BAB II
ETIKA PENYAMPAIAN KRITIK SOSIAL DI JEJARING SOSIAL

II.1 Komunikasi Massa

"Komunikasi massa adalah komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan melalui media massa (media cetak dan elektronik) kepada khalayak yang tidak terbatas oleh letak geografis. Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa inggris, *mass communication*, kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Artinya komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated"* (Wiryanto,2010). "Komunikasi massa hanya merupakan salah satu proses komunikasi yang berlangsung pada peringkat masyarakat luas yang identifikasinya ditentukan oleh ciri khas institusionalnya" (Denis,1987).

II.2 Kritik Sosial

"Kritik sosial adalah salah satu bentuk komunikasi dalam masyarakat yang bertujuan atau berfungsi sebagai kontrol terhadap jalannya suatu sistem sosial atau proses bermasyarakat. Berdasarkan definisi dari dua kata tersebut yaitu kritik dan sosial, kritik sosial adalah suatu aktifitas yang berhubungan dengan penilaian *(juggling),* perbandingan *(comparing),* dan pengungkapan *(revealing)* mengenai kondisi sosial suatu masyarakat yang terkait dengan nilai-nilai yang dianut ataupun nilai-nilai yang dijadikan pedoman. Kritik sosial juga dapat diartikan dengan penilaian atau pengkajian keadaaan masyarakat pada suatu saat" (Mahfud, 1957). Dengan kata lain dapat dikatakan, kritik sosial sebagai tindakan adalah membandingkan serta mengamati secara teliti dan melihat perkembangan secara cermat tentang baik atau buruknya kualitas suatu masyarakat. Adapun tindakan mengkritik dapat dilakukan oleh siapapun termasuk sastrawan dan kritik sosial merupakan suatu variable penting dalam memelihara sistem sosial yang ada. Secara definisi kritik adalah upaya perbaikan yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok terhadap suatu masalah karena ketidakcocokan baik secara prinsip ataupun secara biasa.

“Kritik lebih berkonotasi negatif. Kritik mempunyai arti kecaman atau tanggapan, kadang – kadang disertai uraian dan pertimbangan baik buruknya hasil suatu karya. Kritik dalam tradisi pers sering dilontarkan terhdap masalah sosial” (KBBI,1989)

II.2.1 Fungsi Kritik

“Kritik sosial adalah salah satu bentuk komunikasi dalam masyarakat yang bertujuan atau berfungsi sebagai kontrol terhadap jalannya suatu sistem sosial atau proses bermasyarakat. Upaya penyampaian kritik bisa disampaikan secara lisan atau tulisan. Tujuan awal kritik adalah memperbaiki secara nyata sehingga ada perubahan yang lebih baik dan bisa lebih tertata rapi. Karena manfaat kritik yang baik inilah maka mengerti etika kritik sebelum melakukan kritik merupakan hal wajib diketahui oleh pelaku kritik, sebab pelaku kritik atau kritikus yang tidak mengetahui pokok etika kritik pasti akan melahirkan generasi asal bunyi” (Harmono, p.2-4).

II.2.2 Kriteria Kritik

Sebuah kritikan adalah sesuatu yang sangat berharga dan mempunyai tujuan yang baik. Bila bisa diterima dengan lapang dada, akan mampu mengoreksi kekeliruan yang terjadi dan membuat perbaikan. Bila tidak, yang terjadi hanya rasa tidak nyaman dan rasa gagal melakukan tugas. Sebaliknya, memberi kritik dianggap lebih mudah karena hanya menyampaikan apa yang tidak berkenan, padahal sebenarnya tidak juga. Memberi ataupun menerima kritikan sama-sama membutuhkan strategi dan kebijaksanaan. Isi kritikan sebaiknya yang berhubungan dengan topik permasalahan, bukan yang menyangkut pribadi atau hal lainnya dari topik tersebut.

