membaca informasi yang tercantum pada kemasan. Selain itu, penulis juga perlu memadukan dengan *font* yang dekoratif agar desain tidak flat dan terlihat lebih menarik. Berdasarkan *brainstorming* yang telah penulis lakukan, hasil elemen visual yang dipilih adalah *oil* dan air untuk mendukung desain agar target dapat lebih jelas terhadap cairan yang ada di dalam kemasan. Layout pada kemasan dipilih cenderung rata tengah agar lebih terlihat *eyecatching* dan jelas, namun tetap sederhana agar mudah untuk dibaca.

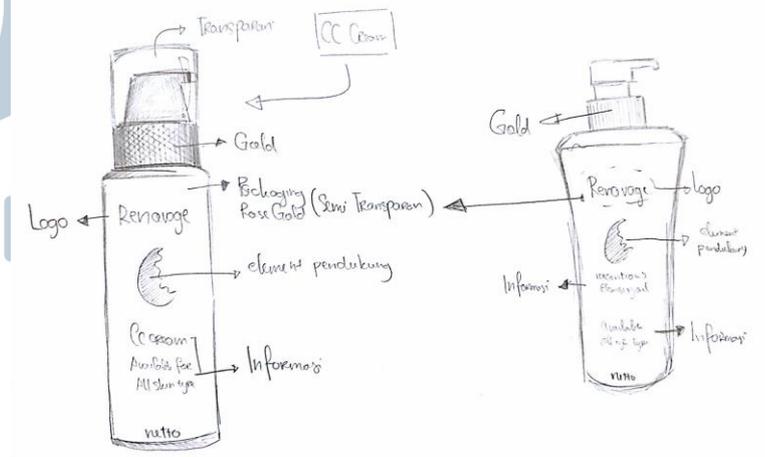
d. Sketsa



Gambar 3.2. Sketsa Packaging Renovage Variasi A



Gambar 3.3. Sketsa Packaging Renovage Variasi B



Gambar 3.4. Sketsa Packaging Renovage Variasi B

U
M
N
|
U
N
U

Sebelum penulis melakukan digitalisasi, penulis terlebih dahulu membuat sketsa manual sebagai gambaran dasar untuk berikutnya di asistensikan kepada *supervisor*. Pada tahap sketsa ini, penulis ingin menunjukkan unsur-unsur desain yang terdapat pada desain *packaging Renovage*. Terdapat dua sketsa yang penulis ciptakan, dengan membedakan bentuk pada layout, seperti pada desain pertama penulis memberikan desain yang sederhana agar peletakkan logo dapat menyamping dan terlihat lebih besar agar target dapat mudah mengenali produk *Renovage*, sedangkan pada desain kedua, penulis memberikan desain yang lebih dekoratif dengan kolaborasi font dan bentuk visual. Pada variasi A bagian depan kemasan, diawali dengan peletakan logo pada bagian kiri botol, diikuti dengan fungsi dari produk tersebut, sedangkan dengan variasi B diawali dengan logo *renovage*, diikuti dengan bentuk visual *oil* atau air dan diikuti dengan informasi mengenai kegunaan produk. Pada bagian belakang, rencana penulis memberikan informasi yang ada disertai dengan barcode produk. Kemasan dibalut dengan stiker *rosegold*.



e. Digital



Gambar 3.5. Digital Packaging Renovage Variasi A



Gambar 3.6. Digital Packaging Renovage Variasi B



Gambar 3.7. Digital *Packaging* Renovage Variasi B

Setelah melakukan proses pembuatan sketsa, penulis melanjutkan ke tahap realisasi konsep dan sketsa yaitu tahap digital. Penulis mencari bentuk botol sesuai dengan konsep yang telah ditentukan pada aplikasi *shutterstock* untuk menjadikannya sebagai mockup kemasan. Berikutnya tutup botol diberikan sentuhan warna *gold* agar meningkatkan nilai produk yang memiliki target kaum berkelas. Penulis memilih warna stiker kemasan dengan warna *rosegold*. Pada desain pertama, penulis memberikan desain yang sangat sederhana agar penulisan logo dapat dimiringkan untuk memudahkan target mengenali produk karena logo terlihat lebih besar, selanjutnya di bagian bawah penulis memadukan font sans serif dengan dekoratif agar lebih menarik. Beberapa *line* penulis memberikan warna *gold* yang menunjukkan kemewahan dan menyesuaikan dengan unsur desain lainnya. Lain dengan desain kedua, penulis membuat desain dengan memadukan dengan bentuk visual *oil* atau air agar target dapat lebih mengenali produk dan isinya, didukung dengan beberapa informasi mengenai packaging tersebut dan ukuran takar diletakkan di bagian bawah.

