

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan predikat kasus Covid-19 tertinggi dunia. Penyebaran berita yang memuat informasi terkait kasus tersebut juga dilakukan secara masif dengan maksud mengurangi angka orang-orang yang terinfeksi karena virus Covid-19. *Kompas.id* merupakan satu diantara banyak media pemberitaan yang turut meliput kasus Covid-19. Dalam memuat beritanya, *Kompas.id* turut melampirkan foto-foto yang berfungsi sebagai bahasa visual dengan tujuan untuk mempermudah para khalayak dalam memahami fenomena yang diangkat. Kriteria visual jurnalistik yang berkualitas tentu memenuhi unsur-unsur visual, di antaranya orisinalitas, faktual, informatif, dan relevan. Tidak lupa mengenai unsur keindahan gambar yang dapat dilihat dari sudut pengambilan foto atau *anglenya*. Ketika semua unsur terpenuhi, maka akan terbentuk subsansi, muatan, atau nilai-nilai pesan dalam gambar yang dimuat dalam pemberitaan. Hal-hal tersebut di ataslah yang ditemui atau didapatkan dalam foto-foto yang terlampir di portal *Kompas.id* pada fenomena Covid-19 di tahun 2020-2021 di Indonesia.

Temuan-temuan tersebut dikelompokkan menjadi nilai kebenaran, struktur visual, dan muatan pesan. Keseluruhan visual dalam *Kompas.id* berhasil menempatkan objek berada di luar garis *grid* yang kemudian objek pendukung lainnya membentuk *pattern* dengan warna berbeda dari objek utama. Penempatan objek dalam foto inilah yang membuat mata audiens yang

melihat foto berita ini secara langsung akan mengetahui dengan cepat apa yang menjadi objek atau *point of view* pembaca. Dari banyaknya foto-foto tentang Covid-19 yang turut menjadi bagian dari pemberitaan, ternyata memberi dampak atau pengaruh terhadap psikologi dan sosial di masyarakat. *Kompas.id* yang merupakan pemimpin pasar yang menyuguhkan berita-berita dengan kualitas dan mutu yang lebih baik dari media lainnya sehingga dapat memberikan pengaruh yang beragam kepada masyarakat terkait fenomena Covid-19. Terkait pengaruh visual terhadap masyarakat, dilihat dari respons dan efek yang ditimbulkan sehingga menghasilkan persepsi tentang foto-foto Covid-19 dalam portal berita. Di antara pengaruh yang timbul, pada kasus ini dibagi menjadi dua bagian, yang pertama adalah masyarakat enggan bahkan takut untuk bersosialisasi dengan masyarakat lainnya. Yang kedua masyarakat sudah mulai bosan dengan informasi yang disuguhkan dalam pemberitaan yang membahas mengenai Covid-19.

## **B. Saran**

Penelitian mengenai kajian visualisasi pandemi Covid-19 melalui foto jurnalistik di *Kompas.id* tahun 2020-2021 memiliki kemudahan dan kesulitan tersendiri. Di antara kemudahannya adalah dalam memperoleh berita dan foto pada portal *online Kompas.id*, berita mengenai Covid-19 dapat diakses dimana dan kapanpun selama terhubung dengan internet. Ternyata hal tersebut tidak hanya menjadi kemudahan, tetapi sekaligus kelemahan atau kesulitan. Oleh karena banyaknya informasi mengenai Covid-19, masyarakat dituntut untuk dapat membedakan mana berita yang memiliki kebenaran akan nilai

beritanya dan mana yang tidak, khususnya tentang foto berita yang membahas masalah Covid-19. Foto-foto dalam *Kompas-id* sebagai sampel penelitian, memerlukan kejelasan tentang batasan-batasan untuk menentukan objek yang akan diteliti, apalagi jumlah fotonya yang sangat banyak dan mudah untuk dilacak. Semua foto dapat di tangkap layer melalui metode *screen capture* atau dengan men-*download* selama penulis menjadi pelanggan di portal berita tersebut. Untuk mempermudahnya, salah satu cara yang dilakukan adalah memahami kriteria dan unsur-unsur jurnalistik yang terdapat di dalam fotonya. hal ini dikarenakan kedua aspek di atas yang nantinya akan menjadi bahan analisis dalam penelitian.

