

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia berasumsi bahwa Jepang merupakan negara maju. Asumsi ini mungkin saja berlaku bagi masyarakat dunia lainnya. Tercatat pada data IMF GDP negara Jepang mencapai 4,567.441 milyar Dollar Amerika Serikat pada tahun 2005. Selain itu, seperti yang dilansir dari CNN Indonesia mengungkapkan "... dan tak tanggung-tanggung, ekonomi Indonesia melesat dari peringkat, ataupun juga masuk menjadi peringkat lima besar dunia. Mengalahkan negara maju seperti Jepang, Jerman, dan Inggris. ..." (CNN Indonesia, 10 Februari 2017) dan keberhasilan Jepang dalam memajukan negaranya tidak lepas oleh karakter masyarakat Jepang diantaranya disiplin, pekerja keras dan pantang menyerah (*website*: Tempo.co). Masyarakat Jepang bersungguh-sungguh untuk membangun Jepang.

Menurut sejarahnya, dimulai pada abad ke-16, orang-orang Portugis (misionaris dan pedagang) datang ke Jepang untuk berdagang dan menyebarkan ajaran agama katolik, tetapi karena adanya konflik kepentingan dengan penguasa, penguasa saat itu rezim Tokugawa mengusir orang asing agar pergi dari Jepang dan melarang warga Jepang untuk ke luar negeri serta melarang orang luar negeri kecuali Belanda untuk datang ke Jepang. Saat itu orang Belanda mewakili VOC dan hanya diizinkan di satu lokasi yang berada di wilayah Jepang Selatan serta hanya dapat melakukan hubungan transaksional dengan pemerintah (monopoli dagang). Tindakan memberlakukannya pelarangan negara asing masuk ke Jepang ini disebut dengan *sakoku*.

Berlanjut setelah zaman Edo (1603-1867) berakhir, Jepang memasuki zaman Meiji (1868-1912) dimana pelarangan negara asing untuk datang ke Jepang ditiadakan dimulai pada tahun 1854 melalui Perjanjian Kanagawa. Jepang mulai membangun negaranya menjadi negara maju. Rezim Meiji yang meniadakan kebijakan *sakoku* membuat banyak orang-orang Barat berdatangan. Datangnya

orang-orang Barat ini memaksa Jepang membuka pasar komoditas luar negeri serta lebih aktif dalam interaksi internasional.

Setelah Jepang menjadi negara yang kaya dan kuat dalam militer, Jepang terlibat dalam Perang Dunia (PD) II melawan sekutu yang di antaranya adalah Amerika, Inggris dan Belanda. Dalam perang tersebut pada awalnya Jepang selalu memenangkan perangnya, namun pada akhirnya Jepang harus tunduk dan menyerah tanpa syarat kepada sekutu setelah Jepang dijatuhi bom di Hiroshima dan Nagasaki. Pasca pemboman di Hiroshima dan Nagasaki ini, negara Jepang hancur total, saat itu Jepang harus membayar rampasan perang dan diduduki sekutu. Pada kondisi seperti ini, dalam *Bombing Civilians: A Twentieth Century History* memprediksi bahwa sangat sulit bagi Jepang untuk membangun kembali negaranya, namun nyatanya Jepang mampu membangun kembali negaranya dalam waktu relatif singkat jika dilihat dengan kehancuran Jepang saat itu (Yuki dalam Andrew, 2008). Oleh karena itu, sejarah kembali mencatat keberhasilan Jepang yang tidak hanya mampu membangun kembali negaranya, tetapi mampu menjadikan negaranya sebagai negara maju dalam berbagai bidang.

“Tiba-tiba saja proses sejarah mengerikan dan perkembangan yang biasanya memakan waktu yang diperlukan berabad-abad lamanya melompat seperti mahluk halus (*phantoms*) dalam hitungan bulanan atau mingguan saja selesailah prosesnya” (Jacob dalam C. Vann Woodward, 1960: 19.)

