

Laras Bahasa dalam Wacana Infografik Penularan Virus Covid-19 oleh
Kementerian Kesihatan Malaysia menerusi *Instagram* Berita Harian

Language Register in the Graphic Info Discourse of the Transmission of the Covid-19
Virus by the Malaysian Ministry of Health through Berita Harian's Instagram

NUR AMIRAH CHE SOH, NORSAFIZAR MOHD NOOR, NUR YASMIN IZZATI SYAMSUDDIN,
JOEL, LIM YI XUAN, CHAI CHEW WEI, ZHANG KEZE

ABSTRAK

Laras bahasa merupakan satu bidang linguistik yang mengkaji hubungan antara bahasa dan masyarakat. Masyarakat bahasa tidak dapat dipisahkan dengan bahasa yang dijadikan medium dalam seharian. Penularan virus Covid-19 juga merupakan satu situasi yang amat berkait rapat dengan masyarakat sekeliling. Bahkan virus ini telah menjadi isu dunia kerana telah meragut banyak nyawa. Makalah ini akan membincangkan penggunaan laras bahasa dalam infografik oleh Kementerian Kesihatan Malaysia dalam usaha mencegah penularan virus ini. Medium bahasa sebagai wadah penyampaian amat penting dalam memupuk kesedaran dan pemahaman bersama. Oleh itu, kajian linguistik berkenaan infografik ini sangat berguna bagi mewujudkan kefahaman dalam kalangan masyarakat bahasa akan bahaya virus Covid-19. Bagi menjelaskan laras bahasa yang dipaparkan menerusi Instagram Berita Harian, kajian ini akan memanfaatkan pendekatan Halliday (1978). Halliday telah menyenaraikan tiga konsep, iaitu field, mode dan tenor bagi tujuan menjelaskan keperluan sesebuah teks yang akhirnya mencerminkan laras yang digunakan. Justeru itu, kajian ini akan mengenal pasti dan membincangkan konsep laras bahasa dengan pengaplikasian pendekatan oleh Halliday (1978) dan pada masa yang sama turut menyentuh aspek wacana yang berkaitan dengan infografik menerusi Instagram Berita Harian. Hasil kajian ini menunjukkan bahawa field, mode dan tenor terkandung dalam wacana infografik Covid-19 yang dipaparkan menerusi Instagram Berita Harian. Ketiga-tiga komponen ini amat penting dalam penyampaian sesebuah wacana yang bersifat informasi kepada pengguna laman Instagram. Kajian ini memberi nilai tambah pada kajian laras bahasa dan juga kajian berkenaan wacana infografik Covid-19 menerusi Instagram.

Kata kunci: Laras bahasa; Covid-19; Berita Harian; wacana; Instagram

ABSTRACT

Language register is a linguistic field that examines the relationship between language and society. The language community cannot be separated from the language that is the medium of everyday life. The transmission of the Covid-19 virus is also a situation that is closely linked to the surrounding community. Even this virus has become a global issue as it has taken many lives. This study will discuss the use of language adjustments in the graphic info by the Ministry of Health to prevent the spread of the virus. The medium of language is essential in fostering mutual awareness and understanding. Therefore, the linguistic study of this graphic info is very useful in establishing an understanding among the language community of the dangers of the Covid-19 virus. To explain the language register via Instagram Berita Harian, this study will apply Halliday's (1978) approach. Halliday has listed three concepts, namely, field, mode and tenor for explaining the needs of a text that ultimately reflects the language register used. Thus, this study will identify and discuss the language register by applying the approach by Halliday (1978) and at the same time will be explained the discourse aspects related to the graphic info on Instagram Berita Harian. The results of this study show that field, mode and tenor are contained in the discourse of the Covid-19 infographic displayed through Berita Harian's Instagram. These three components are very important in delivering an informational discourse to Instagram users. This study adds value to the language-adjusted study and the study regarding the Covid-19 infographic discourse through Instagram.

Keywords: Language register; Covid-19; Berita Harian; discourse; Instagram

PENDAHULUAN

Laras (*register*) merupakan satu kajian yang telah bermula seawal tahun 1930-an. Perbincangan mengenai laras mula dibincangkan oleh sarjana bahasa misalnya Reid, Straumann, Leech dan Savory. Bahkan terdapat pelbagai pendekatan yang digunakan oleh ahli sarjana tersebut sebagai kaedah untuk membincangkan laras dalam bidang bahasa secara khusus. Pada masa yang sama, terdapat juga sarjana tempatan yang tidak ketinggalan dalam membincangkan aspek laras seperti Asmah Haji Omar, Nik Safiah Karim dan S. Nathesan. Walaupun data yang digunakan oleh sarjana Barat dan tempatan agak berbeza, namun tumpuan perbincangan hampir sama, iaitu menjurus pada aspek kata, klausa, tatabahasa, keindahan bahasa, latar dan ketenunan atau kohesi. Para sarjana bahasa ini juga sependapat bahawa seseorang itu akan menggunakan perlakuan bahasa yang sama dalam situasi linguistik yang sama, tetapi dalam situasi pertuturan atau penulisan yang berlainan, penulis akan menunjukkan perlakuan bahasa yang berbeza bergantung pada situasi sosial yang dihadapinya. Oleh itu, laras bahasa disifatkan kelainan bahasa yang digunakan semasa pengucapan dan juga penulisan dalam menyampaikan sesuatu mesej bergantung pada konteks situasi dan linguistik. Kepentingan laras bahasa ialah sesebuah wacana mempunyai ciri khusus tersendiri dan berbeza dengan wacana lain. Setiap wacana selalunya berbentuk khusus dan menjurus terhadap sesuatu topik atau bidang tertentu.

