

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi ¹, I Nyoman Larry Julianto ²

Institut Seni Indonesia Denpasar^{1,2}

larry_smartdesign@ymail.com



Pandemi Covid-19 berdampak besar terhadap semua sektor berkehidupan, terutama terkait dengan aspek kesehatan mental dan emosional setiap individu. Permasalahan virus Corona diikuti oleh penyebaran informasi yang masif melalui media berita berbasis online, mengenai perkembangan wilayah penyebaran serta peningkatan jumlah penderitanya di Bali. Adanya keterlibatan ilustrasi dan headline sebagai elemen rangsang visual dalam penyampaian informasi selama masa pandemi, maka perlu dipahami secara interpretatif terkait peranannya terhadap kesiapan mental dan emosional khalayak pembaca dalam menghadapi pasca pandemi Covid-19 di Bali. Metode analisis kualitatif terhadap pendekatan visual dilakukan dalam upaya memahami persepsi psikologis yang terkonstruksi dalam struktur komunikasinya. Hasil penelitian menyatakan bahwa ilustrasi dan headline merupakan stimulus yang mampu memberikan proses organisme dalam menghasilkan respon bagi khalayak pembaca, sehingga informasi yang terkesan bersifat bertentangan akan menimbulkan persepsi psikologis. Adapun kecenderungan dampak secara implisit adalah berupa ketidaksepahaman yang berakibat pada konsepsi 'perlawanan' terhadap pesan yang disampaikan. Rangsang visual berupa ilustrasi dan headline dalam sebuah infodemik, secara tidak langsung cenderung akan berperan terhadap kesiapan mental dan emosional khalayak pembaca untuk dapat menghadapi pasca pandemi.

Diterima:
29 September 2020
Direvisi:
15 Oktober 2020
Disetujui:
30 Oktober 2020

Kata Kunci: Bali; Infodemik; Media Online; Pasca Pandemi.

PENDAHULUAN

Pandemi *Covid-19* sangat berdampak signifikan terhadap semua sektor berkehidupan, terutama terkait dengan aspek kesehatan secara mental dan emosional bagi setiap individu. *World Health Organization* (WHO) telah menetapkan virus Corona atau *Covid-19* sebagai pandemi karena telah menyebar ke 114 negara di dunia (Widyaningrum, 2020). Istilah pandemi merujuk pada suatu kondisi adanya suatu penyakit yang telah menyebar ke banyak manusia di beberapa negara dalam waktu yang cenderung bersamaan. Perkembangan data terakhir menyatakan bahwa *Covid-19* hingga kini sudah menginfeksi hampir 33 juta manusia dengan 900 ribu lebih diantaranya telah meninggal dunia (Jhons Hopkins University, 2020). Perkembangan kasus *Covid-19* di Bali masih menunjukkan peningkatan hingga masa sekarang. Data gugus tugas percepatan penanganan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* Propinsi Bali sudah mencatat 8 ribu lebih manusia (terdiri dari WNA dan WNI) yang terinfeksi dengan 200 lebih diantaranya telah meninggal dunia (Denpasar Safe City, 2020). Perihal data perkembangan peningkatan kasus *Covid-19* tersebut, cenderung dapat menjadi salah satu pemicu bertambahnya perasaan cemas bagi setiap individu.

Adanya kebijakan untuk mematuhi protokol kesehatan melalui cara pembatasan terhadap interaksi sosial dan fisik (*social and physical distancing*), cenderung memaksa masyarakat untuk mengurangi bepergian ataupun keluar rumah. Kondisi tersebut berdampak terhadap adanya rasa kehilangan terhadap interaksi tatap muka (*face to face*). Kondisi tersebut ditengarai mampu memicu permasalahan bagi masyarakat, yakni adanya ketidakstabilan mental dan emosional dalam proses berkehidupan sehari – hari, akibat adanya intervensi sosial (Zhang, Wu, Zhao, & Zhang, 2020). Sebuah penelitian terhadap tingginya pemutusan hubungan kerja (PHK) pada resesi ekonomi di Spanyol karena ketidakpastian kapan pandemi ini berakhir, mengakibatkan banyak orang yang kehilangan pekerjaan sehingga menjadi pemicu seseorang dapat mengalami masalah mental seperti stres, putus asa dan merasa tidak berguna (Farré, Fasani, & Mueller, 2018). Kondisi perekonomian masyarakat akibat adanya pandemi *Covid-19* di Bali, terutama bagi yang mengutamakan sektor pariwisata sebagai sumber penghasilan utama, tentu mengalami permasalahan yang cukup berarti. Menurut Adi Nugroho, selaku Ketua Badan Pusat Statistik (BPS) Bali, mengatakan bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi Propinsi Bali pada

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto

periode Januari – Juni 2020 mengalami kontraksi sedalam 6,13 persen jika dibandingkan semester I – 2019. Penyebab penurunan tersebut karena pada triwulan II – 2020 atau periode April – Juni 2020, mengalami penurunan hingga 10,98 persen jika dibandingkan dengan periode yang sama di tahun 2019 (Bisnis Regional Bali, 2020).