Kesuksesan Jepang dalam membangun negara menjadi negara maju tersebut tidak terlepas dari karakter masyarakatnya yang mengandung konsep dasar, baik itu yang berkaitan secara normatif ataupun yang berkaitan secara teknis. Secara normatif, masyarakat Jepang memiliki watak dan kepribadian yang sangat mendukung kesuksesan, secara teknis masyarakat Jepang memiliki etos kerja yang sangat baik dan memiliki kemauan yang keras untuk menguasai ilmu pengetahuan. Dalam hal etos kerja, orang Jepang benar-benar memanfaatkan waktu dengan efektif dan efisien. Orang Jepang bekerja dengan disiplin, tanggung jawab dan tidak mengenal lelah. Watak dan kepribadian orang Jepang tersebut merupakan faktor pendukung kemajuan Jepang. Watak dan kepribadian

masyarakat Jepang ini merupakan karakter masyarakat Jepang yang dibentuk melalui kampanye-kampanye pemerintah yang bekerjasama dengan para cendekiawan pada masanya. Baik berupa karya sastra, maupun kebijakan-kebijakan pemerintah.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang kampanye pemerintah dalam membentuk karakter masyarakat Jepang.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Diberlakukannya politik isolasi (*sakoku*) pada masa pemerintahan Tokugawa.
2. Keruntuhan hirarkial Edo Bakufu.
3. Keterlibatan Jepang pada Perang Dunia II.
4. Bangkitnya Jepang dari keterpurukan pasca bom Hiroshima dan Nagasaki dalam waktu singkat.
5. Karakter masyarakat Jepang dan dampak kemajuan negara Jepang.
6. Kampanye-kampanye pemerintah yang bekerjasama dengan para cendekiawan.

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi masalah hanya pada “Kampanye Pemerintah Jepang dalam Pembentukan Karakter Masyarakat Jepang Periode Transisi Tokugawa-Meiji”.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa latar belakang pemerintah Jepang melakukan kampanye membentuk karakter masyarakat Jepang?

2. Karakter masyarakat Jepang yang bagaimana yang terbentuk akibat kampanye pemerintah tersebut?
3. Apa hubungan karakter masyarakat Jepang dengan kemajuan Jepang?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui latar belakang pemerintah Jepang melakukan kampanye.
2. Mengetahui karakter masyarakat Jepang yang terbentuk akibat kampanye pemerintah tersebut.
3. Mengetahui hubungan karakter masyarakat Jepang dengan kemajuan Jepang.

### **1.6. Landasan Teori**

#### **1. Kampanye**

Kampanye secara etimologi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi, dan sebagainya) ; kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing memperebutkan kedudukan dalam parlemen dan sebagainya untuk mendapatkan dukungan massa pemilih dalam suatu pemungutan suara. Kemudian, Rogers dan Storey menjelaskan kampanye adalah rangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (Everett M. Rogers, & Douglas Storey, 1987).

Bukan hanya itu, menurut Cangara dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi, kampanye adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan untuk memengaruhi masyarakat agar memiliki wawasan terhadap perilaku yang menjadi keinginan pemberi informasi. Sebagian teori yang dijelaskan oleh Kotler dan Roberto mengenai kampanye merupakan upaya yang dilakukan individu atau sekelompok orang untuk menanamkan ide, sikap, perilaku yang diinginkan oleh pelaku kampanye (Bates, D., Kotler, P., Roberto, E. L., & Fine, S. H, 1991).

Dr. Antar Venus, MA seorang dosen Fisip UPNVJ menerangkan, kampanye adalah upaya yang ditujukan untuk menciptakan perubahan dan dampak tertentu dalam kehidupan bermasyarakat yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu (Antar Venus, 2004).

Berdasarkan uraian di atas penulis menyimpulkan bahwa kampanye tidak terbatas pada kegiatan organisasi politik tertentu untuk mendapatkan dukungan massa dalam suatu pemilihan umum, melainkan upaya komunikasi persuasif yang dilakukan guna menanamkan informasi, ide serta gagasan untuk menciptakan efek tertentu secara berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu.

## **2. Karakter**

Dalam penulisan ini, penulis akan menggunakan teori mengenai karakter, dimana secara etimologi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, karakter adalah tabiat; sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain; watak. Karakter atau watak adalah sifat batin yang memengaruhi segenap pikiran, perilaku, budi pekerti, dan tabiat yang dimiliki manusia (*website*: [www.kbbi.web.id](http://www.kbbi.web.id)). Sejalan dengan Maxwell, karakter merupakan pilihan yang dapat menentukan sebuah tingkat kesuksesan dari seseorang. Dalam artian pikiran, perilaku, budi pekerti yang ada pada individu, akan menjadi penentu tingkat kesuksesannya di dalam masyarakat dan dalam hidup bersosial (Maxwell, 2001).

