

Unsur 5W+1H Dalam Caption Konten Instagram Surveyor.Id

Vatmaya Mutiara & Ade Haryani

Program Studi Penerbitan, Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta (PNJ)

Jl. GA. Siwabessy, Kampus UI, Depok

Email : vatmaya.mutiara.tgp21@mhs.w.pnj.ac.id

Abstrak

Kreasi isi (*content creation*) di media sosial resmi milik instansi marak menggunakan unsur penting jurnalistik, yaitu 5W+1H. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan unsur 5W+1H dalam *caption* konten Instagram perusahaan *surveyor.id* pada periode 24 Maret – 23 Mei 2024. Dengan menggunakan metode deskriptif dan analisis konten, penelitian ini mengkaji 13 konten Instagram yang paling populer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konten telah berhasil menerapkan unsur 5W+1H, terutama pada unsur *what* dan *who*. Namun, unsur *where* dan *when* masih perlu ditingkatkan penggunaannya. Penerapan unsur 5W+1H yang konsisten dapat memudahkan pemahaman *audiens*. Kesimpulannya, penelitian ini menyoroti pentingnya penerapan unsur 5W+1H dalam menciptakan konten Instagram yang efektif. Perusahaan perlu lebih memperhatikan konsistensi dalam penggunaan semua unsur 5W+1H, terutama untuk konten yang bersifat informatif. Hal ini akan membantu *audiens* mendapatkan gambaran yang lebih jelas.

Kata-Kata Kunci: caption content, Instagram, 5W+1H

Abstract

Content creation through social media belonged to certain institution has been prevalent for the last several years. This study aims to analyze the application of the 5W1H framework (Who, What, When, Where, Why, How) in Instagram captions of surveyor.id during the period of March 24 to May 23, 2024. By implementing a descriptive method and content analysis, this research examined the 13 most popular Instagram posts. The findings revealed that a majority of the content successfully incorporated the 5W1H elements, particularly what and who. However, the utilization of where and when elements could be further enhanced. Consistent application of the 5W1H framework can facilitate audience comprehension. In conclusion, this research underscores the significance of adhering to the 5W1H framework in crafting effective Instagram content. Companies should prioritize consistency in the implementation of all 5W1H elements, especially for informative content, to provide a clearer understanding for the audience.

Keywords: caption content, Instagram, 5W+1H

Pendahuluan

Penyebaran informasi di era digital semakin lancar dan cepat. Terutama, informasi yang disebarluaskan melalui media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Di kota-kota besar, jejaring sosial tidak hanya menjadi sebuah kebiasaan tetapi juga menjadi kebutuhan yang esensial. Baik sebagai media untuk mengekspresikan diri maupun sebagai sumber informasi yang penting.

Peningkatan konsumsi berita dan konten media melalui aplikasi dan platform media sosial memungkinkan peluang bagi mereka untuk mencapai berbagai lapisan konsumen/audien media, membentuk ekosistem industri media yang baru, serta memperkuat kehadiran dan pengaruhnya dalam lingkup industri media yang sudah ada (Ahmad, 2022).

Kemunculan media sosial sangat populer karena dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan penggunanya, terutama dalam hal penelitian dan akses informasi. Untuk memenuhi kebutuhan ini, platform media sosial seperti Instagram digunakan oleh media besar seperti Kompas, Tempo dan Pikiran Rakyat untuk memperluas liputannya. Instagram sendiri dimulai pada tanggal 6 Oktober 2010 dan dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger melalui perusahaan mereka sendiri bernama Burbn.Inc. Hingga pada tahun 2012, Instagram diakuisisi oleh Facebook.

Penerapan 5W+1H dalam konten Instagram telah menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kualitas dan keefektifan informasi yang disajikan melalui platform media sosial ini. Dalam era digital, Instagram telah menjadi salah satu platform yang paling populer digunakan oleh masyarakat untuk berbagi informasi, berkomunikasi, dan berinteraksi. Dengan fitur-fitur yang sangat fleksibel dan interaktif, Instagram memungkinkan pengguna untuk mengunggah berbagai jenis konten, termasuk gambar, video, dan cerita.