f. Revisi

Pada tahap ini, *supervisor* menyampaikan unsur-unsur apa yang harus di revisi dalam desain penulis. Revisi yang disampaikan adalah hydrating water melalui tahap revisi *packaging* karena permintaan direksi yang meminta merubah bentuk wadah sesuai fungsi dan isi takaran. Oleh karena itu, penulis meredesain wadah dari bentuk wadah botol menjadi wadah bentuk cream. Berikutnya penulis melakukan finalisasi untuk mengecek kelengkapan unsur. Setelah selesai melakukan tahap revisi, hasilnya kembali diberikan kepada *supervisor*.

g. Hasil Akhir



Gambar 3.8. Hasil Desain *Packaging* Renovage Finish 1

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.9. Hasil Desain *Packaging* Renovage Finish 2

Berdasarkan permintaan direksi untuk merevisi wadah hydrating water, penulis perlu mengubah bentuk yang awalnya botol menjadi wadah bentuk cream. Setelah melakukan pergantian wadah, penulis merevisi informasi pada kemasan agar lebih singkat namun jelas. Berikutnya penulis segera melakukan finalisasi revisi desain. Setelah semua desain *clear* dibuat, penulis memberikan hasilnya pada *supervisor*. Revisi yang dilakukan berguna untuk menyesuaikan antara wadah dan isi produk, memberikan data sesuai dengan *product knowledge* yang diberikan dan memberikan finalisasi kemasan untuk kembali diberikan pada direksi.

2. Desain *Packaging I-Skin Make Up Remover*

a. *Briefing*

Sebelum memulai mendesain, penulis mendapatkan *briefing* dari *supervisor* dimana diberikan *product knowledge* mengenai *I-Skin Make Up Remover* yang berisi logo, kompetitor sebagai tolak ukur atau acuan, kandungan dan informasi mengenai produk *I-skin Make Up Remover for eye and lip*, target market yang di tuju adalah tingkat

medium high. I-Skin Makeup Remover merupakan produk kecantikan baru dari PT. PHAROS INDONESIA berupa cairan pembersih yang dapat menghapus *waterproof makeup* di daerah mata dan bibir, diperkaya dengan *sodium hyaluronate* yang membantu melembabkan kulit.

b. Pencarian data dan informasi

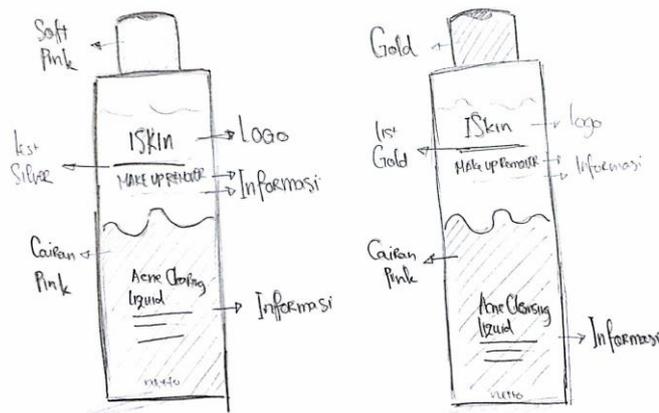
Pada tahap ini, penulis melakukan tahap pencarian data dan informasi untuk mendapatkan data dan visual yang diperlukan ketika membuat tampilan desain *packaging* seperti pembuatan *layout*, pewarnaan, dan seluruh unsur tampilan desain. Penulis mengawali tahap ini dengan mendata informasi-informasi dasar yang perlu direalisasikan ke dalam *packaging* seperti logo dan informasi dasar yang diperoleh dari *supervisor*, lalu mempelajari kompetitor yang tercantum pada *product knowledge* dari *supervisor*, berikutnya penulis melakukan pencarian referensi dari internet dari produk-produk kosmetik kelas menengah ke atas serta direktur menyarankan untuk mendatangi langsung apotek century yang merupakan anak cabang dari PT. PHAROS INDONESIA untuk mencari perbedaan dari bentuk dan desain dari *makeup remover* yang sudah masuk ke pasaran. Tahap-tahap tersebut dilakukan sebagai tolak ukur perancangan *packaging* yang sesuai pada *target market* yang dituju. Setelah itu untuk pemilihan warna pada kemasan, penulis memilih berdasarkan warna yang memiliki kesan feminim agar mencirikhaskan wanita. Pemilihan font dilakukan berdasarkan ilmu yang dipelajari penulis di perkuliahan yang memiliki kredibilitas keterbacaan tertinggi dan memberikan font dekoratif agar menjadikan desain lebih menarik. *Layout* yang di pilih oleh penulis juga sederhana agar menyesuaikan dengan unsur-unsur desain yang terdapat di dalamnya.