Kritikan juga dilontarkan dengan tujuan agar si penerima kritik menjadi lebih baik lagi. Karena itulah ada beberapa prinsip yang perlu digunakan saat memberikan kritik pada seseorang, yang pertama adalah dengan menggunakan strategi puji-kritik-puji. Awali dengan pujian, dan akhiri dengan pujian. Yang kedua yaitu pilih situasi dan kondisi yang tepat. Saat ingin menyampaikan kritik, lihat situasi dan

kondisi yang bersangkutan, tunggu hingga waktu dan kondisi yang kondusif. Jika waktunya tidak tepat, tujuan dari kritik bisa tidak tercapai. Yang ketiga sesuai fakta, sebelum mengutarakan kritikan, pastikan apa yang akan disampaikan. Pahami benar apa yang akan diutarakan. Tidak hanya berdasarkan asumsi atau informasi dari orang lain atau media lain. Lalu yang keempat berikan waktu. Kritikan bukan hukuman, kritikan adalah sebuah koreksi agar yang dikritik menjadi lebih baik. Secara psikologis, dalam mengkritik penting untuk memberikan ruang waktu antara saat memberikan kritikan dan penjelasan dari yang bersangkutan.

Melihat orang lain melakukan hal yang membuat tidak nyaman seringkali membuat target audien untuk mengeluarkan kritikan. Hal yang hendak disampaikan bisa merupakan tanggapan yang positif, namun seringkali efek yang ditimbulkan justru sebaliknya. Salah paham dan kritik yang membangun bisa disalahartikan sebagai kecaman. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sebelum melakukan kritik antara lain sebagai berikut :

- Momen personal

  Penyampaian kritik dilakukan dalam momen personal. Hanya ada pengkritik dan orang yang akan di kritik, tidak melibatkan orang lain.
- Kritik tindakan atau perilaku, tidak pribadi orang yang akan dikritik

  Kritik tindakan yang dilakukan untuk menghindari kritikan yang tidak perlu terhadap orang yang akan di kritik.
- Sediakan solusi

  Mempunyai solusi yang bisa ditawarkan setelah menyampaikan kritik bisa berguna untuk melatih pikiran agar tidak hanya bisa dalam menyampaikan kritikan tetapi juga bisa memberikan solusi.
- Satu kritikan, satu kesalahan

  Fokus terhadap satu masalah yang akan dikritik.
- Gunakan bahasa yang tepat

  Pilih kata yang tepat dalam menyampaikan kritikan. Penggunaan bahasa yang tepat akan mengurangi kemungkinan salah paham bagi penerima kritik. Hal ini juga akan melatih untuk menyampaikan kritik secara tepat.

Saat ini kita tengah berada di era demokrasi. Dimana kita diberi ruang yang cukup luas untuk menyampaikan kritik, saran, ketidakpuasan dan apa pun yang semuanya dilindungi oleh undang-undang. Namun yang menjadi masalah adalah sering kali kita tidak sengaja dalam menyikapi kebebasan yang diberikan dan ruang yang disediakan.

Bagi kalangan yang suka mengeritik, perhatikanlah cara-cara menyampaikan kritik yaitu: mengerti betul duduk persoalan, tidak bersifat menyerang apalagi menghina yang dikritik. Kalau sebuah kritik tidak dihiraukan, tidak usah kecewa dan meradang. Yang dikritik berhak menerima atau menolaknya.

II.3 Etika

Menurut Nasrullah dari K.Bertens (2000) Secara etimologis (asal usul kata), etika mempunyai arti yaitu ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan.