Menurut Kementerian Kesihatan Malaysia, 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. Kajian telah dilakukan oleh Ciotti et al. (2020) juga menyifatkan bahawa Covid-19 merupakan virus yang berkaitan dengan SARS, iaitu sindrom pernafasan akut teruk. Novel Coronavirus pula merujuk pada spesis baharu yang belum pernah ditemui dalam badan manusia. Pertubuhan Kesihatan Dunia atau *World Health Organization* (WHO) pula menyifatkan CoV sebagai penyakit berjangkit yang boleh berlaku melalui cecair yang keluar daripada rongga mulut apabila bersin atau pun batuk. Tambahan lagi, WHO juga menyatakan bahawa CoV ini boleh mengganggu saluran pernafasan sehingga

menyebabkan kematian. WHO dalam usahanya untuk menghasilkan vaksin bagi merawat CoV ini, masih lagi belum ditemui dan pesakit yang bebas CoV ini akan pulih secara sendiri dengan bantuan ubatan serta rawatan daripada pihak hospital. Covid-19 dipercayai bermula di wilayah Hubei, Wuhan berpunca daripada pemakanan haiwan eksotik dan telah merebak ke seluruh pelosok dunia. Penularan virus yang membimbangkan seluruh 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 dan setakat 17 Februari 2023, kes jangkitan sebanyak 756,581,850 kes dan kes kematian sebanyak 6,844,267 (<https://covid-19.moh.gov.my/terkini> diakses pada 20 Februari 2023). Malaysia pula secara khususnya telah mencatatkan 5,040,821 kes dan 36,955 kematian sehingga 18 Februari 2023. Peningkatan kes penularan wabak ini amat membimbangkan negara sehingga Perdana Menteri Malaysia, Tan Sri Muhyiddin Yassin telah mengumumkan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) bermula 18 Mac sehingga 31 Mac 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 kesemua pihak dalam memutuskan rantaian wabak berjangkit ini. Oleh itu, peranan bahasa Melayu sebagai wadah penyampai, baik dalam pengumuman menerusi media massa dan juga media sosial perlu difahami sepenuhnya oleh masyarakat khalayak agar maklumat yang disampaikan dapat difahami. Penggunaan bahasa dalam medium ini menjurus pada hubungan sosiolinguistik yakni bahasa dan masyarakat. Bahasa yang dibincangkan dalam makalah ini menerusi media sosial, iaitu *Instagram* Berita Harian. Pada masa kini, media sosial juga memainkan peranan penting dalam menyampaikan maklumat dengan kadar segera kepada masyarakat. Penyampaian maklumat menerusi *Instagram* yang boleh menggunakan paparan gambar menjadikan maklumat yang disampaikan lebih interaktif dan berinformasi. Penggunaan bahasa dalam media *Instagram* ini akan dibincangkan dari aspek laras

bahasa, iaitu hubung kait bahasa dengan konteks situasi penyampaian serta aspek wacana yang menjelaskan lagi maklumat yang ingin disampaikan. Tujuan makalah ini ialah mengenal pasti dan membincangkan laras bahasa dalam infografik oleh Kementerian Kesihatan Malaysia menerusi *Instagram* Berita Harian.

Pengumuman Kementerian Kesihatan Malaysia menerusi laman *Instagram* Berita Harian yang disampaikan dalam bentuk infografik merupakan salah satu usaha kerajaan untuk menangani penularan wabak Covid-19. Hal ini selaras dengan kenyataan Nur Amirah Che Soh (2021) yang menyatakan bahawa peranan bahasa Melayu sebagai wadah penyampai, baik dalam infografik menerusi media massa dan juga media sosial perlu difahami sepenuhnya oleh masyarakat khalayak agar maklumat yang disampaikan dapat difahami. Namun demikian, timbulnya persoalan sama ada masyarakat yang mengakses laman *Instagram* memahami mesej yang ingin disampaikan ataupun sebaliknya. Siti Nur Adibah Sabarudin & Aminudin Saimon (2021) juga mengatakan bahawa bahasa bukan sahaja digunakan dalam komunikasi antara manusia secara terus, tetapi turut digunakan dalam pelbagai medium media massa pada masa kini sebagai perantaraan untuk menyampaikan maklumat. Oleh yang demikian, keperluan kajian terhadap penggunaan bahasa dalam infografik Kementerian Kesihatan Malaysia sepatutnya diberikan tumpuan agar penyampaian maklumat lebih efisien dan berkesan kepada masyarakat khalayak supaya selari dengan usaha kerajaan dalam membendung penularan wabak Covid-19.