Wynne berpendapat, karakter menandai bagaimana teknis maupun cara yang digunakan dalam memfokuskan penerapan dari nilai-nilai kebaikan ke dalam sebuah tingkah laku maupun tindakan (B. Wynne, 1991). Sedangkan menurut Kemendikbud, karakter merupakan bentuk cara berpikir serta berperilaku seseorang yang nantinya akan menjadi ciri khasnya dan perihal karakter sendiri terdapat beberapa penjelasan lain seperti yang dijelaskan Pusat Bahasa Depdiknas (2008), karakter merupakan bawaan dari hati, jiwa, budi pekerti, kepribadian, sifat, tabiat, personalitas, temperamen, dan watak. Menurut Ryan dan Bohlin, karakter adalah sebuah pola perilaku seseorang. Orang dengan karakter yang baik tentu

saja akan paham mengenai kebaikan, menyenangi kebaikan, serta mengerjakan sesuatu yang baik pula. Orang dengan perilaku yang memang sesuai dengan kaidah moral disebut orang yang berkarakter mulia (Ryan & Bohlin, 2003).

Berdasarkan uraian di atas, penulis menyimpulkan bahwa karakter adalah bawaan dari pilihan hati yang membentuk pola perilaku seseorang kepada hal-hal yang baik hingga akhirnya membedakan seseorang dengan yang lainnya.

### **3. Etos Kerja**

Secara bahasa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia etos kerja berarti semangat kerja yang menjadi ciri khas dan keyakinan seseorang atau kelompok. Sedangkan menurut Chong dan Tai (dalam Wirawan, 2007) etos kerja adalah mengenai ide yang menekankan individualisme atau independensi dan pengaruh positif bekerja terhadap individu. Berbeda dengan Chong dan Tai yang menekankan pada individu sebagai subjek, Sinamo (2005) menekankan, kesadaran individu yang menjadi subjek kemudian mengobjekkan perilaku kerja dan menyatakan bahwa “etos kerja adalah seperangkat perilaku kerja positif yang berakar pada kesadaran yang kental, keyakinan yang fundamental, disertai komitmen yang total pada paradigma kerja yang integral”. Paradigma berarti konsep utama tentang kerja itu sendiri yang mencakup idealisme yang mendasari, prinsip-prinsip yang mengatur, nilai-nilai yang menggerakkan, sikap-sikap yang dilahirkan, standar-standar yang hendak dicapai, termasuk karakter utama, pikiran dasar, kode etik, kode moral, dan kode perilaku bagi para pemeluknya.

Etos kerja merupakan suatu pandangan dan sikap suatu bangsa atau umat terhadap kerja. Bila individu-individu dalam komunitas memandang kerja sebagai suatu hal yang luhur bagi eksistensi manusia, maka etos kerjanya akan cenderung tinggi. Sebaliknya, sikap dan pandangan terhadap kerja sebagai sesuatu yang bernilai rendah bagi kehidupan, maka etos kerja dengan sendirinya akan rendah (Anoraga, 1992).

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, penulis dapat menyimpulkan, etos kerja adalah seperangkat perilaku kerja positif yang berakar pada kesadaran Individu, keyakinan yang fundamental, disertai komitmen yang total pada paradigma kerja yang integral yang bermakna semangat kerja yang menjadi ciri khas dan keyakinan seseorang atau kelompok serta mengandung nilai-nilai dan kode etik bagi suatu individu maupun kelompok.

### **1.7. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif analisis dengan memanfaatkan berbagai macam pustaka yang relevan dengan penelitian yang dicermati (Mestika Zed, 2004). Data diperoleh dari perpustakaan Universitas Darma Persada, Perpustakaan Pusat Studi Jepang Universitas Indonesia, Perpustakaan Nasional Jakarta, Perpustakaan Japan Foundation dan koleksi pribadi. Penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif bertujuan menemukan informasi sebanyak-banyaknya.

### **1.8. Manfaat Penelitian**

- 1) Bagi penulis dapat menambah wawasan dan memahami tentang makna kampanye pemerintah Jepang dalam membentuk karakter masyarakat Jepang yang berdampak pada kemajuan Jepang.
- 2) Bagi pembaca, menambah wawasan dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya yang relevan.

### **1.9. Sistematika Penulisan**

Bab 1, merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab 2, merupakan pemaparan tentang latar belakang pemerintah Jepang mengkampanyekan untuk membentuk karakter masyarakat Jepang.

Bab 3, merupakan pembahasan tentang kampanye pemerintah Jepang dalam membentuk karakter masyarakat Jepang dan hubungannya dengan kemajuan negara Jepang.

Bab 4, kesimpulan.

