

Studi Komparasi Konten Tiktok Dokter Tentang Kesehatan (Analisis Konten Tiktok Dokter @tirtacipeng dan @farhanzubedi)

Sanrio Indrawan¹, Suzy Azeharie^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: sanrioahlim@gmail.com

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: suzya@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 15-12-2021, revisi tanggal: 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal: 16-01-2022

Abstract

With the growing use of technology and social media today. Health professionals also take this opportunity to use the TikTok application as a forum for delivering information about health. Of the various doctors who use TikTok as a channel for disseminating information, there are characteristics or differences of each in the way the information is delivered in the form of content. Therefore, this study wants to examine how the differences in the delivery of messages made between @tirtacipeng and @farhanzubedi in the form of content related to health content. The purpose of the study was to find out the difference in content delivered by doctor Tirta and doctor Farhan Zubedi through a TikTok account. This research was conducted with a qualitative descriptive approach using AIDA theory, through content observation, literature study, and documentation as well as interviews with a doctor's justifier to clarify the truth. The results found that doctor Farhan's content attracts more attention and also gets more responses, compared to Tirta's doctor's content. The main difference can be seen from the delivery of information used by Doctor Farhan dominantly using audiovisual or the use of images with the concept of storytelling to illustrate the situation in accordance with the information being conveyed, while Doctor Tirta is more dominant using verbal in explaining the information and presenting journals, articles, or doctor's references as a reference. proof of the validity of the information.

Keywords: *delivery of information, health content, TikTok*

Abstrak

Dengan berkembangnya penggunaan teknologi dan media sosial saat ini. Tenaga ahli kesehatan pun menggunakan kesempatan ini untuk menggunakan aplikasi TikTok sebagai wadah penyampaian informasi tentang kesehatan. Dari berbagai dokter yang menggunakan TikTok sebagai saluran penyebaran informasi, terdapat karakteristik atau perbedaan masing-masing pada cara penyampaian informasinya yang dikemas dalam bentuk konten. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengkaji bagaimana perbedaan penyampaian pesan yang dibuat antara @tirtacipeng dan @farhanzubedi dalam bentuk konten terkait konten kesehatan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui perbedaan konten yang disampaikan oleh dokter Tirta dan dokter Farhan Zubedi melalui akun TikTok. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori AIDA, melalui observasi konten, studi pustaka, dan dokumentasi serta wawancara dengan justifikator seorang dokter untuk mengklarifikasi kebenarannya. Hasil yang ditemukan adalah konten dokter Farhan lebih menarik perhatian dan juga lebih mendapatkan banyak respon, dibandingkan dengan konten dokter Tirta. Perbedaan utamanya terlihat dari penyampaian informasi yang digunakan oleh dokter Farhan dominan menggunakan audiovisual atau penggunaan gambar dengan konsep *storytelling* untuk mengilustrasikan keadaan sesuai dengan informasi yang sedang disampaikan, sedangkan dokter Tirta lebih dominan menggunakan verbal dalam

menjelaskan informasinya serta menyajikan jurnal, artikel, atau referensi dokter sebagai bukti kevalidan informasinya.

Kata Kunci: konten kesehatan, penyampaian pesan, TikTok

1. Pendahuluan

Sejak awal tahun 2020 hingga sekarang, dunia masih dihadapkan dengan pandemi Coronavirus yang menyebabkan penyakit yang dikenal dengan Covid-19. Penyakit ini mengakibatkan dan menimbulkan banyak permasalahan kesehatan dan yang menyebabkan virus ini berbahaya adalah gejalanya yang sulit dikenali atau mirip dengan penyakit umum, seperti demam, batuk, gangguan saluran pernapasan, kelelahan, sakit kepala, diare, gangguan pada indera, dan parahnya virus ini dapat memicu penyakit bawaan seperti jantung, diabetes, dan darah tinggi (Andryanto, 2021). Salah satu upaya penanggulangan yang dilakukan oleh pemerintah untuk menangani penyebaran virus Covid-19 ini adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

