

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa

Komunikasi massa salah satu teori komunikasi yang melibatkan banyak komunikan dalam menyebarkan informasi. Komunikasi massa biasa digunakan dalam menyampaikan informasi di masyarakat/ suatu kelompok yang berskala besar menggunakan media yang dapat diakses banyak orang seperti TV, radio, koran, berita *online*, dsb. Pengertian komunikasi massa muncul dari beberapa tokoh, yaitu:

George Gerbner

Dalam kutipannya, ia menjelaskan bahwa komunikasi massa adalah pengemasan dan penyampaian pesan yang berbasis teknologi dan media komunikasi institusi bersifat berkesinambungan dengan cakupan terluas dan paling umum dalam masyarakat industri.

Janowitz

Dalam penjelasan Janowitz, komunikasi massa melibatkan lembaga dan metode komunikasi yang digunakan oleh kelompok tertentu dengan memanfaatkan teknologi yang dapat mencakup khalayak yang luas, beragam dan acak, seperti pers, radio, koran, TV dan sebagainya.

John R. Bittner

Menurut John R. Bitter, komunikasi massa adalah proses menyampaikan pesan melalui media yang dapat menjangkau dan ditujukan kepada audiens yang luas.

Jay Black dan Frederick C. Whitney

Komunikasi massa adalah proses menciptakan pesan yang diperuntukkan secara massal untuk disebarkan kepada halayak yang luas, anonim dan beragam.

Onong Uchjana Effendy

Komunikasi massa ialah metode pengiriman informasi yang menggunakan media diperuntukkan kepada sekelompok orang yang acak yang tidak dapat dijangkau oleh pengirim pesan.

Apriadi Tamburaka

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian informasi kepada khalayak luas melalui media massa dengan tujuan berkomunikasi dan berbagi informasi.

Alex Sobur

Proses dimana komunikator menggunakan pesan dengan cepat dan teratur untuk menyampaikan pesan mereka untuk menginformasikan, mempengaruhi, atau mempromosikan perubahan untuk populasi yang beragam (Hadi, Wahjudianata and Indrayani, 2020).

Tujuan penggunaan komunikasi massa adalah mengirimkan pesan secara bersamaan atau satu kali mengirim kepada *audience* yang luas tanpa perlu mengirimnya satu persatu atau berulang kali dengan konteks pesan yang sama dengan menggunakan teknologi yang dapat diakses oleh luas secara gratis, namun dapat memiliki risiko yang krusial jika pemaknaan pesan yang khalayak terima tidak sama dengan pesan yang ingin pengirim sampaikan. Sistem penyebaran informasi yang menggunakan komunikasi massa bersifat serentak (pesan yang diterima oleh komunikan secara bersamaan) dan tidak dilakukan secara langsung oleh komunikator (bertatap muka) maka kemungkinan akan menimbulkan beberapa hambatan dalam penyampaian informasi tersebut sehingga dapat menimbulkan diskomunikasi yang sebagaimana informasi yang diberikan benar menjadi tidak benar karena perbedaan pendapat atau pengertian saja. Faktor yang dapat menghambat yaitu:

Faktor individu

Pada faktor individu yang berperan penting dalam mengolah informasi terletak pada pemikiran psikologi individu itu sendiri. Faktor eksklusif seseorang ikut menentukan proses yang akan terjadi. Faktor-faktor ini termasuk selektif, perhatian, persepsi selektif, kegembiraan selektif, motivasi dan pengetahuan, keyakinan, pendapat, nilai dan kebutuhan, kepribadian dan pengaturan diri.