c. Konsep

Penulis memilih cenderung warna *pink* sebagai warna kemasan dan tutup botol agar menghasilkan desain yang *unity* dikarenakan warna cairan yang juga berwarna *pink* dan juga agar memberikan kesan yang feminim untuk mencirikhaskan wanita karena memang menyesuaikan dengan target market yang ditujukan pada wanita dalam kelas *medium high*, oleh karena itu penulis memilih botol plastik sebagai wadah kemasan, namun dengan desain yang modern. Berdasarkan hasil riset di apotek century, penulis berinisiatif untuk membuat desain botol yang berbeda dengan desain *make-up remover* biasanya yang cenderung berbentuk *rounded* pada ujungnya. Untuk pemilihan botol plastik, penulis mencari *mockup* yang sesuai dengan konsep penulis pada aplikasi *shutterstock*. Seperti proyek sebelumnya, penulis memilih *font* berbasis *sans serif* karena berdasarkan ilmu yang dipelajari penulis di perkuliahan, *sans serif* merupakan *font* yang memiliki kredibilitas keterbacaan tinggi, hal tersebut alasan penulis agar target dapat mudah membaca informasi yang tercantum pada kemasan. Selain itu, penulis juga perlu memadukan dengan *font* yang sebagian besar dekoratif agar desain terlihat lebih menarik karena penulis tidak memberikan bentuk atau gambar visual pada desain. *Layout* pada kemasan dipilih cenderung rata tengah agar lebih terlihat *eyecatching* dan jelas, namun tetap sederhana agar mudah untuk dibaca. *Supervisor* meminta penulis untuk memberikan variasi desain yang tidak jauh dari bentuk utama untuk perbandingan, oleh karena itu penulis mencoba memberikan sentuhan *gold* pada tutup botol dan beberapa *line* pada desain. Pemilihan warna *gold* karena menyesuaikan kelas yang *medium high*. Pada bagian belakang, penulis memberikan *sticker* agar botol tidak terkesan sangat transparan, maka tulisan pada bagian depan dan belakang tidak bertumpuk dan mudah untuk dibaca. Setelah terbetuk dua variasi desain, maka penulis menyerahkan hasil desain kepada *supervisor* sebagai perbandingan, dan berdasarkan

meeting antara *supervisor* dan *director* maka pilihan yang ditetapkan dengan tutup *pink* dan *line silver*. Penulis menentukan sentuhan *gold* atau *silver* agar tetap memiliki kesan berkelas pada desain.

d. Sketsa



Gambar 3.10. Sketsa *Packaging I-Skin Makeup Remover*

Sebelum penulis melakukan digitalisasi, penulis terlebih dahulu membuat sketsa manual sebagai gambaran dasar untuk berikutnya di asistensikan kepada *supervisor*. Pada tahap sketsa ini, penulis ingin menunjukkan unsur-unsur desain yang terdapat pada desain *packaging I-Skin Makeup Remover*. Terdapat dua sketsa yang penulis ciptakan, dengan membedakan warna dan bentuk pada tutup botol, serta warna dari beberapa line yang ada, seperti pada desain pertama penulis memberikan warna *soft pink* agar menyesuaikan dengan warna cairan yang diperkirakan dan memberikan warna *silver* pada beberapa line dalam kemasan sedangkan pada desain kedua, penulis memberikan warna *gold* pada tutup botol dan beberapa *line* yang ada. Warna *silver* dan *gold* dipilih agar memberikan kesan mewah pada desain. Layout yang ditentukan adalah rata tengah agar memberikan fokus lebih pada target yang melihat.