Dampak dari pemberlakuan PPKM adalah masyarakat harus mulai beradaptasi terhadap perubahan pola kegiatan yang awalnya di luar rumah menjadi kegiatan di rumah secara daring. Hal ini menimbulkan terjadinya peningkatan penggunaan internet di Indonesia sebesar 15,5% dalam 12 bulan sejak Januari 2020 yang berarti saat ini sebesar 73,7% warga Indonesia sudah berselancar di dunia maya (Haryanto, 23 Februari 2021). Berdasarkan data laporan Hootsuite (We Are Social) 2021, jumlah pengguna media sosial di Indonesia sebesar 170 juta pengguna aktif dengan rata-rata penggunaan media sosial selama 3 jam 14 menit (Riyanto, 23 Maret 2021).

Salah satu media sosial yang sempat menarik perhatian pada masa pandemi ini adalah aplikasi TikTok. Indonesia sempat menjadi negara terbanyak keempat yang menggunakan aplikasi TikTok sebesar 65 juta orang. Aplikasi TikTok menyajikan berbagai fitur yang dapat digunakan oleh para pengguna untuk membuat video-video yang menarik. Kesempatan ini pula dimanfaatkan oleh para tenaga ahli kedokteran untuk memberikan konten edukasi kesehatan maupun himbauan atau informasi seputar Covid-19 guna membantu menyelesaikan permasalahan pandemi di Indonesia.

Dokter Tirta Mandira Hudhi atau yang dikenal dengan Tirta Cipeng merupakan seorang dokter lulusan Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah mada Yogyakarta dan menjadi salah satu dokter muda di RSUP Dr Sardjito Yogyakarta 2013-2015. Kehadiran dr. Tirta dalam media sosial khususnya TikTok sempat menjadi sorotan publik karena menjadi sosok dokter yang cukup kontroversial untuk membahas konten kesehatan ke arah yang positif, seperti memberantas konten hoax, mengkritik informasi yang salah tentang kesehatan, dan gencar dalam membahas tentang Covid-19 di Indonesia. Akun TikTok resmi milik dokter Tirta yaitu @tirtacipeng dibuat sejak 22 Januari 2021, hingga saat ini kontennya sudah sekitar 234 konten yang telah terpublikasi dan akun ini telah memiliki 512 ribu pengikut dan 4,6 juta *likes* (Winessa, 13 Juli 2021).

Dokter Farhan Zubedi merupakan seorang dokter lulusan Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh. Dokter Farhan Zubedi dikenal dalam TikTok dikarenakan keunikan kontennya yang berupa konten edukasi berbentuk *storytelling* tentang kesehatan dan tentang Covid-19. Akun TikTok resmi milik dr. Farhan Zubedi yaitu @farhanzubedi dibuat sejak 8 Februari 2021 dengan total 194 unggahan saat ini dan

terus bertambah, akun ini telah memiliki 1,8 juta pengikut dengan 36,7 juta *likes* dan telah *verified* (Herdyanto, 25 Agustus 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan cara penyampaian pesan dalam bentuk konten yang disampaikan oleh dokter Tirta dan dokter Farhan melalui akun TikTiknya. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini karena belum banyak penelitian terkait Studi Komparasi Konten Tiktok Dokter Tentang Kesehatan.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data berbentuk kata, gambar, dan dokumentasi (Sugiarto, 2015), dengan menggunakan metode studi kasus deskriptif yaitu pengamatan secara lengkap terhadap individu, institusi, dan situasi yang terjadi serta melakukan pengambilan kesimpulan tentang kasus yang diteliti (Junaidi, 2021).

Subyek dalam penelitian ini adalah dokter Tirta dan dokter Farhan selaku orang yang telah bergelar dokter dan memiliki pengaruh di media sosial untuk mengedukasi. Sedangkan obyek dalam penelitian ini adalah cara penyampaian konten melalui akun TikTok keduanya. Data dalam penelitian ini bersumber pada hasil observasi pada akun TikTok secara mendalam dan menggunakan teori AIDA untuk membantu analisis.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga langkah analisis data menurut Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. Reduksi data yaitu proses merangkum dan mengelompokkan data lapangan kompleks agar mudah di pahami. Penyajian data yaitu proses menyajikan data yang telah direduksi ke dalam teks naratif. Dan yang terakhir adalah verifikasi yaitu penarikan kesimpulan dari data yang ada untuk mendukung kesimpulan awal atau menghasilkan suatu kesimpulan baru (Sugiyono, 2015).

