



UNIVERSITAS INDONESIA

**STRATEGI PROPAGANDA DALAM GERAKAN KAUM
MUDA *NASHI* DI FEDERASI RUSIA
TAHUN 2005-2012**

SKRIPSI

**AWALINA ZULFAH
0806468171**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM STUDI RUSIA
DEPOK
JULI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**STRATEGI PROPAGANDA DALAM GERAKAN KAUM
MUDA *NASHI* DI FEDERASI RUSIA
TAHUN 2005-2012**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
humaniora**

**AWALINA ZULFAH
0806468171**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM STUDI RUSIA
DEPOK
JULI 2012**

SURAT PERNYATAAN BEBEAS PLAGARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika dikemudian hari ternyata saya melakukan tindakan Plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Depok, 4 Juli 2012



Awalina Zulfah

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**



Nama : Awalina Zulfah
NPM : 0806468171
Tanda Tangan : 
Tanggal : 4 Juli 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh

Nama : Awalina Zulfah

NPM : 0806468171

Program Studi : Rusia

Judul : Strategi Propaganda Dalam Gerakan Kaum Muda *Nashi* di Federasi Rusia Tahun 2005-2012

ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Studi Rusia, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Zeffry Alkatiri

Ketua Sidang : Mina Elfira, Ph.D

Penguji : Ahmad Fahrurodji, M.A

Ditetapkan di : Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok
Tanggal : 4 Juli 2012

oleh

Dekan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya
Universitas Indonesia

Dr. Bambang Wibawarta

NIP. 196510231990031002

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmatnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Humaniora pada Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Zeffry Alkatiri, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih juga atas semangat dan dukungan moril yang telah Bapak berikan pada penulis selama menjalani proses bimbingan skripsi.
2. Ibu Mina Elfira, Ph.D, selaku ketua sidang atas saran-sarannya untuk perbaikan skripsi ini serta waktu yang beliau luangkan untuk membantu penulis memahami pokok persoalan yang masih belum terang dalam jalan pikiran penulis.
3. Bapak Ahmad Fahrurodji, M.A, selaku pembaca dan penguji atas tambahan dari kekurangan di pembahasan yang penulis tampilkan, juga untuk dukungan dan dorongan yang beliau berikan dalam meyakinkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen program studi Rusia: Bapak Dr. Zeffry Alkatiri, Bapak Ahmad Fahrurodji, M.A, Bapak M. Nasir Latief, M. A., Sari Gumilang, M. Hum., Ibu Mina Elfira, Ph.D, Ibu Prof. Dr. N. Jenny MT Hardjatno, Ibu Sari Endahwarni, M.A, Ibu Dr. Thera Widyastuti, Bapak Banggas Limbong, M.Hum., Ibu Nia Kurnia Sofiah, M. App. Ling., Bapak Ahmad

Sujai, M.A, Bapak Fadli Zon, M.Sc., Bapak Reynaldo de Archellie, S. Hum, Bapak Hendra Kaprisma, S. Hum, Bapak Abuzar Rouskhanfikri, S. Hum., Ibu Rahmalina, S.Hum., Bapak Andri Haikal, S.Hum., Ibu Olga Portnyagina, M.A., dan Ibu Maria Myutel, M.A., penulis mengucapkan terimakasih atas empat tahun pengajaran yang begitu berarti bagi penulis, atas kesempatan menimba ilmu dari bapak dan ibu sekalian, atas pelajaran lebih dari sekedar materi tapi juga nilai kehidupan.

5. Dosen-dosen dari jurusan lain yang mana penulis pernah menimba ilmu kepadanya, Frau Rita, Ibu Ari, Pak Sunu, Pak Eko, Pak Fuad, Pak Pepen, Pak Daniel, Pak Mossadeq, Pak Minal, Profesora Soraya, Mas Bondan, Mas Agus, Mba Titi, Miss Nila, Miss Widi, Miss Tyas, Miss Jasmine, Terimakasih bapak Ibu untuk ilmu yang kalian berikan.
6. Ibunda, Zulaeha Ma'mun dan Ayahanda, Furqon Neman, atas cinta, kasih sayang, dan doa yang selama dua puluh tahun mengiringi hidup penulis, semoga penulis bisa jadi anak yang berguna bagi emak dan baba di dunia dan di akhirat.
7. Iqbal dan Jihan, saudara sekandung yang amat penulis cintai.
8. Keluarga besar dari pihak Ayah dan Ibu yang telah banyak membantu dan mendoakan penulis, Mak Masih, Baba Neman (Alm), Mak Sinah, Cing Hambu, Cing Nasrul, Baba Yanto, Teteh Har, Embi, Abah (Alm), Lik Ooy, Lik Amin, Lik Iqoh, Wa' Qoyah, dan semua sepupu.
9. Teman-teman Rusia 2008, Yulia, Ingoh, Fahna (dan keluarga), Riani, Andin, Gie, Ica, Rido, Muti, Angi, Fahsha, Sho, Raras, Karin, Mail, Adon, Capom, Abi, Lala, Yuyun, Inas, Arif, Arman, Olga, Aji, Tama, Ferdi, Dimas, Rhesa, Acen, Ian, Bang Ber, Pebi, Kiki, Jhon, Adit, Danti, Riga, Neli, Iyus, terimakasih teman-teman senang menjalani masa muda bersama kalian.

10. Teman-teman di Pocut Baren, Esti, Anis, Manggar, Desi, Winda, Subhan Allah kalian baik sekali.

11. Rekan-rekan Virtual, Andrei, Aleksei, Kras, dan Sean atas bantuannya menghadapi kebuntuan 403, *Nashi*, semoga kita dapat berjumpa di kelak kemudian hari.

12. Serta kepada semua teman-teman yang begitu banyak, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, tetapi akan tetap penulis ingat, terimakasih untuk pertemanan yang kita jalin, semoga silaturahmi tetap berlanjut di masa depan.

Akhir kata, semoga skripsi ini membawa manfaat bagi semua pihak yang membacanya dan memicu penelitian yang lebih baik mengenai gerakan kaum muda di Rusia.

Depok, Juli 2012

Awalina Zulfah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Awalina Zulfah
NPM : 0806468171
Program Studi : Rusia
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, mneyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI PROPAGANDA DALAM GERAKAN KAUM MUDA *NASHI*
DI FEDERASI RUSIA TAHUN 2005-2012**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media atau mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (pencipta) dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok
Pada tanggal: 4 Juli 2012
Yang menyatakan,


(Awalina Zulfah)

ABSTRAK

Nama : Awalina Zulfah
Program Studi : Rusia
Judul : Strategi Propaganda dalam Gerakan Kaum Muda *Nashi* di Federasi Rusia Tahun 2005-2012

Skripsi ini membahas tentang strategi propaganda yang dilakukan dalam gerakan *Nashi*. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Nashi* menggunakan lebih dari satu strategi propaganda yang dilakukannya. Strategi ini dilakukan guna menarik minat kaum muda untuk bergabung ke dalam *Nashi*. Namun dari beragam strategi tersebut semuanya mengandung suatu unsur sama yakni berkaitan dengan hal-hal yang dekat dan identik dengan kaum muda.

Kata kunci : Propaganda, Gerakan Kaum muda, *Nashi*

ABSTRACT

Name : Awalina Zulfah
Major : Russian Studies
Tittle : Propaganda Strategy in *Nashi* Youth Movement

This thesis discusses the propaganda strategy in Russian youth movement *Nashi*. The study was a descriptive qualitative research design. The research proves that *Nashi* use more than one strategies of propaganda. This strategy is done to attract young people to join *Nashi*. However, from a variety of strategies all contain the same element that is related to things that are close and identical to the young people.

Keywords: Propaganda, Youth Movement, *Nashi*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGARISME	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	4
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Sumber Data	4
1.5 Landasan Teori	5
1.6 Metode Penelitian	6
1.7 Tinjauan Pustaka	7
1.8 Sistematika Penulisan.....	10
BAB 2 Gerakan Kaum Muda dan <i>Nashi</i>	10
2.1 Konsep Kaum Muda	10
2.2 Gerakan Kaum Muda.....	12
2.2.1 Sejarah Gerakan Kaum Muda di Rusia	13
2.3 Revolusi Orange Sebagai Pemicu Terbentuknya <i>Nashi</i>	23
2.4 Kondisi di Rusia dan Kekhawatiran akan Terjadinya Revolusi Orange....	26
2.5 Pembentukan <i>Nashi</i>	28
2.5.1 Struktur Organisasi <i>Nashi</i>	32
2.5.2 Simbol dan Slogan dalam Gerakan <i>Nashi</i>	33
2.6 Konsep Demokratis dan Anti Fasis dalam Gerakan <i>Nashi</i>	34
2.6.1 Konsep Demokrasi	24
2.6.2 Konsep Anti Fasis	35
BAB 3 STRATEGI PROPAGANDA DALAM GERAKAN <i>NASHI</i>.....	37
3.1 Popularitas Putin Sebgaai Salah Satu Daya Tarik Gerakan <i>Nashi</i>	37
3.2 Program-Program <i>Nashi</i>	40
3.2.1 <i>Begi za mnoi</i>	40
3.2.2 <i>Kontrolnaya Zakupka</i>	46
3.2.3 <i>Apteki Bez Narkotikov</i>	47
3.2.4 STAL'	49
3.2.5 <i>Tvoi Film O Voine</i>	51
3.2.6 Ekologi.....	53
3.2.7 Kegiatan Berkemah Musim Panas sebagai bagian dari propaganda	

<i>Nashi</i>	56
3.3 Strategi Propaganda melalui Media	58
3.3.1 Penggunaan <i>Booklet</i> sebagai media propaganda	58
3.3.2 Penggunaan Internet sebagai media propaganda.....	65
3.3.3 Musik sebagai media propaganda <i>Nashi</i>	67
3.3.4 Mengadakan perlombaan dan Kegiatan bersama.....	73
3.3.5 <i>Mouth to Mouth</i>	73
3.2.6 Acara bagi mahasiswa di Universitas.....	73
3.2.7 <i>Flash mob</i>	74
3.4 Simpulan.....	74
BAB IV KESIMPULAN	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi <i>Nashi</i>	32
Gambar 3.1 Logo <i>Begi za mnoi</i>	41
Gambar 3.2 Poster Propaganda <i>Begi za mnoi</i>	43
Gambar 3.3 Para Anggota <i>Begi za mnoi</i>	44
Gambar 3.4 Kegiatan <i>Begi za mnoi</i>	45
Gambar 3.5 Logo <i>Kontrolnaya Zakupka</i>	47
Gambar 3.6 Logo <i>Apteki bez narkotikov</i>	48
Gambar 3.7 Logo STAL	50
Gambar 3.8 Logo <i>Tvoi film o voine</i>	51
Gambar 3.9 Logo <i>Ekologi</i>	53
Gambar 3.10 Anggota <i>Nashi</i> Sedang Mengutarakan Ide Dalam Perkemahan Seliger 2007	57
Gambar 3.11 Spanduk Vladimir Putin di Perkemahan Seliger 2007.....	57
Gambar 3.12 Senam Pagi Sebagai Salah Satu Rangkaian Acara Perkemahan Seliger 2007	58
Gambar 3.13 Halaman Depan dan Halaman Belakang <i>Booklet</i> yang Terbit Tahun 2007	59
Gambar 3.14 Halaman 62-63 <i>Booklet Nashi</i> Berisikan Tentang Daftar Perusahaan Dimana Anggota <i>Nashi</i> Memiliki Kesempatan Untuk Magang.....	60
Gambar 3.15 Halaman 44-45 Dari <i>Booklet Nashi</i> yang Menampilkan Potongan Pemberitaan Media Massa	61
Gambar 3.16 Bagian dari <i>Booklet Nashi</i> yang Juga Mencantumkan Pemberitaan Media Massa	62
Gambar 3.17 Bagian <i>Booklet</i> yang Mengajak Kaum Muda Untuk Mencegah Revolusi Orange	63
Gambar 3.18 Bagian <i>Booklet</i> Dimana <i>Nashi</i> mengajak kaum muda untuk terhubung dengan masa depan	65

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Putin Kiss, sebuah film dokumenter peraih penghargaan sinematografi dalam ajang Festival Film Sundance Januari 2012 lalu, merupakan sebuah film yang diangkat dari kisah nyata Masha Dorkova, remaja Rusia anggota gerakan *Nashi* yang karirnya menanjak cepat dalam gerakan ini. Masha yang berasal dari wilayah Tambov, 470 km dari Moskow, ia bergabung kedalam gerakan *Nashi* ketika usianya 15 (*artichel*, 2012 :1). *Nashi* dalam film *Putin Kiss* adalah gambaran gerakan kaum muda yang didirikan oleh pemerintah Rusia pada tahun 2004. *Nashi* «НАШИ-Молодёжное демократическое антифашистское движение», (*NASHI-Molodjozhnoe demokraticheskoe antifashistskoe dvizhenie*)-Kita, Gerakan kaum muda demokratis anti fasis, dibentuk sebagai respon atas terjadinya Revolusi Berwarna di era pasca Soviet (Heller, 2008: 3).

Revolusi Berwarna adalah serangkaian revolusi yang terjadi di Eropa Timur. Rangkaian revolusi diawali di Serbia pada bulan Oktober tahun 2000, yang berhasil menjatuhkan pemerintahan Slobodan Milosevic, lalu pada bulan November, tahun 2003 di Georgia, yang berhasil menjatuhkan pemerintahan Edward Shevarnadze, dan bulan Desember tahun 2004 di Ukraina dimana para demonstran berhasil mencegah kecurangan dalam pemilu dan akhirnya menaikkan Viktor Yuschenko sebagai presiden Ukraina (Djagalov, 2006). Tuntutan dalam rangkaian peristiwa ini adalah diadakannya pemilu dan pemerintahan yang demokratis (Nikolayenko, 2007: 171). Semua peristiwa ini digerakkan oleh gerakan kaum muda (Vinatier, 2007: 4).

Gerakan kaum muda yang menjadi tokoh utama dalam Revolusi Serbia adalah *Otopor* (perlawanan). *Otopor* juga bekerjasama dengan koalisi Oposisi Demokratik Serbia, dalam menggerakkan revolusi ini (Adomeit, 2011:17). Keduanya bergabung mewaspadaai adanya kecurangan dalam pemilu Serbia tahun 2000. Dengan bantuan penasihat politik dari Amerika Serikat Oposisi demokratik

Serbia meningkatkan kemampuan mereka dalam menghitung hasil pemilu sehingga membuat kecurangan yang dilakukan pemerintah lebih sulit dilakukan (Vinthagen, 2007).

Kmara (Cukup) adalah nama dari gerakan kaum muda yang memainkan peran penting dalam Revolusi di Georgia pada tahun 2003 (Kuzio, 2006: 366). Kandelaki (2006) mengatakan bahwa *Kmara* berhasil mengatasi sikap apatis politik pada masyarakat Georgia khususnya dikalangan kaum muda, sehingga gerakan ini mampu memobilisasi kaum muda dalam jumlah yang besar. *Kmara* memimpin protes menentang hasil pemilu parlemen Georgia pada bulan November, tahun 2003, setelah sejumlah pengamat internasional melaporkan adanya kecurangan yang diatur oleh presiden berkuasa yakni Shevardnaze. *Kmara* bukan satu-satunya tokoh dalam peristiwa tersebut, revolusi di Georgia telah direncanakan dan dikoordinasikan oleh pemerintah Amerika Serikat. *Wall Street Journal* edisi 24 November 2003 memberitakan kejatuhan Shevarnadze melibatkan organisasi non-pemerintah yang didukung oleh pendanaan dari Amerika dan berbagai lembaga keuangan barat lainnya.¹

Satu peristiwa yang masih merupakan rangkaian dari revolusi berwarna adalah Revolusi Orange, Ukraina. Revolusi Orange merupakan revolusi yang terjadi dalam rentang waktu paling dekat dengan pembentukan *Nashi. Pora* (Ini waktunya) adalah gerakan kaum muda yang berperan dalam Revolusi di Ukraina (Kuzio, 2006: 365). Protes terjadi menentang dugaan kecurangan yang terjadi dalam pemilu presiden Ukraina 2004. Dimana kandidat pilihan mantan presiden Ukraina Leonid Kuchma yang juga didukung oleh para oligarki Ukraina, Viktor Yanukovych unggul. Namun para pendukung Yushchenko menyakini ada sekitar 3 juta suara pendukung Yuschenko yang hilang dalam perhitungan. Pada tanggal 24 November pemerintah mengumumkan bahwa Yanukovych memenangkan pemilu. Sebagai respon atas hasil ini masyarakat Ukraina mengadakan protes besar-besaran. Menghadapi tuntutan ini pemerintah Leonid Kuchma tidak menggunakan kekerasan Ia justru membuka ruang dialog untuk penyelesaian

¹ www.gwu.edu/~ieresgwu/assets/docs/ponars/pm_0376.pdf

masalah ini. Pada akhirnya masalah ini diselesaikan melalui Pengadilan Tertinggi Ukraina, yang memutuskan mengadakan pemilihan ulang. Hasil dari pemilihan ini Yuschenko akhirnya terpilih menjadi presiden (Skubiszewski, 2004).