Biasanya bila kita mengalami kesulitan untuk memahami arti sebuah kata maka kita akan mencari arti kata tersebut dalam kamus. Tetapi ternyata tidak semua kamus mencantumkan arti dari sebuah kata secara lengkap. Hal tersebut dapat kita lihat dari perbandingan yang dilakukan oleh K. Bertens terhadap arti kata ‘etika’ yang terdapat dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama dengan Kamus Bahasa Indonesia yang baru. Dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama (Poedjawijatna mengutip dari Bertens,2000), etika mempunyai arti sebagai : “ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak (moral)”. Sedangkan kata ‘etika’ dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang baru (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1988 – mengutip dari Bertens 2000), mempunyai arti :

- Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak);
- Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak;
- Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Dari perbadingan kedua kamus tersebut terlihat bahwa dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama hanya terdapat satu arti saja yaitu etika sebagai ilmu. Sedangkan Kamus Bahasa Indonesia yang baru memuat beberapa arti. Kalau kita membaca sebuah kalimat di berita surat kabar "Dalam dunia bisnis etika merosot" maka kata 'etika' di sini bila dikaitkan dengan arti yang terdapat dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama tersebut tidak cocok karena maksud dari kata 'etika' dalam kalimat tersebut bukan etika sebagai ilmu melainkan 'nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat'. Jadi arti kata 'etika' dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama tidak lengkap.

K. Bertens berpendapat bahwa arti kata 'etika' dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia tersebut dapat lebih dipertajam dan susunan atau urutannya lebih baik dibalik, karena arti kata ke-3 lebih mendasar daripada arti kata ke-1. Sehingga arti dan susunannya menjadi seperti berikut :

- Nilai dan norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Misalnya, jika orang berbicara tentang etika orang Jawa, etika agama Budha, etika Protestan dan sebagainya, maka yang dimaksudkan etika di sini bukan etika sebagai ilmu melainkan etika sebagai sistem nilai. Sistem nilai ini bisaberfungsi dalam hidup manusia perorangan maupun pada taraf sosial.
- Kumpulan asas atau nilai moral, yang dimaksud di sini adalah kode etik. Contoh : Kode Etik Jurnalistik
- Ilmu tentang yang baik atau buruk.

Etika baru menjadi ilmu bila kemungkinan-kemungkinan etis (asas-asas dan nilai-nilai tentang yang dianggap baik dan buruk) yang begitu saja diterima dalam suatu masyarakat dan sering kali tanpa disadari menjadi bahan refleksi bagi suatu penelitian sistematis dan metodis. Etika di sini sama artinya dengan filsafat moral. St. John of Damascus (abad ke-7 Masehi) menempatkan etika di dalam kajian filsafat praktis (*practical philosophy*).

Etika dimulai bila manusia merefleksikan unsur-unsur etis dalam pendapat-pendapat spontan kita. Kebutuhan akan refleksi itu akan kita rasakan, antara lain karena pendapat etis kita tidak jarang berbeda dengan pendapat orang lain. Untuk itulah diperlukan etika, yaitu untuk mencari tahu apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia.

Secara metodologis, tidak setiap hal menilai perbuatan dapat dikatakan sebagai etika. Etika memerlukan sikap kritis, metodis, dan sistematis dalam melakukan refleksi. Karena itulah etika merupakan suatu ilmu. Sebagai suatu ilmu, objek dari etika adalah tingkah laku manusia. Akan tetapi berbeda dengan ilmu-ilmu lain yang meneliti juga tingkah laku manusia, etika memiliki sudut pandang normatif. Maksudnya etika melihat dari sudut baik dan buruk terhadap perbuatan manusia. Etika terbagi menjadi tiga bagian utama: meta-etika (studi konsep etika), etika normatif (studi penentuan nilai etika), dan etika terapan (studi penggunaan nilai-nilai etika).

II.3.1 Definisi Etika

"Etika bisa didefinisikan sebagai prinsip-prinsip yang mengikat bagi individu maupun kelompok tertentu" (Martin dan Nakayama dalam *Intercultural Communication in Contexts,*1997). Prinsip ini pada dasarnya bisa dikatakan sebagai sesuatu yang muncul dari perspektif komunitas tertentu untuk menyatakan mana yang baik dan mana yang buruk dalam proses komunikasi. (Martin dan Nakayama,1997) memberikan dua tahapan dalam memandang persoalan ini. "*Pertama,* kita semestinya memiliki kemampuan untuk menilai kebiasaan-kebiasaan yang beretika dan apa yang dikatakan tidak beretika. *Kedua,* tanggung jawab kita untuk mengidentifikasikan panduan dasar kebiasaan-kebiasaan yang sesuai etika sehingga dapat dihindari konflik yang terjadi".