SOROTAN KAJIAN

Kajian laras bahasa oleh Parnasari (2021) telah menumpukan penggunaan laras bahasa dalam *Facebook* dan berfokuskan pada akaun *Facebook* yang digunakan untuk tujuan perniagaan. Pengkaji mendapat kepentingan dalam melakukan kajian yang berfokuskan pada laras bahasa dan karakteristik sesuatu iklan perniagaan yang digunakan oleh pengguna laman *Facebook*. Hal ini kerana, pengkaji mendapati kelemahan laras bahasa dalam iklan perniagaan secara tidak langsung mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap produk atau barangan yang diiklankan. Pengkaji menggunakan dua data yang berbeza, iaitu perniagaan yang menjual alat bantu

mengajar dan juga perniagaan yang menjual produk kecantikan. Namun, tujuan kajian tidak berfokus pada perbandingan dua produk tetapi lebih tertumpu kepada penggunaan laras bahasa dalam mengiklankan produk. Pengkaji mendapati terdapat kesamaran maklumat semasa peniaga mengiklankan produk tersebut. Pengkaji mencadangkan agar pengiklanan lebih jelas dan bersifat mudah difahami agar tidak timbul persoalan dalam kalangan pembeli.

Selain itu, Ibrahim Abdullah (2021) dalam kajiannya menekankan penggunaan laras bahasa komunikasi dalam proses pengajaran agar penyampaian lebih bermakna. Pengkaji telah menemu bual lapan orang pensyarah bahasa Arab untuk mendapatkan maklumat berkenaan komponen komunikatif yang bersesuaian untuk pengajaran bahasa Arab. Berdasarkan hasil temu bual, pengkaji mendapati terdapat 5 tema yang menyumbang ke arah laras bahasa komunikasi yang akan digunakan dalam kalangan pelajar. Antara lima tema tersebut ialah aktiviti seharian, lokasi dan tempat, geografi, konteks sosial dan budaya. Hasil dapatan kajian ini akhirnya menyumbang kepada penghasilan modul komunikasi bahasa Arab yang telah disesuaikan mengikut budaya dan penggunaan masyarakat di Malaysia khususnya. Tumpuan yang lebih khusus ini secara tidak langsung memudahkan golongan yang ingin berkomunikasi dalam bahasa Arab secara mudah dan berkesan.

Manakala, Siti Nor Atikaf Salleh et al. (2016) pula menumpukan pada laras bahasa sastera dalam novel sasterawan negara, A. Samad Said. Pengaplikasian Teori Retorik Moden dalam mengenal pasti laras bahasa sastera menerusi novel *Hujan Pagi*. Pengkaji mendapati terdapat 9 jenis laras bahasa kreatif yang terdapat dalam novel tersebut. Antaranya, bersifat imaginatif dan figuratif, bahasa hiasan, wacana perlukisan, bahasa baku, sudut pandang orang pertama, bernada puitis, pemilihan diksi, bersifat komunikatif serta bersifat ambigu. Pengkaji mendapati bahawa penggunaan laras bahasa ialah untuk menyampaikan makna dan tujuan puisi dengan lebih berkesan serta mendalam. Secara keseluruhannya, pengkaji menghuraikan aspek laras bahasa dengan memaparkan contoh dalam puisi sasterawan negara dan menganalisis bait kata dan baris dari segi bahasa dan sastera. Hasil dapatan kajian membantu pembaca puisi untuk memahami makna puisi dengan lebih mendalam serta menunjukkan

bahawa sesuatu jenis laras bahasa yang digunakan bertujuan dalam sesebuah karya sastera. Selain itu, kajian oleh Ab Samad Kechot et al. (2012) mengkaji tentang laras bahasa dalam pendidikan muzium. Kajian ini menunjukkan bahawa pentingnya penggunaan laras bahasa yang bersesuaian bagi peranan muzium sebagai salah satu tempat menuntut ilmu. Hal ini kerana, muzium dikunjungi oleh masyarakat khalayak yang pelbagai maka keperluan kepada penggunaan laras bahasa yang umum dan bersifat mesra pengguna. Terdapat 9 laras bahasa dimanfaatkan dalam kajian ini bagi penggunaan setiap sudut dalam muzium yang berfungsi sebagai saluran penyampaian maklumat kepada pengunjung.

Kajian tentang laras bahasa yang telah dilakukan oleh beberapa pengkaji lepas mempunyai objektif dan matlamat kajian yang tersendiri. Misalnya, kajian oleh Parnasari (2021) berfokuskan kepada medium media sosial, iaitu *Instagram*. Walaupun medium kajian ini sama dengan kajian yang akan dilakukan, namun fokus kajian Parnasari (2021) terarah kepada iklan perniagaan, manakala kajian yang akan dilakukan ini akan memfokuskan kepada infografik Covid-19. Kajian Ibrahim Abdullah (2021), Siti Nor Atikaf Salleh et al. (2016) dan Ab Samad Kechot et al. (2012) pula menggunakan laras bahasa sebagai pendekatan kajian bagi data yang berbeza iaitu, menerusi model pengajaran, novel dan pendidikan muzium. Oleh itu, kajian yang berfokuskan laras bahasa infografik perlu dilakukan bagi menambahkan lagi hasil kajian laras bahasa yang berbeza dari sudut wacana menerusi media sosial *Instagram*.