Teknik keabsahan data yang digunakan penulis adalah penggunaan referensi dan triangulator untuk mendukung keabsahan data yang telah ditemukan dalam penelitian. Triangulator sumber dilakukan dengan melakukan wawancara kepada triangulator untuk memberikan kepastian data atas informasi yang disampaikan dalam konten tersebut. Triangulator sebagai pendukung data dalam penelitian ini adalah dokter Juliana Marsha Fredy dan dokter Naomi sebagai lulusan dari fakultas kedokteran dan tengah bekerja sebagai dokter umum di rumah sakit dan juga puskesmas.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Berdasarkan jumlah total konten yang telah diunggah oleh kedua akun ditemukan sebanyak 471 konten tentang kesehatan. Namun karena penelitian ini berfokus pada komparasi antara akun dan konten, maka penulis melakukan pengelompokkan konten berdasarkan kesamaan pada tema pesan kesehatan yang diunggah oleh kedua akun tersebut. Penulis menemukan 12 konten yang memiliki kesamaan topik atau tema, namun dengan judul konten dan penyampaian pesan yang berbeda.

Penulis menemukan bahwa terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara konten dokter Tirta dan dokter Farhan, perbedaan dilihat dari cara penyampaian pesan dan isi pesan yang disampaikan, kemudian dibantu dengan menggunakan teori AIDA untuk melihat tampilan konten yang dapat menarik perhatian penonton,

ketertarikan penonton dalam menonton konten, dan hasil respon yang diberikan penonton terhadap konten yang ditonton.

Gambar 1. Konten dari akun @tirtacipeng



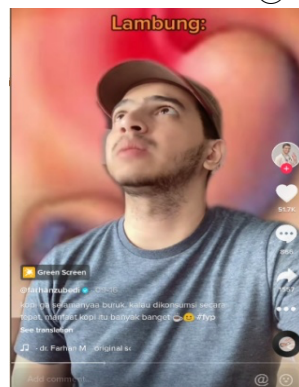
Sumber: TikTok @tirtacipeng

Penulis menemukan bahwa cara penyampaian informasi oleh dokter Tirta lebih berbentuk verbal dan langsung blak-blak an pada inti informasi seperti contoh pada gambar di atas yang berjudul “Buat kalian yang suka minum kopi, nih pahami dampaknya ke tubuh” (Gambar 1), dokter Tirta menyampaikan pesan kesehatannya secara informatif dengan menjelaskan bahwa meminum kopi cukup tiga sampai empat gelas per hari. Karena kopi memiliki kegunaan sebagai antioksidan yang bisa meningkatkan sistem imun tubuh, mencegah serangan stroke serta kardiovaskular dan membuat tubuh siaga, dengan catatan minum kopi dengan takaran yang cukup.

Dokter Tirta tidak hanya menyampaikan informasinya secara verbal, tetapi juga menyajikan beberapa gambar berupa bukti-bukti jurnal dan artikel kesehatan sebagai data pendukung pesan yang disampaikan, walaupun gambar jurnal tersebut kurang terlihat dengan jelas.

Video ini berdurasi 44 detik, sedangkan batas waktu yang disediakan oleh TikTok adalah 60 detik. Tidak sedikit unggahan konten dokter Tirta dalam akunnya berupa cuplikan-cuplikan dari unggahan akun Youtube nya yang kemudian digabungkan menjadi satu konten, sehingga informasinya terkadang sering terpotong dan disarankan untuk melihat versi aslinya langsung di laman Youtubenya. Konten ini telah ditonton sebanyak 152 ribu orang dengan respon sebanyak 7.638 terhitung dari total jumlah *like*, komentar, dan *share*.