Sebuah fakta yang layak diberitakan harus memenuhi unsur-unsur 5W+1H (Romli, 2000). Namun, dalam penggunaan Instagram sebagai media sosial, penting untuk memastikan bahwa konten yang diunggah memiliki kualitas yang baik dalam memberikan informasi. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas konten adalah dengan menerapkan unsur 5W+1H, yang meliputi *Who, What, When, Where, Why, dan How*. Unsur ini membantu dalam mengorganisir informasi yang relevan dan memastikan bahwa konten yang diunggah memiliki struktur yang jelas dan mudah dipahami.

Pemerintah dan institusi swasta melihat potensi besar dalam Instagram untuk menyebarkan informasi secara visual dan interaktif, yang mampu menarik perhatian lebih banyak *audiens* dibandingkan media tradisional. Selain itu, fitur seperti Instagram *Feeds* memungkinkan lembaga-lembaga ini untuk menyampaikan pesan mereka dengan cara yang kreatif dan menarik, sehingga meningkatkan engagement dan partisipasi publik.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah penerapan unsur 5W+1H dalam *caption* konten Instagram *surveyor.id* selama periode 24 Maret 2024 hingga 23 Mei 2024. Pembatasan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada dua aspek utama. Pertama, penerapan unsur 5W+1H dalam *caption* konten Instagram *surveyor.id*. Kedua, pengamatan terhadap konten yang telah diproduksi selama periode tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami penerapan unsur 5W+1H dalam *caption* konten Instagram *surveyor.id* pada periode yang ditentukan, serta untuk memahami alasan di balik penerapan unsur 5W+1H dalam *caption* tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif untuk memberikan gambaran dan validasi proses yang ada. Pengelolaan akun dilakukan oleh staf hubungan masyarakat (humas) *surveyor.id* yang bertanggung jawab atas pembuatan dan pengeditan konten, serta pembuatan *caption*. Metode analisis Isi (content analysis) digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data disesuaikan dengan teori yang dipergunakan. Konten yang diteliti telah dipublikasikan pada media sosial Instagram *surveyor.id* selama periode 24 Maret 2024 hingga

23 Mei 2024 adalah 75 konten. Penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik memilih anggota sampel dari populasi berdasarkan keputusan peneliti, sehingga bersifat subjektif (Sumargo, 2020).

Pemilihan bahan analisis didasarkan pada dua kriteria utama: jumlah *like* terbanyak dan panjang *caption* pada konten Instagram. Jumlah *like* digunakan sebagai indikator popularitas dan daya tarik suatu postingan, sehingga konten dengan jumlah *like* terbanyak dipilih untuk mengidentifikasi *caption* yang paling efektif dalam menarik perhatian *audiens*. Selain itu, *caption* yang dipilih harus memiliki panjang minimal 60 kata, memberikan ruang yang cukup untuk menerapkan unsur 5W+1H. Berdasarkan kriteria tersebut, dari 75 konten yang diunggah, terpilih 13 konten yang memenuhi syarat untuk dijadikan bahan analisis.

