

ABSTRAK

Praktik kehumasan yang salah satunya adalah publikasi *press release*, dimana dulu Humas perusahaan melakukan publikasi tersebut melalui perantara reporter dan editor pers yang memungkinkan isi dari *press release* tersebut bisa diubah sesuai dengan pandangan editor pers dan yang mengetahui isi dari *press release* tersebut hanya editor pers saja serta tidak ada transparansi ke publik. Sehingga, peran *newsroom* pada *website* resmi perusahaan sangat berperan dalam penyampaian informasi langsung kepada publik dimana *newsroom* mampu mengintegrasikan segala informasi dalam satu *platform*. Dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), penulis berusaha untuk meneliti perbandingan pembingkai berita (*framing*) pada artikel yang diterbitkan humas pada *newsroom* perusahaan maupun media *massa online*. Hasil dari penelitian ini adalah *framing* yang coba dibangun oleh humas perusahaan adalah tentang pengalaman digital (*digital experience*) pengguna, serta produktivitas dan pertumbuhan ekonomi nasional. Sedangkan *framing* yang diambil oleh media *massa online* adalah media tersebut lebih menyoroti tokoh publik Indonesia yang terlibat dalam kegiatan perusahaan.

Kata Kunci : *framing, Indosat, hubungan masyarakat, newsroom, Telkomsel*