Seterusnya kajian berkenaan Covid-19 yang telah dilakukan oleh para pengkaji 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 terhadap 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. Penuluran ini dihuraikan dengan kaedah Matematik, iaitu mencatat jumlah penuluran wabak dalam satu tempoh tertentu. Walau bagaimanapun, kajian ini lebih menjurus pada bidang perubatan dan statistik berlakunya jangkitan dalam suatu kawasan atau pun 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.

Seterusnya, kajian berkenaan aplikasi *Instagram* dalam kalangan remaja telah pun dilakukan oleh Nur Hidayu Nordin, Nur Syuhada Mohammad & Ahmad Marzuki Mohamad (2019). Pengkaji berpendapat bahawa golongan remaja amat cenderung untuk menggunakan aplikasi *Instagram* untuk berhubung, memuat naik gambar dan juga mendapatkan maklumat. Hal ini kerana, 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 (2012) 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 Mohamad & Wan Chooi Han (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 untuk melakukan tindakan yang sama. Ketiga-tiga kajian ini mempunyai persamaan dari sudut pemanfaatan data daripada laman Instagram, namun demikian tumpuan kajian berbeza antara satu sama lain.

PENDEKATAN KAJIAN

Kajian ini akan memanfaatkan pendekatan Halliday (1978), iaitu:

1. *Field* menerangkan aktiviti yang dijalankan dan tujuan tertentu dalam penggunaan bahasa dan konteks aktiviti
2. *Mode* melibatkan aspek genre dan kata kunci
3. *Tenor* melihat hubungan antara pengguna dalam situasi

Ketiga-tiga konsep ini dikemukakan oleh Halliday bagi membincangkan elemen dalam infografik bagi mewujudkan pemahaman dalam kalangan masyarakat. Hal ini selari dengan data kajian yang memberi tumpuan pada maklumat dalam infografik menerusi Instagram Berita Harian. Keperluan infografik tersebut adalah bertujuan untuk memberi maklumat secara segera dan berinformasi kepada masyarakat. Aplikasi yang lebih mudah dan secara terus kepada masyarakat membolehkan penyampaian mesej lebih berkesan dengan paparan gambar dan ayat yang lebih ringkas. Oleh yang demikian, makalah ini memberi tumpuan terhadap 10 infografik terawal, sumber daripada Kementerian Kesihatan Malaysia dengan mengambil kira jumlah tanda suka dan komen pengguna Instagram terhadap infografik tersebut. Jadual 1 di bawah menunjukkan 10 infografik yang digunakan dalam analisis dan perbincangan.

JADUAL 1. Infografik yang digunakan dalam analisis dan perbincangan

Bil.	Tajuk	Infografik
1	Novel Coronavirus (2019-nCoV)	
2	Langkah-langkah melindungi diri anda	
3	Langkah-langkah kesiapsiagaan dan respon KKM	

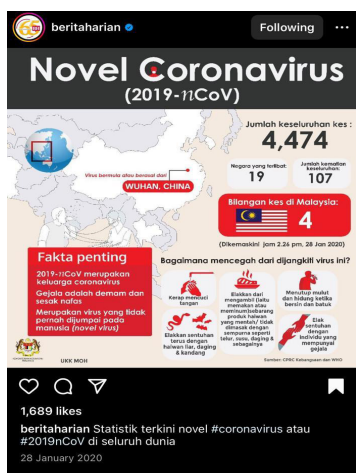
bersambung...

...sambungan

4 Novel Coronavirus (2019-nCoV)



5 Coronavirus pada manusia



6 Novel Coronavirus (2019-nCoV)

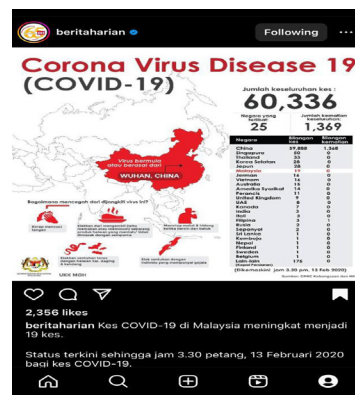


...sambungan

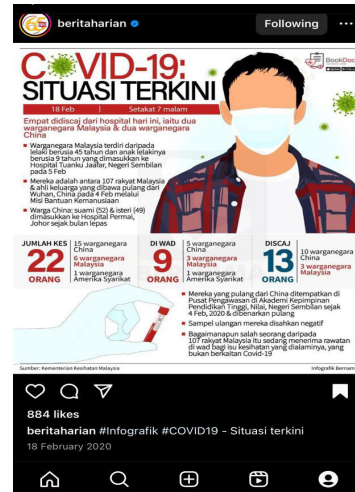
7 Kes positif Novel Coronavirus (2019-nCoV) di Malaysia



8 Corona Virus Disease 19



9 Covid-19 Situasi Terkini



10 Langkah Pencegahan Covid-19 di Pusat Beli-Belah



ANALISIS DAN PERBINCANGAN

Usaha Kementerian Kesihatan Malaysia dalam mencegah penularan wabak Covid-19 memerlukan sokongan daripada kesemua pihak. Oleh yang demikian, bentuk infografik yang dimuat naik di *Instagram* Berita Harian merupakan salah satu bentuk penyampaian yang lebih segera dan mudah kepada golongan masyarakat khususnya. Walaupun, sidang media berkenaan wabak ini dilakukan setiap hari namun 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 Kementerian Kesihatan Malaysia bermula di awal penularan wabak Covid-19, iaitu pada 23 Januari 2020 sehingga 18 Februari 2020 menerusi *Instagram* Berita Harian.

