

Keutuhan Wacana dalam Infografik Kementerian Kesihatan Malaysia Berhubung Pandemik Covid-19 Menerusi Instagram *Berita Harian*

NUR AMIRAH CHE SOH
Universiti Sains Islam Malaysia

ABSTRAK

Kajian keutuhan makna wacana dalam infografik Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) berhubung pandemik Covid-19 menerusi Instagram *Berita Harian* bertujuan untuk merungkai elemen wacana yang terdapat dalam setiap infografik tersebut. Hal ini secara tidak langsung membuktikan keupayaan bidang bahasa dalam membantu menangani penularan wabak ini. Secara umumnya, tidak dapat dinafikan bahawa bahasa adalah alat penyampaian yang sangat penting dalam penyebaran maklumat. Kemajuan masa kini menerusi aplikasi yang boleh dimuat naik terus ke telefon bimbit menjadikan penyampaian informasi lebih mudah dan cepat. Namun demikian, informasi daripada institusi awam selalunya melalui proses penyuntingan terlebih dahulu sebelum dimuat naik di mana-mana saluran media sosial. Hal ini kerana, penyampaian informasi menerusi media sosial ini akan disaksikan oleh masyarakat secara berbilang bangsa dan usia. Oleh hal yang demikian, bentuk infografik hendaklah mudah difahami dan meninggalkan kesan dalam kalangan masyarakat agar nilai kebersamaan dalam menangani wabak ini dapat dipupuk. Bagi tujuan menganalisis infografik daripada KKM yang telah dimuat naik menerusi laman Instagram *Berita Harian*, kajian ini akan mengaplikasikan Teori Analisis Wacana oleh Normaliza Abd Rahim. Pengaplikasian teori ini akan dibincangkan melalui tiga elemen yang terdapat dalam wacana, iaitu kandungan, konteks dan andaian. Hasil kajian mendapati bahawa ketiga-tiga elemen terdapat dalam infografik yang direka oleh KKM menerusi Instagram *Berita Harian*.

Kata kunci: *Instagram, infografik, wacana, Covid-19, makna.*

The Significance of the Discourse in the Malaysian Ministry of Health's Announcement of Covid-19 Pandemic Via Instagram *Berita Harian*

ABSTRACT

This study aims to discover the discourse elements contained in the Ministry of Health's (KKM) infographic of the Covid-19 pandemic via *Berita Harian's* Instagram account. This indirectly proves the language's ability to help deal with the outbreak. It is undeniable that language is very important in the dissemination of information, more so as new technology and advancements such as the various applications online allows information to be directly shared, making information easier and faster to be disseminated. However, information from public institutions often goes through an editing process before being uploaded to any social media account. This is because, since the information will be seen by society, there is a need to ensure that the infographic is easy to be understood and meaningful so that the value of togetherness in addressing this outbreak can be inculcated. For the purpose of analyzing the graphic info from the KKM via *Berita Harian Instagram*, this study will apply Theory of Discourse Analysis by Normaliza Abd Rahim. The application of this theory will be discussed through three elements of the discourse, namely content, context and assumption. The results showed all three elements were reflected in the COVID-19 infographic created by the KKM and consequently published in *Berita Harian's* Instagram account.

Keywords: *Instagram, infographic, discourse, Covid-19, meaning.*

PENGENALAN

Menurut Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM), Coronavirus (CoV) merupakan salah satu keluarga virus yang menyebabkan pelbagai penyakit bermula daripada selesema sehinggalah ke penyakit yang lebih teruk seperti MERS-CoV dan SARS-CoV. Novel Coronavirus pula merujuk pada spesies baharu yang sebelum ini tidak pernah ditemui dalam badan manusia. World Health Organization (WHO) pula menyifatkan CoV sebagai penyakit berjangkit yang boleh berlaku melalui cecair yang keluar daripada rongga mulut apabila bersin ataupun batuk (Covid-19 Malaysia, t.th.). Tambahan lagi, WHO juga menyatakan bahawa CoV ini boleh mengganggu saluran pernafasan sehingga menyebabkan kematian.

Covid-19 dipercayai yang bermula di wilayah Hubei, Wuhan, dikatakan berpunca daripada pemakanan haiwan eksotik dan telah merebak ke seluruh pelusok dunia. Penularan virus yang membimbangkan seluruh rakyat dunia telah melumpuhkan beberapa sistem negara baik dari segi ekonomi dan pembangunan. Statistik terkini daripada WHO menunjukkan penularan virus Covid-19 melibatkan 184 negara, daerah serta jajahan yang terlibat dengan kes jangkitan sebanyak 267, 013 kes dan kes kematian sebanyak 11,201 (diakses pada 21 Mac 2020). Malaysia pula secara khususnya telah mencatatkan 1183 kes dan 8 kematian sehingga 22 Mac 2020 pada jam 9.00 pagi. Peningkatan kes penularan wabak ini amat membimbangkan negara sehingga Perdana Menteri Malaysia, Tan Sri Muhyiddin Yassin telah mengumumkan Perintah Kawalan Pergerakan (seterusnya PKP) bermula 18 Mac sehingga 12 Mei 2020. PKP ini juga ditegaskan lagi oleh Yang di-Pertuan Agong Al-Sultan Abdullah Ri'ayatuddin Al-Mustafa Billah Shah pada 20 Mac 2020 setelah membuat tinjauan di jalan raya dan mendapati bilangan kenderaan yang masih banyak. Usaha kerajaan ini memerlukan kerjasama semua pihak bagi menangani penularan virus yang semakin berleluasa.

Usaha menangani virus Covid-19 sebenarnya melibatkan kerjasama semua pihak dalam memutuskan rantai wabak berjangkit ini, dan ini termasuk cara yang efektif untuk menyampaikan maklumat kepada orang ramai.

Penyiaran infografik adalah salah satu strategi yang digunakan oleh KKM untuk memaparkan maklumat tentang COVID-19. Ia sesuai kerana penggunaan Instagram meliputi pelbagai lapisan masyarakat (Sharul, Normah & Shahrul Nazmi, 2020). Oleh itu, pemanfaatan medium ini oleh KKM menerima sambutan daripada khalayak masyarakat. Pemberian maklum balas secara langsung menggalakkan respons masyarakat terhadap usaha kerajaan dalam menangani wabak berbahaya ini. Di samping itu, Sharul, Normah dan Shahrul Nazmi (2020) berpendapat bahawa penyampaian maklumat menerusi Instagram yang boleh menggunakan paparan visual seperti infografik menjadikan maklumat yang disampaikan lebih interaktif dan berinformasi.