Melihat peristiwa ini pihak pemerintah Rusia meyakini bahwa pihak Amerika dan Eropa yang berada di balik rangkaian Revolusi ini juga memiliki rencana yang sama terhadap Rusia (Aslund, 2007: 268). Peran dari gerakan yang dipimpin oleh aktifis politik muda, yang menjadi bagian pada peristiwa di Ukraina, Georgia, dan Serbia menimbulkan ketakutan di Moskow. Pemerintah Rusia mengkhawatirkan akan adanya mobilisasi gerakan kaum muda terdidik Rusia dari wilayah urban yang dekat dengan partai politik oposisi liberal dan demokratik seperti *Yabloko* dan *Soyuz Pravykh Sil* (Vinatier, 2007: 4). Untuk mengatasi gelombang aksi yang digerakkan kaum muda maka pemerintah membentuk sebuah gerakan yang bertujuan mencegah terjadinya peristiwa seperti yang terjadi di Ukraina, Georgia, dan Serbia (Lucas, 2008).

Gerakan yang dimaksud adalah *Nashi*. *Nashi* diumumkan ke publik pada tanggal 1 Maret 2005 oleh Vasili Yakemenko², yang bertindak sebagai pendiri dan ketua gerakan ini. Dalam keterangannya pada wartawan Yakemenko mengatakan bahwa *Nashi* dibentuk untuk mencegah usaha kaum liberal dan fasis yang akan menyerahkan kedaulatan Rusia melalui revolusi seperti yang terjadi di Ukraina (Crowin, 2005). Dalam situs resmi *Nashi* (www.nashi.su) disebutkan bahwa mereka adalah sebuah gerakan kaum muda politik. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi *Nashi*, mengingat bahwa sebagian besar kaum muda Rusia apolitis (Lassila, 2011).

Berdasarkan data resmi hanya sekitar 2% dari orang muda Rusia menyatakan adanya keinginan untuk mengikuti beberapa organisasi sosial politik. Namun demikian berkebalikan dengan pandangan mereka terhadap keikutsertaan mereka secara individu ke dalam gerakan politik, 79% orang muda meyakini

² Vasili Yakemenko adalah mantan staf administrasi kepresidenan yang pada tahun 2000 membentuk gerakan kaum muda pro Putin bernama *Idushie Vmeste*. Lihat YAKEMENKO, Vasily Grigoryevich *Director of Russia's Federal Agency for Youth Issues (Rosmolodezh)*, <http://russiaprofile.org/background/34237.html>. Diunduh, Rabu 12 Juli 2012 pukul 17.14 WIB.

bahwa orang muda seharusnya berpartisipasi dalam kehidupan politik. Secara umum orang muda Rusia kecewa dengan elit politik di Rusia, 80% percaya bahwa para politisi di Rusia hanya memikirkan bagaimana diri mereka dapat terpilih dan tidak benar-benar memikirkan kepentingan para pemilih (Lassila, 2011). Secara umum, 58% orang muda mengatakan bahwa politik merupakan hal yang membosankan bagi mereka (Dafflon, 2009: 22). Namun pada kenyataannya “*Nashi* memiliki 300.000 anggota pada tahun 2007-2008. *Nashi* dengan cepat menjadi gerakan kaum muda terbesar di Rusia” (Atwal, 2001: x). Hal ini menarik untuk diteliti bagaimana strategi yang digunakan *Nashi* untuk mengajak kaum bergabung dengan *Nashi*. Sebagai sebuah gerakan politik dengan beragam kegiatan yang dibentuk untuk mencegah terjadinya revolusi di Rusia, memperlihatkan cara yang dipilih pemerintah Rusia menanggapi gejolak politik di wilayah Eropa Timur dalam bentuk cara halus atau *soft power*. Hal inilah yang menjadi fokus penelitian dalam skripsi ini. Dari uraian di atas hipotesa dalam penelitian ini adalah bahwa strategi yang dilakukan *Nashi* untuk mendapatkan anggota adalah sebuah bentuk propaganda dan *Nashi* sebagai sebuah propaganda adalah bagian dari *soft power* pemerintah Rusia.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah bagaimana strategi yang digunakan *Nashi* untuk mengajak kaum muda bergabung dengan *Nashi*.

1.3 Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat dipahami siapa gerakan *Nashi* itu dan bagaimana strategi yang digunakan *Nashi* untuk mengajak kaum muda bergabung dengan *Nashi*.

1.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam skripsi ini berasal dari situs resmi *Nashi* (www.nashi.su) yang didalamnya termuat manifesto pembentukan *Nashi*

serta beragam berita mengenai kegiatan *Nashi*.³ Dalam situs ini juga terdapat dokumentasi kegiatan *Nashi* dalam bentuk foto maupun video. Selain berasal dari situs *Nashi* dalam skripsi ini juga digunakan data yang berasal dari pemberitaan media mengenai *Nashi* serta penelitian terdahulu mengenai *Nashi*. Sebagian besar data diakses melalui media internet dengan bentuk data yang bermacam-macam yakni artikel media *online*, jurnal, majalah cetak yang dapat diunduh, serta berita-berita media cetak yang diunggah ke media internet.

1.5 Landasan Teori

Teori yang digunakan sebagai acuan untuk menjawab permasalahan penelitian ini adalah teori propaganda dan *soft power*.

1.5.1 Teori Propaganda Garth S. Jowett dan Victoria O'Donnell

Propaganda telah dipelajari sebagai sejarah, jurnalisme, ilmu politik, sosiologi, psikologi, dan dalam disiplin pengetahuan lainnya yang melibatkan berbagai cabang ilmu. Dalam buku yang berjudul *Propaganda and Persuasion* Jowett dan O'Donnell (2006) mendefinisikan propaganda sebagai usaha sistematis secara tenang dan berhati-hati, yang bertujuan untuk membentuk tanggapan, menggerakkan kesadaran dan perilaku secara langsung untuk mencapai respon yang lebih jauh sesuai tujuan dari propagandis.

Dalam uraian lebih lanjut, sifat tenang dan berhati-hati yang dimaksud dalam unsur propaganda adalah keinginan atau tujuan dalam propaganda merupakan hasil pemikiran dalam suatu kurun waktu yang dilakukan untuk memilih strategi apa yang paling efektif untuk mempromosikan dan mempertahankan posisi yang menguntungkan. Sistematis berarti metode yang digunakan untuk menyampaikan tujuan dari propaganda itu disampaikan secara

³ Terhitung sejak tanggal 17 April 2012 situs *Nashi* tidak lagi dapat diakses dari Indonesia. Keterangan yang tampil setiap kali akses ke situs ini adalah 403. *Forbidden*. Hal ini juga terjadi di negara-negara lain di luar Rusia. Blogger, asal Amerika yang juga menaruh perhatian terhadap perkembangan gerakan kaum muda Rusia Sean Guillory dalam blognya, seansrussiablog.org menulis tentang kasus ini. Sebagai solusi ia memberi petunjuk agar tetap bisa mengakses situs *Nashi* maka pengunjung terlebih dahulu masuk kedalam proxy Rusia :<http://shtrih.jino.ru/> .

tepat dan diadakan secara teratur. Usaha dalam propaganda adalah sebuah uji coba untuk menyatakan suatu hal tertentu atau menyatakan sesuatu pada pendengar tertentu. Untuk Membentuk tanggapan dalam propaganda, seorang propagandis akan mengoptimalkan penggunaan bahasa serta gambar. Slogan biasanya diciptakan dalam rangkaian propaganda. Dari sejarah kita melihat bahwa penggunaan slogan melibatkan studi kejiwaan yang kompleks, filosofis, dan pola pikir dalam keseharian. Tanggapan atau persepsi adalah sebuah proses menyaring informasi dari luar diri seseorang, sama halnya dengan informasi yang berasal dari dalam diri pribadi. Kepercayaan, sikap dan tindakan adalah tujuan akhir yang diinginkan dari sebuah pesan dan kampanye propaganda. Banyaknya faktor yang mempengaruhi pembentukan kepercayaan, sikap dan tindakan terhadap sebuah misi propaganda, dalam hal ini seorang propagandis harus mengumpulkan informasi yang lengkap tentang pendengar yang menjadi sasarannya (Jowett dan O'Donnell, 2006: 48-49).

1.5.2 Teori *Soft Power* Joseph Nye

Soft power menurut Joseph Nye adalah kemampuan untuk mendapatkan apa yang diinginkan oleh seseorang melalui daya tarik dibandingkan dengan penggunaan paksaan dan bayaran. *Soft power* muncul dari daya pikat budaya (ketika budaya itu menarik bagi pihak lain), politik (ketika politik itu diterima di dalam dan luar negeri), dan kebijakan sebuah negara (ketika kebijakan itu diakui dan mendapatkan pengakuan secara moral). Ketika kebijakan yang dibuat diakui dalam sudut pandang pihak lain maka *soft power* dapat dikatakan berhasil (Nye, 2004: 34).

Daya tarik dalam konteks *soft power* muncul karena setidaknya ada tiga hal yang mendasarinya yakni kedermawanan, kecemerlangan, dan keindahan. Kedermawanan adalah sikap positif yang diekspresikan ketika memperlakukan orang lain. Kedermawanan menggerakkan *soft power* dengan jalan menghasilkan perasaan simpati dan terimakasih. Kecemerlangan adalah aspek yang dinilai dari hubungan antara seseorang dengan hasil pekerjaannya. Kecemerlangan mengacu pada prestasi tinggi yang dicapai oleh seseorang ketika mengerjakan suatu

pekerjaan. Kecemerlangan menghasilkan *soft power* melalui kekaguman yang ditimbulkan. Hal ketiga yang mendasari munculnya daya tarik dalam konteks *soft power* adalah keindahan. Keindahan dinilai dari hubungan seseorang dengan cita-cita, nilai-nilai, dan visi yang dimilikinya. Keindahan menghasilkan *soft power* melalui inspirasi yang diciptakannya (Vuving, 2009: 9).

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif-analisis seperti yang dikatakan oleh Suriasumantri (2001), metode deskriptif analisis yaitu metode yang digunakan untuk meneliti gagasan atau pemikiran manusia yang telah tertuang dalam bentuk naskah primer maupun naskah sekunder dengan melakukan studi kritis terhadapnya. Penyusun memulai tahapan ini dengan mendeskripsikan terlebih dahulu data dan informasi yang didapat, kemudian dilanjutkan dengan menganalisis data dan informasi data tersebut, dan pada tahap akhir akan diberi kesimpulan dari hasil analisis tersebut.

1.7 Tinjauan Pustaka

Dalam tahap awal penulisan skripsi ini dilakukan proses tinjauan pustaka, yakni proses melihat penelitian sebelumnya yang terkait dengan permasalahan yang akan diangkat dalam skripsi ini guna menghindari kesamaan permasalahan penelitian dan untuk mendapatkan pemahaman mengenai konsep-konsep terkait penelitian yang akan dilakukan.

Tinjauan pustaka yang pertama adalah tinjauan mengenai propaganda, sebagai berikut: Buku Jowett dan O'Donnell. 2006. *Propaganda and persuasion*. Buku ini berisikan sejarah propaganda dan bagaimana cara menganalisis sebuah permasalahan menggunakan teori propaganda. Sesuai dengan judulnya buku ini juga memberikan penjelasan perbedaan antara propaganda dan persuasi, persuasi didasarkan pada perdebatan, diskusi, dan pertimbangan yang hati-hati dalam memutuskan suatu pilihan guna mendapatkan solusi yang lebih baik. Sedangkan propaganda menghasilkan manipulasi terhadap orang banyak yang dilakukan oleh sekelompok orang terkemuka. Buku setebal 426 halaman ini membahas

propaganda sejak zaman Yunani kuno hingga masa modern. Dalam jangka waktu yang panjang tersebut Jowett dan O'Donnell memaparkan perkembangan teknik penyampaian dan media yang digunakan dalam propaganda. Untuk memberikan pemahaman yang jelas kepada para pembaca keduanya memberikan contoh analisis propaganda melalui empat kasus yang dihadirkan kepada pembaca, salah satunya yakni *Women and War: Work, Housing, and Child Care* propaganda yang dilakukan oleh perusahaan pembuatan kapal di Amerika untuk menggerakkan kaum wanita bekerja di industri perkapalan ini dengan menggunakan patriotisme sebagai ideologi propogandanya.

Skripsi Diyah Musri Harsini. 2009. *Teknik Propaganda Dalam Lirik Lagu Band Punk Marjinal*. Skripsi ini membahas teknik-teknik propaganda yang terdapat dalam 32 lirik lagu milik *Band Punk Marjinal*. Teori mengenai teknik propaganda yang digunakan oleh Harsini dalam skripsinya adalah teori teknik propaganda milik Nurudin. Teknik propaganda yang terdapat dalam teori Nurudin terdiri dari *Name Calling* (umpatan), *Glittering Generalities* (sebutan yang muluk-muluk), *Transfer* (meminjam ketenaran), *Testimonials* (pemberian kesaksian), *Plain Flok* (identifikasi terhadap suatu ide), *Card Stacking* (menonjolkan hal-hal baik), *Bandwagon Technique* (teknik ikut-ikutan), *Reputable Mouthpiece* (sanjungan yang tidak sesuai fakta), *Using All Forms of Persuasion* (penggunaan semua bentuk persuasi). Harsini juga menyatakan bahwa teknik propaganda yang diungkapkan Nurudin memuat tujuh teknik propaganda yang dikemukakan oleh Institute of Propaganda Analysis (IOPA) sebuah lembaga non profit yang didirikan oleh Yale University di Amerika Serikat, dua teknik yang tidak terdapat dalam IOPA adalah *Reputable Mouthpiece* dan *Using All Forms of Persuasion*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam setiap lagu dapat digunakan lebih dari satu teknik.

Tesis Yundi Fitrah. 1997. *Propaganda Jepang Dalam Cerpen-Cerpen Majalah Djawa Baroe*. Tesis ini membahas bagaimana teknik-teknik propaganda yang dilakukan dalam cerpen-cerpen majalah Djawa Baroe. Dikarenakan fokus kajian propaganda dalam tesis tersebut adalah cerpen, dalam tesis ini dibahas juga mengenai sastra propaganda. Tesis ini menggunakan teori teknik propaganda

dari IOPA ditambah dengan teori mengenai sastra propaganda. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya propaganda untuk mencintai pemerintah Jepang dan anti terhadap Barat. Teknik yang digunakan juga beragam di setiap cerpennya.

Tinjauan terhadap penelitian terdahulu mengenai propaganda dilakukan dalam langkah awal penyusunan skripsi ini guna memberikan pemahaman terhadap apa itu propaganda. Dari dua penelitian diatas teknik yang digunakan cenderung lebih dapat ditemui dalam kajian tekstual dikarenakan sebagian besar mengarah pada teknik-teknik yang bisa ditemui dalam penggunaan bahasa secara tertulis. Keduanya juga menggunakan teori teknik propaganda yang sama yang mengacu pada IOPA. Melihat hipotesa dan permasalahan yang ingin diangkat dalam skripsi ini maka diperlukan pembahasan propaganda yang keluar dari IOPA, maka dari itu pencarian mengenai propaganda yang memuat cakupan lebih luas diperlukan, salah satu yang menyajikan propaganda yang dapat dikaji melalui kegiatan atau tindakan adalah teori propaganda yang dikemukakan oleh Jowett dan O'Donnell.