Gambar 2. Konten dari akun @farhanzubedi



Sumber: TikTok @farhanzubedi

Pada akun dokter Farhan Zubedi, penulis menemukan bahwa dokter Farhan mengolah pesan yang akan disampaikan dalam bentuk *storytelling* yaitu penyampaian informasi kesehatan dalam bentuk cerita dengan menggunakan gambar, suara, dan membuat dialog yang lucu namun menggunakan bahasa yang jelas, padat, dan mudah dipahami, hal ini dilakukan untuk membuat penonton tidak bosan melainkan membuat penonton teredukasi sekaligus terhibur agar informasi yang ditangkap bukan sekedar diberikan informasi, namun menarik minat diri penonton sendiri untuk memahami dan menangkap informasi tersebut.

Dalam video di atas, kontennya yang berjudul “Kopi Untuk Tubuh” (Gambar 2), Dokter Farhan Zubedi menyampaikan pesan edukasi tentang kegunaan kopi bagi tubuh dengan menggambarkan kinerja organ dalam tubuh manusia seperti menggunakan *background* organ otak yang dapat berbicara untuk memberitahu manfaat konsumsi satu sampai dua cangkir kopi perhari tanpa gula dan krim dapat mengurangi resiko terkena serangan jantung dan diabetes, serta dapat meningkatkan imunitas tubuh karena kopi mengandung antioksidan. Dan menggunakan latar belakang organ lambung yang terlihat terkejut ketika mendapatkan kopi di pagi hari saat perut kosong.

Tidak hanya menggunakan penggambaran keadaan organ dalam tubuh, dr. Farhan juga selalu memerankan sosok perempuan yang merupakan tokoh utama dalam konsep kontennya yang berbentuk cerita. Tokoh utama itu bernama Putri. Dia menggunakan filter yang disediakan oleh TikTok untuk membantunya mengolah penyampaian pesannya dengan filter *green screen* untuk merubah *background* disesuaikan dengan organ yang dimaksud serta menggunakan filter *i'm lost* untuk menunjukkan bagian mata dan mulut yang dapat berfungsi untuk seakan-akan memosisikan sebagai objek organ yang hidup karena memiliki mata dan mulut.

Video ini berdurasi 58 detik, sehingga penyampaian pesan tidak terburu-buru, jelas, dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami bagi khalayak umum video ini telah dilihat sebanyak 557 ribu orang dengan jumlah respon sebanyak 54.642 terhitung dari total *like*, komentar, dan *share*.

Penulis menemukan bahwa dari setiap analisis konten dari kedua akun, hasil dari cara penyampaian informasi dan informasi yang disampaikan selalu mirip antara perbandingan antara kontennya dokter Tirta dan dokter Farhan. Penulis merangkum bahwa perbedaan penyampaian pesan antara dokter Tirta dan dokter Farhan adalah:

1. Cara penyampaian pesan

Pada dasarnya dokter Farhan sudah memiliki konsep pada setiap kontennya yaitu penyampaian edukatif dalam bentuk *storytelling*, jadi mengedukasi dengan menggunakan sebuah ilustrasi cerita serta digabungkan dengan penggunaan visual dan filter. Dokter Farhan menggunakan bahasa yang informal dan mengolahnya menjadi suatu dialog antar organ dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami khalayak umum dan lucu. Sedangkan dokter Tirta, lebih berfokus pada penyampaian informatif secara verbal dan permainan intonasi nada dikarenakan karakteristiknya yang suka meluap-luap, serta kata-kata yang langsung pada inti yang ingin didengar penonton. Dokter Tirta menggunakan bahasa sehari-hari jadi tidak terlalu baku dan kaku.

2. Isi informasi yang disampaikan

Dokter Farhan selalu mengawali penjelasan mengenai sistem cara kerja organ, kemudian diselingi dengan faktor penyebab, penjelasan resiko, terjadinya gangguan-gangguan, dan langkah pengobatan atau perawatan. Sedangkan dokter Tirta lebih memberikan penjelasan yang singkat dan padat tentang suatu topik, kemudian dilanjutkan dengan menjelaskan gejala, resiko, manfaat, dan solusinya. Dokter Tirta lebih bersifat informatif, dengan menyajikan data-data pendukung terkait informasi yang disampaikan seperti jurnal kesehatan, artikel, dan juga pernyataan oleh dokter-dokter lainnya.