Hasil dan Pembahasan

Semua konten harus mendapatkan persetujuan manajer sebelum dipublikasikan. Meskipun ada satu orang yang bertanggung jawab, proses ini melibatkan kolaborasi dengan anggota tim lainnya untuk meningkatkan efisiensi. Tantangan terbesar dalam pembuatan konten adalah menyangkut kegiatan direksi dan produk, terutama dalam mengidentifikasi portofolio produk yang beragam, yang membutuhkan informasi rinci dari bagian terkait agar konten yang dibuat akurat. Inspirasi konten diambil dari berita yang relevan dengan perusahaan, dengan fokus pada kegiatan besar seperti CSR dan peluncuran produk. Kegiatan yang melibatkan direksi secara otomatis dijadikan konten, sementara kegiatan lain dievaluasi terlebih dahulu untuk mempertimbangkan aspek konfidensialitas sebelum dipublikasikan. Sebelum diunggah, konten harus melalui proses validasi dan persetujuan dari manajer untuk memastikan sudah memenuhi standar perusahaan dan diposting sesuai jadwal, biasanya satu hari setelah acara. Dalam pembuatan konten, tim Humas juga berkolaborasi dengan berbagai divisi untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan. Pendekatan 5W+1H (*Who, What, When, Where, Why, How*) sering digunakan dalam *caption* untuk memberikan narasi yang kuat dan mudah dipahami oleh *audiens*.

Dalam menganalisis unsur 5W+1H dalam *caption* konten Instagram *surveyor.id*, digunakan beberapa kriteria berdasarkan penerapan elemen dasar dalam penulisan berita, artikel, atau cerita pendek. Unsur 5W+1H, yaitu *what, who, when, where, why, how*, mencakup hal-hal penting yang harus ada dalam sebuah penjelasan. Unsur *what* menjelaskan inti peristiwa yang terjadi, sementara *who* mengacu pada subjek atau aktor yang terlibat. *When* memberikan informasi tentang waktu kejadian, dan *where* menggambarkan lokasi peristiwa, memberikan bukti fisik dari kejadian tersebut. Unsur *why* mengungkapkan alasan atau latar belakang peristiwa, memperluas pemahaman terkait fakta yang ada, sedangkan *how* menjelaskan cara atau proses yang terjadi, melengkapi informasi terkait dengan unsur *why*. Selain itu, dalam menganalisis unsur 5W+1H pada *caption* konten Instagram *surveyor.id*, juga diperhatikan kriteria yang disampaikan oleh *Corporate Communication* di Surveyor Indonesia. Menurutnya, unsur 5W+1H sangat penting untuk mendeskripsikan berita atau acara dengan lebih jelas dan komprehensif, sehingga membantu audiens memahami konteks informasi yang disajikan.

Penerapan 5W+1H dalam *caption* konten Instagram *surveyor.id* periode 24 Maret 2024 – 23 Mei 2024 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Contoh Hasil Analisis Penerapan 5W+1H

RUPSLB Pemberhentian, Perubahan Nomenklatur Jabatan, Pengalihan Tugas, dan Pengangkatan Anggota-Anggota Dewan Komisaris serta Direksi	
Unsur	Bukti
1. <i>What</i>	Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) dengan agenda pemberhentian, perubahan nomenklatur jabatan, pengalihan tugas, dan pengangkatan anggota dewan komisaris serta direksi..
<i>Who</i>	Pemangku Jabatan: Anggota-anggota Dewan Komisaris, jajaran Direksi PT BKI (Persero), Perwakilan SGS, Dewan Komisaris PT Surveyor Indonesia, dan Jajaran Direksi PT Surveyor Indonesia.
<i>When</i>	Jumat, 22 Maret 2024.
<i>Where</i>	Ali Sadikin Ballroom, Graha BKI.
<i>Why</i>	Melakukan perubahan dalam susunan Dewan Komisaris dan Jajaran Direksi PT Surveyor Indonesia.
<i>How</i>	RUPSLB ini dilakukan perubahan Dewan Komisaris dan Jajaran Direksi PT Surveyor Indonesia.
Safari Ramadhan IDSurvey Kota Semarang	
Unsur	Bukti
2. <i>What</i>	IDSurvey mengadakan Safari Ramadhan
<i>Who</i>	Direktur Keuangan, Administrasi dan Manajemen Risiko PT BKI (Persero)/IDSurvey, Sinung Triwulandari, Direktur Sumber Daya Manusia PT SUCOFINDO, David Sidjabat, Direktur Utama PT Surveyor Indonesia.
<i>When</i>	Tidak menerapkan.
<i>Where</i>	Kota Semarang.
<i>Why</i>	Memberikan pembaca pemahaman tentang motivasi atau tujuan dari acara tersebut, yang menambah makna dan relevansi terhadap kegiatan yang dilakukan.
<i>How</i>	Rangkaian kegiatan dimulai dengan <i>office tour</i> ke kantor-kantor terkait, dilanjutkan dengan buka puasa bersama, pemberian santunan, dan tausiah oleh Ustad Fatturachman.
PT Surveyor Indonesia Meraih The 3rd SOE Subholding	
Unsur	Bukti
3. <i>What</i>	PT Surveyor Indonesia meraih penghargaan sebagai The 3rd SOE Subholding dalam kategori Asset Class 1T <2,5T, serta Digital Brand Recognition 2024
<i>Who</i>	Direktur Sumber Daya Manusia PT Surveyor Indonesia, Lussy Ariani Seba dan Sekretaris Perusahaan PT Surveyor Indonesia, Widiani.
<i>When</i>	1 April 2024.
<i>Where</i>	Hotel Shangri-La, Jakarta.
<i>Why</i>	Penghargaan diberikan sebagai penilaian masyarakat dan umpan balik di media sosial mengenai produk-produk dan layanan berbasis digital.
<i>How</i>	Penghargaan ini diterima langsung oleh Lussy Ariani Seba, didampingi oleh Widiani.