FIELD

Field merupakan kandungan yang terdapat dalam sesebuah teks. Kandungan dalam sesebuah teks wacana amatlah penting bagi menjelaskan lagi tajuk utama. Tajuk utama berperanan sebagai gambaran umum berkenaan isi kandungan yang terdapat dalam teks wacana. Oleh itu, setiap tajuk mestilah berhubung kait dengan isi kandungan yang ingin disampaikan.

Menerusi Jadual 2, terdapat 10 tajuk dan *field* infografik yang telah dicatatkan berdasarkan paparan laman *Instagram* Berita Harian. Infografik mengenai penularan wabak Covid-19 ini dicatatkan bermula pada 23 Januari 2020. Walaupun wabak ini telah tercetus di China pada akhir Disember tahun 2019, namun masih belum terdapat catatan kes di Malaysia. Setiap infografik yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesihatan Malaysia bertemakan kesihatan kerana perbincangan berkenaan wabak mahu pun virus ini mencakupi ruang lingkup perubatan. Jika diperhatikan dalam Jadual 2, penyampaian maklumat dalam bentuk infografik menerusi *Instagram* membolehkan penyampaian maklumat dalam bentuk paparan grafik. Penyampaian dalam bentuk ini lebih memudahkan pengguna laman *Instagram* dan maklumat juga lebih ekonomi dan ringkas. Hal ini selaras dengan kenyataan Ayutiani & Putri (2018) bahawa *Instagram* merupakan media penyampaian informasi. 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.

JADUAL 2. *Field* dalam infografik Covid-19

Bil.	Tajuk	<i>Field</i>
1	Novel Coronavirus (2019-nCoV)	Fakta penting tentang coronavirus
2	Langkah-langkah melindungi diri anda	3 langkah melindungi diri
3	Langkah-langkah kesiapsiagaan dan respon KKM	9 langkah kesiapsiagaan
4	Novel Coronavirus (2019-nCoV)	Fakta penting tentang coronavirus, jumlah keseluruhan kes
5	Coronavirus pada manusia	Keluarga virus
6	Novel Coronavirus (2019-nCoV)	Fakta penting, jumlah keseluruhan kes, negara terlibat
7	Kes positif Novel Coronavirus (2019-nCoV) di Malaysia	Senarai pesakit
8	Corona Virus Disease 19	Jumlah keseluruhan kes, negara terlibat
9	Covid-19 Situasi Terkini	Jumlah kes di wad dan discaj
10	Langkah Pencegahan Covid-19 di Pusat Beli-Belah	Langkah pencegahan

Selain itu, kandungan juga didapati selari dengan tajuk bagi setiap infografik yang telah dimuat naik. Hal ini jelas menunjukkan bahawa, setiap infografik mempunyai fokus utama dalam penyampaian maklumat. Huraian atau olahan bagi setiap infografik bergantung pada tajuk utama. Peranan tajuk dalam infografik sebagai meningkatkan lagi kesan pemahaman dalam kalangan pengguna *Instagram*. Pada masa yang sama, maklumat juga lebih menjurus pada satu-satu ruang lingkup yang lebih khusus. Seterusnya, wacana yang digunakan dalam infografik tersebut merupakan wacana berbentuk deskriptif. Wacana deskriptif merupakan wacana yang bersifat abstrak dan mempunyai hubungan antara satu sama lain. Menurut Idris Aman (2010), wacana deskriptif ialah wacana yang berbentuk pemerihal, penerangan, pemberitahuan atau penggambaran lengkap tentang sesuatu perkara, proses atau peristiwa kepada pihak lain. Selaras dengan kenyataan Idris Aman, wacana yang digunakan dalam infografik adalah bertujuan

sebagai maklumat kepada masyarakat akan penularan wabak Covid-19 dalam negara. Tambahan lagi, kandungan wacana dalam infografik Kementerian Kesihatan Malaysia mempunyai hubung kait antara tajuk dengan *field* dalam penyampaian. Hal ini tidak akan menimbulkan isu kekeliruan dalam kalangan pengguna laman *Instagram* Berita Harian. Sampel dan bahan yang merujuk pada isi kandungan pada judul yang dipaparkan mengelakkan salah faham dalam kalangan penggunan *Instagram*.

MODE

Mode merupakan aspek dalam laras bahasa yang mengambil kira akan kata kunci yang digunakan dalam sesebuah teks wacana. Setiap laras bahasa akan dikenal pasti menerusi penggunaan kosa kata yang khusus bagi mengkategorikan sesebuah teks tersebut mengikut laras bahasa yang sepatutnya. Oleh itu, bahagian ini akan membincangkan penggunaan kata kunci dalam sepuluh infografik Kementerian Kesihatan Malaysia menerusi *Instagram* Berita Harian.