Berikutnya yaitu tinjauan pustaka mengenai penelitian terdahulu mengenai *Nashi* yang pertama yakni tesis dari Douglas Robert Buchacek. 2006. *Nasha Pravda, Nashe Delo: The Mobilization of the Nashi Generation in Contemporary Russia*. Merupakan penelitian yang paling dekat waktunya dengan pembentukan *Nashi*. Penelitian ini hanya berselang satu tahun setelah *Nashi* resmi diumumkan ke publik. Penelitian berfokus pada perkembangan *Nashi* di awal pembentukan, dan menjelaskan tentang pembentukan identitas kolektif dan ideologi gerakan *Nashi*, tujuan para tokoh dibalik penggerakan *Nashi* dan keterkaitannya dengan pemerintahan Vladimir Putin, serta hubungan *Nashi* dengan media Rusia.

Maya Louise Atwal. 2011. *Investigating The Democratic Effects of State-Sponsored Youth Participation in Russia: Nashi and The Young Guard of United Russia*. Penelitian ini berisikan perkembangan *Nashi* namun lebih khusus melihat kaitannya dengan sistem demokrasi di Rusia. Selain membahas *Nashi* penelitian ini juga membahas gerakan kaum muda pro-Kremlin lainnya yakni *Molodya Rossia*.

Dari dua penelitian sebelumnya mengenai *Nashi* penelitian yang akan dilakukan dalam skripsi ini akan menyambung penelitian dari Robert Buchacek yang telah membahas mengenai sebagian cara yang dilakukan *Nashi* dalam memobilisasi kaum muda Rusia. Seiring dengan perkembangan *Nashi* di tahun-tahun berikutnya ada tambahan kegiatan *Nashi* yang belum muncul di awal pembentukan gerakan ini yang menjadi perluasan dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini tidak sepenuhnya memiliki alur yang sama dengan apa yang telah dikerjakan oleh Buchacek, penelitian ini lebih berfokus pada strategi yang dilakukan *Nashi* sebagai bentuk propaganda dan kaitannya dengan *soft power* yang dilakukan pemerintah Rusia, sebuah rumusan masalah yang tidak diformulasikan pada penelitian sebelumnya.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB 1 Pendahuluan, berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, sumber data, landasan teori, metode penelitian, tinjauan pustaka, sistematika penulisan.

BAB 2 Gerakan kaum muda dan *Nashi*, membahas mengenai konsep kaum muda, lalu membahas tentang apa itu gerakan kaum muda, sejarah gerakan kaum muda di Rusia sejak era Uni Soviet. Pada era ini yang muncul Komsomol sebagai gerakan kaum muda yang mendominasi periode Soviet hingga akhirnya bubar di tahun 1991 seiring runtuhnya Uni Soviet. Selanjutnya dalam bab mengenai sejarah gerakan kaum muda di Rusia dibahas mengenai gerakan kaum muda di era Glasnost, dan yang terakhir yakni gerakan kaum muda periode Federasi Rusia. Bahasan berikutnya dalam bab dua ini yakni mengenai gambaran umum tentang gerakan *Nashi*, mulai dari sejarah kemunculan, struktur, slogan, simbol, serta konsep demokrasi dan antifasis yang diusung gerakan ini.

BAB 3 Analisis strategi propaganda dalam gerakan *Nashi* menggunakan teori propaganda dari Jowett dan O'Donnell dan *soft power* dari Joseph Nye.

BAB 4 Penarikan kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan pada bab tiga yakni dengan melihat apa saja yang dilakukan oleh gerakan *Nashi* sebagai bagian dari strategi propandanya yang juga terkait dengan *soft power* Rusia.

BAB 2

GERAKAN KAUM MUDA DAN *NASHI*

2.1 Konsep Kaum Muda

Definisi tentang kaum muda bervariasi di setiap negara dan benua, hal ini menyebabkan kaum muda menjadi salah satu termin yang kompleks untuk diuraikan. Secara umum tidak ada definisi mengenai kaum muda yang diterima secara universal. Majelis umum PBB, pada tahun 1985, untuk keperluan statistik, pertama kalinya mendefinisikan kaum muda. PBB membuat definisi berdasarkan usia. Kaum muda menurut definisi PBB yaitu mereka yang berada pada usia 15 sampai 24 tahun (Rustam, 2004: 10). Menurut Felice dan Weisler (2007) konsep kaum muda secara khusus sulit untuk dipahami. Kaum muda adalah kelompok yang sangat heterogen, mencakup orang dari berbagai etnisitas, agama, suku, gender, dan kelas. Beberapa penulis menyokong tanda secara biologi dan mendefinisikan masa muda sebagai periode antara pubertitas dan periode sebagai orang tua. Masa muda adalah periode penting dalam perkembangan fisik, mental dan kematangan sosial, dimana orang muda secara aktif membentuk identitas dan memutuskan peran yang dapat diterima untuk dirinya sendiri dalam komunitas mereka sendiri dan masyarakat secara keseluruhan. Kemampuan mereka tentang pemikiran abstrak dan pengambilan keputusan dengan cara baru secara terus menerus meningkat. Ciri-ciri perkembangan seksual juga mulai muncul, sejalan dengan perubahan yang terus terjadi pada tubuh mereka, dan mereka juga diperkenalkan dengan fisik, perasaan emosional, harapan dan tantangan sosial yang baru.

Bagi sebagian demografer di Barat dalam Riordan (1988), kaum muda dilihat dari batas usia remaja. Akan tetapi hal ini tidak berlaku di Perancis, Jerman dan Uni Soviet yang menetapkan batas yang lebih luas. Akademisi Soviet, Yakovlev misalnya mendefinisikan kaum muda Soviet yakni orang yang berusia antara 14 sampai dengan 32. Sarjana Soviet lainnya melihat usia para anggota

Komsomol (14-28 tahun) sebagai acuan usia bagi kaum muda (*molodezh*). Pada tahun 1988 terdapat 70 juta orang di Uni Soviet yang berada pada usia 15-30 tahun, dua per tiganya adalah masyarakat urban.

Proses perumusan kebijakan mengenai kaum muda di Rusia pasca Soviet dimulai sejak awal tahun 1990 dibawah kepemimpinan presiden Boris Yeltsin, namun kebijakan tersebut secara institusional dan ideologi belum berkembang. Pada tahun 2000 ketika Putin menjadi presiden, masalah mengenai kaum muda mendapatkan prioritas yang lebih tinggi. Struktur baru dengan cepat dibangun dalam kerangka organisasi dan legislatif untuk menangani kebijakan tentang kaum muda. Tanggung jawab utama program ini berada dibawah kementerian pendidikan (yang kemudian diganti namanya menjadi kementerian pendidikan dan ilmu pengetahuan pada tahun 2004) (Blum, 2005).

Pada bulan Mei 2008 dibentuklah Kementerian Olahraga, Turisme dan Kepemudaan. Dalam kementerian baru inilah akhirnya kategori kaum muda di Rusia berdasarkan usia diterbitkan. Kaum muda di Federasi Rusia terhitung adalah mereka yang berada pada usia empat belas hingga tiga puluh tahun. Kementerian baru membuat kebijakan yang dalam prosesnya melibatkan semua negara bagian, mendefinisikan tujuan dan tugas untuk kebijakan pengembangan kaum muda dalam tingkat lokal dan regional, mendukung kerjasama internasional dalam bidang kepemudaan serta perkembangan dan pengakuan dari hasil kerjasama tersebut pada tingkat nasional, koordinasi kerjasama lintas sektoral antar pemegang kepentingan nasional menerapkan prinsip kerjasama bagi anak-anak dan kaum muda (*Country*, 2009).

2.2 Gerakan Kaum Muda

Kaum muda berdasarkan definisi yang dikeluarkan oleh kementerian kaum muda, turisme, dan olahraga pemerintahan Federasi Rusia adalah mereka yang berada pada usia 14-30 tahun, dari definisi ini membuka jalan untuk memahami apa yang dimaksud dengan gerakan kaum muda. Bila mengambil pengertian sederhana dapat dikatakan bahwa gerakan kaum muda adalah gerakan yang dilakukan oleh orang yang berusia antara 14-30 tahun.

Menurut *Merriam Webster Online Dictionary* gerakan kaum muda adalah gerakan politik, sosial, atau religi yang dipimpin atau terdiri dari sebagian besar orang muda dan biasanya bertujuan untuk reformasi atau revolusi. Richard G. Braungart dan Margaret M. Braungart (1990) mendefinisikan gerakan kaum muda sebagai sebuah usaha yang diorganisir oleh orang muda dalam rangka menuntut perubahan dalam tatanan sosial (Nikolayenko, 2007). Penggunaan gerakan sering dipertukarkan dengan organisasi. Pada dasarnya kedua istilah ini memiliki perbedaan.

Menurut McAdam dan Scott (2005) dalam *Social Movements and Organization Theory* dikatakan bahwa gerakan sosial membahas mengenai rumor, kepanikan, kerumunan, gerombolan. Para teoritikus analisis gerakan sosial memfokuskan kajian mereka mengenai proses mobilisasi, pembentukan perserikatan, serta mendukung dan menyokong aksi bersama. Berbeda dengan gerakan sosial, organisasi lebih memperhatikan struktur, termasuk yang tidak resmi dan resmi. Para akademisi mendefinisikan organisasi lebih menekankan kepada struktur dari pada proses. Menarik perkembangan dari studi organisasi, teoris pada kajian ini menekankan bahwa gerakan, jika mereka ingin bertahan dalam jangka waktu yang lama maka gerakan butuh sebagian bentuk dari organisasi seperti kepemimpinan, struktur administratif, perangsang untuk partisipasi, dan cara-cara untuk memperoleh sumber daya dan dukungan.

2.2.1 Sejarah Gerakan Kaum Muda di Rusia

Sejarah kaum muda di Rusia dari tahun 1920 sampai dengan 1985 tak lain adalah sejarah tentang *Комсомол*-*Молодjozhi* (Komsosmol- Molodjozhi) “Persatuan Kaum Muda Komunis”. Sejak tahun 1920 komsomol menjadi satu-satunya organisasi kepemudaan yang dijumpai di Rusia dengan dilarangnya organisasi kepemudaan lain seperti *the Russian Boy Scouts*, *the YMCA*, *Sokol*, *Poteshnye* dan *Jewish Maccabee*. Komsomol juga memegang kendali atas fasilitas negara yang biasanya digunakan untuk kaum muda seperti klub, media, sarana olahraga (Riordan, 1988: 558).

Orang muda Rusia pada saat itu memiliki beragam alasan mengapa mereka bergabung ke dalam komsomol. Dalam dekade pertama pemerintahan Soviet, Komsomol menyediakan sebuah komunitas teman sebaya untuk para pemuda di wilayah urban, terutama setelah organisasi semacam kepanduan dan organisasi pemuda yang berdasarkan keagamaan ditiadakan. Komsomol dapat ditemui di semua tingkatan institusi mulai dari pabrik, sekolah, dan lembaga-lembaga pendidikan yang lebih tinggi. Komsomol mengatur kegiatan olahraga, kelompok drama, konser dan juga gerakan pemberantasan buta huruf serta kampanye anti mabuk. Seperti bergabung dengan partai, menjadi anggota komsomol dapat mendatangkan keuntungan ekonomi dan politik. Dengan menjadi anggota komsomol memudahkan jalan seseorang untuk menjadi anggota partai dan tak jarang anggota komsomol diberikan sebuah posisi penting dalam politik. (Gorsuch, 2004: 313).

Pada era Perang Dunia ke II Komsomol terlibat secara aktif dalam kampanye patriotik. Usaha komsomol secara efektif dapat menarik masyarakat dan ditanggapi dengan antusias. Perang patriotik ini dapat dikatakan sebagai puncak tertinggi pencapaian komsomol. Setelah itu Komsomol secara terus-menerus terperangkap antara tuntutan partai untuk kompromi politik dan meningkatnya keinginan kaum muda terhadap informasi internasional yang relevan dan juga hiburan. Konservatisme komsomol terlihat dari usia pemimpinnya. Di tahun 1920 rata-rata umur delegasi dalam kongres komsomol adalah duapuluh tahun. Lalu di tahun 1954 berubah menjadi duapuluh tujuh. Pada masa stagnasi dibawah kepemimpinan Leonid Brezhnev, komsomol terperosok dalam birokrasi dan korupsi, dan tak mampu membangun kembali organisasinya sebagai organisasi kepemudaan. Komsomol menjadi organisasi dengan anggota masal namun hanya sedikit yang benar-benar menjadi anggotanya, sebagian besar tergabung hanya untuk kepentingan kenaikan profesi dan politik. Tidak relevannya lagi komsomol dalam mengubah Soviet semakin jelas terlihat ketika transisi kekuasaan menuju kepemimpinan Gorbachev. Komsomol kehilangan jutaan anggota setiap tahunnya (1.5 juta pada tahun 1986, 2.5 juta di tahun 1987) dan pada akhirnya membubarkan diri pada kongres Komsomol terakhir di bulan september 1991 (Gorsuch, 2004: 313-314).

Matveev (1986) menyatakan bahwa kebijakan Glasnost dari Gorbachev pada pertengahan 1985 telah memunculkan gerakan alternatif bagi kaum muda. Pada akhir 1986 pemerintah Soviet memberikan lampu hijau untuk organisasi atau grup yang berbasiskan anggota kaum muda untuk berdiri dan diakui keberadaannya (Riordan, 1988 p.560). *Pravda* (27 Desember 1987) memberitakan ada lebih dari 30.000 grup kepemudaan yang terdaftar di akhir tahun 1987 (Riordan, 1988, p.560). Dalam poling yang dilakukan oleh *Soviet Weekly* (19 Desember 1987), di lima pusat urbanisasi didapatkan data bahwa 60% orang muda Rusia tergabung dalam grup kepemudaan yang tidak terdaftar (Riordan, 1998: 560).

Menurut Feldmann (1989) grup yang muncul pada era *glasnost* ini ada yang terbentuk berdasarkan kesamaan ketertarikan akan suatu hal (hobi) seperti kelompok anak muda pencinta musik rock, kelompok fans sepak bola, kelompok berdasarkan filosofi hidup dan agama tertentu, kelompok berdasarkan kesamaan wilayah, dan ada pula kelompok yang terbentuk dengan tujuan utama politik dan budaya. Selama bertahun-tahun pemerintah komunis menentang kehadiran musik rock. Pemerintah komunis menganggap musik rock sebagai contoh kemerosotan dari kaum borjuis dan gerakan bawah tanah yang berusaha memengaruhi budaya Soviet. Meskipun pemerintah dan para musisi pro Soviet berusaha mengelakkan keberadaan musik rock, musik rock tetap menyebar secara luas secara *underground*. Di akhir tahun 1980-an kebijakan resmi terhadap musik rock berubah secara dramatis. Di tahun 1985, *Smena* koran anak muda di Leningrad memberitakan bahwa di Rusia saat itu terdapat ratusan ribu perkumpulan musik rock (*rokob'' edinenii*). Di tahun yang sama, Moskow membuka studio rekaman musik rock pertamanya. Kelompok yang juga muncul berdasarkan kesamaan ketertarikan terhadap suatu hal yaitu kelompok hippie dan kelompok “pencari tuhan” (*bogoiskatel'nyi*). Hippie (*khippi*) mulai muncul di Uni Soviet pada tahun 1960-an. Seperti halnya kelompok hippie di negara-negara lainnya, hippie di Uni Soviet juga bercirikan rambut panjang, mengenakan *jeans*, ikat kepala, manik-manik, dan mengekspresikan ketidaksenangan akan orientasi masyarakat terhadap produksi dan konsumsi dengan jalan keluar dari kehidupan sosial yang berlaku secara umum. Mereka mengusung nilai perdamaian, hubungan personal yang

dekat antara sesama anggota kelompok, kasih sayang, dan persamaan (Dobson, 1991: 236).