Faktor sosial

Memang sangat sulit untuk membedakan antara faktor pribadi dan sosial, karena semua faktor mempengaruhi efek dan batas-batasnya sangat sempit, tetapi itu tidak berarti bahwa mereka tidak dapat dibedakan. Perbedaan yang sangat signifikan dalam faktor sosial terletak pada kelompok usia dan jenis kelamin seseorang, dan faktor-faktor ini mempengaruhi penentuan kelompok mana mereka berasal. Dengan kata lain, jenis

kelamin dan usia mempengaruhi proses penerimaan informasi dari media massa. (Kustiawan *et al.*, 2022)

B. Resepsi

Komunikasi massa pastinya akan menimbulkan efek yang berbeda-beda pada setiap orangnya, karena informasi yang dikonsumsi oleh massa tidak dapat kita atur menghasilkan kesimpulan yang sama, akan menimbulkan berbagai perspektif yang berbeda-beda. Seperti kata Stuart Hall, terdapat dua hal yang dapat mempengaruhi penyampaian suatu pesan, decoding dan encoding. (Utami and Herdiana, 2021). Decoding adalah proses menerjemahkan atau menafsirkan pesan-pesan yang didapatkan menjadi suatu bentuk teks yang berisi informasi bagi penerima decoding, penerima pesan akan menafsirkan pesan dan diterjemahkan menjadi informasi. Decoding merupakan proses mengubah dan menafsirkan isi pesan yang diterima menjadi pendapat yang di setujui penerima dan sangat dipengaruhi oleh latar belakang pengalaman penerima. Encoding adalah proses penafsiran simbol/pesan menjadi sebuah bentuk informasi, seperti serangkaian teks dan gerak tubuh, yang disusun untuk menyampaikan pesan kepada penerima (*receiver*). Hambatan dalam komunikasi sering muncul saat proses decoding, karena penerima menafsirkan pesan berdasarkan latar belakang dan tujuan pesan tersebut. Menurut Stuart Hall khalayak dapat dibagi menjadi 3 posisi dalam memaknai/ memahami pengkodean pesan yang diberikan, 3 posisi itu adalah : dominan-hegemonis, negosiasi, dan oposisional. Menurutnya, interpretasi yang dibuat oleh publik dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori sebagai berikut:

Dominant-hegemonic position, yaitu khalayak yang menerima dan memproses kode pesan dari berita itu sesuai dengan pemaknaan yang diberikan komunikator, sehingga mereka berada dalam posisi yang sama dengan komunikator. Dalam situasi ini, audiens menerima dan berpegang pada makna yang disampaikan oleh media.

Negotiated position, yaitu khalayak yang menerima informasi yang diberikan namun tidak secara menyeluruh diterima/ disetujui, mereka akan memaknai keseluruhan isi pesan dengan nilai – nilai yang telah dipegangnya, namun bisa saja terjadi pertentangan pada isi atau mengubahnya sesuai dengan cara pandang, pengalaman, dan minat. Posisi ini menunjukkan adanya pertentangan pada pesan yang diterima.

Oppositional position, yaitu, interpretasi khalayak terhadap isi pesan dengan mengembangkannya dengan pemahamannya yang berbeda dengan komunikator berikan.

Penolakan terjadi ketika khalayak berada dalam sisi sebaliknya yang berlawanan dari simbol-simbol yang diberikan, menyebabkan mereka menolak pesan tersebut. Pada situasi ini, khalayak dapat memberikan makna kode yang berbeda (Hardyanti, 2019).

Posisi resepsi tersebut dihasilkan berdasarkan proses *encoding - decoding* yang dimana dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor dari setiap orang. Cara orang memahami teks-teks pesan dapat berbeda-beda, tergantung pada konteks sosial yang melatarbelakangi mereka seperti nilai budaya, latar sosial, dan pengalaman pribadi, dalam penelitian ini bisa juga dipengaruhi oleh latar belakang ideologis organisasi. Setiap kelompok individu membawa pengalaman dan cara pandang tersendiri, sehingga satu teks/ pesan bisa dimaknai dengan cara yang berbeda dan punya pengaruh yang beragam dalam kehidupan sehari-hari. Teori resepsi mementingkan pendapat khalayak, sebab khalayaklah yang akan menghasilkan asumsi di masyarakat dan keberhasilan pesan ditangkap baik antara kesesuaian isi pesan dan hasil dari pesan itu sendiri, persepsi khalayak yang bisa berubah-ubah terhadap suatu pesan yang direspons akan mempengaruhi keberhasilan pemaknaan kode suatu pesan. Menurut Fiske, pemanfaatan teori analisis resepsi digunakan sebagai alat untuk mengamati khalayak yang tidak terlihat hanya pasif saja tapi mempunyai andil sendiri dalam menghasilkan kesimpulan dari berbagai konsep konten yang ditawarkan media (Hawari, 2019).