II.3.2 Etika Bermasyarakat

Etika secara umum dapat dirumuskan sebagai suatu batasan yang menilai tentang baik salah atau benar dan baik atau buruk suatu tindakan. Etika adalah "pagar" yang mengatur pergaulan manusia dalam suatu masyarakat. Tanpa etika,

kita akan dicap sebagai orang yang tidak tahu bertatakrama. Oleh karena itu, etika sangat penting bagi kehidupan bermasyarakat. Etika bermayarakat memiliki tiga hal yang harus terus diamalkan: (1) saling tolong-menolong; (2) saling mengingatkan; (3) bersikap toleran. Hal tersebut adalah dasar penerapan etika dalam bergaul di masyarakat. Selain itu, etika juga mempunyai kepentingan sendiri untuk menciptakan pergaulan yang harmonis di tengah masyrakat plural. Secara lebih khusus pentingnya etika dalam bermasyarkat adalah sebagai berikut:

- Etika dapat membuat seorang manusia besikap empati;
- Etika membuat seorang manusia memanfaatkan waktu sebaik-baiknya dan menghargai kehidupannya;
- Etika memberikan self control bagi manusia agar dapat menyadari apa yang sedang ia lakukan dan tahu apa yang seharusnya dilakukan;
- Etika mengajarkan agar manusia dapat mawas diri artinya manusia memperhitungkan apa yang akan dilakukannya dan bagaimana pandangan orang lain terhadap perilakunya.

Kalangan profesional adalah kalangan yang menjunjung tinggi etikanya dalam berprofesi. Hal itu mereka lakukan untuk menghargai profesi mereka dan menghindari sikap saling menjatuhkan dalam suatu profesi. Namun, etika bermasyarakat juga berperan dalam menciptakan dan memelihara persatuan dalam kehidupan. Melihat hal tersebut, sudah seharusnya jika kalangan masyarakat pun dapat menjujunjung tinggi etikanya, etika bermasyarakat.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, kita tidak hanya dapat mengetahui apa yang dimaksud dengan etika, tetapi kita juga mengetahui pentingnya etika dalam bermasyarakat. Etika memegang peranan penting dalam membangun sikap manusia saat bergaul di masyarakat serta dalam harmonisasi pergaulan di masyarakat, khususnya masyarakat multikulur seperti di Indonesia. Oleh sebab itu, etika bermasyarakat harus tetap dijunjung.

II.4 Jejaring Sosial

Dalam *Democracy in the Digital Age*, Anthony G. Wilhelm (2000/2003) menyatakan bahwa "kehadiran teknologi internet bisa ditanggapi secara berbeda oleh akademisi dan praktisi. Ada yang menganggap bahwa kehadiran teknologi internet harus diwaspadai, karena ia mengaburkan bahkan meniadakan struktur–struktur yang selama ini sudah baku. Namun, ada pula yang mengatakan bahwa semestinya teknologi tersebut dapat memberikan manfaat untuk membantu dan pada akhirnya pembentukan kultur di tengah masyarakat".

Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh profesor J.A. Barnes di tahun 1954.

Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll. Jejaring sosial biasanya juga mengacu pada interaksi antara orang-orang dimana mereka membuat, berbagi, dan atau pertukaran informasi dan ide-ide dalam komunitas virtual dan jaringan.

Banyak layanan jejaring sosial berbasiskan web yang menyediakan kumpulan cara yang beragam bagi pengguna untuk dapat berinteraksi seperti chat, messaging, email, video, chat suara, share file, blog, diskusi grup, dan lain-lain. Umumnya jejaring sosial memberikan layanan untuk membuat biodata dirinya. Pengguna dapat meng-upload foto dirinya dan dapat menjadi teman dengan pengguna lainnya. Beberapa jejaring sosial memiliki fitur tambahan seperti pembuatan grup untuk dapat saling sharing didalamnya.