Seperti telah dituliskan diatas bahwa kegemaran akan sepak bola juga menjadi salah satu hal yang dapat dijadikan fondasi pembentukan sebuah kelompok atau grup dikalangan kaum muda. Pada tahun 1970 dan 1980-an muncul sebuah kelompok bernama *Fanaty*. *Fanaty* adalah kelompok pendukung klub sepak bola seperti Spartak, Dinamo, yang mengenakan topi, syal dengan warna tim favorit mereka yang biasa berkumpul di stadion. Pemerintah mengawasi kelompok ini karena mereka bisa tidak terkontrol dan tidak taat aturan. Di tahun 1987, majalah *Ogonek*, mempublikasikan sebuah kelompok bernama *Liubery*, kelompok yang berasal dari daerah pinggiran kota Moskow, Liubertsy. Kelompok ini mengutamakan pembentukan fisik, penguatan fisik dan tidak mengenal toleransi bagi budaya barat. Kelompok ini berusaha membersihkan Moskow dari ('mereka yang tidak diharapkan') hippie, para penggila musik rock, dan kelompok punk. Di banyak kota pada masa ini juga bermunculan kelompok anak muda yang mendeklarasikan diri untuk melawan apa yang mereka sebut kecurangan dan ketidakadilan. Kelompok-kelompok yang mengusung tema ini dalam pergerakannya banyak menarik perhatian dari para *afgantsy* (para anak muda yang baru kembali dari perang di Afganistan) yang mengalami kesulitan penyesuaian kembali pada kehidupan sipil. Para *afgansty* sangat tidak suka terhadap kelalaian dan kecurangan dalam masyarakat Soviet sehingga mereka memutuskan untuk memberlakukan hukum dibawah tangan mereka sendiri (Dobson, 1991: 237). Kelompok kaum muda yang sangat mengejutkan bagi generasi tua di soviet saat itu adalah kelompok neo-Nazi. Di tahun 1987, *Leningradskaia Pravda* memuat sebuah artikel tentang partai pekerja sosialis nasional Rusia dan kelompok Nazi lainnya di Leningrad. Diberitakan bahwa anggota kelompok tersebut menggambar lambang swastika di dinding dan membagi-bagikan selebaran yang bersifat chauvinist dan menyatakan kebangkitan Nazisme. Laporan-laporan dikemudian hari menggabarkan mengutnya neo-Nazi. Di tahun 1989 dilaporkan bahwa terdapat belasan tempat di Leningrad yang dijadikan basis pertemuan para anggota fasis '*fashiki*' (Dobson, 1991: 238).

Di masa kepemimpinan Gorbachev, banyak kelompok yang berorientasi pada pelestarian lingkungan, pemeliharaan monumen budaya, promosi kebudayaan dan bahasa bermunculan. Contohnya adalah kelompok yang menamakan diri Penyelamatan, Damai, Dewan budaya ekologi, dan klub sastra 81 yang bersama-sama pada bulan maret 1987 melakukan aksi demonstrasi di Leningrad menentang keputusan pemerintah setempat membongkar hotel *Angleterre*, tempat dimana penyair Rusia, Sergei Esenin melakukan bunuh diri pada tahun 1925. Kelompok yang paling berpotensi mendapat ledakan pendukung baik bagi etnis Rusia maupun etnis lainnya di wilayah Uni Soviet adalah mereka yang mengusung ide nasionalisme. Kelompok chauvinist Rusia seperti *Pamiat* (ingatan) dan pendukung fasisme lainnya mencari pengikut dari kalangan kaum muda untuk mencapi tujuannya, mensterilisasi Rusia dari orang-orang yang mereka anggap inferior (Dobson, 1991: 238-239).

Periode berikutnya dari perkembangan gerakan kaum muda di Rusia adalah munculnya gerakan pemuda dibawah partai politik, hal ini tidak terlepas dari munculnya kebijakan baru terkait pembentukan partai politik. Jika kebijakan sebelumnya mengacu pada undang-undang dasar soviet ayat 6 tahun 1977 yang menyatakan bahwa Partai komunis uni soviet adalah pemimpin dan pemandu kekuatan dari masyarakat Soviet serta inti dari sistem politik Uni soviet. pada tahun 1990 seiring dengan perubahan politik yang terjadi Partai komunis uni soviet setuju untuk melepaskan monopolinya. Pasal 6 diamandemen, memasukan partai politik di luar CPSU, serikat pedagang, organisasi kepemudaan dan organisasi publik serta gerakan massa lainnya. Perubahan juga terjadi pada pasal 51 dimana ditambahkan hak bagi semua warga negara untuk berhimpun dalam sebuah partai politik, organisasi publik, dan berpartisipasi dalam gerakan massa untuk berkontribusi lebih besar pada kegiatan politik dan untuk kepuasan bermacam-macam (White, 2011: 30). Seperti yang diberitakan dalam Moscow Respublika (1992) pendaftaran bagi partai baru dan partai yang telah ada termasuk CPSU dimulai dari tahun 1991, sampai musim panas 1992 telah terdapat dua puluh lima partai yang terdaftar, meskipun banyak diantara partai tersebut menyatakan jumlah anggotanya hanya beberapa ratus dan secara keseluruhan

jumlah semua anggota aktif partai politik tidak lebih dari 30.000 (White, 2011: 30).

Partai-partai politik ini ada yang membangun bagian kepemudaan dalam tubuh partai. Salah satunya adalah *Young Yabloko* yang berada di dalam payung partai Yabloko. Tidak semua partai politik membentuk organisasi kepemudaan di tubuh partai bersamaan dengan pembentukan partai tersebut. Leninski komsomol, bagian kepemudaan dari partai Komunis Federasi Rusia (KPRF) baru terbentuk di tahun 2011 setelah sebelumnya pernah mengalami konflik internal (komsomol, 2011).

Pengaruh dari luar Rusia juga menyertai perkembangan gerakan kepemudaan di Rusia. Peristiwa Revolusi Berwarna yang terjadi di beberapa negara tetangga Rusia yakni Ukraina, Georgia, dan Kirgizstan di pertengahan 2000 memiliki efek yang cukup besar bagi Kremlin. Peran startegis dari gerakan kaum muda yang merupakan inti dari Revolusi Berwarna memunculkan kekhawatiran di kalangan pemimpin Rusia akan munculnya potensi peristiwa serupa dari sekelompok pemuda terdidik dari wilayah urban Rusia yang dekat dengan partai oposisi yang berhaluan liberal dan demokratik Yabloko dan *Union of Right Forces* (SPS). Gerakan pemuda pertama yang muncul di awal tahun 2005 adalah *SMENA*, didirikan di bulan Januari oleh para aktifis muda yang baru kembali dari Ukraina. Para aktifis ini terlibat langsung dalam demonstrasi di *Independence Square* dan hidup ditengah-tengah *orange tents*. Selanjutnya di musim semi organisasi seperti *Oborona* (Pertahanan), *My* (Kita), *Da!* (Ya) didirikan. Mereka banyak menarik simpati dan perhatian dari orang muda dan simpatisan partai demokratik oposisi. *Oborona* misalnya banyak mendapatkan pendukung dari anggota SPS dan *Young Yabloko*. *Da* yang dipimpin langsung oleh Maria Gaidar, anggota SPS, dan putri dari mantan perdana menteri Egor Gaidar, pada perjalanannya menjadi bagian dari partai SPS. Di tahun 2005, partai oposisi beraliran demokratik dan liberal di Rusia berada dalam kekacauan. Menyikapi kondisi ini generasi muda memperkuat komitmen politik mereka dengan berafiliasi dengan kelompok lain. Pada tahun ini struktur dalam organisasi kepemudaan baik itu sipil maupun politik, organisasi baru atau klasik, tumbuh dan saling mendukung satu sama lain (Vinatier, 2007: 4).

Dipihak Pro-pemerintah sebagai respon dari Revolusi Berwarna juga dibentuk beberapa gerakan kaum muda seperti «*Движение молодых политических экологов-Местные*» (Dvizhenie molodyh politicheskikh jekologov-Mestnye) “Gerakan Ekologi Kaum Muda Politik-Lokal”, «*Молодая Гвардия Единой России*» (Molodaja Gvardija Edinoj Rossii) “Garda Muda Rusia Bersatu), «*НАШИ-Молодёжное демократическое антифашистское движение*» (NASHI-Molodjozhnoe demokraticheskoe antifashistskoe) “Kita-Gerakan kaum muda demokratis antifasis).

Mestnye (Lokal) dalam situs resminya www.mestnye.ru, mengatakan bahwa mereka adalah kumpulan anak muda yang menyatu dalam rangka melaksanakan mengembangkan diri dan berpartisipasi dalam modernisasi Rusia. Gerakan ini adalah wadah bersatunya para kaum muda yang bertanggung jawab baik itu terhadap dirinya sendiri, terhadap keluarganya, maupun terhadap negara. Misi dari *Mestnye* adalah membentuk lingkungan yang sehat bagi pemuda, menciptakan generasi yang bertanggung jawab, patriot aktif yakni penjaga budaya dan alam yang dimiliki tanah air mereka. *Mestnye* juga mempunyai nilai-nilai yang ingin ditanamkan kepada kaum muda Rusia. Nilai-nilai tersebut adalah kreatif, dimana seseorang bisa memiliki produktifitas dan berkarya. Sukses yakni kaitan profesionalitas dan kegunaan seseorang bagi kepentingan sosial. Profesionalisme keunggulan maksimum di bidang tertentu. Perasaan kepemilikan terhadap tradisi tanah kelahiran, memori masa lalu dan cita-cita untuk masa depan. Memiliki kepedulian terhadap keluarga dengan jalan menghormati orang tua dan memiliki keinginan untuk membangun sebuah keluarga lengkap dengan minimal tiga anak. Memiliki pendidikan yang layak. Patriotisme cinta terhadap Rusia dan juga rakyatnya. Kesadaran ekologi yakni kesadaran akan kekayaan dan keindahan Rusia yang harus dihargai dan dilindungi dari penggunaan yang merusak.⁴

Gerakan ini sesuai dengan namanya “Lokal” hanya ada di satu wilayah yakni wilayah regional Moskow, yang mencakup 31 daerah.⁵ *Mestnye* juga memiliki program, program tersebut terbagi menjadi sepuluh bagian, namun hanya

⁴ <http://www.mestnye.ru/about>

⁵ <http://www.mestnye.ru/districts>

tiga yang dijabarkan secara mendetail dalam situs resmi *Mestnye* yakni⁶: «*Экологическая экспедиция*» (Jekologicheskaja jekspedicija) “Ekspedisi Ekologi” adalah program yang kegiatan utamanya mengadakan pemantauan independen terhadap bagaimana cara suatu perusahaan mengelola limbah dan dampak dari kegiatan industri terhadap lingkungan di sekitarnya. Ekspedisi ekologi mendukung adanya modernisasi yang salah satunya diwujudkan dengan kemajuan ekonomi melalui industri, namun program ini menekankan bahwa kemajuan harus tetap memperhatikan kesehatan lingkungan. Hasil dari temuan kegiatan ekspedisi ekologi di lapangan diumumkan setiap minggunya di situs *Mestnye*. Proses lanjutan dari hasil temuan tersebut juga menjadi bahan untuk pembuatan peta lingkungan interaktif Rusia. Untuk kasus pelanggaran lingkungan yang dilakukan pihak perusahaan *Mestnye* akan memberikan laporannya kepada pihak berwajib.

«*Зебра*» (Zebra) “Zebra” adalah program yang berangkat dari data statistik kecelakaan di jalan raya di Rusia, yang rata-rata setiap tahunnya menewaskan 100.000 orang, melukai 300.000 orang dimana 25.000 nya adalah anak-anak. Tujuan program ini adalah mengurangi potensi kecelakaan pada pejalan kaki, mengurangi jumlah korban kecelakaan pada anak, serta meningkatkan perilaku disiplin di jalan raya. Program ini merupakan wujud nyata dari bentuk tanggung jawab pribadi kepada orang lain dan diri sendiri.

«*Дискуссионный клуб*» (Diskussionnyj klub) “Klub diskusi” adalah program yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi politik kaum muda di Moskow. Kegiatan yang diadakan setiap minggu di markas *Mestnye* ini memberikan peluang bagi kaum muda untuk melatih diri mengungkapkan pendapat dalam sebuah forum debat, berbicara di depan umum, dan mengatur

⁶ Tujuh program *Mestnye* lainnya, namun sayangnya tidak terdapat penjelasan mengenai program ini. «*Политический отдел*» (Politicheskij otdel) “Bagian politik”, «*Народная дружина*» (Narodnaja družhina) “Kekeuatan Rakyat”, «*Школа предпринимательства*» (Shkola predprinimatel'stva) “Sekolah bisnis”. «*Общественный контроль*» (Obshhestvennyj kontrol') “Pengontrolan publik”, «*Экокультура*» (Jekokul'tura) “Ekokultur”, «*Турник в каждый двор*» (Turnik v kazhdyj dvor) “olahraga di setiap pintu”, «*Русская Душа*» (Russkaja Dusha) “Jiwa Rusia”.

jalannya diskusi yang menarik. Sebagai hasilnya dari kegiatan ini telah lahir pembicara profesional, jurnalis muda. Selain melakukan tiga aktifitas seperti yang tersebut diatas, program ini juga aktif menghadiri berbagai acara politik di televisi, mengikuti konferensi dan juga mengadakan bedah film-film menarik yang bertema politik.

Gerakan yang memiliki semboyan Mengembangkan diri Sendiri, Berarti Mengembangkan Rusia! Menuai kritik tajam ketika pada 27 Oktober tahun 2008 mengadakan aksi mengajak warga Moskow untuk memboikot penggunaan jasa taksi yang dioperasikan oleh pengemudi imigran, seperti yang terlihat dalam gambar di bawah ini.



Teks dalam gambar diatas berisikan tulisan yang memiliki arti “supir ilegal-penjahat dalam keadaan bebas”. Dalam Lenta.ru yang dikutip oleh stromfront.com mengatakan bahwa gambar pengemudi yang ditutupi wajahnya dengan tanda stop tersebut adalah wajah seorang pria Kaukasus. Lenta juga menampilkan kalimat dari aktivis *Mestnye* yang mengatakan tidak akan memberikan pekerjaan pengemudi pada para imigran, hal ini yang kemudian menjadi titik kritik dari sejumlah masyarakat yang memaknai kalimat tersebut tidak hanya menentang pengemudi ilegal tetapi juga sebagai bentuk anti imigran dan sentimen rasial.⁷

⁷ www.stromfront.com

Gerakan kaum muda pro pemerintah lainnya yaitu «*Молодая Гвардия Единой России*» (*Molodaja Gvardija Edinoj Rossii*) “Garda Muda Rusia Bersatu”. Garda Muda Rusia Bersatu merupakan cabang dari partai politik Rusia Bersatu yang diperuntukan bagi keanggotaan dari kalangan kaum muda. Gerakan yang secara resmi mengadakan kongres pembentukan pada tanggal 16 November 2005 ini bukanlah cabang gerakan kaum muda yang pertama dibentuk dibawah partai Rusia Bersatu. Sebelumnya pada tahun 2000, partai Rusia Bersatu telah memiliki organisasi kaum muda di bawah partai ini yakni *Molodezhnoe Edinstvo* (Kaum muda Bersatu). Pada tahun 2005 melihat tumbuhnya banyak gerakan kaum muda, dan perkembangan pesat dari jumlah anggota di beberapa gerakan tersebut yang tidak terjadi dalam tubuh *Molodezhnoe Edinstvo*, akhirnya *Molodezhnoe Edinstvo* melakukan perubahan strategi yang diikuti dengan perubahan nama menjadi *Molodaja Gvardija Edinoj Rossii* (Comai: 2-3).