Semakin sering dan intensif terpapar media diterima khalayak, semakin besar kemungkinan pesan akan diterima secara dominan, tetapi juga bisa menimbulkan penolakan jika bertentangan dengan pengalaman dan nilai - nilai yang telah dipegang. Dilihat dari uraian jenis-jenis pemaknaan khalayak oleh Stuart Hall, dalam pemberitaan Rohingya ini peneliti akan melihat dari ke 5 kelompok pemikir Islam yang telah di pilih berdasarkan kriteria penelitian akan berada di kelompok dominan, negosiasi atau oposisi. Dengan berpegang pada nilai-nilai dan visi misi kelompok pemikir Islam yang telah ada, mereka akan merespons pemberitaan yang beredar dengan menyaring berita tersebut sesuai nilai-nilai yang telah mereka pegang, jika berada di posisi negosiasi tidak secara langsung menolak pemberitaan yang diberikan media. Peneliti akan menggunakan organisasi Islam yang berada di Malang, tidak dipungkiri bahwa di Malang sangat beragam organisasi Islam di masyarakat, dapat dilihat dari banyaknya kontribusi organisasi Islam terhadap pembinaan keimanan, sosial, pendidikan, dan dakwah di kalangan masyarakat, khususnya mahasiswa dan generasi muda. Tidak dapat dipungkiri juga bahwa organisasi-organisasi Islam pastinya memiliki cabang di setiap daerahnya,

seperti IPNU (Ikatan Pelajar Nahdatul Ulama), IPPNU (Ikatan Pelajar Putri Nahdatul Ulama), Hizbul Wathan, IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah), KAMMI (Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia).

C. Pemberitaan

Pemberitaan merupakan proses penyusunan dari berita yang akan disampaikan dengan melibatkan pengumpulan informasi, pengeditan isi pesan yang akan diinformasikan, dan menyajikannya dalam berbagai platform seperti surat kabar, siaran radio ataupun melalui media online (Zain, 2017). Pemberitaan dapat berupa tulisan, visual (gambar, video) ataupun suara saja. Dalam ilmu jurnalistik, berita dibagi menjadi beberapa jenis. Pembagian dikelompokkan menurut isi berita yang dipublikasikan meliputi proses memperoleh, menyusun dan menyajikan data/informasi, jika berita ditulis secara ringkas, berisi informasi tentang peristiwa yang apa adanya dan sering diperdebatkan dengan hangat, atau berisi informasi terbaru tentang sesuatu/peristiwa, maka berita tersebut termasuk ke dalam jenis berita *Straight New*.

Berita paling *update*, berkualitas, serta memiliki nilai (bobot) merupakan jenis berita *Hard News*, termasuk berita tentang peristiwa yang bersifat khusus atau tidak diharapkan terjadi secara tiba-tiba atau tidak diharapkan terjadi.

Jenis berita yang dikaitkan dengan berita utama adalah dukungan dari berita asli, atau berita yang tidak serius dan menarik adalah jenis *Soft News*.

Jenis berita lainnya adalah *interpretative news* yaitu berita langsung yang dilengkapi dengan informasi tambahan seperti opini atau penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Depth news atau berita mendalam menyajikan berita yang berisi informasi mendalam mengenai suatu peristiwa.

Investigation News merupakan berita yang ditulis berdasarkan hasil penyelidikan yang dilakukan secara khusus untuk peristiwa dengan suatu kepentingan yang menyangkut beberapa pihak atau kepentingan umum, misalnya untuk membongkar tindakan penyelewengan fasilitas umum yang merugikan masyarakat.