Oleh itu, peranan bahasa Melayu sebagai wadah penyampai, dan dalam hal ini berfokus kepada infografik, yang disiarkan dalam media perlu difahami sepenuhnya oleh masyarakat khalayak agar maklumat yang disampaikan dapat difahami. Salah satu cara untuk memahami maklumat yang disebarkan adalah melalui kajian analisis wacana.

Analisis Wacana atau *discourse analysis* merupakan satu bidang kajian yang meliputi keseluruhan aspek bahasa, budaya dan makna yang terkandung di dalamnya. Menurut Johnstone (2018), kajian analisis wacana ini sebenarnya menjurus kepada struktur atau peraturan kelakuan komunikasi yang berlaku dalam kehidupan seharian. Skop kajian wacana boleh bermula dengan satu ungkapan sehinggalah sebuah teks lengkap.

Terdapat pelbagai pengertian wacana yang telah dijelaskan oleh sarjana Barat dan juga tempatan. Kajian analisis wacana dimulakan oleh sarjana Barat dan wacana merupakan unit linguistik yang lebih besar daripada klausa atau ayat yang mempunyai suatu idea yang jelas dan teratur (Idris & Kamila, 2016; Normaliza, 2019). Setelah tercetusnya kajian analisis wacana berdasarkan teks, kajian wacana mula berkembang sehingga para pengkaji menggunakan data perbualan lisan sebagai bahan perbincangan. Wacana melibatkan penutur dengan pendengar (wacana lisan) atau penulis dengan pembaca (wacana tulisan). Kajian analisis wacana boleh dibahagikan kepada bentuk lisan dan tulisan dan kajian wacana secara tulisan boleh terdapat dalam bentuk teks manakala kajian wacana bentuk lisan boleh didapati dalam bentuk perbualan.

Kajian ini akan meneliti wacana dalam bentuk teks bertulis yang diperolehi daripada akaun Instagram *Berita Harian*. Tumpuan kajian adalah terhadap sepuluh infografik oleh KKM yang dimuat naik oleh *Berita Harian* melalui laman Instagram miliknya. Penggunaan bahasa dalam media Instagram ini akan dibincangkan berdasarkan tiga elemen wacana menerusi Teori Analisis Wacana oleh Normaliza (2019), iaitu kandungan, konteks dan andaian serta aspek semantik yang menjelaskan lagi makna yang terdapat dalam maklumat yang ingin disampaikan menerusi infografik.

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif kajian ini ialah:

1. Mengenal pasti elemen kandungan, konteks dan andaian dalam infografik KKM menerusi Instagram *Berita Harian*.
2. Membincangkan elemen kandungan, konteks dan andaian dalam infografik KKM menerusi Instagram *Berita Harian*.

SOROTAN KAJIAN LEPAS

Kajian Wacana

Pelbagai kajian wacana telah dilakukan oleh pengkaji Barat dan tempatan. Antaranya, kajian oleh Azean, Ahmad Mahmood dan Shahril Nizam (2019), Wan dan Suhaila (2019), Azrizan dan Karim (2019), Mohd Faizal et al. (2019), dan Normaliza (2019).

Azean, Ahmad Mahmood dan Shahril Nizam (2019) telah menumpukan bual bicara menerusi televisyen sebagai data kajian. Perbincangan kajian ini menjurus pada pola pasangan berdampingan yang berlaku dalam wawancara televisyen. Pengkaji mendapati pola pasangan berdampingan amat penting dalam sesebuah wawancara televisyen kerana membantu kelancaran bual bicara dan juga menunjukkan persefahaman di antara peserta perbualan.

Wan dan Suhaila (2019) dalam kajiannya telah menghubungkaitkan kesantunan Melayu dengan dalil al-Quran dan hadis. Hasil dapatan kajian telah dibincangkan dengan mengemukakan empat jenis strategi yang dikemukakan dalam al-Quran dan hadis bagi memupuk kesantunan berbahasa apabila berbicara. Azrizan dan Karim (2019) pula telah mengkaji tentang kata eksklusif dialek Kelantan menerusi bual bicara. Bual bicara tersebut diperolehi daripada aplikasi WhatsApp yang ditulis oleh golongan remaja, khususnya. Penggunaan dialek Kelantan yang menyeluruh dalam aplikasi tersebut menjadikan kajian ini membincangkan lakuan bahasa yang bersifat semula jadi. Hasil dapatan kajian dipaparkan dengan menyenaraikan perkataan eksklusif yang digunakan oleh pengguna menerusi aplikasi tersebut.

Mohd Faizal et al. (2019) telah mengkaji strategi komunikasi Rasulullah terhadap kaum Badwi dan Ansar. Pengaplikasian Teori Tindak Tutur untuk menghuraikan strategi komunikasi yang digunakan oleh baginda Rasulullah dalam menjawab segala persoalan yang dikemukakan oleh kedua-dua kaum ini. Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa Rasulullah lebih cenderung menggunakan bentuk kiasan semasa menjawab segala kemusykilan yang diajukan. Kajian Normaliza (2019) yang menumpukan pada strategi komunikasi dalam perbualan kanak-kanak telah membincangkan 16 jenis strategi komunikasi yang berlaku. Antara strategi komunikasi yang terdapat dalam perbualan kanak-kanak ialah singkatan, perkataan baharu tiada makna, penafian, percanggahan, persoalan, pengulangan, perujukan, pembetulan sendiri, topik berlainan, pengabaian mesej, celahan, penangguhan, terjemahan literal, pelbagai bahasa (frasa/ayat), pertukaran bahasa (kosa kata), imaginasi dan kesopanan. Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa kanak-kanak lebih cenderung menggunakan singkatan semasa berbual dan juga kerap mengulang frasa atau perkataan yang sama dalam ujaran.