Dalam piagam pembentukannya dituliskan bahwa *Molodaja Gvardija Edinoj Rossii* adalah organisasi yang akan mendukung gagasan politik dari partai Rusia Bersatu. Gerakan ini memiliki tujuh tujuan yakni: 1). Melibatkan pemuda dalam membangun masyarakat yang demokratis dan berkeadilan sosial. 2). Memberikan pendidikan patriotisme bagi pemuda. 3). Menciptakan ruang dialog antar agama, antar etnis di kalangan kaum muda guna memperkuat negara Rusia. 4). Meningkatkan tingkat pendidikan, intelektual, dan profesionalisme dalam kalangan kaum muda, serta mempromosikan budaya kaum muda. 5). Mempromosikan prestasi dan tradisi Rusia. 6). Membentuk kondisi yang komprehensif untuk pendidikan hak asasi manusia. 7). Mempromosikan pendidikan gaya hidup sehat dan pendidikan ketenagakerjaan. 8). Melestarikan dan mempromosikan budaya, ilmu pengetahuan, olahraga dan pariwisata.⁸

Selain tujuan, piagam pembentukan *Molodaja Gvardija Edinoj Rossii* memuat penjelasan mengenai keanggotaan dalam organisasi tersebut. Dalam pasal tiga piagam pembentukan Garda Muda Rusia dijelaskan mengenai keanggotaan. Pasal tiga ayat satu menyatakan bahwa keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka

⁸ <http://mger2020.ru/content/2012/05/23/34022>

bagi semua pemuda warga negara Federasi Rusia.⁹ Giorgio Comai dalam sebuah tulisan berjudul *Molodaya Gvardiya-The Young Guard of Russia's Elite* menjelaskan mengenai alasan kaum muda Rusia bergabung kedalam organisasi ini. Berdasarkan keterangan para anggotanya sebenarnya mereka tidak begitu tertarik dengan cara pengungkapan pendapat mereka melalui aksi demonstrasi besar-besaran di jalan atau menunjukkan kecintaan mereka terhadap Rusia dengan jalan serupa, kegiatan yang merupakan bagian dari aktifitas rutin *Molodaja Gvardija Edinoj Rossii*. Motivasi terbesar mereka bergabung adalah adanya keinginan untuk dekat dengan kekuasaan sehingga mereka bisa menjadi kader-kader yang akan duduk di pemerintahan Rusia nantinya. Sebagai bagian dari *Edinaya Rossiya* (Rusia Bersatu), *Molodaja Gvardija Edinoj Rossii* memiliki tempat dalam pencalonan di pemilu (Comai: 9).

Gerakan kaum muda pro-pemerintah berikutnya yaitu *Nashi* (kita). Dalam situs resmi *Nashi* dikatakan bahwa gerakan ini didirikan pada tahun 2004, setelah beberapa organisasi regional berinisiatif membentuk gerakan anti-fasis. Pada awalnya tujuan utama dari pembentukan *Nashi* adalah untuk memerangi persatuan oligarki dan liberal yang ingin menyerahkan kedaulatan dan kemerdekaan Rusia seperti skenario yang terjadi di Georgia dan Ukraina, dalam Revolusi Orange¹⁰. Pembentukan *Nashi* diprakarsai oleh Penasihat Putin yang juga kepala staf administrasi kepresidenan serta kepala deputy ideologi, Vladislav Surkov bekerjasama dengan Yakamenko yang merupakan mantan staf di deputy administrasi (Heller, 2009: 23).

2.3 Revolusi Orange Sebagai Pemicu Terbentuknya *Nashi*

Satu peristiwa yang masih merupakan rangkaian dari revolusi berwarna adalah Revolusi Orange di Ukraina pada tahun 2004. Revolusi Orange merupakan revolusi yang terjadi dalam rentang waktu paling dekat dengan pembentukan *Nashi*. Alasan mengapa *Nashi* baru terbentuk setelah Revolusi Orange adalah karena bersamaan dengan peristiwa Revolusi Orange Rusia tengah menghadapi

⁹ *Ibid*

¹⁰ www.nashi.su

peristiwa yang menurut Aslund (2007) menentang kekuasaan Putin yaitu terjadinya peristiwa Beslan. Peristiwa di Beslan adalah peristiwa penyanderaan selama tiga hari di sekolah no 1 di Beslan yang dilakukan oleh kelompok separatis Chechnya. Kejadian ini terjadi di hari pertama dimulainya sekolah. Dalam peristiwa ini sekitar 313 korban tewas, sebagian besar adalah anak-anak (Clunan, 2009: 135).

Revolusi orange adalah rangkaian protes dan demonstrasi yang berlangsung di Ukraina dalam kurun waktu desember 2004 sampai januari 2005, sebagai respon terhadap korupsi dan intimidasi yang terjadi pada masa pemilihan presiden Ukraina (Woehrel, 2005). Selama beberapa minggu dalam kondisi musim dingin yang buruk, ribuan orang muda yang dimobilisasi oleh gerakan kaum muda *Pora* (Ini Waktunya!), dengan jalan bertahan di tenda-tenda di tengah kota, mereka melakukan protes besar-besaran menentang kecurangan yang terjadi dalam pemilu presiden Ukraina tahun 2004. Setahun sebelumnya, anggota gerakan kaum muda *Kmara* (Cukup) tumpah ruah ke jalan menentang hasil resmi pemilu parlemen di Republik Georgia. Baik *Pora* dan *Kmara* sama-sama terinspirasi oleh gerakan kaum muda Serbia *Otpor* (perlawanan), yang berperan penting dalam menjatuhkan Slobodan Milosevic pada Oktober 2000 (Nikolayenko, 2007). Peristiwa yang terjadi di Serbia, Georgia dan Ukraina ini dikenal dengan nama *color revolution*.

Menurut York et.al (2010) saat pemilu presiden Ukraina tiba waktunya yakni pada bulan Desember 2004, Leonid Kuchma (Presiden Ukraina yang telah memimpin dalam dua periode) menunjuk Yanukovich sebagai penerusnya. Pemilihan Yanukovich sebagai penerus Kuchma diharapkan dapat menguatkan hubungan Ukraina dan Rusia. Selaian di dukung oleh rezim terdahulu Yanukovich juga didukung Rusia. Akan tetapi perjalanan Yanukovich tidak akan mudah, ia menghadapi tantangan keras dari kandidat lainnya yakni Viktor Yushchenko. Yushchenko merupakan mantan perdana menteri Kuchma yang diberhentikan dari posisinya sebagai perdana menteri setelah menjabat selama delapan belas bulan, meskipun telah berhasil menjadikan pendapatan perkapita Ukraina meningkat dua kali lipat. Yanukovich dinilai sebagai pilihan favorit elit korup di Ukraina. Meskipun demikian kegembiraan akan sosok pengganti Kuchma dikalangan elit

Ukraina ini tidak sepenuhnya membuat lega mereka dikarenakan catatan kriminal Yanukovich. Dalam riwayat hidupnya Yanukovich pernah dipenjara selama tiga setengah tahun untuk kasus penyerangan dan perampokan, hal lain yang juga membuat para pendukung Kuchma yang juga merupakan pendukung Yanukovich resah adalah image negatif yang akan timbul di mata para pemilih terkait kedekatan Yanukovich dengan Kuchma. Disisi lain Yushchenko yang sebelum menjabat sebagai perdana menteri terlebih dahulu menjadi kepala bank sentral Ukraina, memperoleh banyak simpati setelah berhasil meningkatkan perekonomian Ukraina. Ia tampil sebagai sosok pemimpin baru yang jujur dan efektif. Peristiwa demonstrasi menentang kecurangan dalam pemilu presiden Ukraina, pada akhirnya menaikkan Yushchenko sebagai presiden Ukraina. Pihak oposisi dapat begitu kuat memberikan perlawanan terhadap hasil pemilu yang terindikasi curang tersebut dapat ditelusuri dari kemunculan gerakan Ukraina tanpa Kuchma yang muncul dalam skala protes besar di tahun 2001. Demonstrasi menuntut Kuchma dengan dugaan keterlibatannya pada pembunuhan jurnalis Heogiy Gongadze. Heogiy Gongadze diduga dibunuh terkait usahanya menyelidiki korupsi dan tindakan kriminal yang dilakukan Kuchma. Meski pada saat massa itu tidak berhasil menggulingkan Kuchma, namun demikian gerakan-gerakan inilah yang kelak terlibat dalam Revolusi Orange.

Jika pihak barat melihat Revolusi Orange sebagai proses demokratisasi yang terjadi di Ukraina, tidak demikian dengan Rusia. Yakemenko, pendiri gerakan kaum muda Rusia *Iduschie Vmeste* (Berjalan Bersama) dan *Nashi* menilai apa yang terjadi di Ukraina hanyalah sebuah bentuk koloni baru, jika dahulu Ukraina adalah koloni Rusia maka kini Ukraina adalah koloni Amerika Serikat (Torbakov, 2005). Dalam artikel berjudul *Ukraine's Orange Revolution*, Adrian Karatnycky (2004) menyebut perkembangan masyarakat Ukraina sebagai salah satu faktor kunci darimana Revolusi Orange berasal. Lebih jauh ia menyatakan bahwa perkembangan masyarakat yang dinikmati Ukraina selama lebih dari satu dekade itu tidak lepas dari dukungan Amerika Serikat, pemerintah Eropa, bantuan nasional untuk demokrasi, dan lembaga bantuan pribadi seperti George Soros. Para pemberi bantuan ini dinilai memperkuat nilai-nilai demokrasi

dan memperdalam pemahaman publik tentang prosedur pemilu yang bebas dan adil.

Interpretasi dominan di Rusia terhadap Revolusi Orange dan peristiwa-peristiwa serupa lainnya diberbagai negara, seperti contoh yang dituliskan oleh Vladimir Frolov dalam *Foreign Affairs* dikatakan bahwa peristiwa tersebut adalah demokrasi yang dikendalikan melalui remot kontrol. Menurut pihak Rusia beragam kegiatan jutaan warga Ukraina termasuk didalamnya ratusan organisasi masyarakat dan politik pada penghujung 2004 diprakarsai oleh Amerika Serikat dan para bonekanya yang tersebar di organisasi masyarakat, media massa, partai politik, dan aparat negara di Ukraina. Dari kelompok terpelajar Rusia menilai Revolusi Orange adalah rangkaian peristiwa dari pemboman Serbia, pendudukan Irak, perebutan kekuasaan di Georgia seperti yang Washington inginkan (Umland, 2009).

2.4 Kondisi di Rusia dan Kekhawatiran akan Terjadinya Revolusi Orange di Rusia

Pada periode waktu terjadinya Revolusi Berwarna, Rusia adalah negara dengan presiden yang populer, ekonomi tumbuh, dan oposisi yang lemah dan terpecah, Rusia tampak tidak siap untuk jenis revolusi seperti yang terjadi di Georgia, Ukraina. Akan tetapi seperti apa yang dikatakan Lenin “Revolusi adalah sebuah keajaiban” dan pihak Kremlin tampak bersiap untuk kemungkinan tersebut (Finn, 2005). Pada pemerintahan pertamanya (tahun 2000-2004), presiden Putin sukses membawa Rusia menjadi lebih baik dengan peningkatan ekonomi yang berdampak pada peningkatan taraf hidup masyarakatnya. Kesuksesan Putin pada periode pertama pemerintahannya dikarenakan ia berusaha memuaskan pendapat masyarakat luas dan menyeimbangkan berbagai pusat kekuatan dalam rangka menyatukan kekuasaannya. Pada termin kedua tujuan dalam pemerintahannya adalah menyingkirkan semua kekuatan di luar kekuasaannya, yang menjadikan periode ini over sentralisasi, penuh rahasia dan menyisakan sedikit pengambil keputusan, yang baik (Aslund, 2005). Namun, pada kenyataannya Putin pun dihadapkan dengan permasalahan terkait reformasi tunjangan sosial, yang pada akhirnya untuk pertama kalinya menjadikan Putin sebagai pusat protes.

Pada bulan Januari tahun 2005, program perbaikan tunjangan sosial diluncurkan, tetapi pelaksanaan program ini dirasakan janggal. Program perbaikan digambarkan dalam bentuk penguangan tunjangan, namun pada kenyataannya banyak tunjangan yang dihapuskan. Kompensasi penuh dijanjikan sebagai tunjangan yang sesungguhnya. Pada awalnya hanya sepertiga dari mereka yang berhak menerima tunjangan sosial yang dikompensasi, karena seperti biasa pemerintah pusat dan pemerintah daerah tidak saling sepakat siapa yang harus membayarkan dana kompensasi. Meskipun dikatakan bahwa program ini telah menjangkau empat puluh juta orang tetapi tidak pernah ada penjelasan mengenai empat puluh juta penerima tunjangan sosial ini. Di waktu yang sama dengan mencuatnya permasalahan tunjangan sosial, sebuah peristiwa yang cukup melukai masyarakat adalah 35.000 pejabat tinggi termasuk presiden di dalamnya, mengalami kenaikan gaji lima kali lipat, dan tidak ada satupun tunjangan pokok mereka yang dihapuskan. Perbaikan tunjangan sosial ditujukan untuk mengatasi kemiskinan di tengah-tengah ledakan minyak Rusia, dimana surplus anggaran mencapai rekor tertinggi. Sebagai dampak dari kedua peristiwa yang bertolak belakang ini secara mengejutkan terjadi protes yang menyebar secara luas, yang didominasi oleh para pensiunan. Protes menentang kebijakan ini terjadi di sebagian besar wilayah Rusia. Untuk pertama kalinya Putin menjadi pusat cacik publik (Aslund, 2007).

Dalam *The Myth of the Authoritarian Model* (2008) McFaul dan Weiss mengatakan bahwa sentralisasi kekuasaan yang dilakukan Putin mempengaruhi pemerintahan dan perkembangan ekonomi secara keseluruhan, dan sayangnya sentralisasi ini memberikan pengaruh yang negatif. Begitu juga dengan pelayanan kesehatan publik yang juga tidak mengalami peningkatan. Lembaga *think tank* Rusia mempertimbangkan bahwa korupsi di Rusia meroket selama enam tahun terakhir. Di tahun 2006, Transparansi Internasional menempatkan Rusia pada peringkat 121 dari 163 negara dalam masalah korupsi, menempatkan Rusia diantara Filipina dan Rwanda. Rusia berada di peringkat 62 dari 125 negara dalam indeks kompetensi Forum Ekonomi Dunia 2006, menurun sembilan peringkat dalam satu tahun terakhir. Di tahun 2006 dalam indeks Bank Dunia

untuk kategori kemudahan melakukan bisnis Rusia ada di posisi 96 dari 175, posisi ini juga merupakan yang terburuk sepanjang sejarah Rusia.

2.5 Pembentukan *Nashi*

Peristiwa Revolusi Orange di Ukraina menimbulkan kekhawatiran dipihak pemerintah Rusia jika peristiwa tersebut terjadi di Rusia. Mengutuk Revolusi Berwarna sebagai contoh bentuk konspirasi anti-Rusia yang diatur oleh pihak Barat, adalah salah satu tema paling menonjol dari Rusia bersatu, partai politik dengan kursi terbanyak di parlemen Rusia yang juga merupakan partai pendukung Putin. Tokoh yang terkenal dalam hal ini adalah Vitali Ivanov, pendiri situs www.antirev.ru. Dalam konteks Rusia, menurut Ivanov, ide politik alternatif yang menggunakan tekanan protes di jalan dimunculkan oleh kaum oligarki dan sisa-sisa pendukung Yeltsin, yang menurut dugaan banyak orang percaya hanya dengan cara inilah pembalasan dendam terhadap Putin dapat terlaksana. Rusia, menurut Ivanov telah mengalami terlalu banyak destabilisasi dan revolusi pada tahun 1990-an (Laruelle, 2009).