Kemudian perbedaan konten dokter Tirta dan dokter Farhan dilihat dengan menggunakan teori AIDA adalah:

1. Tampilan konten (*Attention*)

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh SilverPop pada tahun 2013 menemukan bahwa orang-orang akan merasa tertarik pada suatu konten hanya dalam waktu tiga sampai delapan detik pertama. Artinya jika suatu konten tidak mampu untuk membuat calon penonton tertarik ketika lirikan pertama maka konten itu bisa dianggap gagal. Terdapat tiga elemen sebagai patokan faktor menarik perhatian, yaitu gambar, judul, dan kalimat (redcomm, 22 September 2020). Dokter Tirta cenderung menggunakan *thumbnail* berupa muka foto *selfie*, atau bahkan terkadang hanya berupa ruangan kosong dan judul kontennya biasanya panjang dan terlalu memakan banyak tempat baik dalam tampilan judul maupun bagian isi konten videonya. Sedangkan dokter Farhan biasanya menggunakan gambar latar belakang berupa organ yang disesuaikan dengan tema pembahasan serta terdapat foto *selfie* dokter Farhan di tengah-tengah *thumbnail* yang menggambarkan tokoh utama dalam cerita *storytellingnya* yang dikenal dengan nama Putri sebagai *thumbnail* kontennya. Judul kontennya menggunakan font yang besar dan berwarna terang sehingga jelas untuk dilihat, dan juga pemilihan kata sebagai *headline* yang singkat dan menarik, sehingga tidak terlalu panjang dan lebih menarik minat untuk ditonton.

2. Ketertarikan (*Interest*)

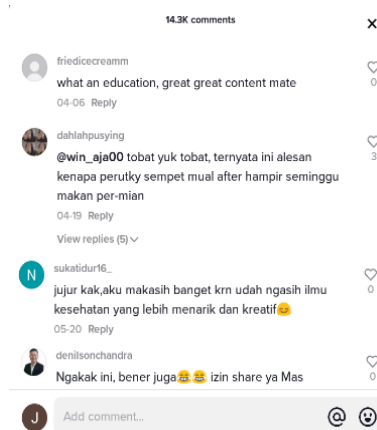
Setelah mendapatkan perhatian dari penonton, tahap selanjutnya adalah membuat penonton konten menjadi tertarik dengan informasi yang ditayangkan. Beberapa elemen yang harus dioptimalkan untuk mencapai ketertarikan dari penonton antara lain yaitu informasi atau fakta, statistik, studi kasus, kondisi idealnya, alasan bagi penonton untuk memerlukan konten yang ditampilkan (Febriyani, 28 September 2021). Dalam konten TikTok dokter Farhan, isi videonya selalu mengedukasi masyarakat sesuai dengan penyakit yang sering dirasakan secara umum, penyakit ringan yang sedang marak dan sesuai pertanyaan dari komentar penonton. Dokter Farhan selalu mengawali penjelasan mengenai sistem cara kerja organ, kemudian diselingi dengan faktor penyebab, penjelasan resiko, terjadinya gangguan-gangguan, dan langkah pengobatan atau perawatan. Cara penyampaian pesannya yang unik dan sederhana dapat membantu masyarakat dalam memahami dan mengatur kesehatan, terlebih bagi para orang yang tidak bisa kerumah sakit untuk berobat, karena dalam kontennya, dokter Farhan sering menyampaikan cara mengatasi gejala atau penyakitnya selama masih tingkat ringan. Sedangkan dalam konten TikTok dokter Tirta, kontennya sering berupa cuplikan dari unggahan Youtubenya. Biasanya dalam penyampaian informasi

kesehatan dr. Tirta menyertakan bukti jurnal sebagai data pendukung, mengangkat suatu studi kasus kesehatan, dan konten dalam akun @tirtacipeng. Dokter Tirta lebih memberikan penjelasan yang singkat dan padat tentang suatu topik, kemudian dilanjutkan dengan menjelaskan gejala, resiko, manfaat, dan solusinya. Terkadang menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang ada (*trend*), contohnya ketika pandemik dr. Tirta gencar mengedukasi masyarakat tentang Covid-19, vaksin dan imbauan dari WHO. Serta konten video informasinya juga disesuaikan dengan pertanyaan dari penonton di kolom komentar.