Covid-19

Beberapa kajian yang telah dilakukan oleh para pengkaji Barat khususnya daripada negara China yang berfokus pada penularan virus Covid-19. Antaranya, kajian oleh Bai et al. (2020) telah membincangkan tentang penyebaran virus Covid-19 melalui kontak rapat dengan pesakit yang telah disahkan positif Covid-19. Pengkaji juga turut memaparkan graf yang menunjukkan kontak rapat pesakit yang berpotensi tinggi untuk dijangkiti virus tersebut. Huraian pada graf juga menunjukkan bahawa tanda-tanda awal kontak rapat yang mula dijangkiti sehinggalah disahkan positif virus tersebut.

Seterusnya, kajian oleh Pan et al. (2020) juga telah membincangkan Covid-19 sebagai virus yang bermula di China dan mengganggu saluran pernafasan. Kajian ini turut menunjukkan tahap pesakit mula dijangkiti bermula pada hari pertama sehingga ke hari empat belas yang menunjukkan kesan ketara. Pada masa yang sama, pengkaji juga turut menyenaraikan kaedah rawatan yang dilakukan ke atas pesakit sebelum disahkan positif virus Covid-19.

Kajian oleh Liu et al. (2020) menyenaraikan dalam bentuk angka berkenaan jangkitan yang berlaku mengikut daerah dan tarikh. Penularan ini dihuraikan dengan kaedah Matematik, iaitu mencatat jumlah penularan wabak dalam satu tempoh tertentu. Walau bagaimanapun, kajian daripada Barat lebih menjurus pada bidang perubatan dan statistik berlakunya jangkitan dalam suatu kawasan ataupun daerah. Hal ini secara umumnya, menunjukkan bahawa kajian Barat tidak tertumpu pada aspek bidang bahasa sedangkan bahasa memainkan peranan penting dalam mengawal pergerakan dan secara tidak langsung mencegah penularan wabak. Pada masa yang sama, penggunaan media sosial yang agak terbatas di negara China juga menyebabkan maklumat lebih bersifat formal dan tidak mesra pengguna.

Instagram

Kajian berkenaan aplikasi Instagram dalam kalangan remaja telah pun dilakukan oleh Nur Hidayu, Nur Syuhada dan Ahmad Marzuki (2019). Pengkaji berpendapat bahawa golongan remaja amat cenderung untuk menggunakan aplikasi Instagram untuk berhubung, memuat naik gambar dan juga mendapatkan maklumat. Hal ini selaras dengan kenyataan Ayutiani dan Putri (2018) bahawa Instagram merupakan media penyampaian informasi. Penyampaian

maklumat yang lebih santai dan ringkas mendorong remaja untuk mengakses aplikasi ini sebagai bahan rujukan. Walau bagaimanapun, menerusi dapatan kajian, pengkaji berpendapat bahawa aplikasi Instagram ini membawa kesan baik dan buruk kepada pengguna khususnya golongan remaja.

Manakala kajian oleh Kencana (2019) pula telah mengkaji laras bahasa dalam perniagaan menerusi aplikasi Instagram. Pengkaji mendapati bahawa, para peniaga cenderung untuk menggunakan kata adjektif yang bersifat positif untuk menarik perhatian pelanggan. Selain itu, para peniaga juga didapati menggunakan percampuran kod dalam memuat naik iklan di laman Instagram masing-masing. Hasil dapatan kajian, peniaga menerusi Instagram lebih bermatlamatkan penjualan barangan berbanding ketepatan bahasa yang menjadi medium dalam penyampaian.

Emma dan Wan (2017) juga mengkaji kesan pengaruh dalam kalangan selebriti terhadap pembedahan plastik menerusi paparan laman Instagram. Pengkaji mendapati bahawa pendedahan yang terlalu terbuka oleh golongan selebriti secara tidak langsung mempengaruhi masyarakat untuk melakukan pembedahan tersebut tanpa memikirkan risiko pembedahan. Keterbukaan ini dikatakan mempengaruhi masyarakat kerana jumlah pengikut laman Instagram yang mencecah ratusan ribu. Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa paparan sedemikian di laman Instagram yang berpengaruh secara tidak langsung memberikan galakan kepada para pengikut Instagram tersebut untuk melakukan tindakan yang sama.

Ketiga-tiga kajian ini mempunyai persamaan dari sudut pemanfaatan data daripada laman Instagram, namun demikian tumpuan kajian berbeza di antara satu sama lain. Nyatanya, akaun Instagram diakses oleh pelbagai lapisan masyarakat dan keberkesanan mesej perlu diteliti daripada aspek pemilihan kosa kata dan juga pemilihan pola ayat.

KAEDAH KAJIAN

Kerangka teori yang akan digunakan dalam kajian ini ialah Teori Analisis Wacana oleh Normaliza (2019). Menurut teori ini, tiga elemen yang terdapat dalam penganalisan wacana ialah kandungan, konteks dan andaian. Berikut merupakan Jadual 1 yang menunjukkan ringkasan Teori Analisis Wacana;

Jadual 1: Teori Analisis Wacana (Normaliza, 2019)

Kandungan	Konteks	Andaian
1. Tema	1. Tatabahasa 2. Latar 3. Emosi	1. Pendapat 2. Perujukan 3. Persoalan

Kandungan dalam analisis wacana, menurut teori ini, ialah tema yang merupakan tunjang asas dalam penghasilan sesuatu wacana. Tema utama bagi sesebuah wacana juga akan mencetuskan beberapa sub tema lain yang saling berhubung kait. Konteks pula merupakan elemen dalam wacana yang memberi tumpuan kepada tatabahasa, latar dan emosi. Tatabahasa dalam wacana meliputi penggunaan kosa kata, struktur ayat dan juga setiap komponen dalam ayat. Manakala latar mengikut konteks Teori Analisis Wacana ini merujuk pada latar tempat, latar masa dan juga latar masyarakat. Seterusnya emosi dianalisis dengan mengambil kira perasaan yang timbul berdasarkan teks wacana tersebut. Elemen terakhir, iaitu andaian pula dibahagikan kepada pendapat, perujukan dan persoalan. Selain itu, pemilihan data kajian akan dilakukan dengan hanya berfokuskan kepada infografik oleh

Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) berkenaan pandemik ini yang dimuat naik di laman Instagram *Berita Harian*.