Perasaan cemas tentu dapat menimbulkan suatu tindakan egoisme seperti *panic buying*, perilaku kapitalis, *xenofobia* dan kecenderungan untuk mempercayai setiap informasi di media berita online serta sosial media (Nicomedes & Avila, 2020). Perilaku *panic buying* selama pandemi *Covid-19* ditemukan terjadi di kota – kota besar. Menurut Roy Mandey, selaku Ketua Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia, mengatakan bahwa terjadi aksi belanja secara tidak wajar setelah pemerintah menyatakan ada dua WNI yang dipastikan terkena virus Corona. *Panic buying* terjadi di enam kota besar, yakni dimulai dari Jakarta dan merembet sampai ke Semarang, Surabaya dan Bali (BBC News Indonesia, 2020). Penyebab dari tindakan *panic buying* adalah karena adanya kecemasan, depresi, putus asa, ketakutan hingga trauma yang berlebihan (Thakur & Jain, 2020). Informasi yang disampaikan terkait kebijakan pemerintah terkait perkembangan dan penanganan virus Corona, merupakan salah satu faktor yang mampu menghasilkan suatu respon perilaku sosial dari masyarakat. Kurang pahamiannya khalayak pembaca terhadap pencegahan maupun penanggulangan *Covid-19*, akan berdampak terhadap keresahan yang menimbulkan perilaku seperti aksi *panic buying*. Dicky Pelupessy, selaku Wasekjen Ikatan Ahli Kebencanaan Indonesia (IABI), menganalisis perilaku masyarakat Indonesia yang membeli barang dalam jumlah besar secara tiba – tiba (*panic buying*) selama pandemi *Covid-19*, salah satunya diakibatkan oleh adanya ketidakjelasan atau ketidakutuhan informasi yang beredar pada media berita (News, 2020). Fenomena juga didasari oleh faktor psikologis yang biasanya terjadi karena informasi tidak sempurna atau menyeluruh yang diterima oleh masyarakat, sehingga menimbulkan rasa kekhawatiran akan adanya kelangkaan barang yang dibutuhkan dalam berkehidupan sehari – hari (Shadiqi, Hariati, Hasan, I'annah, & Istiqomah, 2020). Komunikasi dianggap berperan penting dalam situasi pandemi *Covid-19*, karena informasi khususnya melalui media berita online mengakibatkan masyarakat sangat rentan mengonsumsi informasi yang tidak valid mengenai penanggulangan serta pencegahan terhadap *Covid-19* selama masa pandemi berlangsung di Bali.

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto

Permasalahan virus Corona yang diikuti oleh penyebaran informasi bersifat masif melalui media berita berbasis online, mengenai perkembangan wilayah penyebaran serta peningkatan jumlah penderitanya di Bali sampai pada masa sekarang. Adanya keterlibatan ilustrasi dan *headline* sebagai elemen rangsang visual dalam penyampaian informasi selama masa pandemi, maka perlu dipahami secara interpretatif terkait peranannya terhadap kesiapan mental dan emosional khalayak pembaca dalam menghadapi pasca pandemi *Covid-19* di Bali. Penyampaian informasi yang didukung oleh elemen rangsang visual berupa *headline* dan ilustrasi, ditengarai akan berdampak terhadap persepsi sosial publik. Memang sulit menyatakan manakah yang berpotensi untuk menarik perhatian khalayak pembaca. Ilustrasi dan *headline* secara sinergis menjalankan fungsi untuk menarik, mengikat dan mengunci perhatian *audience* (Pranata, 2001, p. 76). Mencegah permasalahan mental atau dampak psikologis akibat pandemi *Covid-19* seperti yang telah dijelaskan di atas, maka perlu dilakukan upaya integratif dan komprehensif dari berbagai *stakeholders* dalam penyampaian informasi.

Kesiapan mental masyarakat sebagai target *audience* dalam menghadapi pasca pandemi *Covid-19*, tentunya sangat tergantung dari proses organisme yang terjadi akibat adanya stimulus mengenai virus Corona atau *Covid-19* selama pandemi. Stimulus yang dimaksudkan adalah suatu rangsangan selama masa pandemi berlangsung yang bertujuan untuk memberikan sebuah proses edukasi, sehingga diharapkan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat secara mandiri terkait ruang lingkup virus *Covid-19*. Respon yang dihasilkan selama masa pandemi berlangsung di Bali, cenderung terjadi karena adanya informasi dari pemerintah dan lembaga kesehatan. Informasi dari instansi resmi, secara tidak langsung dapat membantu masyarakat untuk mampu mengambil sebuah tindakan yang tepat dalam mengatasi wabah, mengurangi morbiditas dan mortalitas serta membatasi paparan atau lingkup penyebarannya (Lee & Basnyat, 2013). Kecemasan masyarakat tentu dilandasi oleh kecenderungan kurangnya informasi atau pengetahuan terkait penyebaran dan penularan serta dampak terburuk yang diakibatkan dari virus *Corona*.