Untuk mencegah revolusi serupa terjadi di Rusia, pemerintah Rusia mulai menaruh perhatian yang lebih besar terhadap kaum muda. Kebutuhan untuk mengawasi mobilisasi yang diprakarsai oleh generasi muda menjadi sangat penting setelah peristiwa “Revolusi Berwarna”, dibawah slogan untuk demokrasi dan transparansi yang lebih baik, yang telah berhasil menurunkan rezim berkuasa setelah periode Soviet di Georgia (2003), Ukraina (2004), dan Kirgistan (2005). Dalam peristiwa tersebut sangat jelas peran organisasi kaum muda dengan dukungan internasional menjadi sangat penting dalam menjatuhkan penguasa. Sejak saat itu pencegahan terhadap “*orange threat*” menjadi prioritas utama. Usaha telah dibuat untuk memulai aktifitas politik baru yang memenuhi semua persyaratan masyarakat barat tetapi diatur dari atas, sebagai tandingan kemungkinan munculnya kelompok oposisi yang digerakan dari luar, gerakan seperti *Nashi* dan *Molodaya Gvardiya*, yang memiliki pendahulu yakni *Idushchie Vmeste* dan *Molodezhnoe Edinstvo*, adalah organisasi yang pada dasarnya dibentuk untuk tugas ini (Petroni, 2011).

Dalam *Radio Free Europe Radio Liberty* (2005) dikatakan bahwa sebelum *Nashi* berdiri, satu gerakan kaum muda yang muncul sebagai gerakan pro-pemerintah adalah *Idushchie Vmeste* (Berjalan Bersama). Organisasi ini didirikan oleh dua bersaudara yakni Vasili dan Boris Yakemenko di tahun 2000, atas kekagumannya terhadap Presiden Putin. *Idushchie Vmeste* dengan cepat memperoleh reputasi sebagai gerakan “*Putin Youth*” dan mendapatkan perhatian Kremlin. Dengan dukungan penguasa, gerakan ini berkembang dengan pesat antara tahun 2000 sampai 2003, dan juga membawa pendirinya mendapatkan perhatian dari Vladislav Surkov dan Gleb Pavlovskii, yang merupakan ideologis Kremlin. Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh pimpinan gerakan ini dikatakan bahwa anggota *Idushchie Vmeste* berjumlah sekitar 80.000 yang tersebar di 60 kota besar dan kota kecil di seluruh Rusia. Usia anggota gerakan ini berkisar dari 12 tahun (paling muda) dan 30 tahun (paling tua). Gerakan ini memiliki struktur yang hampir mirip dengan struktur militer, dan diorganisir kedalam lima unit, yang disebut *pyatyorki*. Sepuluh unit *pyatyorki* membentuk satu detasemen. Duapuluh detasemen membentuk sebuah kesatuan. Moskow memiliki 10 kesatuan, tiap kesatuan dipimpin oleh seorang koordinator yang bertanggung jawab kepada Yakemenko.

Yakemenko mengharapkan orang muda yang bergabung dalam gerakan yang ia pimpin mengikuti enam konser atau pementasan drama setiap tahunnya, mengunjungi empat situs historis, membaca enam buku dari perpustakaan dan menjadi relawan di panti asuhan atau rumah lansia setidaknya satu kali dalam sebulan, semua ini dilakukan dengan tujuan menanamkan perasaan terhadap sejarah dan budaya Rusia. Ia menyatakan bahwa nilai yang ditawarkan gerakan ini adalah patriotisme, keluarga sehat, nilai kebudayaan, dan tentu saja tentang sejarah Rusia. Para anggota diharapkan mengikuti disiplin peraturan moral yang tertuang dalam 10 peraturan, yakni tidak menggunakan obat-obatan terlarang, alkohol dan bahasa yang buruk, anggota berjanji menghormati anggota yang lebih tua, menjadi patriot yang setia, dan warga negara Rusia yang baik, tidak diperbolehkan menganut ideologi kebangsaan ekstrim.¹¹

¹¹ www.ccg.org.au/articlepdf/0075.pdf

Meskipun berkembang dengan cepat, dilihat dari penambahan jumlah anggotanya, *Idushie Vemeste* dinilai memiliki kelemahan utama yang membuat organisasi ini tergantikan. Menurut Viktor Militarev, presiden Institut Strategi Nasional kelemahan utama *Idushie vemeste* adalah gerakan ini tidak pernah memiliki ideologi yang jelas (Torbakov, 2005).

Di Rusia pada tahun 2004 dan 2005 ditandai dengan munculnya kelompok kaum muda oposisi pemerintah seperti *NBP*, *Young-Yabloko*, *Moving Without Putin*, dan *Say NO!* Yang terlihat jelas mengambil peran seperti kelompok kaum muda yang menjatuhkan pemerintah di Serbia, Georgia dan Ukraina, oposisi. Menanggapi situasi ini, Surkov dan Vasilii Yakemenko memutuskan untuk melakukan perubahan yang dibutuhkan dalam gerakan kaum muda pro-pemerintah. Keduanya akhirnya memutuskan untuk mengembangkan organisasi yang lebih agresif dengan fokus yang lebih besar pada ideologi, pembentukan identitas dan penggabungan antara kepentingan diri dan ideologi. Melalui serangkaian seminar dan fokus grup, sebuah pencapaian baru tengah dirancang, hingga pada akhirnya tepatnya pada bulan Maret 2005, *Idushchie Vmeste* mengumumkan pembentukan organisasi baru, bernama *Nashi* (Kita) (Wedding, 2006).

Dalam manifesto pembentukan *Nashi* seperti yang tercantum dalam situs resmi *Nashi* www.nashi.ru dikatakan bahwa, *Nashi* (*НАШИ-Молодѣжное демократическое антифашистское движение*, Kita-Gerakan kaum muda demokratis antifasis) didirikan pada tahun 2004, setelah serangkaian organisasi kaum muda di tingkat daerah berinisiatif untuk membuat gerakan politik anti fasis. Pada awalnya tujuan utama dari gerakan *Nashi* adalah untuk memerangi perpaduan yang tidak wajar antara oligarki dan liberal yang mau menyerahkan kedaulatan dan kemerdekaan Rusia seperti yang terjadi di Georgia dan Ukraina, “Revolusi Orange”, untuk memfasilitasi transformasi Rusia menjadi pemimpin global di abad XXI dan mengadakan revolusi di Rusia untuk membawa Rusia pada kekuatan generasi baru. Pada tanggal 1 Maret 2005 pemimpin *Nashi*, Vasily Yakemenko mengatakan bahwa presiden Rusia Vladimir Putin memberikan dukungan terhadap gerakan “*Nashi*”. Sejak saat itu rutin diadakan pertemuan antara komisar dan aktifis *Nashi* dengan pemimpin negara seperti Vladimir

Putin dan Dimitry Medvedev. Aksi pertama yang dilakukan gerakan *Nashi* masih dalam rangka memperingati hari kemenangan Soviet terhadap Nazi Jerman 9 Mei 2005. Aksi turun ke jalan *Nashi* dilaksanakan pada tanggal 15 Mei 2005. Untuk pertama kalinya dalam sejarah Rusia modern sebuah organisasi publik menggerakkan lebih dari 60.000 orang muda .

Setelah kekhawatiran pemerintah Rusia akan terjadinya Revolusi Orange di Rusia tidak terjadi, *Nashi* berperan lebih sebagai pendukung kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dan dipersiapkan untuk menghadapi oposisi. Meskipun secara garis besar tugas *Nashi* adalah menyokong pemerintah dengan fokus utama aksi di jalan, *Nashi* sebagai sebuah gerakan memiliki program dalam berbagai bidang (Petrone, 2011). Dalam halaman proyek di situs *Nashi* dituliskan program-program *Nashi* seperti *Экология* (Ekologia), *Контрольная закупка* (Kontrol'naya Zakupka), *Твой Фильм о войне* (*Tvoi Fil'm o Voine*), *сталь* (*Stal'*) *Беги за мной* (*Begi za Mnoi*), *Аптеки без Наркотиков* (*Apteki bez Narkotikov*).

Program-program yang menjadi proyek *Nashi* ini merupakan pengemasan kembali program *Idushie Vmeste* dalam bentuk yang lebih tersusun dan terkonsep. Sebelumnya dalam tulisan dan pemberitaan mengenai *Idushie Vmeste* tidak ditemukan perincian kegiatan. Dalam penjelasan sebelumnya telah dituliskan bahwa *Idushie Vmeste* mengusung nilai patriotisme, keluarga sehat, nilai kebudayaan dan sejarah Rusia. Nilai ini direalisasikan dengan jalan para anggotanya mengunjungi tempat historis, menjadi relawan di panti asuhan. Dalam *Nashi* kegiatan ini terlihat pada program, pengawasan pembelian, Apotik tanpa Narkoba.

Наш лозунг — свобода и справедливость! Moto Kami- Kebebasan dan Keadilan! (Manifesto *Nashi* , 2005: 9). Adalah kalimat terakhir yang menutup manifesto pembentukan *Nashi* sepanjang sembilan halaman¹².

¹² Manifesto disini mengacu pada dokumen pembentukan *Nashi*. Dokumen tersebut terdiri dari sembilan lembar berisikan alasan pembentukan *Nashi*, pandangan *Nashi* tentang demokrasi, anti fasis.

2.5.1 Struktur Organisasi *Nashi*

Ada tiga tingkatan dalam hirarki *Nashi*, yang pertama adalah para pendaftar, anggota dan komisaris. Struktur organisasi *Nashi* tertinggi dipimpin oleh seorang pimpinan komisaris nasional, lalu komisaris nasional yang berjumlah lima orang. Komisaris Nasional adalah seorang yang dipilih dalam pemilahan Komisaris yang dihadiri wakil-wakil dari komisaris daerah. Struktur *Nashi* menempatkan Surkov pada posisi tertinggi, meskipun Surkov tidak disematkan jabatan secara khusus semacam ketua atau komisaris. Yakemenko sendiri bergerak dan mengambil tindakan berdasarkan arahan Surkov selaku pemegang kendali yang sebenarnya.

Gambar 2.1 Struktur Organisasi *Nashi*



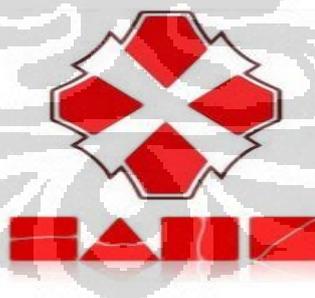
2.5.2 Simbol dan Slogan dalam Gerakan *Nashi*

Atribut yang selalu hadir dalam aksi *Nashi* di jalan adalah bendera berwarna merah dengan tanda silang putih yang ditarik dari tiap sudut bendera. Bendera ini merupakan kombinasi tanda yang diambil dari dua periode sejarah Rusia sebelumnya yakni warna latar merah dari bendera Soviet dan motif silang yang merupakan lambang bendera angkatan laut kekaisaran Rusia. *Nashi* menggunakan salah satu lambang kekaisaran bukan tanpa alasan. Lambang yang

pada bendera aslinya berlatar biru ini dikenal sebagai lambang tidak pernah menyerah.

Bendera angkatan laut kekaisaran Rusia atau yang dikenal dengan nama bendera *андреевский* (andreevskij) pertama kali dikibarkan pada kapal angkatan laut Rusia di laut Hitam atas perintah Peter yang Agung di tahun 1712. Bendera ini menjadi simbol angkatan laut Rusia hingga tahun 1917. Dikalangan masyarakat Rusia *андреевский* (andreevskij) dipercaya tidak pernah diturunkan sebagai tanda menyerah kepada musuh, namun pada kenyataanya tidak demikian mengingat Rusia dalam sejarahnya tidak selalu memenangkan pertempuran yang ia hadapi. Dalam *The Imperial Russian Navy*, sebuah buku yang ditulis Fred T. Jane pada tahun 1904 di bab sejarah Jane menuliskan tentang kapal Rusia yang menyerah pada kapal Swedia, Austria dan Inggris. Contohnya yaitu *Vladimir* yang menyerah pada Swedia di Gotland pada tahun 1714 dan *Svold* yang menyerah pada *HMS Centaur* di tahun 1808.¹³

Наш лозунг — свобода и справедливость! (Nash lozung — svoboda i spravedlivost') (Semboyan Kita- Kebebasan dan Keadilan! Adalah kalimat terakhir yang menutup manifesto pembentukan *Nashi* sepanjang sembilan halaman.



Simbol gerkan *Nashi*

Sumber: www.nashi.su

¹³ <http://www.crwflags.com/fotw/flags/ru~nav.html>

2.6 Konsep Demokratis dan Anti Fasis dalam Gerakan *Nashi*

2.6.1 Konsep Demokratis

Salah satu tuntutan dalam Revolusi Orange adalah adanya sistem pemerintah yang lebih demokratis. Melalui revolusi perubahan yang terjadi tidak hanya pada sistem pemerintahannya tetapi juga pada pemerintah itu sendiri. Revolusi menggantikan pemimpin lama dengan pemimpin baru. Pada saat revolusi berlangsung keadaan sebuah negara tidak dapat berjalan secara normal. Segi kehidupan ekonomi dan politik dapat dipastikan terganggu. Demokrasi yang diperjuangkan ini diharapkan dapat membawa perbaikan bagi kehidupan rakyat dan juga memberikan kemajuan pada negara.

Dalam penjelasan Manifesto (2005) *Nashi, Nashi* meyakini bahwa demokrasi tidak dapat dijalankan dalam keadaan negara yang tertekan akibat revolusi, maka dari itu stabilitas sebuah negara sangat penting dalam pelaksanaan demokrasi. Demokrasi juga harus didasarkan pada nilai-nilai tersendiri dari sebuah negara bukan hasil ciptaan negara lain, oleh karena itu konsep demokrasi yang dimaksud dalam gerakan *Nashi* adalah demokrasi berdaulat. Demokrasi berdaulat adalah format demokrasi yang diciptakan oleh Surkov yang digunakan oleh pemerintah Rusia saat ini. Demokrasi berdaulat juga muncul masih berkaitan dengan gejolak Revolusi Orange. Pemerintah Rusia ingin menegaskan kembali posisi mereka sebagai sebuah negara demokrasi, namun memiliki bentuk demokrasi tersendiri (Tsygankov, 2008: 5).

Konsep Rusia mengenai demokrasi berdaulat berpusat pada dua ide utama. Ide pertama adalah kedaulatan yakni tidak adanya campur tangan dari barat dan yang kedua adalah bahwa Rusia memiliki nilai-nilai demokrasinya sendiri. Nilai-nilai tersebut berasal dari keunikan pengalaman sejarah Rusia, dan berbeda dari apa yang dipahami pihak barat sebagai demokrasi, maka dari itu demokrasi ala Rusia ini tidak perlu sesuai dengan standar demokrasi yang dimiliki barat. Salah satu fungsi demokrasi berdaulat adalah untuk membungkus pemerintahan otoriter dengan kesan demokrasi dengan tujuan memperkuat pemerintahan secara internal dan mengatasi kritik dunia internasional (Christian, 2012).

2.6.2 Konsep Anti Fasis

Dalam manifesto *Nashi* (2005) fasisme diartikan sebagai ideologi politik dan gerakan sosial yang berusaha menjalankan jenis kediktatoran. Kediktatoran fasis ditandai dengan kekerasan terhadap massa melalui negara. Dalam fasisme negara dianggap sebagai sebuah mesin politik yang memanfaatkan organisasi massa dan aparat yang menyimpang; dan juga menggunakan sistem teror massa yang mempergunakan semboyan revolusi semu untuk menyamarkan semua kekerasan. Dalam arti sempit *Nashi* mengartikan fasisme sebagai rezim politik dengan kediktatoran yang brutal yang didirikan di Italia pada tahun 1920-1940 dan di Jerman pada tahun 1930-1940.