Meskipun akaun Instagram *Berita Harian* turut menyiarkan infografik yang direka oleh Bernama dan *Berita Harian* sendiri, pengkaji memilih untuk fokus kepada hantaran berdasarkan infografik dari KKM dalam *Berita Harian* untuk melihat dari aspek latar, seperti yang dikemukakan oleh Normaliza (2019). Oleh hal yang demikian, pengkaji memilih 10 infografik terawal KKM yang dihantar di akaun Instagram *Berita Harian* dan meneliti komen pengguna *Instagram* terhadap infografik tersebut.

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Usaha KKM dalam mencegah penularan wabak Covid-19 memerlukan sokongan daripada kesemua pihak. Oleh hal yang demikian, bentuk infografik yang dimuat naik di Instagram *Berita Harian* adalah salah satu bentuk penyampaian yang lebih segera dan mudah kepada golongan masyarakat. Walaupun sidang media berkenaan wabak ini dilakukan setiap hari, namun penyiaran infografik secara berterusan ini amat perlu bagi memastikan kesedaran dalam kalangan masyarakat dapat dipertingkatkan lagi. Oleh itu, bahagian ini akan mengenal pasti dan membincangkan infografik yang dihasilkan oleh KKM bermula dari awal penularan wabak Covid-19, iaitu pada 23 Januari 2020 hingga 18 Februari 2020 di akaun Instagram *Berita Harian*.

Kandungan

Kandungan merupakan elemen yang penting dalam sesebuah wacana. Menurut Teori Analisis Wacana oleh Normaliza (2019), kandungan meliputi bentuk teks, tema, sampel atau bahan dan juga jenis penyampaian. Oleh hal yang demikian, pengkaji telah menyenaraikan kandungan wacana yang terdapat dalam infografik daripada KKM yang dimuat naik menerusi *Instagram* *Berita Harian*.

Jadual 2: Kandungan dalam Infografik Covid-19

Judul	Teks	Tema	Sampel/ Bahan	Jenis
Novel Coronavirus (2019-nCoV)	Infografik	Kesihatan	Fakta penting tentang coronavirus.	Deskriptif
Langkah-langkah melindungi diri anda	Infografik	Kesihatan	3 langkah melindungi diri.	Deskriptif
Langkah-langkah kesiapsiagaan dan respon KKM	Infografik	Kesihatan	9 langkah kesiapsiagaan.	Deskriptif
Novel Coronavirus (2019-nCoV)	Infografik	Kesihatan	Fakta penting tentang coronavirus, jumlah keseluruhan kes.	Deskriptif
Coronavirus pada manusia	Infografik	Kesihatan	Keluarga virus	Deskriptif
Novel Coronavirus (2019-nCoV)	Infografik	Kesihatan	Fakta penting, jumlah keseluruhan kes, negara terlibat.	Deskriptif
Kes positif Novel Coronavirus (2019-nCoV) di Malaysia	Infografik	Kesihatan	Senarai pesakit.	Deskriptif
Corona Virus Disease 19	Infografik	Kesihatan	Jumlah keseluruhan kes, negara terlibat.	Deskriptif
Covid-19 Situasi Terkini	Infografik	Kesihatan	Jumlah kes di wad dan discaj.	Deskriptif
Langkah Pencegahan Covid-19 di Pusat Beli-Belah	Infografik	Kesihatan	Langkah pencegahan.	Deskriptif

Jadual 2 menunjukkan senarai kandungan yang dipaparkan dalam sepuluh infografik oleh KKM yang dimuat naik menerusi laman Instagram *Berita Harian*. Penggunaan judul yang sesuai dalam infografik memainkan peranan penting dalam memastikan pengguna mendapat gambaran awal tentang mesej yang cuba disampaikan. Ke kerapannya usaha kerajaan dalam menyampaikan maklumat secara informatif ini membantu meningkatkan lagi pemahaman masyarakat terhadap penularan wabak Covid-19 yang sedang melanda negara.

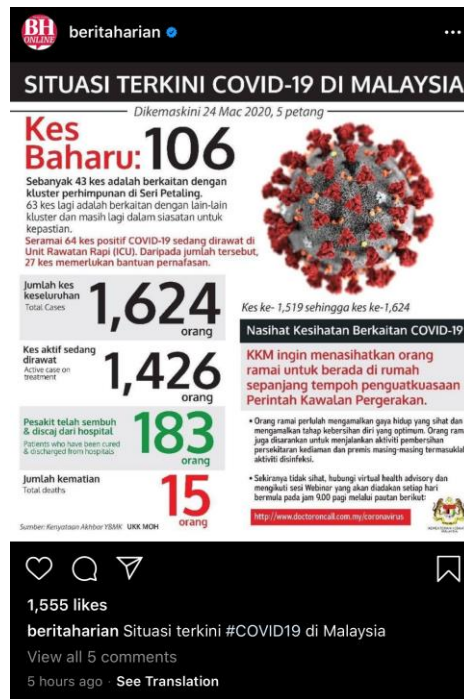
Infografik mengenai penularan wabak Covid-19 ini mula dipaparkan dalam media pada 23 Januari 2020. Setiap infografik yang dikeluarkan oleh KKM bertemakan kesihatan seperti jumlah kes positif, cara melindungi diri dan langkah pencegahan. Penyampaian maklumat dalam bentuk infografik memudahkan pengguna laman Instagram kerana ia adalah lebih ekonomi dan ringkas.

Walau bagaimanapun, dalam menyampaikan informasi, kriteria pengguna laman Instagram yang terdiri daripada pelbagai kaum dan umur juga perlu diambil kira untuk memastikan keberkesanan dalam menyampaikan maklumat. Oleh sebab itu, berdasarkan kesemua infografik yang dimuat naik menerusi laman Instagram *Berita Harian*, paparan maklumat didapati menggunakan bahasa yang mudah difahami, ayat yang ringkas serta bantuan imej yang berkaitan, agar pengguna jelas akan mesej yang disampaikan.