Kemudian ada *Opinion News* berisi pendapat beberapa informan tentang suatu peristiwa yang sedang terjadi. Berita ini biasanya bersumber dari beberapa pengamat ahli

mengenai isu peristiwa yang dibahas, opini mahasiswa ataupun masyarakat umum. *Opinion News* dapat ditemukan dalam berbagai bentuk, seperti editorial surat kabar, kolom opini, artikel esai, dan komentar. Selain di media cetak, berita opini juga banyak disajikan di platform digital seperti blog, situs berita, dan media sosial.

Comprehensive news adalah berita yang berisi laporan tentang fakta-fakta suatu peristiwa yang sepenuhnya diamati.

Feature Story yaitu berita yang menginformasikan fakta-fakta yang dapat menarik minat baca komunikan, penulis akan mengumpulkan informasi bisa dari peristiwa yang sedang ramai di perbincangkan ataupun khasiat dari mengkonsumsi makanan. Contohnya manfaat dari mengkonsumsi sayur-sayuran dengan vitamin A.

Yang terakhir ada jenis berita *Editorial Writing* akan secara khusus ditulis sebagai representasi dari pandangan organisasi sosial. Hasil dari ide-ide ini diuji menjelang sesi opini publik. Dengan demikian, penulis editorial tidak atas namanya tetapi atas nama surat kabar, majalah, stasiun radio ataupun televisi. (Ivony, 2017)

Dalam membuat berita, media massa akan mengumpulkan informasi peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi dan menyeleksi, memilih isu yang sedang ramai di masyarakat, perbincangan yang hangat di Masyarakat pasti merupakan informasi yang menarik dan media akan berfokus pada peristiwa tersebut untuk dijadikannya berita, cara tersebut juga merupakan salah satu cara menentukan agenda senting dalam pemberitaan. Seperti di freming dengan cara membingkai berita yang lebih berkesan, seperti berita akan di buat secara luas yang didalamnya melibatkan makna sejarah, politik, dan budaya didalamnya (Pinontoan and Wahid, 2020).

D. Kelompok pemikir Islam

Pemikiran yang tercetus oleh tokoh-tokoh Islam yang berpedoman pada nilai – nilai Islam akan tetap dimaknai sebagai pemikiran Islam baik dari yang berasal dari Arab ataupun diluar itu. Tidak ada perbedaan antara pemikiran yang dicetuskan oleh Imam Syafi’i, Imam al-Bukhari, Muhammad Asad an-Namsawi atau Abul A’la al-Mawdudi, meskipun memiliki keragaman pada setiap tokoh. Pemikiran Islam ada dua macam, yaitu pemikiran yang berkaitan dengan akidah dan pemikiran yang berkaitan dengan hukum syara yang bersifat praktis, seperti jihad dan shalat. (Abdullah, 2003)

Dalam perkembangan Islam kontemporer pemikiran Islam memiliki beragam kelompok, diantaranya adalah 3 kelompok berikut:

- (1) Fundamentalistik, seperangkat ide yang kami yakini sepenuhnya sebagai satu-satunya alternatif bagi Islam untuk pemulihan kemanusiaan dan kemanusiaan. Fokus utama mereka adalah menghidupkan kembali Islam sebagai agama, budaya dan peradaban, dengan kembali kepada al-Quran dan al-sunah dan menyuarakannya untuk mempraktikkan ajaran Islam seperti apa yang telah dipraktikkan Rasul dan khulafa al-râsyidîn. Sunnah-sunnah Rasul harus diterapkan dalam kehidupan modern, itu menjadikan inti dari kebangkitan Islam.
- (2) Tradisionalistik (salaf), kelompok pemikiran yang berusaha untuk berpegang teguh pada tradisi-tradisi yang telah stabil. Bagi kelompok ini, seluruh persoalan umat telah dibicarakan secara tuntas oleh para ulama pendahulu, sehingga tugas mereka saat ini hanya menyatakan kembali apa yang pernah dikerjakan pendahulunya. Kelompok tradisional mempertahankan tradisi sampai pada seluruh salaf al-shâlih namun tidak menolak pencapaian modernitas, karena apa yang dihasilkan oleh modernitas, sains dan teknologi, bagi mereka, tidak lebih dari apa yang pernah dicapai umat Islam pada masa kejayaan dahulu.
- (3) Reformistic, yaitu kelompok pemikiran yang berupaya menyusun kembali warisan peninggalan budaya Islam dengan memberikan gagasan baru dengan harapan gagasan tersebut dapat diterima di kehidupan yang modern ini. Munculnya gagasan tersebut dilatar belakangi karena menurut kelompok ini, umat Islam sesungguhnya telah mempunyai budaya dan tradisi yang bagus dan mapan, agar tidak tergerus oleh perkembangan jaman maka perlu adanya penambahan/ dibangun kembali tradisi-tradisi yang telah ada. (M. Abid *et al.*, 2003)

Tabel 1 - Kelompok Pemikir Islam

Tradisionalistik (Salaf) Meskipun mereka tetap terbuka terhadap perkembangan zaman, mereka lebih menekankan pada pengamalan tradisi	Reformistik Upaya organisasi dalam memperbarui dan memperkuat tradisi yang ada, sambil tetap	Fundamentalistik Fokus mereka adalah kembali kepada ajaran Al-Quran dan As-Sunah, serta mempraktikkan Islam sebagaimana yang
--	---	---

yang telah diajarkan oleh ulama pendahulu, seperti tahlilan, sholawatan, dan manaqiban.

- IPNU
- IPPNU

mempertahankan nilai-nilai dasar Islam.

- Hizbul Wathan
- IMM

dicontohkan oleh Rasulullah dan Khulafa Al-Rasyidin.

- KAMMI

Pengelompokan kelompok Islam ini berdasarkan pengertian-pengertian yang telah dijelaskan di atas tentang kelompok-kelompok pemikir Islam dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan seputar kebijakan dan rutinitas kelompok Islam mereka.

Tabel 2 - Kelompok Pemikir Islam

	Aktivitas rutin pada internal dan eksternal organisasi	Nilai/ Tujuan
IPNU dan IPPNU	<ul style="list-style-type: none"> - Sholawat - Manaqiban - Ziarah kubur - Slametan - Pitonan 	Nilai Nahdliyyah, cenderung berpikir dalam konteks keislaman Indonesia.
IMM dan HW	<ul style="list-style-type: none"> - Kajian kultural (kemuhammadiyah, keilmuan, kemasyarakatan) - Kegiatan kemasyarakatan oleh setiap bidang 	Pelangsung dan penyempurna gerakan dakwah Muhammadiyah.
KAMMI	<ul style="list-style-type: none"> - Madrasah klasikal - Mentoring - Tablig/ kajian - Harakatul amal - Harakah Da'wah 	Gerakan yang berorientasi kepada aksi real dan sistematis yang dilandasi gagasan konsepsional yang berdasar AL-Qur'an dan Sunnah mengenai

reformasi dan
pembentukan
masyarakat Islami
(berperadaban).

Di Indonesia sendiri memiliki beberapa kelompok pemikir Islam yang tergabung dalam beberapa organisasi masyarakat (ormas), terdapat 10 ormas yang populer di kalangan masyarakat Indonesia yaitu Nahdatul Ulama, Muhammadiyah, Al Irsyad, Al Islamiyah, Al Washliyah, Wahdah Islamiyah, Hidayatullah, Alkhairat, Mathla'ul Anwar, Persatuan Islam, Nahdatul Wathan, dll (Rahmat Fajar, 2023).