Alasan penerapan unsur 5W+1H dalam *caption* konten Instagram *surveyor.id* periode 24 Maret 2024 – 23 Mei 2024:

Tabel 2. Contoh Hasil Analisis Alasan Penerapan 5W+1H

RUPSLB Pemberhentian, Perubahan Nomenklatur Jabatan, Pengalihan Tugas, dan Pengangkatan Anggota-Anggota Dewan Komisaris serta Direksi	
1. Unsur	Alasan
<i>What</i>	Penting untuk menjelaskan peristiwa atau aktivitas yang menjadi fokus utama.

	<i>Who</i>	Dengan menyebutkan siapa saja yang hadir atau terlibat, pembaca dapat memahami konteks sosial dan institusional dari peristiwa tersebut.
	<i>When</i>	Informasi ini membantu pembaca mengetahui tempat kejadian, yang mungkin relevan untuk memahami kepentingan acara.
	<i>Where</i>	Informasi ini membantu pembaca mengetahui tempat kejadian, yang mungkin relevan untuk memahami kepentingan acara.
	<i>Why</i>	Memberikan alasan atau latar belakang dari peristiwa yang terjadi. Dalam kasus ini, alasan perubahan dalam susunan Dewan Komisaris dan Jajaran Direksi PT Surveyor Indonesia memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai motivasi atau tujuan dari RUPSLB.
	<i>How</i>	Menjelaskan proses terjadinya peristiwa. Dengan mengetahui bagaimana perubahan ini dilakukan melalui RUPSLB, pembaca dapat memahami prosedur yang terlibat.
Safari Ramadhan IDSurvey Kota Semarang		
	Unsur	Alasan
2.	<i>What</i>	Menjelaskan inti dari kegiatan yang dilakukan. Dengan menyoroti " <i>what</i> ," pembaca langsung mengetahui inti dari berita atau informasi.
	<i>Who</i>	Menyebutkan siapa saja yang terlibat membantu pembaca memahami siapa saja yang berperan dalam acara tersebut, memberikan konteks personal dan institusional yang relevan.
	<i>When</i>	Belum diterapkan, yang berarti pembaca tidak tahu kapan acara ini berlangsung, yang dapat membuat informasi terasa kurang lengkap.
	<i>Where</i>	Menyertakan informasi lokasi membantu pembaca memahami di mana kegiatan berlangsung.
	<i>Why</i>	Memberikan pembaca pemahaman tentang motivasi atau tujuan dari acara tersebut, yang menambah makna dan relevansi terhadap kegiatan yang dilakukan.
	<i>How</i>	Memberikan pembaca gambaran lengkap tentang alur acara, membantu mereka memahami bagaimana kegiatan berlangsung dari awal hingga akhir.
	PT Surveyor Indonesia Meraih The 3rd SOE Subholding	
	Unsur	Alasan
3.	<i>What</i>	Menjelaskan inti dari kegiatan yang dilakukan. Dengan menyoroti " <i>what</i> ," pembaca langsung mengetahui prestasi yang dicapai oleh perusahaan.
	<i>Who</i>	Mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut, Dengan menyebutkan siapa yang menerima penghargaan, pembaca dapat mengaitkan prestasi ini dengan individu atau pihak yang relevan.
	<i>When</i>	Menyertakan informasi waktu membantu pembaca mengetahui kapan penghargaan tersebut diberikan.
	<i>Where</i>	Menyertakan informasi lokasi membantu pembaca memahami di mana kegiatan berlangsung.
	<i>Why</i>	Menjelaskan alasan di balik penghargaan yang diberikan. Ini memberikan pembaca pemahaman tentang alasan dan kriteria yang digunakan untuk menilai dan memberikan penghargaan.
	<i>How</i>	Menjelaskan proses atau cara penghargaan tersebut diterima. Ini memberikan gambaran kepada pembaca tentang alur penerimaan penghargaan, menunjukkan bahwa perwakilan perusahaan hadir secara langsung dan aktif dalam acara tersebut.