3. Respon (*Desire and Action*)

Setelah tahap ketertarikan, biasanya akan lanjut pada tahap minat atau keinginan. Tahap minat sebenarnya akan lebih bermain dengan emosi dan logika, ketika informasi dan solusi yang diterima kemudian dibuktikan, maka orang yang membuktikan informasi tersebut akan mendapatkan dua pilihan, jika berhasil maka akan semakin berminat dan percaya untuk mendapatkan informasi dari sumber konten tersebut, begitupun sebaliknya.

Gambar 3. Kolom komentar konten akun @farhanzubedi



Sumber: TikTok @farhanzubedi

Contoh gambar di atas (Gambar 3) merupakan komentar dari penonton konten TikTok @farhanzubedi tentang “Mie Instan Tidak Bergizi”. Ketika keinginan seseorang penonton terpenuhi, maka penonton secara langsung memberikan respon dalam bentuk komentar. Pada akun dokter Tirta, dilihat dari enam konten sampel yang digunakan untuk perbandingan, didapat jumlah respon dari penonton sebesar 177.319 terhitung dari jumlah *like*, komentar, dan *share*. Sedangkan pada akun dokter Farhan, dari enam konten sampel yang digunakan untuk perbandingan, didapat jumlah respon dari penonton sebesar 3.619.057 terhitung dari jumlah *like*, komentar, dan *share*.

4. Simpulan

Akun TikTok @tirtacipeng dan @farhanzubedi selaku dokter dan figur yang cukup berpengaruh, sama-sama bersifat edukatif membahas masalah kesehatan. Perbedaan keduanya terdapat pada konsep penyampaian pesan melalui pengolahan

pesan menjadi sebuah konten, daya tarik pada suatu konten, cara penyampaian informasi, serta pemaksimalan fitur-fitur yang disediakan.

Komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh dr. Farhan Zubedi lebih diminati karena penggunaan audiovisual yang singkat, jelas dan padat serta memiliki konsep *storytelling* yang membantu penonton mendapatkan gambaran tentang informasi yang disampaikan dan juga hiburan. Sedangkan dr. Tirta lebih mengutamakan penyampaian pesan diiringi dengan penyajian fakta dengan menggunakan jurnal, artikel, dan referensi dokter-dokter lainnya, dengan pembawaan karakternya yang blak-blakan.

Dalam pembuatan konten teori AIDA dapat digunakan untuk menjadi patokan dalam pembuatan konten menarik, thumbnail penting untuk menarik perhatian, kemudian isi informasi suatu video harus bisa memenuhi kebutuhan atau keinginan penonton, sehingga muncul rasa ketertarikan dalam mengkonsumsi konten tersebut. Diakhiri dengan respon atau tanggapan didapat dari penonton, yang dapat berguna untuk masukan kepada konten-konten selanjutnya.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta semua pihak yang turut membantu peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Andryanto, S. D. (2021) *Waspada 3 Gejala Corona, 5 Penyakit Bawaan yang Diserang Covid-19*. 23 Maret 2021.
- Febriyani, C. (2021). *Begini Tips Membuat Konten Menarik dengan Rumus AIDA Seperti Apa?.28* September 2021.
- Harnani, S. (2020) *Efektivitas Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19*. 7 Juli 2020.
- Junaidi, Vanessa & Azeharie, Suzy (2021). Perbandingan Personal Branding Perempuan Daerah Tingkat II di Indonesia melalui Instagram. *Jurnal Komunikasi*. 5(1). 98-105.
- Redcomm .(2020). *Mengenal Formula AIDA Untuk Membuat Copywriting yang Memikat*. 22 September 2020.
- Riyanto, A. D. (2021) *Indonesian Digital Report 2019*. Retrieved from Hootsuite (We are Social): 23 Maret 2021
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Winessa, A. (2021) *Sempat Alami Depresi Gegara Bercerai dengan Mantan Istri Kini Lantang Bersuara, Ini Biodata dr Tirta Tak Banyak yang Tahu Ternyata Punya Gurita Bisnis*.