Penelitian ini bertujuan memaparkan fenomena terkait penyampaian informasi melalui media berita yang berbasis online. Berita tersebut sebagai salah satu sumber informasi, tentu berperan terhadap perkembangan kecemasan masyarakat di Bali. Media sangat berperan penting dalam upaya seseorang untuk dapat membentuk

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto

persepsi dan keputusan terhadap informasi publik tentang kesehatan. Fokus penelitian adalah berupaya untuk menganalisis keterlibatan ilustrasi dan *headline* sebagai elemen rangsang visual dalam proses mengomunikasikan pesan.

METODE

Penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis visual ini berupaya menganalisis terhadap keterlibatan elemen rangsang visual, berupa *headline* dan ilustrasi sebagai stimulus dalam menghasilkan respon dari informasi yang disampaikan pada media berita online. Analisis keterlibatan elemen rangsang visual dalam penyampaian informasi terkait perkembangan *Covid-19* selama masa pandemi di Bali, berupaya dipahami secara interpretatif terkait peranannya terhadap kesiapan mental dan emosional khalayak pembaca dalam menghadapi pasca pandemi. Melalui analisis visual terhadap konteks dan konten informasi yang disampaikan, akan dipahami persepsi psikologis yang terkonstruksi dalam struktur komunikasinya. Analisis diperkuat dengan data kuesioner terhadap subyek penelitian, sehingga proses analisis terhadap peran elemen rangsang visual menjadi lebih mendalam.

Analisis kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang sesuatu yang dialami oleh subyek penelitian, terkait dengan perilaku, persepsi dan tindakan ditentukan (Moleong, 2014, p. 6). Sumber data dalam penelitian ini adalah wujud visual pada media berita berbasis online yang tayang selama masa pandemi *Covid-19* di Bali. Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan pengumpulan dokumen kualitatif berupa ilustrasi dan *headline* sebagai elemen rangsang visual pada media berita berbasis online. Proses pengumpulan data dilakukan sejak awal mula munculnya kasus *Covid-19* di Bali, yaitu antara bulan Maret sampai dengan Juli 2020. Jenis penelitian kualitatif yang digunakan mengacu pada studi kasus, yakni sebuah penjelasan komprehensif yang berkaitan dengan suatu situasi kemasyarakatan yang berupaya dipahami lebih mendalam. Studi kasus tidak harus dilakukan dalam waktu yang lama karena dalam proses analisisnya tidak meninggalkan kepustakaan (Yin, 2003, p. 17).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Informasi yang diberitakan melalui sebuah media merupakan jendela dunia (Tuchman, 1978, p. 1), karena melalui sebuah pemberitaan mengakibatkan khalayak pembaca dapat

mengetahui terjadinya sesuatu di wilayah tertentu. Fakta dari suatu informasi yang diberitakan, akan berada pada konsepsi pikiran seorang pembaca. Infodemik atau banyaknya beredar informasi yang bersifat unik di media, berdampak terhadap perkembangan psikologis pada banyak orang (Dong & Bouey, 2020, p. 1616). *Covid-19* merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh jenis *coronavirus* jenis baru. Penyakit yang disebabkan oleh virus jenis baru tersebut belum dikenal sebelum mulainya wabah di Wuhan, Tiongkok pada bulan Desember 2019. Penyebarannya hingga sekarang menjadi sebuah pandemi yang terjadi di banyak negara di seluruh dunia (World Health Organization, 2020). Adapun dampak nyata dari pandemi *Covid-19* adalah mengakibatkan kehilangan nyawa atau kematian, penurunan dan pelambatan ekonomi (resesi), terganggunya aktivitas pendidikan, ekonomi dan sosial serta dampak psikologis dan perubahan perilaku pada masyarakat. Menyikapi informasi yang beredar terkait *Covid-19*, maka pembaca akan berperan aktif dalam upaya memproduksi dan mendefinisikan sebuah peristiwa yang diinformasikan oleh sebuah media berita berbasis online. Kesesuaian ilustrasi dan *headline* sebagai elemen rangsang visual terhadap konten informasi yang disampaikan, merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi proses organisme khalayak pembaca, sebelum menghasilkan sebuah respon atau tindakan dari stimulus yang diperoleh.

Hasil penelitian menyatakan bahwa elemen rangsang visual berupa ilustrasi dan *headline* merupakan stimulus yang mampu memberikan proses organisme dalam menghasilkan respon bagi khalayak pembaca. Apabila informasi yang terkesan bersifat bertentangan disajikan ke khalayak pembaca, maka dapat menimbulkan sebuah persepsi psikologis. Adapun dampak secara implisit adalah berupa ketidaksepahaman yang berakibat pada konsepsi ‘perlawanan’ terhadap pesan yang disampaikan. Elemen rangsang visual dalam sebuah infodemik, secara tidak langsung ikut berperan terhadap proses belajar dalam kesiapan mental dan emosional khalayak pembaca untuk dapat menghadapi tatanan kehidupan era normal baru ataupun pasca pandemi. Berikut dibahas lebih lanjut terkait peran elemen rangsang visual terhadap kesiapan mental masyarakat dalam menghadapi pasca pandemi *Covid-19* di Bali.