II.5 Fenomena Kritik Sosial Di Indonesia

Fenomena belakangan ini, gerakan-gerakan di Timur Tengah, Brasil, dan negara-negara lainnya yang merintis terjadinya perubahan sosial diawali dengan gerakan di media sosial. Diskusi-diskusi yang selama ini dilakukan secara bertatap mata di dunia nyata juga mulai beralih ke dunia maya. Oleh karena itu, di era sekarang ini media sosial telah menjadi salah satu ujung tombak gerakan pemikiran dalam mendorong terjadinya perubahan sosial di tengah masyarakat.

Masyarakat Indonesia mulai memberdayakan jejaring sosial untuk melakukan kampanye terhadap berbagai permasalahan masyarakat maupun kebijakan yang tidak sesuai dengan kehendak masyarakat. Dalam prakteknya, beberapa kampanye yang dilakukan dengan jejaring sosial berhasil mencapai tujuannya. Kita dapat mengingat kampanye "koin untuk Prita" yang didukung oleh ribuan masyarakat yang bahkan tidak pernah kenal ataupun bertemu dengan Prita. Begitu juga sekarang ini banyak kampanye yang sedang dijalankan, baik melalui media Facebook, Twitter dan lainnya.

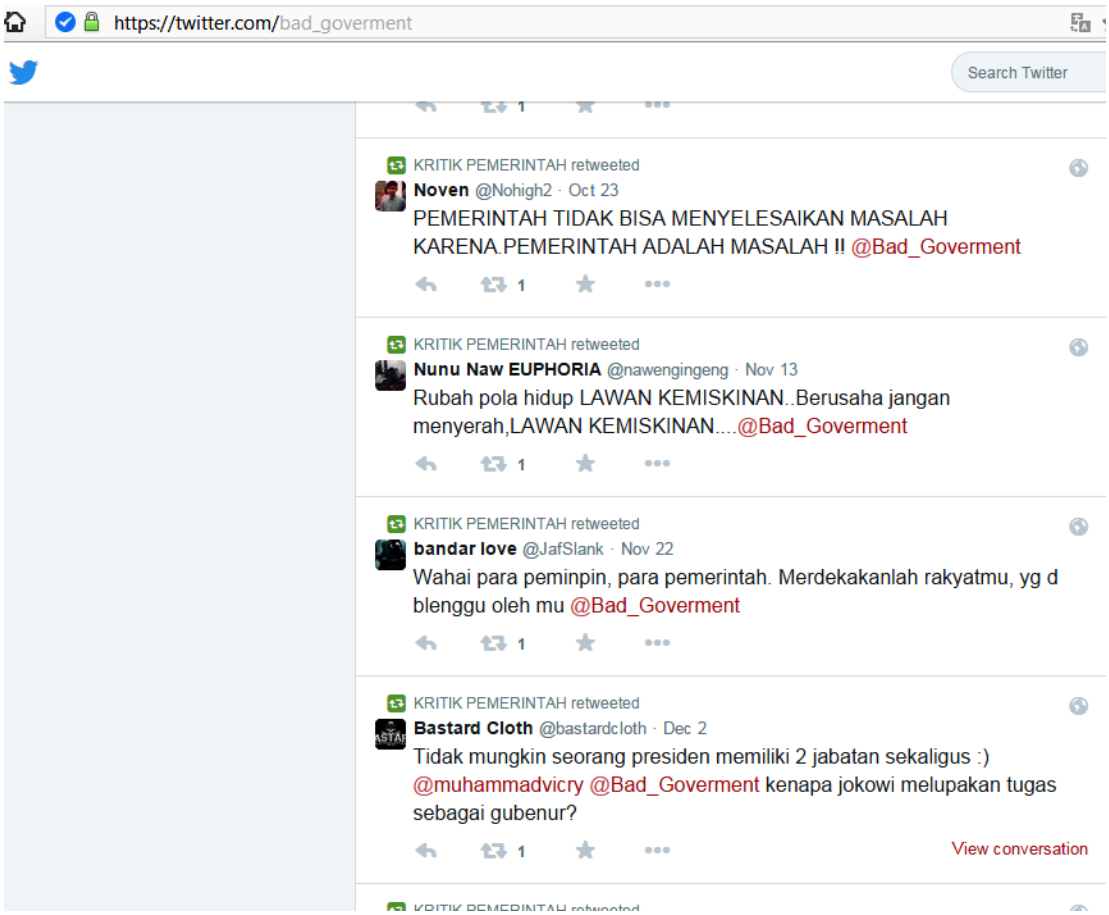


Gambar II.1 koin untuk Prita

Sumber : http://www.antarafoto.com/ (20 Desember 2009)

Dalam aktivitas gerakan sosial, penggunaan jejaring sosial juga memberikan dampak negatif. Masyarakat lebih berani berkomentar di media sosial, namun tapi tidak berani mempertanggungjawabkan pendapatnya di dunia nyata. Tidak jarang

jejaring sosial digunakan untuk mencemarkan nama baik individu maupun institusi.



Gambar II.2 Kitik di jejaring sosial kepada lembaga pemerintah

Sumber : https://twitter.com/bad_goverment (2014)

Terdapat undang-undang untuk permasalahn seperti di atas, yaitu UU No. 11 Tahun 2008 yang berisikan tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Terdapat sanksi baik pidana maupun uang terhadap berbagai pelanggaran yang ditimbulkan dari penyalahgunakan teknologi informasi ini. Sudah terdapat beberapa tindak pidana yang ditujukan kepada pelanggar UU No. 18 Tahun 2008. Dengan adanya undang-undang ini diharapkan dapat menjadi batasan bagi masyarakat yang bebas memanfaatkan jejaring sosial ini.