Peranan ketiga-tiga aspek ini menguatkan lagi keutuhan makna dalam penyampaian dan menjadikan pengguna tidak merasakan ianya fakta semata-mata. Kandungan maklumat bersifat mesra pengguna dengan penggunaan istilah-istilah yang tidak terlalu bombastik dan saintifik seperti virus, dicaj dan kesiapsiagaan yang membantu pembaca faham mesej yang ingin disampaikan. Pemilihan kosa kata amatlah penting dalam memastikan mesej yang ingin disampaikan mencapai kehendak KKM. Jika kandungan mesej terlalu bersahaja maka masyarakat akan kurang prihatin akan kebersamaan dalam mengawal wabak Covid-19. Mesej yang santai tetapi ada unsur ketegasan amatlah penting bagi menunjukkan bahawa kerajaan serius dalam menangani wabak ini. Namun demikian, mesej tersebut juga tidak keterlaluan sehingga menimbulkan rasa panik dan cemas dalam kalangan masyarakat. Oleh sebab itu, pemilihan kosa kata amat penting supaya masyarakat faham akan peranan individu dalam menangani wabak tersebut.

Selain itu, kandungan infografik didapati selaras dengan judul bagi setiap infografik yang telah dimuat naik. Hal ini menunjukkan bahawa, setiap infografik mempunyai fokus utama dalam penyampaian maklumat yang bergantung kepada judul utama. Judul dalam infografik adalah usaha untuk meningkatkan lagi pemahaman dalam kalangan pengguna Instagram.

Misalnya infografik berjudul Covid-19 Situasi Terkini dalam Rajah 1 memaparkan maklumat tentang jumlah pesakit yang dirawat dan juga telah discaj.



Rajah 1: Infografik KKM - Covid-19 Situasi Terkini
Sumber: Instagram Berita Harian

Al Fathan dan Aminudin (2021) berpendapat bahawa pengguna akan cenderung membaca isi kandungan infografik apabila judul yang digunakan menarik perhatian pengguna laman *Instagram*. Oleh sebab itu, judul amat memainkan peranan penting kerana tumpuan pertama pengguna adalah terhadap judul infografik yang menggunakan saiz huruf yang lebih besar berbanding maklumat lain. Gambaran awal ini amat penting sebagai daya penarik pengguna untuk mendapatkan maklumat yang lebih lanjut ataupun mengabaikan maklumat yang ingin disampaikan seperti mana yang diperkatakan oleh Normaliza (2019).

Selaras dengan dapatan di atas, dapatlah dinyatakan bahawa wacana yang digunakan dalam infografik - infografik tersebut berbentuk deskriptif. Hal ini kerana, kandungan wacana dalam infografik KKM mempunyai hubungkait di antara judul dengan tema dan bentuk penyampaian. Selaras dengan kenyataan Idris (2010), wacana yang digunakan dalam infografik adalah bertujuan sebagai makluman kepada masyarakat dan ini adalah teknik yang telah diadaptasi oleh KKM dalam menyebarkan maklumat berkaitan Covid-19 di Malaysia.

Konteks

Konteks dalam situasi ini lebih menjurus pada tatabahasa, latar dan emosi yang terkandung dalam wacana. Jadual 3 merupakan senarai konteks yang berlaku dalam sepuluh infografik KKM menerusi *Instagram Berita Harian*. Senarai dalam Jadual 3 dibahagikan mengikut komponen dalam konteks agar perbincangan lebih menyeluruh dan terperinci.

Jadual 3: Konteks dalam Infografik Covid-19

Judul	Tatabahasa	Latar	Emosi
Novel Coronavirus (2019-nCoV)	Penggunaan ayat yang ringkas dan mudah difahami dengan paparan grafik yang berkaitan.	23 Januari 2020	Santai (1217 tanda suka)
Langkah-langkah melindungi diri anda	Penggunaan ayat yang ringkas dan mudah difahami dengan paparan grafik yang berkaitan.	25 Januari 2020	Pesanan (1998 tanda suka)
Langkah-langkah kesiapsiagaan dan respon KKM	Penggunaan ayat yang ringkas dan mudah difahami dengan paparan grafik yang berkaitan.	26 Januari 2020	Peringatan (864 tanda suka)
Novel Coronavirus (2019-nCoV)	Penggunaan ayat yang ringkas dan mudah difahami dengan paparan grafik yang berkaitan.	28 Januari 2020	Peringatan (1751 tanda suka)
Coronavirus pada manusia	Penggunaan ayat yang ringkas dan mudah difahami dengan paparan grafik yang berkaitan.	1 Februari 2020	Amaran (1833 tanda suka)
Novel Coronavirus (2019-nCoV)	Penggunaan ayat yang ringkas dan mudah difahami dengan paparan grafik yang berkaitan.	2 Februari 2020	Amaran (1252 tanda suka)
Kes positif Novel Coronavirus (2019-nCoV) di Malaysia	Penggunaan ayat yang ringkas dan mudah difahami dengan paparan grafik yang berkaitan.	7 Februari 2020	Amaran (3647 tanda suka)
Corona Virus Disease 19	Penggunaan ayat yang ringkas dan mudah difahami dengan paparan grafik yang berkaitan.	13 Februari 2020	Tegas (2429 tanda suka)
Covid-19 Situasi Terkini	Penggunaan ayat yang ringkas dan mudah difahami dengan paparan grafik yang berkaitan.	18 Februari 2020	Santai (916 tanda suka)
Langkah Pencegahan Covid-19 di Pusat Beli-Belah	Penggunaan ayat yang ringkas dan mudah difahami dengan paparan grafik yang berkaitan.	18 Februari 2020	Santai (827 tanda suka)

Jadual 3 menunjukkan tatabahasa dalam infografik KKM menggunakan ayat yang lebih mudah dan ringkas. Hal ini kerana, paparan menerusi Instagram yang lebih terhad menyebabkan maklumat perlu diringkaskan sebaik mungkin agar tiada bahagian yang tergantung atau tidak jelas. Pada masa yang sama, seramai 56% pengguna internet terdiri daripada golongan muda kerana lebih menggemari maklumat yang lebih ringkas dan segera kerana paparan maklumat sebegini tidak memerlukan masa yang panjang untuk dibaca dan difahami (Malaysian Communications and Multimedia Commission, 2020). Dapatan ini selaras dengan perbincangan dalam kajian oleh Nur Hidayu, Nur Syuhada dan Ahmad Marzuki (2019) yang menyatakan golongan muda merupakan pelopor pada teknologi media sosial yakni Instagram.