Peran Elemen Rangsang Visual Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

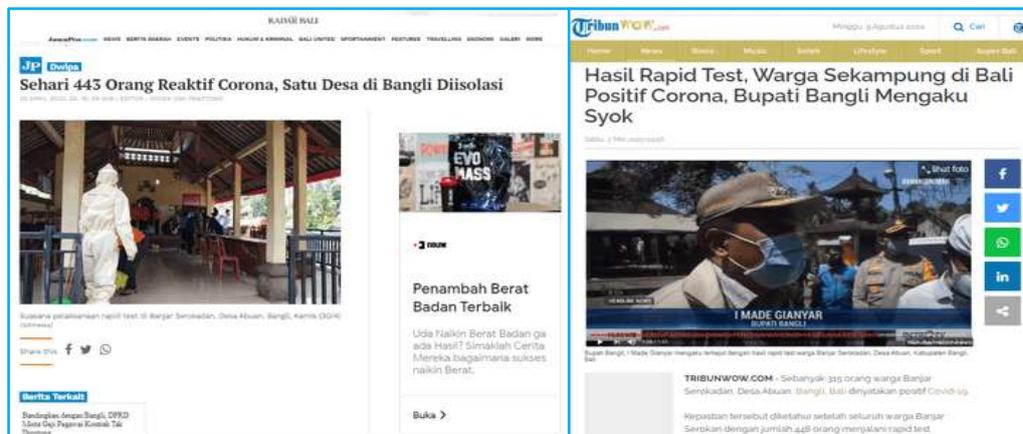
I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto

Kesehatan mental menurut *World Health Organization* (WHO) adalah keadaan kesejahteraan dimana seorang individu menyadari kemampuannya sendiri, mampu mengatasi tekanan kehidupan yang normal dalam kesehariannya dan dapat bekerja secara produktif serta mampu berkontribusi pada lingkungan komunitasnya (World Health Organization, 2018). Istilah pandemi didefinisikan sebagai epidemi yang terjadi di seluruh dunia atau di wilayah yang sangat luas, melintasi batas internasional serta sebagian besar dapat mempengaruhi kondisi kesehatan manusia. Pandemi merupakan penyakit yang mempengaruhi psikologis seseorang secara luas dan masif, yakni mulai dari cara berpikir dalam memahami informasi tentang sehat dan sakit serta adanya perubahan emosi berupa rasa takut, khawatir, cemas serta perilaku sosial seperti menghindar, stigmatisasi dan perilaku sehat (Taylor, 2019). Kondisi pandemi *Covid-19* secara tidak langsung telah mengubah seorang individu dalam proses berkomunikasi serta berinteraksi dengan orang lain.

Sebuah fakta dapat dikatakan bersumber dari konstruksi aktif bagaimana sebuah peristiwa berupaya untuk didefinisikan. Media dalam menyebarkan informasi dapat menjadi subyek yang mampu mengonstruksi realitas, lengkap dengan sudut pandangnya serta cenderung dapat bersifat bias dan terkadang memiliki tujuan tertentu. Pemahaman tersebut menjadikan media cenderung dipandang sebagai sebuah agen konstruksi sosial yang mendefinisikan sebuah realitas (Gurevitch, Bennett, Curran, & Woollacott, 2005, pp. 287 - 288). Pendapat tersebut memperkuat analisis bahwa visualisasi elemen rangsang visual berupa ilustrasi dan *headline* pada sebuah media berita berbasis online, memiliki sebuah peran sebagai stimulus dalam proses organisme terkait ruang lingkup *Covid-19*. Elemen rangsang visual dalam beberapa media berita online (seperti terlihat pada gambar 1), menyampaikan sebuah informasi tentang suatu kondisi yang terjadi pada satu wilayah yang terpapar *Covid-19*. Keterlibatan ilustrasi dan *headline* sebagai elemen rangsang visual yang persuasif dalam upaya menyampaikan sebuah informasi pada media berita online, dipahami sebagai sebuah upaya untuk memberikan sebuah edukasi terkait bahaya serta dampak yang ditimbulkan *Covid-19*. Penekanan pada unsur edukasi serta penegasan terhadap dampak yang dimaksud adalah upaya menginformasikan bahwa *Covid-19* tersebut benar adanya serta dapat memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap kesehatan fisik dan mental setiap manusia yang sudah terpapar.