Pada dasarnya, fasisme sama halnya dengan semua tipe dan konsep umum dalam analisis politik, istilah fasisme adalah sebuah pengertian yang berusaha menjelaskan analisis fenomena politik individual. Pengertian umum mengenai fasisme adalah perwujudan ideologi yang berpusat pada kebencian rasial atau kesukuan, kekerasan dan perang (Shenfield, 2001). Perdebatan mengenai definisi fasis di luar definisi yang dimengerti dan diterima secara umum tampak bagi masyarakat sangat melelahkan. Banyak aspek yang menjadi pertimbangan para ilmuwan dalam mendefinisikan fasisme baik itu historis maupun psikologis sehingga untuk mengelurkan definisi fasis sulit sekali ditemukan titik temu yang bisa diterima. Hal yang lebih jelas dan tidak begitu mengundang perdebatan adalah penggunaan istilah fasisme klasik. Fasisme klasik merujuk pada gerakan yang dipimpin oleh Benito Mussolini dalam masa perang saudara di Italia. Dalam bahasa Italia istilah *fascio* memiliki arti perkumpulan, persatuan atau liga, telah biasa digunakan didalam berbagai sektor radikalisme Italia sejak tahun 1870. *Fasci* adalah bentuk plural dari *fascio* telah digunakan dalam persatuan dagang, kelas menengah radikal atau para petani reformis, yang paling terkenal adalah *Faci Siciliani*, perkumpulan petani dan kalangan masyarakat lainnya di Sisilia. Perkumpulan ini telah banyak menggerakkan masyarakat di pulau Sisilia untuk turut serta dalam revolusi melawan struktur ekonomi dan politik yang ada pada saat itu (Payne, 1995: 212) .

Meskipun pada kenyataannya istilah fasis telah digunakan sejak tahun 1914 (bahkan kemungkinan telah digunakan lebih dahulu lagi), tetapi penggunaan

istilah fasis dengan penambahan –ism dibelakangnya baru terkenal di masyarakat Italia pada musim gugur 1920. Fasisme digunakan untuk menunjuk pada meningkatnya gerakan kekerasan dari *Fasci di Combattimento*, yang anggotnya menamakan diri mereka *Fascists tout court*. Sejak saat itu penggunaan kekerasan politik yang diorganisir menjadi lebih terencana, lebih sering terjadi, dan lebih agresif dibandingkan dengan batas kekerasan pihak kiri Italia. Peristiwa ini disepakati sebagai kenaikan yang tiba-tiba dari fasisme yang terjadi dalam kurun waktu musim gugur dan musim semi tahun 1920-1921 (Payne, 1995).

Istilah Fasis lebih sering digunakan oleh para penentangannya dibandingkan oleh penganjur paham ini sendiri yang telah memperkenalkan sifat fasis kepada dunia internasional di awal tahun 1923. Fasis telah menjadi salah satu istilah yang paling sering digunakan untuk menyatakan politik yang buruk. Biasanya fasis digunakan untuk hal-hal yang mengandung arti kekerasan, kekejaman, atau kediktatoran. Istilah fasis mulai digunakan secara luas di beberapa negara Eropa, khususnya Spanyol pada awal tahun 1930. Fasis digunakan untuk merendahkan lawan politik. Fasis juga mulai digunakan secara luas di Uni Soviet baik sebagai istilah untuk mencoreng para penentang dan juga sebagai sinonim untuk sosialisme nasional Jerman (Laqueur, 1996).

BAB 3

STRATEGI PROPAGANDA DALAM GERAKAN *NASHI*

Pada bab sebelumnya telah diuraikan mengenai sejarah kemunculan *Nashi*, mulai dari pemicu, gerakan pendahulunya, kondisi di Rusia, hingga program-program yang terdapat didalam gerakan *Nashi* sendiri. Selanjutnya dalam bab ini akan dianalisis bagaimana strategi yang dilakukan dalam propaganda gerakan *Nashi* dengan menggunakan teori propaganda. Skripsi ini akan menganalisis program-program *Nashi* yang menjadi salah satu pintu terbesar *Nashi* dalam merekrut anggota baru serta strategi lain yang juga digunakan *Nashi*. Program-program yang ditawarkan oleh *Nashi* menunjukkan strategi yang berusaha diterapkan *Nashi* dalam menggaet kaum muda sebagai sasaran utamanya. Berikut akan dipaparkan strategi dan program-program gerakan *Nashi*.

3.1 Popularitas Putin Sebagai Salah Satu Daya Tarik Gerakan *Nashi*

Secara umum orang muda Rusia kecewa dengan elit politik di Rusia, 80% percaya bahwa para politisi di Rusia hanya memikirkan bagaimana diri mereka dapat terpilih dan tidak benar-benar memikirkan kepentingan para pemilih (Lassila, 2011). Berdasarkan statistik, 58% orang muda mengatakan bahwa politik merupakan hal yang membosankan bagi mereka. Akan tetapi sikap politik kaum muda Rusia akan menjadi sangat kontras terhadap politik jika berkaitan dengan kepercayaan mereka terhadap presiden Rusia, Vladimir Putin. Putin menempati posisi tertinggi dalam hal kepercayaan dari kaum muda Rusia dibandingkan dengan pemimpin politik lainnya dan juga mengungguli tingkat kepercayaan kaum muda pada lembaga negara lainnya seperti terlihat dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh *Swiss Academy for Development* di tahun 2007 berikut ini: 73 % kaum muda Rusia percaya pada presiden, hanya 39% kepercayaan untuk pemerintah, sedangkan masing-masing untuk pengadilan, kepolisian, dan militer angkanya hanya mencapai 45%, 29%, dan 43%. Partai politik dan Duma menempati posisi paling tidak dipercaya dikalangan kaum muda dengan prosentase kepercayaan hanya masing-masing 20% dan 25% (Dafflon, 2009: 22).

Ada beberapa faktor yang menjadi penyebab popularitas Putin tinggi dikalangan kaum muda Rusia. Faktor yang pertama yakni *image* Putin sebagai pemimpin yang kuat juga diterima kaum muda (Dafflon, 2009: 23). Putin yang menjadi perdana menteri Rusia pada bulan Agustus 1999 setelah menggantikan Sergei Stepasin, meroket popularitasnya melalui kebijakan yang ia lakukan dalam mengatasi gerakan separatis Chechnya di tahun 1999. Putin yang baru menempati posisi sebagai perdana menteri, berjanji akan menyelesaikan permasalahan ini. Serangan udara dilakukan pada 24 September, diikuti dengan serangan darat pada tanggal 30 September. Dengan serangan udara dan tembakan artileri besar-besaran, militer Rusia sukses menduduki ibukota Chechnya. Hasil ini membuat masyarakat Rusia merasa akhirnya menemukan sosok pemimpin yang dapat menjaga negara dan memukul mundur musuh (Kotz dan Weir, 2007: 270-271). Pertumbuhan Ekonomi Rusia juga merupakan faktor pendukung tingginya popularitas Putin. Dibawah pemerintahan Putin ekonomi Rusia tampil mengesankan. Pertumbuhan rata-rata GDP Rusia antara tahun 2000 sampai dengan akhir 2007 mencapai sembilan persen pertahunnya. Pendapatan per kapita Rusia meningkat tiga kali lipat selama Putin memimpin, meningkat nilainya dari 4.200 dolar amerika di tahun 2000 hingga 14.800 dolar pada akhir 2007 (Stone, 2008: 18). Faktor yang ketiga yang dinilai oleh Dafflon merupakan faktor paling penting dalam popularitas Putin bagi kaum muda Rusia adalah keberhasilan Putin kembali membangun kebanggaan bangsa Rusia sebagai kekuatan dunia.

Image positif ini juga dimanfaatkan *Nashi* untuk menarik kaum muda Rusia. Seperti yang dikatakan Yakemenko dalam konferensi pers pembentukan *Nashi*, bahwa gerakan ini mendapat dukungan Putin. Pernyataan tersebut terbukti dengan beberapa kali pertemuan yang dilakukan antara Putin dan anggota gerakan *Nashi*. Beberapa bulan setelah pembentukan *Nashi* Putin mengundang beberapa perwakilan *Nashi* untuk bertemu dengannya di istana peristirahatan presiden, Zavidovo. Seperti yang terlihat dalam gambar di sebelah kiri di bawah ini.



Pertemuan ini diliput oleh stasiun televisi nasional Rusia Chanel Satu.¹⁴ Dengan publikasi nasional yang memeperlihatkan kedekatan para anggota *Nashi* dengan Presiden Rusia ini, memperlihatkan kepada kaum muda bahwa salah satu jalan yang bisa mendekatkan mereka pada sosok yang mereka percaya dan mereka nilai secara positif adalah dengan bergabung bersama *Nashi*. Gambar di sebelah kanan adalah pertemuan Putin dengan anggota *Nashi*, sebagai pengganti ketidakhadiran Putin dalam acara perkemahan musim panas *Nashi* di tahun 2007. Meskipun tidak hadir Putin membuat sebuah video yang menyapa seluruh peserta perkemahan yang diputar ketika acara berkemah tersebut berlangsung.

Video sambutan dan pertemuan pengganti tersebut menunjukkan ada kedekatan antara *Nashi* dan Putin. Dengan dua tindakan tersebut juga menunjukkan bahwa Putin memperlihatkan keseriusan perhatian yang ia berikan bagi gerakan *Nashi*. Dari sisi kaum muda bisa melihat bahwa gerakan ini benar-benar memiliki sebuah posisi tersendiri, hingga mendapat perhatian sedemikian rupa dari seorang kepala negara.

Keterlibatan Putin tidak hanya diawal kemunculan *Nashi*, Putin secara konsisten memberikan dukungan terhadap *Nashi*. Kehadiran Putin di perkemahan musim panas yang dilakukan *Nashi* juga menjadikan acara ini menarik perhatian banyak media baik luar maupun dalam negeri. Seperti yang terlihat dalam gambar di bawah ini

¹⁴ <http://www.themoscowtimes.com/news/article/putin-plays-host-to-56-nashi-youth/211009.html>



Foto yang menunjukkan Putin tengah mendemonstrasikan kekuatan fisiknya ini merupakan, foto yang diambil *Rianovosti* ketika kunjungan Putin di perkemahan Seliger, tahun 2011. Meski bukan lagi sebagai presiden, Putin tetap menjadi salah satu daya tarik gerakan *Nashi*.

3.2 Program-Program *Nashi*

*Наша задача в этой ситуации — объединить российскую молодежь в рамках широкого общественно-патриотического движения, ставящего своими целями сохранение суверенитета и территориальной целостности России, каким и является движение 'НАШИ' (Manifesto *Nashi* , 2005).*

Tugas kami dalam situasi ini adalah menyatukan pemuda Rusia dalam gerakan sosial patriotik yang lebih luas yang berguna untuk menjaga kedaulatan dan integritas wilayah Rusia, *Nashi* hanya akan memperluas pengaruh ide pada generasi muda (Manifesto *Nashi* 2005).¹⁵

Penggalan kalimat diatas diambil dari manifesto pembentukan *Nashi* . Dalam kalimat diatas dapat dilihat bahwa target sasaran *Nashi* adalah kaum muda. *Nashi* sebagai sebuah gerakan kaum muda berusaha membawa kaum muda Rusia untuk bersatu dalam *Nashi*, dan memperluas pengaruh pada generasi muda berarti *Nashi* memiliki tujuan untuk membentuk suatu sebuah sudut pandang dalam kaum muda berdasarkan keinginan *Nashi*. Keinginan *Nashi* atau tujuan *Nashi* dalam hal

¹⁵ Situasi yang dimaksud oleh *Nashi* diatas tak lain adalah situasi dalam mengantisipasi terjadinya peristiwa Revolusi Orange, hal ini mengacu pada dasar pembentukan *Nashi* sebagai tanggapan terhadap terjadinya peristiwa tersebut.

ini yakni untuk mencegah terjadinya Revolusi Orange di Rusia dan agar kaum muda tetap mendukung rezim pemerintah yang berkuasa.

Apa yang dilakukan *Nashi* ini merupakan sebuah propaganda yang tak lain adalah usaha untuk membentuk tanggapan, serta menggerakkan kesadaran dan perilaku secara langsung untuk mencapai respon yang diinginkan oleh pelaku propaganda. Jowett dan O'Donnell (2006) mengatakan bahwa salah satu faktor penentu keberhasilan sebuah propaganda adalah pemahaman propagandis terhadap sasarannya. Seorang propagandis harus mengetahui informasi yang lengkap mengenai targetnya guna memilih cara yang dinilai paling efektif untuk menyampaikan tujuan mereka. Analisis strategi kedua yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah program-program yang terdapat dalam gerakan *Nashi*. *Nashi* memiliki banyak program yang cukup menarik minat kaum muda. *Nashi* merancang program-programnya bersesuaian dengan kebutuhan kaum muda itu sendiri. Hal ini tentu saja dimaksudkan untuk mengajak kaum muda agar mereka bersedia bergabung dan menjadi bagian dari *Nashi*. Program-program yang ditawarkan oleh *Nashi* dalam menarik kaum muda akan dijabarkan dalam sub bab-sub bab berikut ini

3.2.1 *Begi za mnoi* (Lari Kepadaku)

Proyek ini bertujuan membantu mengurangi jumlah orang-orang di Rusia yang bermasalah dengan berat badan berlebih. Menurut *Nashi* berat badan berlebih dinilai tidak produktif, tidak efektif dan membahayakan kesehatan. Dalam uraian singkat mengenai program *Begi za mnoi* ini, *Nashi* berusaha mengkritik kurangnya kesadaran masyarakat akan konsumsi makanan berlebih.

Gambar 3.1 Logo *Begi za Mnoi*



www.zamnoi.org
Всероссийский молодежный проект

Sumber www.zamnoi.org

Menurut *Nashi* masyarakat menyadari penggunaan energi secara berlebihan dapat mengakibatkan ekonomi tidak efisien, tetapi masyarakat tidak peduli dengan akibat buruk dari konsumsi makanan secara berlebihan.

Program yang diberi nama *Begi za mnoi* ini adalah program yang bertujuan untuk membentuk tampilan fisik secara ideal. Program ini menuliskan bahwa target mereka adalah kaum muda yang berada pada usia 16-27 tahun. Program ini berisi kegiatan olahraga seperti fitnes, informasi diet, konsultasi untuk program diet dengan dokter dan ahli gizi, serta kelas memasak masakan sehat. Semua fasilitas tersebut didapatkan jika seseorang telah mendaftar dan memiliki kartu anggota. Program ini terbuka untuk siapa saja yang berada pada rentang usia seperti yang telah disebutkan diatas. Untuk mendapatkan kartu keanggotaan seseorang hanya diminta untuk menghubungi nomer telepon berikut yang tertera dalam situs *Begi za mnoi* 8(919)002-44-04, untuk selanjutnya mendapat konfirmasi. Ada satu cara yang juga bisa digunakan untuk menjadi anggota yakni dengan mengisi formulir *online* yang tersedia dalam situs (www.nashi.su). Berbeda dengan program *Nashi* yang lainnya, yang sudah memiliki cabang di beberapa daerah di Rusia, program ini baru tersedia di Moskow.

Berdasarkan teori propaganda diuraikan lebih lanjut mengenai unsur propaganda yakni sifat tenang dan berhati-hati yang dimaksud dalam unsur propaganda adalah keinginan atau tujuan dalam propaganda merupakan hasil pemikiran dalam suatu kurun waktu yang dilakukan untuk memilih strategi apa yang paling efektif untuk mempromosikan dan mempertahankan posisi yang menguntungkan. *Begi za mnoi* merupakan sebuah program dari *Nashi* yang muncul di tahun 2010, lima tahun setelah berdirinya *Nashi*. Kemunculan program-program dalam gerakan *Nashi* menandakan adanya sebuah inovasi dari kegiatan *Nashi* sebelumnya yang tidak memiliki rincian program dengan divisi khusus seperti saat ini. Melalui *Begi za mnoi*, *Nashi* melihat ini sebagai cara efektif untuk mempromosikan dan mempertahankan posisinya sebagai sebuah gerakan dengan basis kaum muda karena melalui program yang mengajak orang untuk bergaya hidup sehat, merupakan suatu hal positif yang dapat diterima masyarakat luas, termasuk kaum muda.

Pada propaganda juga digunakan gambar, dan slogan untuk memaksimalkan usaha yang dilakukan seorang propagandis, hal ini juga dilakukan oleh gerakan *Nashi* dalam program *Begi za mnoi*. Dalam halaman resmi situs program ini (www.zamnoy.org) ditampilkan dua orang wanita dengan berat badan yang berbeda disatukan dalam lingkaran alat ukur meter seperti tampak di bawah ini.