Berdasarkan Jadual 3, *mode* atau kata kunci yang digunakan dalam infografik Kementerian Kesihatan Malaysia lebih menjurus pada laras bahasa kesihatan. Laras bahasa kesihatan ini dalam kategori laras bahasa sains kerana banyak meminjam kosa kata daripada bahasa Inggeris. Walau bagaimanapun, kata pinjaman tersebut telah mantap dalam bahasa Melayu dan membolehkan masyarakat memahami mesej yang cuba disampaikan menerusi infografik. Infografik 1, 2 dan 6 dalam Jadual 1 di atas menunjukkan tajuk yang sama serta kandungan yang hampir sama. Tajuk *Novel Coronavirus (2019-nCoV)* secara tidak langsung menunjukkan bahawa maklumat tersebut mengenai virus yang sedang melanda negara pada masa ini. Segala ciri atau pun perkara yang berkaitan virus tersebut disampaikan dengan ringkas menerusi infografik oleh Kementerian Kesihatan Malaysia. Kata kunci yang digunakan dalam ketiga-tiga infografik tersebut juga menunjukkan persamaan, iaitu virus, gejala dan dijangkiti. Situasi ini jelas menunjukkan bahawa, pengulangan kata dalam penyampaian juga merupakan pesanan yang bertujuan untuk meningkatkan lagi pemahaman terhadap maklumat yang ingin disampaikan. Dalam erti kata lain, pengulangan ini juga menunjukkan betapa pentingnya pemahaman masyarakat tentang virus yang sedang melanda negara.

JADUAL 3. *Mode* dalam infografik Covid-19

Bil.	Tajuk	<i>Mode</i>
1	Novel Coronavirus (2019-nCoV)	<ul style="list-style-type: none"> • Virus • Gejala • Dijangkiti
2	Langkah-langkah melindungi diri anda	<ul style="list-style-type: none"> • Gejala • Wabak • Rawatan
3	Langkah-langkah kesiapsiagaan dan respon KKM	<ul style="list-style-type: none"> • Infeksi • Ubat-ubatan • Ujian pengesanan
4	Novel Coronavirus (2019-nCoV)	<ul style="list-style-type: none"> • Virus • Gejala • Dijangkiti
5	Coronavirus pada manusia	<ul style="list-style-type: none"> • Alfa • Beta • Gama
6	Novel Coronavirus (2019-nCoV)	<ul style="list-style-type: none"> • Virus • Gejala • Dijangkiti
7	Kes positif Novel Coronavirus (2019-nCoV) di Malaysia	<ul style="list-style-type: none"> • Kes • Positif • Hospital
8	Corona Virus <i>Disease</i> 19	<ul style="list-style-type: none"> • Virus • <i>Disease</i> • Dijangkiti
9	Covid-19 Situasi Terkini	<ul style="list-style-type: none"> • Discaj • Wad • Rawatan
10	Langkah Pencegahan Covid-19 Di Pusat Beli-Belah	<ul style="list-style-type: none"> • Jarakkan • Kuman • Disinfeksi

Selain itu, terdapat sebanyak empat kali pengulangan kata *dijangkiti* dalam infografik yang dipaparkan menerusi *Instagram* Berita Harian. Perkataan *dijangkiti* merujuk pada golongan kata yang berkait rapat dengan bidang kesihatan. *Dijangkiti* berasal daripada kata dasar jangkit yang membawa makna sesuatu yang boleh berpindah daripada individu kepada individu lain. Oleh itu, pemahaman dalam kalangan masyarakat amat perlu dengan mendedahkan sifat virus Covid-19 yang boleh berpindah milik dan juga mudah merebak tanpa disedari. Secara umumnya, untuk mencegah sebarang penyakit atau pun virus, sifat penyakit dan virus tersebut mestilah diketahui terlebih dahulu agar kelemahan penyakit dan virus tersebut dapat ditangani. Tambahan lagi, usaha penghasilan vaksin masih lagi belum menemui jalan penyelesaian, maka virus ini perlulah dibendung dengan baik agar kesejahteraan masyarakat dapat dipelihara. Berdasarkan infografik menerusi *Instagram* Berita Harian yang diulang kata kunci yang penting dengan kerap

secara tidak langsung meingkatkan lagi pemahaman dan kesedaran dalam bersama-sama membendung usaha memutuskan rantaian Covid-19.

Penggunaan kata kunci yang tepat amatlah perlu dalam penyampaian maklumat kepada masyarakat khalayak. Kata kunci yang digunakan juga perlulah tidak terlalu saintifik sehingga sukar difahami oleh masyarakat. Pengguna laman *Instagram* yang terdiri daripada pelbagai lapisan umur dan bangsa membezakan tahap pemahaman, memerlukan kepekaan dalam kalangan penulis yang bertanggung jawab menerbitkan infografik tersebut. Infografik tidak boleh hanya sekadar paparan imej semata-mata, malah keutamaan penggunaan bahasa juga amat penting dalam meningkatkan lagi keberkesanan dalam penyampaian maklumat. Oleh sebab itu, pemilihan kata kunci yang mudah difahami dan berupaya menyampaikan maklumat dengan tepat amatlah perlu dititiberatkan dalam infografik Covid-19 menerusi laman *Instagram* Berita Harian.