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto



Gambar 1. Contoh Berita Pada Media Informasi Berbasis Online Terkait Penyebaran Virus Covid-19 di Bali (Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)

Informasi pada media berita online seperti yang terlihat pada gambar 1, dijelaskan oleh sumber penyampai informasi bahwa Covid-19 mewabah sangat cepat dan berdampak luas pada salah satu desa di propinsi Bali, sehingga kejadian tersebut mengakibatkan pimpinan kabupaten (Bupati) yang menaungi desa (wilayah pemerintahan) tersebut menjadi sangat cemas dan khawatir. Informasi yang disampaikan pada media berita online dalam keterlibatan ilustrasi dan headline sebagai elemen rangsang visual tersebut, cenderung mampu memberikan sebuah stimulus bagi masyarakat pembaca dalam menghasilkan sebuah respon. Stimulus yang dihasilkan oleh elemen rangsang visual, cenderung mampu mempersuasi sehingga mampu memperkuat perhatian khalayak pembaca dalam upaya memahami konten informasi yang hendak disampaikan pada media berita online. Perihal tersebut tercermin pada data hasil kuesioner yang terlihat pada gambar 3. Keterbacaan headline dan ilustrasi tersebut memberikan sebuah pengalaman ‘belajar’ baru bagi khalayak pembaca, karena tingginya minat untuk mengikuti informasi terkait perkembangan Covid-19. Berdasarkan data responden (gambar 2), terlihat bahwa kecenderungan khalayak pembaca memiliki intensitas yang tinggi dalam ‘mengonsumsi’ informasi terkait perkembangan Covid-19 di Bali pada media berita online.



Gambar 2. Hasil Kuesioner Terkait Informasi Perkembangan Covid-19 di Bali (Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto



Gambar 3. Hasil Kuesioner Terkait Peran Ilustrasi dan *headline* Sebagai Elemen Rangsang Visual (Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)

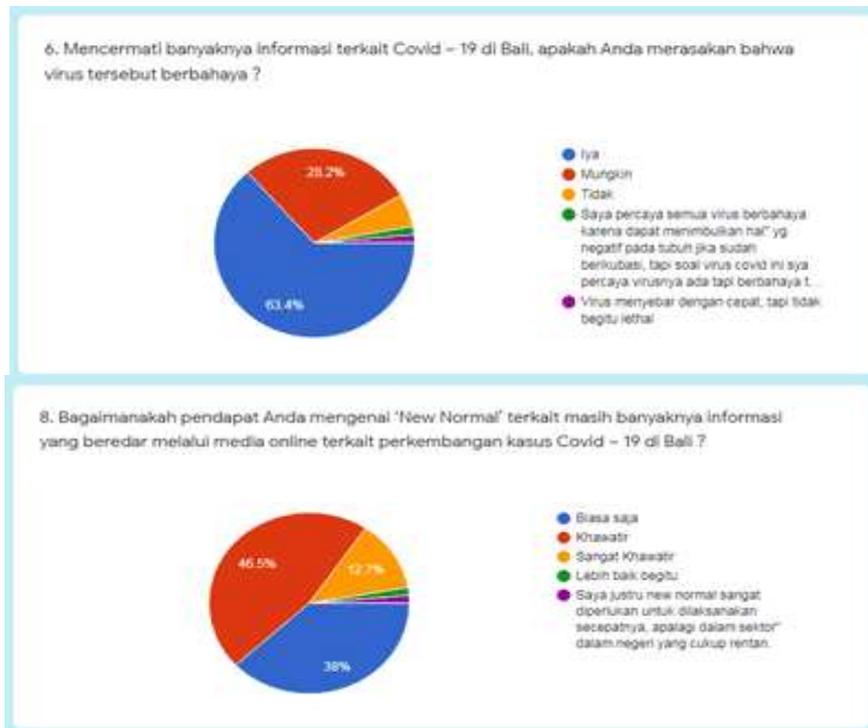
Pandangan positivis memahami bahwa berita adalah sebuah informasi, yakni merepresentasikan dari suatu kenyataan. Namun, sudut pandang konstruksionis, memahami bahwa berita layaknya seperti sebuah ‘drama’ yang menggambarkan sebuah ‘pertarungan’ antara pihak yang berkaitan dengan suatu peristiwa (Carey, 2009, p. 17). Seperti contoh informasi yang diberitakan pada gambar 4, terkesan adanya sebuah ketidaksepahaman terkait informasi yang diberitakan sebelumnya. Dijelaskan bahwa proses identifikasi terhadap warga melalui proses rapid tes pada salah satu desa di Bali, terkesan terdapat suatu kesalahan atau kejanggalan dalam tahapan pelaksanaannya. Berbagai pendapat muncul dan seolah – olah bertentangan atau meragukan validitas data dari informasi sebelumnya. Kondisi tersebut layaknya menjadi sebuah drama yang memberikan *noise* dalam proses mengomunikasikan pesan dalam tahap mengedukasi masyarakat untuk mampu mengatasi pasca pandemi *Covid-19*.