Pada bagian depan kemasan, diawali dengan peletakan logo pada bagian paling atas, diikuti dengan fungsi dari produk tersebut yaitu

makeup remover for eye and lips, setelah itu diikuti dengan guna makeup tersebut dan informasi lainnya, pada bagian bawah penulis mencantumkan takaran isi produk. Pada bagian belakang, rencana penulis memberikan stiker *pink* yang bertujuan agar penulisan tampak depan tidak bertabrakan dengan tampak belakang dengan logo *i-skin* dan informasi yang ada disertai dengan barcode produk.

e. Digital



Gambar 3.11. Digital Packaging I-Skin Makeup Remover Variasi

Setelah melakukan proses pembuatan sketsa, penulis melanjutkan ke tahap realisasi konsep dan sketsa yaitu tahap digital. Penulis mencari bentuk botol sesuai dengan konsep yang telah ditentukan pada aplikasi *shutterstock* untuk menjadikannya sebagai mockup kemasan. Berikutnya tutup botol desain pertama diganti warna menyesuaikan warna cairan yang telah didesain penulis. Pada desain kedua, penulis memberikan desain tutup botol yang berbeda dengan tutup botol pertama dan memberikan warna *gold*. Beberapa *line* penulis memberikan warna yang menunjukkan kemewahan dan menyesuaikan dengan unsur desain lainnya. *Font* yang dipilih juga menggunakan kolaborasi antara *font sans serif* dan *font dekoratif* agar memberikan kesan yang lebih menarik dan eksklusif dengan didukung oleh layout

yang diposisikan pada center agar memfokuskan penglihatan target dan lebih *eyecatching*.

f. Revisi

Setelah desain diserahkan pada klien, terdapat revisi mengenai warna *pink* yang diberikan yang tidak sesuai dengan warna cairan, maka klien meminta untuk adanya revisi warna. *Supervisor* mengarahkan penulis untuk mengganti warna menyesuaikan dengan cairan. Setelah melakukan revisi sesuai permintaan klien dan arahan *supervisor* juga *director*, maka desain akhirnya terpilih dengan warna cairan dan penutup botol yang disesuaikan dengan warna cairan asli yaitu light magenta. Tambahan revisi lain dilakukan pada pemberian informasi kemasan yang harus mengikuti *product knowledge* yang diberikan dan beberapa informasi tambahan lagi yang diberikan oleh *supervisor*.

g. Hasil Akhir



Gambar 3.12. Hasil *Packaging I-Skin*

Berdasarkan permintaan klien merevisi warna desain, penulis menyesuaikan dengan warna cairan asli yaitu merubah warna *soft pink* ke warna magenta. Setelah melakukan pergantian warna, penulis merevisi informasi pada kemasan. Berikutnya penulis segera melakukan finalisasi revisi desain. Setelah semua desain *clear* dibuat, penulis memberikan hasilnya pada supervisor untuk disampaikan pada direksi dan klien. Revisi yang dilakukan berguna untuk menyesuaikan dengan warna cairan asli, memberikan data sesuai dengan *product knowledge* yang diberikan dan memberikan finalisasi kemasan.

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

1. *Supervisor* dan *Director* memiliki waktu yang sangat padat sehingga sulit untuk ditemui untuk melakukan asistensi dan revisi.
2. Perjalanan untuk pergi menuju kantor cukup jauh sehingga terkadang sulit untuk mengambil file yang dibutuhkan secara mendadak.
3. Internet atau jaringan di kantor sangat lama sehingga menghambat waktu pengerjaan ketika ingin mencari referensi, mengambil dan mengirim data.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis menggunakan solusi sebagai berikut:

1. Ketika *supervisor* atau *director* sedang sibuk dengan agenda pekerjaan atau rapat harian, penulis memberikan *update* dan asistensi terhadap proyek yang dikerjakan dengan melakukan unggahan proyek ke *Google Drive* yang telah disediakan dan meminta agar *supervisor* dan *director* dapat mengoreksi tanpa harus kembali ke ruang kantor CTC, karena *director* bekerja di kantor *head office* yang cukup jauh dari CTC.
2. Penulis selalu meng*update* dan meng*upload* file dari proyek yang penulis lakukan ke *google drive* pribadi, sehingga apabila terjadi hal yang darurat penulis memiliki *backup data*.

3. Penulis membawa modem atau *tethering* dari *handphone* agar kegiatan kerja tidak terhambat dalam mengambil dan mengirim data atau mencari data *online* yang diperlukan melalui internet.