Analisis

Berdasarkan analisis penerapan 5W+1H dalam *caption* konten Instagram *surveyor.id* pada periode 24 Maret 2024 hingga 23 Mei 2024, dapat disampaikan beberapa hal. *Pertama*, dari 13 konten yang dianalisis, empat konten menerapkan unsur 5W+1H secara lengkap. Konten tersebut meliputi judul "RUPSLB Pemberhentian, Perubahan Nomenklatur Jabatan, Pengalihan Tugas, dan Pengangkatan Anggota-Anggota Dewan Komisaris serta Direksi," "PT Surveyor Indonesia Meraih The 3rd SOE Subholding," "PT Surveyor Indonesia Gelar Halal Bihalal 1445H," dan "Mendukung Pengembangan Industri Nasional untuk Pertumbuhan Ekonomi Nasional." Unsur *what* dan *who* mendominasi dengan penerapan pada 13 konten, diikuti oleh unsur *how* dan *why* yang ditemukan pada 12 konten. Namun, unsur *when* dan *where* paling sedikit muncul, hanya pada 7 konten.

Jurnal Jurnalistik dan Media

Lisensi Atribut Berbagi Serupa 4.0 Internasional (CC BY-SA 4.0)

Kedua, ada beberapa alasan penting di balik penerapan unsur-unsur 5W+1H. Unsur *what* dianggap penting untuk memberikan pemahaman yang jelas kepada pembaca tentang inti peristiwa atau kegiatan, sehingga mereka dapat langsung menangkap topik utama yang disampaikan. Unsur *who* membantu mengidentifikasi siapa saja yang terlibat, memungkinkan pembaca memahami peran masing-masing individu atau kelompok dalam acara tersebut. Unsur *when* memberikan konteks waktu yang jelas, sementara *where* menawarkan informasi geografis yang membantu pembaca memahami lokasi peristiwa. Unsur *why* memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang tujuan dan alasan di balik suatu kegiatan, sedangkan unsur *how* menjelaskan proses pelaksanaan, memberikan gambaran yang lebih rinci kepada pembaca tentang bagaimana kegiatan tersebut berlangsung.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian unsur 5W+1H di Instagram Surveyor.id, dapat disimpulkan bahwa unsur *when* dan *where* memiliki frekuensi penggunaan yang lebih rendah ketimbang lebih memperhatikan dan menyertakan informasi waktu dan tempat dalam *caption*, terutama untuk konten yang memerlukan konteks lebih mendalam seperti penandatanganan MoU atau pengumuman proyek.