Gambar 4. Contoh Berita Pada Media Informasi Berbasis Online Terkait Wacana ‘*malfunction*’ Dalam Proses Identifikasi Terhadap Dampak Virus *Covid-19* di Bali (Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto



Gambar 6. Hasil Kuesioner Terkait Respon Khalayak Pembaca Terhadap Bahaya Covid-19 di Bali (Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)



Gambar 7. Hasil Kuesioner Terkait Respon Audience Terhadap Dampak Informasi Covid-19 di Bali (Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)

Pemahaman pemikiran konstruksionis, menyatakan bahwa berita merupakan sebuah hasil konstruksi sosial yang melibatkan pandangan, ideologi serta nilai – nilai ideal dari penyampai pesan atau informasi. Artinya proses memisualisasikan suatu berita berdasarkan bagaimana sebuah fakta tersebut dipahami serta dimaknai oleh penyampai

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto

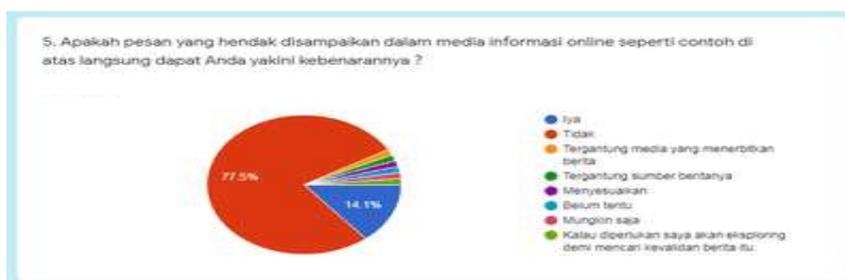
informasi atau pesan (Schudson, 1991). Berdasarkan pendapat tersebut dan diperkuat dengan data kuesioner (gambar 5, 6 dan 7), maka cenderung dapat dikatakan bahwa pemahaman nantinya terhadap tatanan kehidupan pasca pandemi *Covid-19*, merupakan hasil dari proses organisme atau ‘tahapan belajar’, akibat adanya stimulus yang diterima oleh masyarakat khalayak pembaca selama berlangsungnya masa pandemi di Bali.

Informasi Covid –19 Pada Media Online dan Bias Kognisi

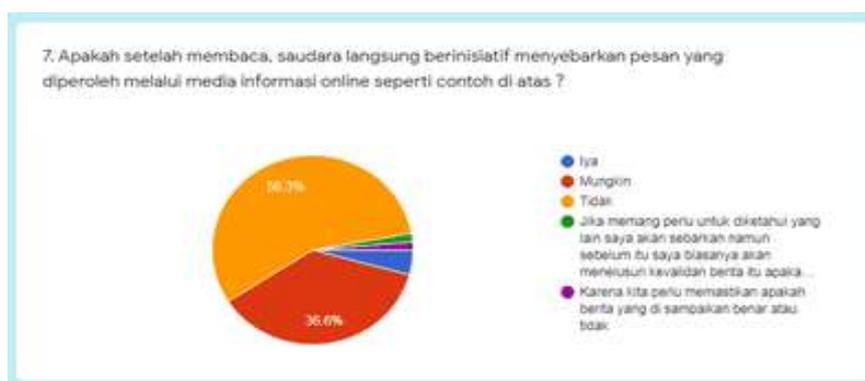
Layaknya melihat dari sebuah jendela, maka elemen rangsang visual berupa ilustrasi dan *headline* menjadi sebuah stimulus yang mampu mengonstruksi makna dengan cepat. Media berita berbasis online di atas, memberikan makna ‘penguatan dampak’ terkait bahaya dari *Covid-19*. Makna menjadi bias, pada saat adanya informasi yang memunculkan wacana baru (gambar 4) terkait adanya kesan ketidaksepahaman terhadap informasi awal (gambar 1). Khalayak pembaca akan memahami adanya sesuatu kesalahan atau kejanggalan, yakni berupa ‘*human error*’ ataupun ‘*malfunction*’. Kedua hal yang terkesan paradoks inilah yang dapat menimbulkan ‘kekebalan’ informasi bagi khalayak pembaca. Perkembangan media berbasis online pada sebuah medium komunikasi visual dalam era revolusi industri 4.0, menghasilkan ‘*feed back*’ yang mengacu pada perubahan pola hidup dan interaksi *audience* yang mengarah pada fenomena *disruptive innovation* (Julianto, 2019, p. 30). Diperkuat dengan data kuesioner yang diberikan secara acak kepada responden yang tinggal di Bali (gambar 7, 8), dipahami bahwa pengaruh sebuah ‘drama’ dalam pemberitaan media online, merupakan sebuah tahapan belajar bagi khalayak pembaca untuk memberikan sebuah keputusan terhadap diseminasi informasi – informasi. Berdasarkan data hasil kuesioner (gambar 7 dan 8), memperkuat analisis bahwa elemen rangsang visual berupa ilustrasi dan *headline*, cenderung mampu mengarahkan proses berpikir khalayak pembaca menjadi lebih kritis. Apabila adanya kecenderungan kurang bersinergisnya antara *headline* dan ilustrasi dengan kontennya (isi berita), maka dapat mengakibatkan terkonstruksinya sebuah kondisi ‘kekebalan informasi’. Ketidakpercayaan khalayak sasaran akibat adanya proses organisme (perhatian, pengertian dan penerimaan) yang semakin dalam selama masa pandemi. Tercermin masyarakat khalayak pembaca pada akhirnya berupaya untuk memverifikasi dan memvalidasi informasi yang disampaikan pada media berita online.