Ini bermakna kaedah yang digunakan oleh KKM, iaitu dengan menggunakan ayat yang ringkas dan padat, adalah sesuai dengan ciri yang dikehendaki oleh pengguna Instagram. Selain itu, terdapat pelanggaran hukum tatabahasa tetapi ia dilakukan untuk menyampaikan maklumat dengan menggunakan bahasa yang paling mudah difahami dan tidak menimbulkan sebarang kekeliruan.

Seterusnya, latar yang menjadi tumpuan dalam kajian ini ialah latar masa. Latar masa dicatatkan berdasarkan tarikh infografik dimuat naik menerusi laman Instagram *Berita Harian*.

Pada peringkat permulaan, KKM seolah-olah memperkenalkan virus Covid-19 kepada masyarakat. Penyaluran maklumat daripada badan yang berautoriti seperti KKM meyakinkan lagi masyarakat akan cara pencegahan virus ini. Selain menyatakan gejala yang dialami apabila dijangkiti virus ini, ianya secara tidak langsung membantu masyarakat dalam mengenali simptom virus Covid-19. Oleh hal yang demikian, penyampaian maklumat menerusi infografik ini selaras dengan konteks wacana, iaitu intipati yang dipaparkan berkaitan dengan judul bagi setiap infografik.

Komponen emosi juga menjadi sebahagian kriteria yang diambil kira dalam konteks wacana. Emosi menjurus pada ciri perasaan yang terkandung dalam wacana. Berdasarkan infografik, emosi dalam wacana tidak ketara sebagaimana dalam wacana perbualan ataupun penceritaan. Walau bagaimanapun, emosi wacana dalam infografik boleh dibezakan dengan penggunaan warna. Infografik pada 23 Januari 2020 berkenaan Covid-19 hanya menggunakan warna hitam tetapi pada 2 Februari 2020 telah menunjukkan penggunaan warna merah. Menurut Litosseliti dan Sunderland (2002), warna dalam wacana juga berperanan sebagai sumber yang menghasilkan makna yang lebih efektif. Perbezaan dari segi jumlah pengguna yang memberikan tanda suka pada infografik tersebut juga berbeza yakni menunjukkan pertambahan sebanyak 35. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahawa masyarakat mulai peka dan memahami akan kepentingan memiliki ilmu berkenaan penularan wabak Covid-19.

Terdapat perbezaan jumlah tanda suka bagi setiap infografik yang dimuat naik menerusi laman Instagram *Berita Harian*. Hal ini kerana, setiap infografik mempunyai tumpuan yang berbeza. Infografik yang mencatatkan jumlah tanda suka yang paling tinggi sepanjang 23 Januari 2020 sehingga 18 Februari 2020 berjudul *Kes positif Novel Coronavirus (2019-nCoV) di Malaysia*, iaitu sebanyak 3647 tanda suka. Jumlah tanda suka ini juga secara tidak langsung menunjukkan bahawa pengguna Instagram *Berita Harian* membaca dan menyaksikan maklumat yang ingin disampaikan oleh KKM..

Makna yang boleh difahami menerusi infografik ini ialah virus Covid-19 sudah terdapat di Malaysia dan masyarakat perlu berjaga-jaga kerana pesakit boleh terdiri daripada sesiapa sahaja dalam kalangan mereka. Paparan data pesakit yang menunjukkan negara, umur, jantina dan hospital pesakit dirawat membuktikan bahawa KKM amat mengambil berat akan situasi penularan wabak ini walaupun masih pada tahap yang terkawal. Jika dibandingkan dengan infografik yang mencatatkan jumlah tanda suka yang tertinggi dengan infografik yang mencatatkan tanda suka paling sedikit, iaitu sebanyak 827 terdapat perbezaan pada tumpuan maklumat. Infografik yang mencatatkan jumlah tanda suka paling sedikit berjudul *Langkah Pencegahan Covid-19 Di Pusat Beli-Belah* yang dimuat naik pada 18 Februari 2020. Pada waktu ini, Perintah Kawalan Pergerakan masih belum dijalankan oleh kerana kes jangkitan masih lagi dalam kadar yang paling minima. Situasi ini menunjukkan bahawa kadar jangkitan di pusat beli-belah tidak seperti mana jangkitan melalui kontak rapat pesakit. Oleh hal yang demikian, terdapat kemungkinan yang masyarakat mengambil mudah isu tersebut kerana infografik yang dimuat naik sebelumnya menunjukkan jangkitan kes positif adalah berpunca daripada kontak rapat dengan pesakit. Secara umumnya, jumlah tanda suka pada setiap infografik di laman Instagram *Berita Harian* menunjukkan persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap situasi penularan Covid-19 di negara seperti mana yang telah dinyatakan oleh Susanti dan Rahmawati (2021).

Andaian

Elemen yang terakhir dalam Teori Analisis Wacana oleh Normaliza (2019) ialah andaian. Andaian dibahagikan kepada tiga komponen, iaitu pendapat, perujukan dan persoalan. Pendapat dalam bahagian ini merujuk pada maklum balas yang dikemukakan pada ruangan komen oleh pengguna *Instagram* terhadap infografik yang dimuat naik menerusi *Instagram* Berita Harian. Perujukan dalam infografik oleh KKM pula merujuk pada grafik sebagai objek yang digunakan bagi meningkatkan lagi kefahaman masyarakat akan penularan Covid-19. Seterusnya, persoalan merupakan soalan yang ditimbulkan untuk mendapatkan kepastian akan maklumat yang dipaparkan menerusi laman *Instagram*.