Berbicara tentang fenomena Covid-19, Indonesia menjadi salah satu negara dengan kasus Covid-19 tertinggi Asia Tenggara. Akibatnya, pemberitaan yang menayangkan topik-topik terkait Virus Corona terus terjadi sepanjang tahun 2020-2021 semakin masif yang membuat berita atau fenomena yang lainnya seolah tenggelam. Dari hasil yang diperoleh dalam penelitian, *Kompas.id* merupakan salah satu platform pemberitaan *online* yang turun memberikan suguhan tentang Covid-19. Hasil penelitian ini juga menjadi gambaran tentang unsur-unsur yang terkandung di dalam setiap foto pemberitaan seluruhnya terpenuhi. Diantara unsur-unsur visual jurnalistik yang termuat dalam foto adalah nilai orisinalitas, faktualitas, informatif, relevan, dan sudut pengambilan gambar. Dari hal tersebut, menjadikan seluruh sampel penelitian menjadi mudah dipahami dan dapat memengaruhi audiens terkait maksud dan tujuan pelampiran gambar dalam pemberitaan. Namun

demikian, penulis berharap perlu adanya penelitian lebih mendalam terkait visual jurnalistik yang dapat menjadi bahan bacaan tambahan dengan metode penulisan dan pengumpulan data yang lebih natural.





## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2021). *Faktual Adalah Berita Yang Berdasarkan Kenyataan, Berikut Penjelasannya*.
- Aeni, N. (2021). Pandemi Covid-19: Dampak Kesehatan, Ekonomi, Dan Sosial Covid-19 Pandemic: The Health, Economic, And Social Effects. *Polri*, 24(1), 17–34.
- Agung, I. M. (2020). Memahami Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Psikologi Sosial. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(2), 68.  
<https://doi.org/10.24014/Pib.V1i2.9616>
- Albertus Magnus Prestianta, Sita Winiawati Dewi, U. D. K. (2021). *Persepsi Publik Terhadap Pemberitaan Covid-19 Di Media*.
- Alwi, A. M. (2004). *Foto Jurnalistik: Metode Memotret Dan Mengirim Foto Ke Media Massa*. Bumi Aksara.
- Andrea, N. J. (2015). Estetika Fotografi Jurnalistik Olah Rasa, Dan Sinestesia. In *Jurnal Rekam* (Vol. 11, Issue 2).
- Anggarini, S. (N.D.). *Fenomena Dalam Berita C Ovid-19*. 224–249.
- Azoulay, A. (2010). What Is A Photograph? What Is Photography? *Philosophy Of Photography*, 1(1), 9–13. <https://doi.org/10.1386/Pop.1.1.9/7>
- Azwar S. (2013). *Sikap Manusia: Teori Dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Banarjee, D., Vaishnav, D. (2020). Impact Of The Covid-19 Pandemic On Psychosocial Health And Well-Being In South-Asian (World Psychiatric Association Zone 16 ) Countries : A Systematic And Advocacy Review From The Indian Psychiatric Society. *Indian Journal Of Psychiatry*.
- Barus, H. (2021). *Enam Pemenang Penghargaan Jurnalistik Adinegoro 2021*. <https://www.industry.co.id/read/79822/enam-pemenang-penghargaan-jurnalistik-adinegoro-2021>
- Bill., K. R. T. Y. A. P. (2017). *9 Elemen Jurnanisme : Apa Yang Seharusnya Diketahui Wartawan Dan Diharapkan Publik*. Yayasan Pantau.
- Bonneux, L., & Van Damme, W. (2010). Preventing Iatrogenic Pandemics Of Panic. Do It In A Nice Way. *Bmj (Clinical Research Ed.)*, 340, 539–540. <https://doi.org/10.1136/bmj.C3065>
- Brehm, & Kassir, S. (1990). *Social Psychology*. Houghton, Mifflin And Company.
- Cohen, Louis, Et Al. (2007). 2007. Sixth Edition: *Research Methods In Education*. London: Routledge.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Daniel, R., & Wardana, W. (2017). Disaat Fotografi Jurnalistik Bukan Sekedar Pemberitaan. *Magenta*, 1(01), 93–108.
- Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B.,