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto



Gambar 7. Hasil Kuesioner Terkait Respon Rangsang Visual Pada Media Berita Online (Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)



Gambar 8. Hasil Kuesioner Terkait Respon Khalayak Pembaca (Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)

Respon individu ketika menghadapi situasi pandemi *Covid-19*, merupakan hasil dari mempersepsikan serta mengolah informasi yang tersedia. Proses kognitif cenderung berawal ketika khalayak pembaca menerima informasi mengenai *Covid-19*, kemudian individu akan mencari tahu lebih lanjut terkait ruang lingkungannya. Ketertarikan memahami lebih lanjut, cenderung diakibatkan oleh stimulus yang diberikan oleh elemen rangsang visual. Stimulus yang diberikan selama masa pandemi, akan diproses atau dikelola dalam otak manusia sebagai sebuah tahapan organisme. Respon kognitif merupakan sebuah tindakan untuk mempelajari lebih lanjut atas informasi pada media berita online. Struktur komunikasi tersebut merupakan kognisi sosial, sehingga tahapan tersebut bersifat sangat ‘prinsip’ sebagai upaya dalam menghasilkan sebuah tahapan belajar yang baik selama masa pandemi. Namun apabila gagal, maka akan muncul bias kognisi sosial, *overconfidence* serta bias optimis seperti heuristik terkait pasca pandemi *Covid-19* di Bali.

Cerminan informasi yang disampaikan oleh media berita online terkait diseminasi informasi – informasi yang tidak sinkron dan terkesan tidak memiliki kesamaan persepsi, cenderung menimbulkan persoalan yang sangat serius. Kemampuan khalayak pembaca

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto

dalam mengidentifikasi persoalan dan berperilaku di tengah pandemi, merupakan sebuah pengalaman yang dapat dijadikan suatu tolok ukur atau pijakan dalam menentukan sikap untuk menghadapi pasca pandemi *Covid-19* di Bali. Uraian analisis diperkuat dengan data kuesioner (gambar 6), menyatakan bahwa khalayak pembaca memahami bahwa virus tersebut benar adanya dan berbahaya. Pemahaman kritis terhadap informasi *Covid-19* yang diperoleh dari ‘pengalaman belajar’ pada media berita online selama masa pandemi, mengakibatkan terjadinya sebuah respon yang mengarah pada rasa kekhawatiran dalam menghadapi pasca pandemi.

SIMPULAN

Peran elemen rangsang visual berupa ilustrasi dan *headline* merupakan stimulus yang mampu memberikan proses organisme dalam menghasilkan respon bagi khalayak pembaca, sehingga informasi yang terkesan bersifat bertentangan akan menimbulkan persepsi psikologis yang berakibat pada konsepsi ‘perlawanan’ dari khalayak sasaran terhadap pesan yang disampaikan. Secara implisit elemen rangsang visual tersebut mampu mempengaruhi kesiapan mental dan emosional khalayak pembaca dalam menghadapi tatanan kehidupan baru pasca pandemi *Covid-19* di Bali. Ketidakefahaman yang dihasilkan dari peran elemen rangsang visual dalam sebuah infodemik, secara tidak langsung ikut berperan terhadap ‘kekebalan’ khalayak pembaca terhadap informasi. Cerminan informasi yang disampaikan oleh media berita online terkait diseminasi informasi – informasi yang dikeluarkan oleh pihak tertentu termasuk pihak yang berwenang, terkesan seolah – olah tidak sinkron (paradoks) dan membingungkan khalayak pembaca, akan menimbulkan persoalan serius untuk diatasi karena berdampak terhadap tepat atau tidaknya individu dan masyarakat dalam mengidentifikasi persoalan dan berperilaku di tengah pandemi. Perilaku tersebut menjadi pijakan pengalaman mereka dalam menghadapi pasca pandemi *Covid-19* di Bali.

Dipahami bahwa pengalaman belajar selama masa pandemi *Covid-19*, menciptakan sebuah dinamika sosial dalam kemampuan untuk berpikir, bersikap dan berperilaku pada saat memasuki pasca pandemi. Penanganan *Covid-19* secara akurat dan terukur selama masa pandemi, merupakan sebuah tahapan ‘berpikir’ yang efektif bagi khalayak sasaran. Mengingat pentingnya penanganan informasi terkait ruang lingkup *Covid-19* di Bali, maka dibutuhkan kerjasama semua pihak yang berwenang untuk

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto

membangun kepercayaan publik melalui sebuah kesepahaman yang bersifat edukatif. Infodemic tidak hanya berbicara mengenai informasi yang bersifat hoaks, melainkan terkait juga ketidakjelasan aturan, larangan ataupun langkah strategis yang diperbolehkan atau tidak selama masa pandemi. Semua variabel tersebut merupakan sebuah stimulus untuk proses organisme bagi khalayak pembaca dalam menghasilkan respon terhadap kesiapan mental dan emosional dalam menghadapi pasca pandemi di Bali.