Keberadaan Islam di Indonesia merupakan salah satu topik analisis/ studi kasus yang menarik untuk diteliti, sebagai negara yang memiliki keberagaman organisasi masyarakat, pasti setiap organisasi memiliki orientasi yang berbeda-beda dan visi misi yang berbeda pula walaupun berada dalam satu payung yaitu Islam. Sebagai contoh di Indonesia terdapat 2 organisasi besar pemikir Islam yaitu NU dan Muhammadiyah, ormas NU yang telah memiliki cap organisasi dengan pemikiran tradisional baik dari mempertahankan tradisi kajian, pemikirannya serta gerakannya, penyebaran anggota/ pengikutnya yang meluas dari pengikut yang mempertahankan tradisi/ nilai-nilai leluhur hingga yang liberal, dalam isi kajian kitab kuning hingga pada kajian keislaman yang liberal menjelaskan keberagaman cara pendekatan keislaman. Ormas Muhammadiyah dengan pemikiran modernnya tidak menjadikan representasi dari organisasi Islam Indonesia yang modernis. Menurut Abdul Munir Mulkan, dalam anggota Muhammadiyah terdapat empat tipe hubungan sosial didalamnya, yaitu: Muhammadiyah Puritan, Muhamadiyah Toleran, Muhammadiyah NU dan Muhammadiyah abangan. (Zulkarnain, 2011)

E. Penelitian terdahulu

Tabel 3 - Penelitian Terdahulu

	Penelitian Terdahulu 1	Penelitian Terdahulu 2
Nama peneliti	Krisna Octavianus Dwiputra	Winda Hardyanti
Jenis karya	Jurnal	Jurnal

Tahun penelitian	2021	2019
Judul penelitian	Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com	Penerimaan Khalayak Terhadap Tayangan Infotainment Tentang Fenomena Artis Lepas Jilbab (Studi Pada Mahasiswi Muslimah di Malang Berdasarkan Kelompok Sosial)
Teori	Teori resepsi	Teori identitas Teori encoding-decoding
Metode penelitian	Analisis resepsi	Analisis resepsi
Hasil penelitian	Pemberitaan COVID-19 di Klikdokter.com diterima dengan cukup baik. Mayoritas informan berada dalam <i>negotiated reading</i> , menerima sebagian informasi tetapi tetap kritis, sementara sebagian lainnya dalam <i>dominant reading</i> , sepenuhnya mempercayai berita tersebut. Informan memiliki literasi media yang baik, lebih fokus pada isi berita daripada sensasi, serta mampu memverifikasi informasi. Tingkat pendidikan berpengaruh, di mana lulusan SMA cenderung dalam <i>dominant reading</i> , sedangkan yang berpendidikan lebih tinggi lebih kritis dalam <i>negotiated reading</i> .	Subyek penelitian memiliki beragam cara dalam menerima makna yang ditawarkan oleh media terkait keputusan Rina Nose melepas jilbabnya. Subyek BN dan CP termasuk dalam kategori <i>dominant hegemonic reading</i> , di mana mereka sepakat dengan media bahwa keputusan tersebut adalah hal yang memprihatinkan dan salah. Responden IM berada dalam kategori <i>negotiated reading</i> , yang menerima sebagian makna yang ditawarkan media, tetapi juga mengakui bahwa keputusan tersebut adalah hak pribadi. Sementara itu, responden DR masuk dalam kategori <i>oppositional reading</i> , yang menolak pandangan media dan

	berpendapat bahwa keputusan tersebut tidak seharusnya dinilai negatif oleh Infotainment. Perbedaan penerimaan makna ini dipengaruhi oleh faktor latar belakang seperti pendidikan agama dalam keluarga, pengalaman pribadi dalam berjilbab, serta pengaruh dari kelompok sosial mereka.
Persamaan	Kedua penelitian sama-sama menggunakan analisis resepsi untuk memahami bagaimana khalayak menerima dan menafsirkan pesan yang disampaikan oleh media. Dalam kedua penelitian, terdapat informan yang tidak sepenuhnya menerima informasi secara pasif, tetapi bersikap kritis dengan berada dalam <i>negotiated reading</i> , yang menunjukkan bahwa khalayak tidak selalu menerima informasi media secara mentah.