Perayaan kebebasan media sosial di Indonesia juga berarti menjamurnya akun *anonym*—belakangan istilah ini banyak direvisi, orang mulai nyaman dengan

penggunaan: *pseudonym*. Di Twitter kita bisa ketemu beberapa akun seperti: trio macan, benny Israel, provokatrok dll. Akun-akun ini banyak bercerita soal isu (banyak berbau konspirasi) sosial-politik di linimasa. Rajin mengkritik pemerintah, memanfaatkan kebebasan di media sosial.

II.6 Kampanye

Penyampaian etika kritik sosial memerlukan suatu media sebagai salah satu alat untuk memberitahu ke masyarakat luas. Sesuai definisi dari kampanye sosial, komunikasi yang dilakukan untuk menyebarluaskan pesan-pesan penting yang sangat diperlukan masyarakat. Kampanye sosial adalah media yang kemungkinan akan digunakan dan seringkali berhubungan dengan sosial lingkungan masyarakat.

Menurut (Venus,2012) terdapat beberapa definisi tentang kampanye, diantaranya :

- Sebagai salah satu usaha yang terencana dan berjalan untuk memberikan informasi, mendidik, atau meyakinkan masyarakat untuk tujuan khusus.
- Menggunakan berbagai lambang untuk mempengaruhi manusia sedemikian rupa sehingga tingkah laku yang ditimbulkan karena pengaruh tersebut sesuai dengan keinginan komunikator.
- Rencana kegiatan komunikasi pemasaran yang berkesinambungan dan dilaksanakan berdasarkan suatu jadwal yang menunjukan suatu peran atau berbagai media (televisi, radio, majalah, surat kabar, dan film).
- Kampanye publik merupakan aktifitas komunikasi di dalam menyampaikan pesan melalui jaringan saluran komunikasi secara terpadu, dan mengorganisir aktivitas komunikasi tersebut dengan tujuan menghasilkan dampak pada individu-individu dalam jumlah besar, dan atau kelompok masyarakat sesuai dengan target yang ingin dicapai, pada satuan waktu tertentu.