REFERENSI

- Almuttaqi, I. (2020, Maret 23). Kekacauan Respons terhadap Covid-19 di Indonesia. *THC Insights*.
- BBC News Indonesia. (2020, Maret 5). *Virus corona: Panic buying terjadi di enam kota besar, 'ini bukti tidak ada kebijakan yang solid di seluruh kementerian dan pemda'*. Retrieved September 17, 2020, from <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-51739946>
- Bisnis Regional Bali. (2020, Agustus 5). *Bisnis Regional Bali*. Retrieved September 9, 2020, from <https://bali.bisnis.com/read/20200805/538/1275290/ekonomi-bali-semester-i-2020-terjun-akibat-pandemi-covid-19>
- Carey, J. W. (2009). *Communication As Culture*. New York: Routledge.
- Denpasar Safe City. (2020, September 15). *Safe City Kota Denpasar*. Retrieved September 25, 2020, from [Peta Sebaran Covid-19 Di Kota Denpasar: https://safecity.denpasarkota.go.id/id/covid19](https://safecity.denpasarkota.go.id/id/covid19)
- Dong, L., & Bouey, J. (2020, Juli). Public Mental Health Crisis during COVID-19 Pandemic, China. *Emerging Infectious Diseases*, 26(7), 1616 - 1618.
- Eriyanto. (2005). *Analisis Framing : Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Farré, L., Fasani, F., & Mueller, H. (2018, September 27). Feeling useless: the effect of unemployment on mental health in the Great Recession. *IZA Journal of Labor Economics* 7, 8, 2 - 34.
- Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., & Woollacott, J. (2005). *Culture, Society and The Media*. London: Routledge.
- Jhons Hopkins University. (2020, September 23). *COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE)*. Retrieved September 25, 2020, from [Coronavirus Resource Center: https://coronavirus.jhu.edu/map.html](https://coronavirus.jhu.edu/map.html)
- Julianto, I. N. L. (2019, February). Nilai Interaksi Visual dalam Perkembangan Medium Komunikasi pada Era Revolusi Industri 4.0. In *SENADA (Seminar Nasional Desain dan Arsitektur)* (Vol. 2, pp. 26-30).
- Lee, S. T., & Basnyat, I. (2013, Maret 22). From Press Release to News: Mapping the Framing of the 2009 H1N1 A Influenza Pandemic. *Health Communication*, 28, 119 - 132.
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Analisis Ilustrasi dan Headline pada Media Berita Online Terhadap Kesiapan Mental Pasca Pandemi Covid-19 di Bali

I Wayan Swandi & I Nyoman Larry Julianto

- News. (2020, Maret 23). *Republika.co.id*. Retrieved September 11, 2020, from <https://republika.co.id/berita/q7lz7k349/ini-alasan-terjadiem-panic-buyingem-saat-pandemi-corona>
- Nicomedes, C. J., & Avila, R. M. (2020, Maret). *An Analysis on the Panic of Filipinos During COVID-19 Pandemic in the Philippines*. Retrieved September 17, 2020, from ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/340081049_An_Analysis_on_the_Panic_of_Filipinos_During_COVID-19_Pandemic_in_the_Philippines
- Pranata, M. (2001, Januari). Headline : Fungsi dan Perancangannya. *NIRMANA*, 3(1), 73 - 82.
- Rowbotham, S., McKinnon, M., Marks, L., & Hawe, P. (2019, September). Research on media framing of public policies to prevent chronic disease: A narrative synthesis. *Social Science & Medicine*, 237, 112428.
- Schudson, M. (1991). The Sociology of News Production Revisited. In J. Curran, & M. Gurevitch, *Mass Media and Society* (pp. 141 - 142). London: Edward Arnold.
- Shadiqi, M. A., Hariati, R., Hasan, K. F., I'anah, N., & Istiqomah, W. A. (2020, Mei 20). Panic Buying pada pandemi COVID-19 : Telaah literatur dari perspektif psikologi. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(Special Edition COVID-19).
- Taylor, S. (2019). *The Psychology of Pandemics : Preparing for the Next Global Outbreak of Infectious Disease*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Thakur, V., & Jain, A. (2020). COVID 2019-suicides: A global psychological pandemic. *Brain, behavior, and immunity*, 88, 952 - 953.
- Tuchman, G. (1978). *Making News : A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
- Widyaningrum, G. L. (2020, Maret 12). Retrieved Agustus 22, 2020, from <https://nationalgeographic.grid.id/read/132059249/who-tetapkan-covid-19-sebagai-pandemi-global-apa-maksudnya>
- World Health Organization. (2018, Maret 30). *Mental health: strengthening our response*. Retrieved Agustus 18, 2020, from World Health Organization (WHO): <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs220/en/>
- World Health Organization. (2020). *South-East Asia*. Retrieved Agustus 28, 2020, from <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa-for-public>
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research, Design and Methods* (Third Edition ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Zhang, J., Wu, W., Zhao, X., & Zhang, W. (2020, Pebruari 18). Recommended psychological crisis intervention response to the 2019 novel coronavirus pneumonia outbreak in China : a model of West China Hospital. *Precision Clinical Medicine*, 3(1), 3 - 8.