

BAB 4

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Kampanye Pemerintah Jepang dalam Membentuk Karakter Masyarakat Jepang Periode Transisi Tokugawa-Meiji, dapat disimpulkan bahwa kampanye ini dilakukan ataupun dilatar belakangi karena kurangnya kesadaran masyarakat dalam hal-hal yang urusannya publik. Dalam artian, tidak berarti bahwa masyarakat Jepang itu malas, boros, dan lain sebagainya, karena bila dilihat dari penjelasan sebelumnya, giat bekerja, tidak malas dan lain sebagainya merupakan karakter alamiah masyarakat Jepang karena kondisi geografisnya yang mengharuskan masyarakat Jepang untuk giat. Namun, tidak adanya tolak ukur moral publik hingga kedatangan para bangsa asing ke Jepang yang memperlihatkan kenyataan bahwa bangsa Jepang jauh tertinggal, dan untuk mengejar ketertinggalan tersebut bangsa Jepang haruslah memperbaiki diri dalam arti peningkatan sumber daya manusia dan dimulai dari karakter masing-masing individunya untuk menanamkan kesadaran bahwa perilakunya akan di nilai di ruang publik karena tujuannya haruslah untuk kemaslahatan bersama yang akan menjadi identitas bangsa Jepang. Untuk itulah pemerintah jepang melakukan kampanye nasional guna menanamkan kesadaran kepada masyarakatnya.

Adapun karakter masyarakat Jepang yang dibangun adalah peningkatan mutu masing-masing individu masyarakat Jepang, dalam artian tidak lagi mementingkan kepentingan pribadi namun kepentingan bersama sehingga antara pemerintah dan masyarakatnya seiring seirama. Serta memberikan identitas bagi bangsa Jepang. Contohnya dapat dilihat pada semangat juang bangsa jepang serta jiwa patriotisme yang tinggi, kemudian terbinanya 'hidup berbudaya' karena tolak ukurnya adalah publik. Bila "saya" melakukan "A" dan "A" dilakukan oleh "semua orang" dan hasilnya positif maka "saya" bermoral.

Kemudian dengan ini kita tahu bahwa kemajuan negara Jepang ini tidak lahir secara kebetulan ataupun tidak mendarah daging sejak lama. Melainkan adanya usaha yang ditempuh untuk mencapai kemajuan negara Jepang, melalui

pembentukan karakter yang di kampanyekan oleh pemerintah baik dalam bentuk slogan, pedoman etika, aturan pemerintah, pembentukan lembaga, fiksionalisasi tokoh, dan lain sebagainya, untuk membentuk karakter serta membangkitkan kesadaran bersama untuk memajukan Jepang baik dari pemerintah dan masyarakatnya. Kesadaran bersama ini pun merupakan hasil dari usaha kampanye nasional yang ditujukan untuk merubah pandangan masyarakat sehingga terbangunnya standarisasi moral publik di Jepang. Selain itu juga dapat di asumsikan bahwa moral masyarakat Jepang tercermin dari produk yang dihasilkan, dalam artian, moralnya pun sama berkualitasnya dengan barang yang dihasilkan sehingga majunya negara Jepang saat ini erat kaitannya dengan karakter masyarakatnya.