Dari definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan yaitu kampanye adalah aktivitas komunikasi yang terencana untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan dan mempengaruhi individu-individu dalam jumlah besar atau kelompok masyarakat dengan menggunakan berbagai media (televisi, radio,

majalah, surat kabar, dan lain sebagainya) agar memenuhi target yang ingin dicapai pada satuan waktu tertentu. Menurut Antar materi dan isi kampanye biasanya menyangkut :

- Tema, topik, dan isu apa yang diangkat ke permukaan agar mendapat tanggapan.
- Tujuan dari kampanye.
- Program atau perencanaan dalam kampanye.
- Sasaran dari kampanye yang hendak dicapai.

Pesan-pesan kampanye juga terbuka untuk didiskusikan, bahkan gagasan-gagasan pokok yang melatarbelakangi diselenggarakannya kampanye juga terbuka untuk dikritisi. Keterbukaan seperti ini dimungkinkan karena gagasan dan tujuan kampanye pada dasarnya mengandung kebaikan untuk publik. Sebagian kampanye bahkan ditujukan sepenuhnya untuk kepentingan dan kesejahteraan umum. Karena sifatnya yang terbuka dan isi pesannya tidak ditujukan untuk menyesatkan khalayak, maka tidak diperlukan tindakan pemaksaan dalam upaya untuk mempengaruhi publik. Segala tindakan dalam kegiatan kampanye dilandasi oleh prinsip persuasi yakni mengajak dan mendorong publik untuk menerima atau melakukan sesuatu yang dianjurkan atas dasar kesukarelaan.

II.7 Hasil Riset

Berdasarkan hasil kuisioner dan riset kepada 45 responden pada jejaring sosial *facebook* kritikan untuk pemerintahan Indonesia latar pendidikan masyarakat yang didapat adalah sebagai berikut :

22 responden mahasiswa = 49 %

11 responden tanpa keterangan = 24 %

9 responden SMA/SMK = 20 %

3 responden SMP = 7 %

Sedangkan pada *page twitter* kritik pemerintah/@Bad_Goverment riset kepada 50 responden. Latar pendidikan sulit diketahui karena responden banyak yang tidak mencantumkan informasi pada jejaring sosial *twitter*.