Jadual 4: Andaian dalam Infografik Covid-19

Judul	Pendapat	Perujukan	Persoalan
Novel Coronavirus (2019-nCoV)	4 pendapat daripada pengguna laman <i>Instagram</i>	Grafik yang berkaitan seperti individu sedang batuk, sentuhan tangan dan haiwan liar.	1 persoalan daripada pengguna laman <i>Instagram</i>
Langkah-langkah melindungi diri anda	4 pendapat daripada pengguna laman <i>Instagram</i>	Grafik berkaitan seperti memakai penutup mulut, haiwan dan mendapatkan rawatan di klinik.	-
Langkah-langkah kesiapsiagaan dan respon KKM	2 pendapat daripada pengguna laman <i>Instagram</i>	Grafik berkaitan seperti saringan di lapangan terbang, doktor, hospital, sampel pesakit dan keperluan <i>PPE</i> .	-
Novel Coronavirus (2019-nCoV)	8 pendapat daripada pengguna laman <i>Instagram</i>	Grafik berkaitan seperti angka kes, sentuhan tangan, haiwan dan amalan batuk yang betul.	-
Coronavirus pada manusia	4 respons daripada pengguna laman <i>Instagram</i>	Grafik berkaitan tentang jenis virus.	-
Novel Coronavirus (2019-nCoV)	11 pendapat daripada pengguna laman <i>Instagram</i>	Grafik berkaitan angka kes, senarai negara terlibat, sentuhan tangan, haiwan dan amalan batuk yang betul.	-
Kes positif Novel Coronavirus (2019-nCoV) di Malaysia	58 pendapat daripada pengguna laman <i>Instagram</i>	Grafik berkaitan seperti bendera negara pesakit yang dijangkiti.	-
Corona Virus Disease 19	30 pendapat daripada pengguna laman <i>Instagram</i>	Grafik berkaitan angka kes, senarai negara terlibat, sentuhan tangan, haiwan dan amalan batuk yang betul.	-
Covid-19 Situasi Terkini	1 pendapat daripada pengguna laman <i>Instagram</i>	Grafik berkaitan seperti individu memakai penutup mulut dan hidung serta angka kes.	-
Langkah Pencegahan Covid-19 di Pusat Beli-Belah	2 pendapat daripada pengguna laman <i>Instagram</i>	Grafik berkaitan seperti eskalator, troli, lift dan tombol pintu.	-

Jadual 4 menunjukkan senarai andaian yang terdapat dalam sepuluh infografik yang dimuat naik menerusi Instagram *Berita Harian*. Berdasarkan kesepuluh-sepuluh infografik oleh KKM yang dimuat naik menerusi *Instagram* Berita Harian, kesemua infografik mendapat maklum balas daripada pengguna laman Instagram. Secara tidak langsung, ini bermakna pengguna Instagram ada merujuk kepada Instagram *Berita Harian* untuk mendapatkan maklumat berkenaan Covid-19. Tambahan lagi, walaupun jumlah yang menyatakan pendapat hanya sebilangan kecil, namun catatan tanda suka pada Jadual 3 jelas menunjukkan pengguna yang membaca sahaja tanpa meninggalkan pendapat. Oleh itu, paparan laman Instagram *Berita Harian* juga dijadikan rujukan masyarakat untuk mendapatkan maklumat terkini berhubung penularan wabak Covid-19. Jika kesemua infografik yang dimuat naik pada awal penularan wabak Covid-19 ini mendapat respons daripada masyarakat, ini menunjukkan bahawa masyarakat mulai sedar akan situasi wabak yang mula tersebar di negara.

Menurut Normaliza (2019), andaian terhadap wacana amat penting untuk memastikan sama ada penyampaian maklumat tersebut difahami ataupun sebaliknya. Berdasarkan Jadual 4 jelas menunjukkan bahawa, pendapat pengguna laman Instagram *Berita Harian* paling dominan pada infografik berkenaan *Kes positif Novel Coronavirus (2019-nCoV) di Malaysia*, iaitu sebanyak 58 pendapat. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan emosi kebimbangan dalam kalangan pengguna apabila kes jangkitan dalam kalangan masyarakat mula meningkat. Terdapat pelbagai bentuk pendapat yang dikemukakan bagi paparan senarai pesakit yang telah dijangkiti. Antara komen yang diberikan adalah seperti *'take noted ni abi, jumlah makin meningkat so outdoor dh xboleh buat masa ni.., behave plz my dear dan kena dok umh ii bahaya lani...Hmmm'*. Faktor kebimbangan ini menggalakkan pengguna laman Instagram *Berita Harian* untuk mengemukakan pendapat masing-masing kerana isu ini turut melibatkan mereka. Hal ini kerana, pesakit tidak boleh dikenal pasti dalam kalangan masyarakat dan juga terdapat sebilangan pesakit yang masih bebas dan kebolehjangkitan boleh berlaku.

Elemen andaian juga mengambil kira aspek perujukan, iaitu objek yang digunakan dalam penyampaian wacana. Penggunaan objek yang berkaitan dalam wacana amat membantu dalam meningkatkan pemahaman pembaca. Menurut Maserah dan Noraini (2016), imej visual dikatakan lebih efektif dan lebih memberi makna daripada seribu perkataan dan memainkan peranan yang amat penting bagi menarik perhatian pengguna. Dalam masa yang sama, objek tersebut juga berperanan sebagai alat yang membentuk hubungan dialektikal antara pewacana dan khalayak.

Oleh hal yang demikian, penggunaan imej sebagai perujukan dalam sebarang jenis kandungan secara tidak langsung akan meningkatkan kefahaman pengguna dan juga mewujudkan kesedaran pengguna terhadap isu yang dibincangkan. Berdasarkan kesepuluh-sepuluh infografik yang dimuat naik menerusi Instagram *Berita Harian*, kesemua infografik mempunyai imej yang berkaitan dengan judul dan sampel atau bahan. Misalnya, setiap infografik memaparkan individu yang memakai penutup mulut dan hidung sebagai langkah pencegahan penularan wabak Covid-19. Paparan imej sebegini dalam perujukan wacana bertujuan untuk menyampaikan mesej bahawa kepentingan pemakaian penutup mulut dan hidung apabila berada di kawasan tumpuan ramai.

Selain itu, lima daripada sepuluh infografik menunjukkan imej tangan bagi menyampaikan mesej tentang amalan kebersihan yang perlu diambil berat dalam kalangan masyarakat. Ke kerapian imej sebegini juga secara tidak langsung menggalakkan masyarakat

mengamalkan tahap kebersihan yang optimum walaupun kekal berada di rumah. Mesej ini menunjukkan usaha KKM dalam membendung penularan wabak ini dari segenap aspek.

KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, keutuhan wacana dalam infografik oleh KKM menerusi Instagram *Berita Harian* memainkan peranan penting dalam menyalurkan mesej kepada masyarakat akan bahayanya wabak Covid-19 yang sedang melanda negara.

Dari aspek wacana, hasil kajian menunjukkan bahawa pengaplikasian Teori Analisis Wacana mampu merungkai penggunaan wacana, dari lensa Normaliza, dalam menyampaikan mesej menerusi infografik. Penggunaan ayat yang lebih ringkas dan mudah menjadikan penyampaian maklumat lebih berfokus dan bermakna. Selain itu, penggunaan imej juga membantu penyampaian mesej agar lebih bermakna dan meninggalkan kesan dalam kalangan pengguna Instagram.

Ketiga-tiga elemen wacana, iaitu kandungan, konteks dan andaian sememangnya berlaku dalam infografik oleh KKM. Oleh hal yang demikian, penyampaian mesej berbentuk infografik dilihat sebagai suatu usaha kerajaan yang tepat, dalam meningkatkan kefahaman tentang wabak Covid-19 dalam kalangan masyarakat dan juga memupuk kebersamaan dalam menangani penularan.

BIODATA

Nur Amirah Che Soh adalah pensyarah di Kolej Genius Insan, Universiti Sains Islam Malaysia.
Emel: nuramirah.chesoh@gmail.com

RUJUKAN

- Al Fathan, R. A., & Aminudin, A. (2021). Strategi tim visual Indozone.id dalam perancangan infografik di media sosial Instagram. *Jurnal Kajian Media*, 5(1). <https://doi.org/gk2j>
- Ayutiani, D. N., & Putri, B. P. S. (2018). Penggunaan akun Instagram sebagai media informasi Wisata Kuliner. *PROfesi Humas*, 3(1), 39-59.
- Azean Idruwani Idrus, Ahmad Mahmood Musanif, & Shahril Nizam Sha'ri. (2019). Turutan ujaran pasangan berdampingan dalam program pengacaraan wanita hari ini. *Jurnal Kesidang*, 4(1), 120-139.
- Azrizan Abu Bakar, & Karim Harun. (2019). Kata-kata eksklusif dialek Kelantan dalam komunikasi kumpulan WhatsApp. *Akademika: Journal of Southeast Asia Social Sciences and Humanities*, 89(1), 15-28.
- Bai, Y., Yao, L., Wei, T., Tian, F., Jin, D. Y., Chen, L., & Wang, M. (2020). Presumed asymptomatic carrier transmission of COVID-19. *JAMA*, 323(14), 1406-1407. <https://doi.org/10.1001/jama.2020.2565>
- Covid-19 Malaysia*. (t.th.) <http://covid-19.moh.gov.my/>
- Dewi Anggrayni, Badrul Redzuan Abu Hassan, & Chang Peng Kee. (2018). Analisis strategi komunikasi ahli parlimen dalam program siaran interaktif di Radio Republik Indonesia dan Radio Elshinta. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(3), 177-191.
- Emma Mohamad, & Wan Chooi Han. (2017). Komunikasi pemimpin pendapat dalam isu pembedahan plastik: Suatu analisis kandungan dalam instagram selebriti media sosial terpilih. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 33(1).
- Idris Aman. (2010). *Analisis wacana*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Idris Aman, & Kamila Ghazali. (2016). *Praktis analisis wacana*. Kuala Lumpur: UM Press.
- Johnstone, B. (2018). *Discourse analysis*. United Kingdom: Wiley Blackwell.
- Juliana Abdul Wahab. (2011). Television talk shows and the public sphere. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 27(2), 29-45.
- Kencana, F. B. (2019). Karakteristik laras bahasa dalam media sosial Instagram. *Jurnal Diksatrasia*, 3(2), 91-110.
- Litosseliti, L., & Sunderland, J. (2002). *Gender identity and discourse analysis*. Amsterdam: John Benjamin Publishing Company.
- Liu, Y., Gayle, A. A., Wilder-Smith, A., & Rocklöv, J. (2020). The reproductive number of COVID-19 is higher compared to SARS coronavirus. *Journal of Travel Medicine*, 27(2). <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa021>
- Malaysian Communications and Multimedia Commission*. (2020). Internet users 2020. <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/IUS-2020-Report.pdf>
- Maserah Shabudin, & Noraini Ibrahim. (2016). Unsur semiotik dalam wacana iklan kecantikan. *Akademika: Journal of Southeast Asia Social Sciences and Humanities*, 86(2), 1-28.
- Mohd Faizal Kamsani, Nurul Asiah Fasehah Muhamad, Rozita Abdullah, Nornajihan Jaafar, & Nor Zulaili Mohd Ghazali. (2019). Tindak tutur perbualan bersama golongan Badwi dan Ansar: Analisa strategi komunikasi Rasulullah. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(3), 334-352.
- Normaliza Abd Rahim. (2019). *Kajian wacana dan strategi komunikasi: Teori dan aplikasi*. Kuala Nerus: Penerbit UMT.

- Nur Hidayu Nordin, Nur Syuhada Mohammad, & Ahmad Marzuki Mohamad (2019). Media sosial dan Instagram menurut Islam. In Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19, Disember 15)* (pp. 277-296). UTM.
- Pan, F., Ye, T., Sun, P., Gui, S., Liang, B., Li, L.,, & Zheng, C. (2020). Time course of lung changes at chest CT during recovery from Coronavirus disease 2019 (COVID-19). *Radiology*, 295(3). <https://doi.org/10.1148/radiol.2020200370>
- Sharul Azim Sharudin, Normah Mustaffa, & Shahrul Nazmi Sannusi. (2020). Peranan infografik dalam meningkatkan kesedaran kesihatan belia daripada perspektif pereka grafik. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(1), 356-368.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89-97. <https://doi.org/f8ghhk>
- Susanti, S., & Rahmawati, T. S. (2021). Humor dan Covid-19: Makna pesan dalam akun Instagram @t_faturohman. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1). <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/article/view/1785>
- Wan Siti Fatimatul Akmal W. Hassan, & Suhaila Zailani @ Ahmad. (2019). Strategi dan panduan kesantunan bahasa menurut perspektif Islam. *Islamiyyat: The International Journal of Islamic Studies*, 41(1), 117-124.