TENOR

Tenor dalam laras bahasa mampu mengesan maklum balas dan juga pemahaman pengguna laman *Instagram* terhadap infografik yang telah pun dimuat naik. Hal ini secara tidak langsung membantu penyedia infografik untuk menambah baik paparan infografik pada masa akan datang berdasarkan komen atau jumlah tanda suka yang dilakukan oleh pengguna laman *Instagram* tersebut. Aspek *tenor* ini bukan sahaja penting dalam laras bahasa malah turut membantu penulis untuk mengambil kira pendapat pembaca yang merupakan audiens bagi maklumat yang telah disampaikan. Tanggungjawab sebagai seorang penulis adalah memastikan maklumat yang disampaikan dapat difahami oleh pembaca dan melalui elemen *tenor* ini akan dibincangkan tentang pemahaman dalam kalangan masyarakat terhadap infografik Covid-19 yang dipaparkan menerusi laman *Instagram* Berita Harian.

JADUAL 4. *Tenor* dalam infografik Covid-19

Bil.	Tajuk	<i>Tenor</i>	
		Tanda Suka	Komen
1	Novel Coronavirus (2019-nCoV)	1175	7
2	Langkah-langkah melindungi diri anda	1934	4

bersambung...

...sambungan

3	Langkah-langkah kesiapsiagaan dan respon KKM	824	2
4	Novel Coronavirus (2019-nCoV)	1689	13
5	Coronavirus pada manusia	1760	3
6	Novel Coronavirus (2019-nCoV)	1216	8
7	Kes positif Novel Coronavirus (2019-nCoV) di Malaysia	3550	38
8	Corona Virus <i>Disease</i> 19	2356	23
9	Covid-19 Situasi Terkini	884	1
10	Langkah Pencegahan Covid-19 di Pusat Beli-Belah	801	4

Jadual 4 di atas menunjukkan *tenor* yang dikumpulkan berdasarkan 10 infografik yang dipaparkan menerusi *Instagram*. Berdasarkan 10 infografik yang dikumpulkan, infografik yang ketujuh mendapat jumlah tanda suka terbanyak, iaitu 3,550. Infografik ketujuh yang dipaparkan dalam Jadual 1 di atas merujuk kepada senarai nama pesakit yang dijangkiti Covid-19 pada awal virus ini mula merebak di negara kita. Terdapat 11 kes yang melibatkan warganegara asing dan 3 kes yang melibatkan warganegara tempatan. Paparan jantina, umur dan lokasi hospital pesakit ditempatkan secara tidak langsung menunjukkan bahawa data infografik ketujuh ini bersifat lebih realistik dan terbukti bahawa virus ini sudah mula menular di Malaysia. Jika dibandingkan dengan infografik sebelumnya, maklumat yang ingin disampaikan lebih bersifat informasi secara umum dan tidak menunjukkan sebarang bukti jangkitan dalam bentuk statistik atau pun data umum pesakit. Pada masa yang sama, jumlah komen pengguna laman *Instagram* juga tertumpu pada infografik yang ketujuh berbanding infografik yang lain. Manakala, infografik yang kesepuluh menunjukkan jumlah tanda suka yang paling minimum, iaitu sebanyak 801 dengan 4 komen daripada pengguna. Infografik ini dimuat naik semasa awal penularan virus Covid-19 dan infografik yang kesepuluh merujuk kepada langkah pencegahan Covid-19 di pusat membeli belah. Situasi penularan Covid-19 masih diperingkat awal dan pada masa tersebut jumlah isi rumah yang dibenarkan untuk ke pusat membeli belah hanyalah seorang. Oleh yang demikian, pengguna lebih cenderung untuk mengetahui perkembangan jangkitan berbanding usaha mencegah kerana peratusan berada di rumah lebih tinggi berbanding berada di luar kawasan rumah. Namun demikian, jumlah komen pengguna yang paling minimum tidak merujuk infografik

yang kesepuluh tetapi infografik yang kesembilan. Hal ini kerana, infografik yang kesembilan memaparkan maklumat tentang situasi Covid-19 yang terkini dan semasa. Pengguna menunjukkan minat dan ingin mengetahui akan situasi semasa menerusi jumlah tanda suka yang dicatatkan sebanyak 884 secara tidak langsung membuktikan bahawa pengguna mengambil tahu akan maklumat yang disampaikan menerusi infografik yang kesembilan.

KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, laras bahasa dalam infografik oleh Kementerian Kesihatan Malaysia menerusi *Instagram* Berita Harian amat memainkan peranan penting dalam menyalurkan mesej kepada masyarakat akan bahayanya wabak Covid-19 yang sedang melanda negara. Penyampaian maklumat menerusi saluran aplikasi sebegini lebih efektif dan berkesan. Pengguna khususnya masyarakat pada masa kini yang lebih terdedah pada penggunaan media sosial membolehkan pemerolehan maklumat secara mudah menerusi telefon bimbit. Dari aspek wacana pula, hasil kajian menunjukkan bahawa pengaplikasian Teori Analisis Wacana mampu merungkai keberkesanan wacana 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 Kementerian Kesihatan Malaysia. Oleh yang demikian, penyampaian mesej berbentuk infografik ini amat membantu usaha kerajaan dalam meningkatkan kefahaman dalam kalangan masyarakat dan juga mempupuk kebersamaan dalam menanggapi penularan wabak Covid-19.