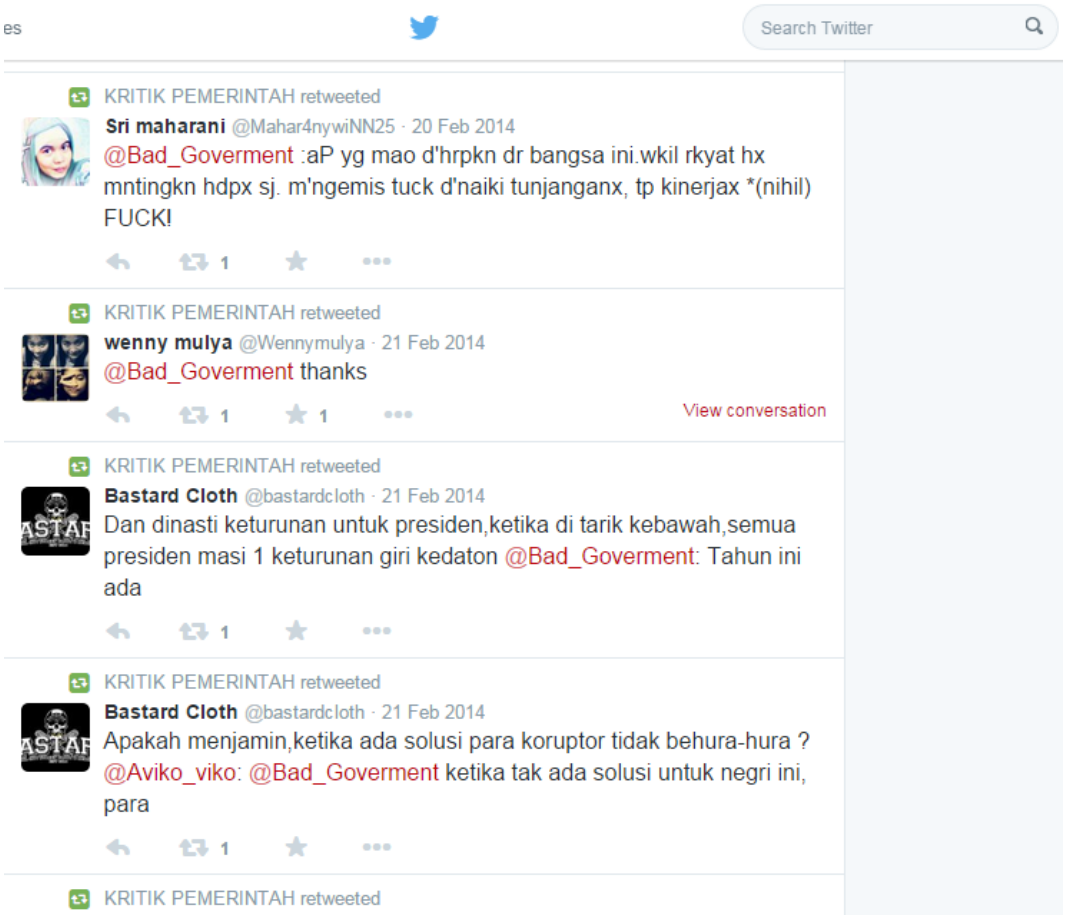
Diketahui pada kedua hasil riset bahwa alasan masyarakat mengkritik adalah untuk menunjukkan ketidakpuasaan mereka terhadap ketidakadilan dan cara kerja pemerintahan Indonesia. Cara penyampaian dan sudut pandang masyarakat disampaikan secara emosional sehingga kata – kata yang di tulis kurang terkendali dan melupakan etika atau norma berbahasa yang ada. Domisili masyarakat tersebar di seluruh kota di Indonesia. Latar belakang kehidupan masyarakat juga beragam, beberapa merupakan masyarakat mampu, tetapi banyak juga yang tidak mampu.

Etika mengkritik mungkin sudah diketahui oleh kebanyakan responden, tetapi dalam pelaksanaannya kurang dipahami. Seperti yang terlihat pada kritik di jejaring sosial *facebook* ini. Kata-kata yang dipakai kurang baik. Terdapat semacam ejekan untuk lembaga pemerintah maupun pemimpin negeri ini. Masyarakat Indonesia akan dinilai buruk bila hal ini diketahui oleh masyarakat di dunia. Seperti contoh dibawah, terlihat penggunaan Bahasa yang kurang tepat dalam mengkritik lembaga pemerintahan tersebut.



Gambar II.3 kritik di jejaring sosial *facebook*

Sumber : https://www.facebook.com/KritikanUntukPemerintahIndonesia?fref=ts (2014)



Gambar II.4 kritik di jejaring sosial *twitter*

Sumber : https://www.facebook.com/KritikanUntukPemerintahIndonesia?fref=ts (2014)

II.8 Solusi Permasalahan

Banyak penyampaian kritik di masyaratakat Indonesia dipengaruhi oleh kurangnya pemahaman mengenai persoalan yang akan dikritik dan penggunaan bahasa yang kurang baik dan benar. Permasalahan tersebut termasuk salah satu sebab dari kurangnya penerapan etika dalam berbahasa dan berperilaku yang harus diperhatikan dan diperbaiki. Karena itu dibutuhkan Kampanye untuk menyampaikan pesan tersebut ke masyarakat luas. Kampanye disini bertujuan untuk mendekati dan memberi informasi kepada masyarakat agar dapat mengetahui etika kritik yang baik dan benar. Dengan begitu masyarakat Indonesia akan lebih cerdas dalam menyampaikan kritik sosial dan juga membantu membangun dan memajukan Indonesia yang beretika.