- Mahfud, C., Sinapoy, M. S., Djalante, S., Rafliana, I., Gunawan, L. A., Surtiari, G. A. K., & Warsilah, H. (2020). Review And Analysis Of Current Responses To Covid-19 In Indonesia: Period Of January To March 2020. *Progress In Disaster Science*, 6. <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2020.100091>
- Dwiputra, K. O. (2021). Jurnal Komunikasi Profesional Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Covid-19 Didwiputra, K. O. (2021). Jurnal Komunikasi Profesional Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Covid-19 Di. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 26–37. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Edukasi, J., & Nugraha, K. A. (2021). *Klasifikasi Pertanyaan Bidang Akademik*. 7(1), 44–51.
- Effendy, O. U. (2002). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Pt. Remaja Rosdakarya.
- Erlyana, Y., & Setiawan, D. (2020). Analisis Komposisi Fotografi Pada Foto Editorial “Elephants” Karya Steve Mccurry. *Jurnal Titik Imaji*, 2(2), 71–79. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/article/view/1954>
- Fidler, R. (2010). *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*. Benteng Budaya.
- Fisher, B. A. (N.D.). *Disunting Jalaluddin Rakhmat. (1986). Teori-Teori Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Gordon, I. E. (2004). *Theory Of Visual Perception*. New York: Taylor & Francis E- Library.
- Haq, A. D., & Fadilah, E. (2019). Transformasi Harian Kompas Menjadiportal Berita Digita Subscription Kompas.Id. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(2), 190–213. <https://doi.org/10.24198/jkj.v1i2.21339>
- Hidajanto, D. Dan A. F. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Kencana, Prenada Media Group.
- Hovland, C. Dkk. (1953). *Communication And Persuasion*. New Haven, Gt: Yale University Press.
- Hoy, F. P. (1993). *Photojournalism : The Visual Approach*. Prentice-Hall. Ibrahim, S. (2019). *Tujuan Komposisi Dalam Genre Fotografi Jurnalistik*. <https://infointermedia.com/tujuan-komposisi-dalam-genre-fotografi-jurnalistik/> <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/17/175103265/lewati-singapura-kasus-covid-19-di-indonesia-kini-terbanyak-di-asean?page=all> (Di Akses Pada 9 November 2022 Pukul 16.56 Wib). %0a. 2019. Tujuan Komposisi Dalam Genre Fotografi Jurnalistik. <https://infointermedia.com/tujuan-komposisi-dalam-genre-fotografi-jurnalistik/> <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/17/175103265/lewati-singapura-kasus-covid-19-di-indonesia-kini-terbanyak-di-asean?page=all>