Daftar Pustaka

- Abid Prayoga Hutomo, A. K. (2024). *Ragam Praktik Public Relations Dan Riset Virtual*. Nas Media Pustaka.
- Atmoko, d. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Dennis, F. G. (2008). *Bekerja Sebagai News Presenter*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Dessy Kushardiyanti, M. N. (2023). *Praktik & Strategi Manajemen Industri Media Massa (Studi Lapangan Manajemen Industri Media Massa Lokal Wilayah Cirebon)*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Dr. Muhammad Ramdhan, S. M. (n.d.). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Foust, J. C. (2011). *Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web, 3rd ed.* Scottsdale, Ariz: Holcomb Hathaway.
- Hamidah, I. N. (2021). *ANALISIS STRATEGI PENERAPAN PRINSIP JURNALISME ONLINE IDN TIMES SEBAGAI MEDIA DALAM MENYAJIKAN INFORMASI BERITA UNTUK PEMBACA*. Retrieved from <http://eprints.umpo.ac.id/6776/>
- Ismail Ibrahim, S. (2022). *FUNGSI MEDIA MASSA BAGI MASYARAKAT DI DESA MOIBAKEN*.
- Kurniawan, A. (2021). *HUKUM MEDIA MASSA*. In N. I. Andri Kurniawan. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Kusmayadi, I. (n.d.). *Think Smart Bahasa Indonesia*. PT Grafindo Media Pratama.
- Mappanganro, J. (2020). *Jurnalis : apa dan mengapa*. Jariah Publishing Intermedia.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. In R. Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi* (pp. 33, 46). Bandung: Smbiosa Rekatama Media.
- Nuraeni, R. A. (2017). *Jurnalistik Media*. Yogyakarta: Deepublish.

- Nyarwi Ahmad, P. F. (2022). *Jurnalisme Digital*. Nas Media Pustaka.
- Pinem, J. B. (2021). S KEMAMPUAN SISWA MENENTUKAN 5W+1H DALAM TEKS BERITA KELAS V SD NEGERI 064020 MEDAN SUNGGAL TAHUN PELAJARAN 2020/2021. 12-13.
- Priatna, M. R. (2023). Strategi Kreatif Konten Kreator dalam Memproduksi Video di Akun Youtube ANGR.
- Reynaldhia, D. (2024). *Peran Influencer Marketing di Instagram*. Jejak Pustaka.
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendikia.
- Sidiq, A. a. (2017). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (Study Akun @Fuadbakh). 25.
- Sumandra, H. (2020). Penerapan Rumus 5W+1H pada Penulisan Berita dalam Rubrik Kriminal di Media Portal Berita Merdeka.com Tahun 2029.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling*. UNJ PRESS.
- Surveyor Indonesia. (2021). *EMPOWERING GROWTH FOR SUSTAINABLE FUTURE*. Surveyor Indonesia.
- Sya'adah, S. N. (2023). Pemanfaatan Platform Instagram Reels Sebagai Media Kreatif dalam Penyebaran Berita Online: Studi pada Pemberitaan @Detikcom .
- Syuhud, A. F. (2012). *Dasar-dasar Jurnalistik: Cara Mudah Menulis, Membuat Buletin dan Mading*.
- Thaib, E. J. (2021). Problematika Dakwah di Media Sosial. In E. J. Thaib, *Problematika Dakwah di Media Sosial* (p. 8). Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri.
- Ummah, A. H. (2022). *Manajemen Industri Media Massa*. Syiah Kuala University Press.
- Wahono, B. S. (2019). *RAMBU-RAMBU JURNALISTIK (Bagaimana Menulis Berita yang Layak Baca)*. Guapedia.
- Wardhani, P. A. (2013). KARAKTERISTIK ISI PRESS RELEASE PADA ORGANISASI PROFIT, NON PROFIT, DAN PEMERINTAHAN Analisis Isi Perbedaan Press Release Pada Website PT. Indosat, WWF Indonesia, dan Depkominfo. 3.