RUJUKAN

- Ab Samad Kechot, Shahidi A. Hamid, Rahim Aman, Zuraidah Hassan & Daeng Haliza Daeng Jamal. 2012. Pendidikan warisan di muzium: Kajian berkaitan penggunaan laras bahasanya. *Malaysia Journal of Spciety and Space: GEOGRAFIA Online* 8(8): 35-46.
- Abd Latif, M.A.N., Hadi, A.Z.S.A., Yusof, S. & Rahman, M.H.A. 2018. Al-Khabar language alphabet in two ways dialogue in Al-Qur'an. *Malaysian Journal of Islamic Studies* (MJIS) 2(1): 11-24.
- Ayutiani, D.N. & Putri, B.P.S. 2018. Penggunaan akun instagram sebagai media informasi Wisata Kuliner. *PROfesi Humas* 3(1): 39-59.
- Azorin, C. 2020. Beyond COVID-19 supernova. Is another education coming? *Journal of Professional Capital and Community* 5(3/4): 381-390.
- 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
- Ciotti, M., Ciccozzi, M., Terrinoni, A., Jiang, W.C., Wang, C.B. & Bernardini, S. 2020. The COVID-19 pandemic. *Critical Reviews in Clinical Laboratory Sciences* 57(6): 365-388.
- 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): 261-279.
- Ibrahim Abdullah. 2021. Ciri-Ciri kesesuaian tajuk komunikasi dalam pembangunan modul pengajaran Bahasa Arab: Suatu analisis laras bahasa komunikatif. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities* (MJSSH) 6(10): 108-121.
- Idris Aman. 2010. *Analisis Wacana*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Kencana, F.P. 2012. Karakteristik Laras Bahasa dalam Media Sosial Instagram. *J. Dikstrasia* 3(2): 91-110.
- 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* 2020: 1-4.
- Nur Hidayu Nordin, Nur Syuhada Mohammad & Ahmad Marzuki Mohamad. 2019. Media sosial dan instagram menurut Islam Dlm. *Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019* (SSTM'19) pada 15hb, disunting oleh Jasmi, Kamarul Azmi, 277-296. Disember 2019 di DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM. Program anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM.
- Novel, C.P.E.R.E. 2020. The epidemiological characteristics of an outbreak of 2019 novel coronavirus diseases (COVID-19) in China. *Zhonghua liu xing bing xue za zhi = Zhonghua liuxingbingxue zazhi* 41(2): 145.
- Nur Amirah Che Soh. 2021. Keutuhan wacana dalam infografik Kementerian Kesihatan Malaysia berhubung pandemik Covid-19 menerusi *Instagram* Berita Harian. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 37(2): 83-97.
- Pan, F., Ye, T., Sun, P., Gui, S., Liang, B., Li, L. & Zheng, C. 2020. Time course of lung changes on chest CT during recovery from 2019 novel coronavirus (COVID-19) pneumonia. *Radiology* 295(3):715-721.
- Parnasari, A.D. 2021. Karakteristik laras bahasa media sosial Facebook. *Dikstrasia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 5(1): 79-85.
- Sheldon, P. & Bryant, K. 2016. Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior* 58: 89-97.
- Siti Nur Adibah Sabarudin & Aminuddin Saimon. 2021. Lakukan pertuturan dalam video infografik Covid-19. *Jurnal Bahasa* 21(2): 325-352.
- Siti Nor Atikaf Salleh, Nurfarhana Shahira Rosly, Nabillah Bolhassan Asrul Azuan Mat Dehan. 2016. Keanekaragaman ciri laras bahasa kreatif (sastera) dalam penulisan novel Hujan Pagi. *Jurnal Ilmi* 1(1):11-28.

Nur Amirah Che Soh
Jabatan Linguistik Melayu
Akademi Pengajian Melayu
Universiti Malaya
50603, Kuala Lumpur.
Emel: nuramirah_chesoh@um.edu.my

Norsafizar Mohd Noor
Jabatan Mata Pelajaran Umum
Universiti Xiamen Malaysia
43900 Sepang, Selangor Darul Ehsan.
Emel: mn.sophie@xmu.edu.my

Nur Yasmin Izzati Syamsuddin
Kolej Genius Insan
Universiti Sains Islam Malaysia
71800 Nilai, Negeri Sembilan
Emel: yasyasmiinnnn@gmail.com

Joel Lim Yi Xuan
Jabatan Ekonomi dan Pengurusan
Universiti Xiamen Malaysia
43900 Sepang, Selangor Darul Ehsan
Emel: FIN1809608@xmu.edu.my

Chai Chew Wei
Jabatan Ekonomi dan Pengurusan
Universiti Xiamen Malaysia
43900 Sepang, Selangor Darul Ehsan
Emel: IBU1809757@xmu.edu.my

Zhang Keze
Jabatan Sains Maklumat dan Teknologi
Universiti Xiamen Malaysia
43900 Sepang, Selangor Darul Ehsan.
Emel: DMT1909220@xmu.edu.my