Penelitian yang dilakukan oleh Krisna Octavianus Dwiputra pada tahun 2021 mengenai analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan COVID-19 di Klikdokter.com menunjukkan bahwa pemberitaan tersebut diterima dengan cukup baik oleh masyarakat. Mayoritas informan berada dalam kategori *negotiated reading*, di mana mereka menerima sebagian informasi namun tetap bersikap kritis terhadap isi berita, sementara sebagian lainnya berada dalam *dominant reading*, yang sepenuhnya mempercayai pemberitaan tersebut. Informan yang terlibat dalam penelitian ini menunjukkan literasi media yang baik, lebih fokus pada isi berita daripada sensasi, serta mampu memverifikasi informasi yang mereka terima. Selain itu, tingkat pendidikan juga memengaruhi cara penerimaan mereka terhadap berita, di mana lulusan SMA lebih cenderung berada dalam *dominant reading*, sementara individu dengan tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung bersikap lebih kritis dalam *negotiated reading*.

Penelitian yang dilakukan oleh Winda Hardyanti pada tahun 2019 mengenai penerimaan khalayak terhadap tayangan *infotainment* tentang fenomena artis lepas jilbab, dengan studi pada mahasiswi Muslimah di Malang berdasarkan kelompok sosial, menunjukkan bahwa subjek penelitian memiliki beragam cara dalam menerima makna

yang ditawarkan oleh media terkait keputusan Rina Nose melepas jilbabnya. Subjek BN dan CP termasuk dalam kategori *dominant hegemonic reading*, di mana mereka sepakat dengan media bahwa keputusan tersebut merupakan hal yang memprihatinkan dan salah. Sementara itu, responden IM berada dalam kategori *negotiated reading*, yang menerima sebagian makna yang ditawarkan media tetapi juga mengakui bahwa keputusan tersebut adalah hak pribadi. Di sisi lain, responden DR masuk dalam kategori *oppositional reading*, yang menolak pandangan media dan berpendapat bahwa keputusan tersebut tidak seharusnya dinilai negatif oleh infotainment. Perbedaan dalam penerimaan makna ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pendidikan agama dalam keluarga, pengalaman pribadi dalam berjilbab, serta pengaruh dari kelompok sosial mereka.

Perbedaan pada penelitian saat ini yaitu topik yang diangkat adalah pemberitaan Rohingya, peneliti mengambil pemberitaan-pemberitaan yang terkesan negatif dan memojokkan pengungsi Rohingya. Pada penelitian pertama peneliti fokus pada bagaimana masyarakat menerima informasi medis tentang COVID-19, penelitian ke dua fokus pada bagaimana mahasiswa Muslimah memahami fenomena artis melepas jilbab berdasarkan latar belakang sosial mereka dan penelitian saat ini bagaimana penerimaan kelompok pemikiran Islam terhadap pemberitaan Rohingya. Kesamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini ketiga penelitian menggunakan teori resepsi sebagai pendekatan utama dalam menganalisis penerimaan khalayak terhadap media. Semua penelitian berfokus pada bagaimana khalayak memahami dan menerima informasi dari media, dengan mengelompokkan mereka dalam tiga kategori: *dominant reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading* sesuai dengan model Stuart Hall. Ketiga penelitian menyoroti bahwa latar belakang individu, seperti tingkat pendidikan, kelompok sosial, dan pemikiran ideologi, mempengaruhi bagaimana seseorang menerima pesan media. Semua penelitian mengindikasikan adanya penerimaan yang beragam terhadap media dan menunjukkan bahwa tidak semua khalayak menerima informasi secara mentah, melainkan ada proses seleksi dan penilaian kritis terhadap konten yang dikonsumsi. Pada penelitian ke 2 terdapat persamaan pada subjek penelitian yang sama-sama meneliti khalayak Islam.