- Jati, N. K. (2018). Hiperrealitas Fotografi Jurnalistik. *Nirmana*, 17(1), 16. <https://doi.org/10.9744/Nirmana.17.1.16-21>
- Jayani, D. H. (2021). *Kasus Covid-19 Indonesia Posisi 13 Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/22/kasus-covid-19-indonesia-posisi-13-dunia>
- Kompas. (N.D.). *Kami Adalah Kompas*.
- Laba, K., Rusmiwari, S., & Diahloka, C. (2015). Representase Visi Surat Kabar Dalam Foto Jurnalistik. *Jisip*, 2(1), 16. <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/61>
- Liantoni, F. (1855). Fotografia. *Il Nuovo Cimento*, 1(1), 388–390. <https://doi.org/10.1007/Bf02729204>
- Liu, T., Hu, J., Kang, M., Lin, L., Zhong, H., Xiao, J., He, G., Song, T., Huang, Q., Rong, Z., Deng, A., Zeng, W., Tan, X., Zeng, S., Zhu, Z., Li, J., Wan, D., Lu, J., Deng, H., & He, J. (2020). *The Lancet*, 1(1), 1–21.
- Matuloh, O. (2008). *Imaji Suara-Suara. Dalam Risman Marah (Ed)*. Bp ISI Yogyakarta & Lpp Yogyakarta, Yogyakarta.
- Moleong, L. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pt Remaja Rosdakarya.
- Mufidah, I., & Mastanora, R. (2021). Pemanfaatan Foto Jurnalistik Oleh Pos Metro Padang Pada Pemberitaan Koran. *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial Dan Budaya*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.31958/Istinarah.V3i1.3337>
- Muhammad, A., & Tarigan, A. E. S. (2012). Jurnal Ilmu Sosial-Fakultas Isipol Uma Issn : 2085 – 0328. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(2), 94–100.
- Muharman, G. (2001). *Pengantar Foto Jurnalistik*. Karya Nusantara.
- Mukaromah, V. F. (2020). *Infografik Kasus Covid-19 Di Asia Tenggara Tahun 2020*. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/17/175103265/lewati-singapura-kasus-covid-19-di-indonesia-kini-terbanyak-di-asean?page=all>
- Polri, L. (2021). Jurnal Litbang Polri. *Polri*, 24(1), 17–34.
- Purnomo, A. S. A., Andrea, N. J., & Kusuma, M. R. P. (2021). Narasi Liris Fotografi Jurnalistik Pada Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Proyek Fotografi “Still Lives” Oleh The New York Times. *Jurnal Bahasa Rupa*, 4(2), 113–124. <https://doi.org/10.31598/Bahasarupa.V4i2.714>
- Rakhmat, J. (1986). *Teori-Teori Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Ratna, N. K. (2010). *Metodologi Penelitian*. Kajian Budaya Dan Ilmu.
- Ridlo, M. H. R. (2020). *Visualisasi Informasi Dalam Infografik Tirto. Id Di Layanan Jejaring Sosial Instagram*. <http://digilib.isi.ac.id/6753%0ahttp://digilib.isi.ac.id/6753/6/Lampiran.Pdf>
- Rodman, G. (2012). *Mass Media In A Changing World*. 4th Ed. Mc Graw Hill



Company.

- Saleh, O. S. (2016). *Bahan Ajar Bahan Ajar Bahan Ajar*. Mkb 7056, 1–101.
- Saputra, S. J. (2021). Kekuatan Visual Dalam Mendisiplinkan Khalayak Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 4(2), 120. <https://doi.org/10.24198/jkj.v4i2.27811>
- Sedarmayanti & Hidayat, S. (2022). *Metode Penelitian*. Mandar Maju.
- Siricharoen, Waralak V., And N. S. (2015). *How Infographic Should Be Evaluated*.
- Sodikin, A. (2018). *Harian “Kompas” Luncurkan Kompas.Id, Aplikasi Premium Berbasis Langganan*. Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2018/03/08/10203991/harian-kompas-luncurkan-kompasid-aplikasi-premium-berbasis-langganan>
- Sugiarto, A. (2014). *Jurnalisme Pejalan Kaki*. Pt Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.Cv.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Syahril Iskandar, M. (2011). Pembentukan Persepsi Visual Pada Iklan Televisi. *Visualita*, 3(1), 2301–5144. <http://visualita.unikom.ac.id/>
- Taylor, S. (2021). *The Psychology Of Pandemics*. <https://coronaphobia.org/assets/articles/taylor-arcp.pdf>
- Thomas Elliott Berry. (1978). *Journalism In America: An Introduction To The News Media*. Hastings House Pub.
- Triyaningsih, H. (2020). Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Pamekasan Tentang Virus Corona. *Elsevier Inc.*, 1(1), 1–21. <https://www.thelancet.com>
- Wijaya, T. (2011). *Foto Jurnalistik*. Cv Sahabat.
- Wijaya, T. (2014). *Foto Jurnalistik*. Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Wulandari, I. N. (2019). *Kajian Estetika Fotografi Pada Karya-Karya Anggota Ukm Serufo Dalam Pameran Leuit*. Fakultas Seni Media Rekam Institut Seni Indonesia. Yogyakarta.
- Yekti Herlina. (2007). Komposisi Dalam Seni Fotografi. *Nirmana*, 9(2), 82–88. <http://puslit2.petra.ac.id/Ejournal/Index.php/Dkv/Article/View/17676>
- Yin, R. K. (2009). *Case Study Research Design And Methods (4th Ed. Vo)*. Sage Publication.