Gambar 3.2 Poster Propaganda *Begi za Mnoi*



Sumber: <http://zamnoy.org/>

Begi za mnoi ini memiliki slogan “Program yang menjadikan kamu lebih baik”. Munculnya program ini tidak lepas dari konsep umum remaja Rusia yang menganggap bentuk ideal tubuh adalah tubuh yang ramping. Saat ini yang dikatakan cantik di Rusia berarti, sportif, kurus dan memiliki kulit kecoklatan. Para olahragwan wanita seringkali dinilai sebagai contoh bentuk ideal kategori wanita cantik di Rusia saat ini. Contohnya yakni pemain tenis Rusia Anna Kurnikova dan Maria Sharapova, dengan rambut pirang lembut yang melambangkan tipe kecantikan wanita dari utara Rusia. Atlet lompat gala Rusia Elena Isinbaeva, pesenam Rusia Alina Kabaeva dan juara dunia catur Alexandra Kostenuk menjadi perlambangan kecantikan wanita selatan Rusia (Karpekina, 2009: 1).

Konsep tubuh ideal saat ini di Rusia telah mengalami perubahan dahulu ketika zaman kekaisaran dan Uni Soviet tubuh kurus merupakan lambang kemiskinan dan kekurangan, namun kini tubuh kurus merupakan bentuk yang dinilai ideal (Mostovaia, 2006). Terjadinya perubahan ini tidak lepas dari adanya pengaruh globalisasi. Menurut Jones (2011) dengan adanya globalisasi berpengaruh juga terhadap konsep kecantikan, penilaian terhadap kecantikan

menjadi seragam salah satunya adalah bentuk tubuh kurus. Di Rusia sendiri pengaruh dari globalisasi tidak dapat dihindarkan semenjak runtuhnya Uni Soviet, Masyarakat Rusia seperti yang dituturkan Tavernise (2003) seakan ingin menyerap segala sesuatu yang berkaitan dengan barat dan menggunakan serta mengkonsumsi seperti apa yang ada di barat. Begitu juga dengan kesan cantik yang mendapat pengaruh dari barat.

Nashi membentuk program ini guna memberikan apa yang diinginkan oleh remaja Rusia. Pertemuan rutin kegiatan ini diadakan setiap hari Sabtu. Dengan pemanfaatan media internet program ini berusaha memudahkan kaum muda Rusia yang berminat dengan kegiatan ini.

Gambar 3.3 Para Anggota *Begi za mnoi*



Sumber: <http://zamnoy.org/about/gallery/albums/album/10#1001>

Selain fasilitas di atas *Begi za mnoi* juga menawarkan beragam hadiah untuk pesertanya yang rajin hadir dalam kegiatan yang diadakan *Begi za mnoi* tujuannya tak lain yakni untuk menambah daya tarik program ini, seperti terlihat dari kutipan kalimat berikut:

«Если ты будешь ходить каждую субботу, то после 5й прогулки мы подарим тебе ipod, и ходить будет веселее» (Eсли ty budesh' hodit' kazhduju subbotu, to posle 5j progulki my podarim tebe ipod, i hodit' budet veselee).

“Jika kamu datang selama lima minggu program berjalan, maka kami (pihak *begi za mnoi*) akan memberikan hadiah ipod).

Sasaran program ini memang tidak dikhususkan bagi kaum wanita, yang cenderung menjadikan berat badan sebagai sebuah topik permasalahan, tetapi jika melihat dokumentasi kegiatan yang dilaksanakan *Begi za mnoi* jumlah peserta perempuan lebih banyak dibandingkan jumlah peserta laki-laki. Dari tampilan depan halaman situs ini juga yang dijadikan model adalah kaum wanita, hal ini menyiratkan bahwa program ini mengutamakan target sasarannya wanita. Seperti layaknya sebuah iklan penggunaan model adalah representasi sasaran iklan tersebut.

Gambar 3.4 Kegiatan *Begi za Mnoi*



<http://zamnoy.org/about/gallery/albums/album/10#1001>

Begi za mnoi juga memiliki kerjasama dengan beberapa pihak terkait dunia olahraga dan kebugaran, di antaranya yaitu dengan *Планета Фитнес* (Planet fitness) dan *Худеем правильно* (Hudeem pravilno). *Планета Фитнес* (Planet fitness) merupakan salah satu tempat fitness terkemuka di Rusia, yang memiliki jaringan yang tersebar luas di berbagai kota di Rusia. Ada keuntungan bagi proyek *Nashi* bekerjasama dengan sebuah lembaga yang sudah dikenal reputasinya di masyarakat Rusia, yakni mengokohkan kesan bahwa program ini serius dan memiliki jaminan mutu. Tentu hal menjadi nilai tambah sebuah program dalam menarik perhatian sasarannya. *Худеем правильно* (Hudeem pravilno) adalah sebuah majalah kebugaran di Rusia, kerjasama program *Nashi* ini dengan media tentu bertujuan untuk mendapatkan fungsi dari media yakni sebagai alat pemberitaan, dengan itu kegiatan ini bisa menyebar di kalangan

pembaca majalah kebugaran tersebut, dan membuka peluang bagi mereka yang tertarik dengan program *Nashi* ini untuk bergabung.

Sebagai bentuk propaganda maka penekannya adalah pencapaian dari propagandis. Dalam *Begi za mnoi* meskipun tampilannya dibentuk mengikuti keinginan kaum muda tetapi secara tidak sadar kaum muda sebenarnya juga tengah menjalankan program pemerintah. *Begi za mnoi* tertulis sebagai salah satu program pemerintah dibawah departemen pendidikan dan ilmu pengetahuan yang masuk kedalam program kerja lembaga Federal untuk urusan kaum muda Rusia.

3.2.2 *Kontrolnaya Zakupka* (Pengawasan Pembelian)

Program *Kontrolnaya Zakupka* (Pengawasan Pembelian) memiliki peran utama dalam mengontrol kelayakan penjualan produk di toko-toko di Rusia. Kegiatan utama program ini adalah mengadakan pengecekan terhadap batas kadaluwarsa produk makanan yang di jual oleh para pedagang dan juga mengawasi penjualan minuman beralkohol agar tidak bebas dibeli oleh anak-anak yang belum cukup umur. Tingkat keracunan konsumsi bahan makanan dan konsumsi alkohol pada anak usia dini di Rusia tergolong tinggi menurut kelompok *Nashi*.

Pendapat dari *Nashi* untuk jumlah konsumsi alkohol di kalangan anak-anak Rusia sesuai dengan fakta yang ada. Sejak pertengahan tahun 1990 terjadi perubahan budaya konsumsi minuman beralkohol di masyarakat Federasi Rusia yang berdampak pada pesatnya peningkatan produksi dan konsumsi minuman beralkohol jenis bir. Perubahan ini merupakan sebagian dampak dari meningkatnya perdagangan internasional yang terjadi di Rusia dan trend homogenitas perilaku konsumsi minuman beralkohol. Bir merupakan minuman beralkohol yang populer khususnya dikalangan generasi muda karena harga dan kandungan alkoholnya yang lebih rendah, sehingga menjadikan bir dilihat sebagai *soft drink* dibandingkan sebagai minuman beralkohol. Bagian dari dampak perubahan ini juga adalah jumlah anak-anak di Federasi Rusia yang mulai mengkonsumsi minuman beralkohol di usia 13 atau lebih muda meningkat dari 33 % di tahun 1999 menjadi 37% di tahun 2003, dan angka ini adalah yang tertinggi diantara negara-negara Eropa lainnya (Baumgarten, 2006: 2). Di Rusia sendiri

Legal Drinking Age atau batasan usia seseorang legal untuk mengkonsumsi dan membeli minuman beralkohol adalah 18 tahun. Maka dari itu *Nashi* melihat perlu adanya penanganan terhadap masalah ini.

Gambar 3.5 Logo "*Kontrolnaya Zakupka*"



Sumber: www.nashi.su

3.2.3 *Apteki Bez Narkotikov* (Apotik tanpa obat-obatan terlarang)

Sama halnya dengan *Kontrolnaya Zakupka*, program *Apteki bez Narkotikov* (Apotik tanpa obat-obatan terlarang) juga memiliki fungsi kendali terhadap barang. Berdasarkan survei sosial didapatkan data bahwa 57% yang menjadi permasalahan populasi di Rusia adalah kecanduan obat-obatan terlarang. Dalam waktu yang sama, Direktur Komite Pengontrolan Obat Negara, Ivanov mengatakan bahwa bahaya terbesar datang dari heroin dan obat-obatan di apotik yang disalah gunakan. Dalam halaman *website* proyek ini juga dikatakan bahwa, di kalangan para pecandu popularitas penggunaan obat-obat medis dengan alat-alat narkotik meningkat. Semua perlengkapan dan obat-obatan ini dijual di apotik dengan bebas tanpa resep dan pengawasan.¹⁶

Penggunaan obat-obatan di kalangan kaum muda Rusia dalam beberapa tahun terakhir ini telah meningkat tajam, bahkan telah menjadi gaya hidup (Abrakhomyan, 2012: 5). Partisipan proyek Apotik bebas obat-obatan terlarang bertujuan untuk melawan para apoteker yang menjadi mafia obat.

¹⁶ www.nashi.su

Gambar 3.6 Logo *Apteki bez Narkotikov*

Sumber: www.nashi.su

Para aktifis akan berusaha menghapuskan aktifitas ilegal penjualan obat-obat terlarang dan menyerahkan para pelaku pada pemerintah yang berwenang. Bekerjasama dengan *Federal Service for Drug Control* para aktifis bertujuan untuk mencoba menarik kembali izin narkotek dan memasukan obat-obatan yang populer di kalangan pecandu ke dalam daftar obat yang dijual secara kriminal jika tidak melalui resep medis. Tujuan terakhir dari proyek ini adalah menghentikan perdagangan obat-obatan secara bebas.

Jika pada *Begi za mnoi* ditemukan unsur propaganda secara lengkap yakni dengan adanya penggunaan gambar dan slogan maka dalam dua program ini tidak ada slogan khusus. Unsur propaganda yang ditekankan disini adalah cara membidik kaum muda melalui sebuah kegiatan yang bermanfaat. Dengan konsep relawan *Nashi* berusaha menarik kaum muda, dimana kaum muda dengan bergabung kedalam program ini dapat memiliki peran dimasyarakat. Mereka memiliki posisi sebagai kalangan yang peduli pada kualitas konsumsi makanan dan permasalahan alkohol dan obat-obatan. Pencarian peran dan posisi dalam masyarakat merupakan salah satu bagian dari ciri kaum muda (Felice dan Weisler, 2007). Menurut Sober dan Willsons (2003) secara psikologis manusia juga memiliki kecenderungan untuk memperhatikan kebaikan bagi orang lain diluar dirinya, sehingga kegiatan menolong orang lain dapat menimbulkan kesenangan dalam diri seseorang. Selain itu konsep relawan juga dipilih dikarenakan kegiatan sebagai relawan di kalangan kaum muda Rusia meningkat sejak tahun 2006 (Ginga, 2010).

Kegiatan sebagai relawan dalam masyarakat Rusia bukanlah suatu hal yang baru. Sejak era Katherina yang Agung kegiatan ini telah dimulai. Katherina mendirikan berbagai lembaga amal dan bantuan serta lembaga sosial yang secara khusus menangani anak-anak yatim. Pada era Soviet kegiatan sebagai aktivitas relawan yang paling dikenal adalah *subbotnik* dimana para relawan bekerja pada sektor fasilitas umum, mereka mengadakan perbaikan, kegiatan bersih-bersih sepanjang hari. Kegiatan ini dinilai tidak murni sebuah aktifitas relawan, tetapi lebih kepada perintah dari pemerintah komunis (Ginga, 2010).

Menggunakan konsep relawan *Nashi* berusaha memberikan peran bagi kaum muda di masyarakat. *Nashi* juga menggunakan aktifitas sosial untuk menarik perhatian kaum muda yang memiliki kepedulian terhadap permasalahan sosial yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Dua program *Nashi* ini menjadi wadah yang dapat menyalurkan perasaan kaum muda sebagai manusia yang memiliki kepedulian terhadap orang lain dan juga mengakomodasi pencarian peran di masyarakat.

Dalam halaman awal program *Apteki bez Narkotikov* ditulis bahwa program ini bekerjasama dengan *Federal Service for Drug Control*, jika melihat program *Federal Service for Drug Control* terdapat agenda yang berusaha melibatkan kaum muda untuk berperan aktif mengatasi permasalahan Narkotika. Dalam posisi ini sebenarnya program *Nashi* merupakan penyokong program-program pemerintah. Dengan kata lain program *Nashi* tidak hanya menyesuaikan dan mengakomodasi keinginan kaum muda, sebagai sebuah bentuk propaganda pelaku propaganda jelas memiliki tujuan yang menguntungkan bagi dirinya untuk dicapai.

3.2.4 Gerakan kaum muda patriotik STAL'

STAL' yang berarti baja adalah proyek yang didasarkan pada pemahaman akan konsep patriotisme. Merujuk pada halaman yang menjelaskan tentang proyek ini dikatakan bahwa patriotisme harus dilaksanakan secara aktif. Tujuan utama proyek STAL' adalah mengajak kaum muda untuk beraksi-aktif, efektif yang bertujuan untuk menciptakan kesan positif terhadap Rusia. Dalam uraian ringkas proyek ini, dikatakan bahwa mereka yang tergabung di dalamnya adalah

orang-orang yang akan menyadarkan dunia dari ketidaktahuan dan salah pengertian terhadap Rusia, serta untuk menghormati Rusia.

Gambar 3.7 Logo STAL



Sumber: www.madeofsteel.com

Di Rusia, patriotisme memiliki tempat tersendiri di kalangan kaum muda. Dalam banyak pengumpulan pendapat masyarakat Rusia ditunjukkan bahwa patriotisme adalah aspek yang bernilai bagi kehidupan kaum muda. Pada tahun 2000 pusat penelitian Levada menunjukkan hasil survei yang menyatakan 77% orang muda Rusia merasa dirinya adalah patriot. Ada tiga sikap utama yang menempati perolehan prosentase terbesar untuk menjelaskan bagaimanakah seorang dapat dikatakan patriot, yang pertama yaitu mencintai negara, berusaha dan bersikap untuk kebaikan dan kesejahteraan negara dan yang terakhir yaitu mempertahankan negara dari segala serangan.¹⁷

Beragam kegiatan, seperti peringatan hari pahlawan dan peringatan peristiwa kemenangan Rusia terhadap Nazi Jerman, dilaksanakan oleh gerakan ini. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kecintaan kaum muda Rusia terhadap negaranya. *Nashi* menggunakan patriotisme dalam gerakan ini sebagai penarik dan pintu gerbang bagi kaum muda Rusia untuk masuk kedalam gerakan ini.

Program STAL' juga identik dengan program pemerintah yang bernama «Государственная программа Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации» “Program pendidikan patriotik pemerintah bagi warga negara Federasi Rusia”. Program pendidikan patriotik pertama bagi warga negara Fedrasi Rusia pertama kali dilaksanakan pada february 2001 program ini disiapkan untuk jangka waktu empat tahun yakni mulai berlaku dari tahun 2001-2005 (Golunov, 2011: 1). Program ini bertujuan mendorong dan meningkatkan

¹⁷ Russian analitical digest no 50.

patriotisme di semua generasi dan kategori warga negara, berdasarkan dokumen yang ditandatangani perdana menteri Mikhail Fradkov, meskipun program ini diperuntukan untuk semua warga negara namun target prioritas program ini adalah anak-anak dan kaum muda (Torbakov, 2005).

3.2.5 *Tvoi Film o Voine* (Film-mu Tentang Perang)

Program “Film-mu tentang Perang” yang diorganisir oleh gerakan *Nashi* memberikan kesempatan bagi kaum muda melakukan interview terhadap para veteran pahlawan Perang Dunia II. Video dibuat berdasarkan ingatan tentang perang langsung dari para pelaku perang, dari program ini dapat diperoleh sumber pengetahuan mengenai peristiwa Perang Dunia II bagi semua generasi mendatang. Program ini juga bertujuan untuk memerangi pemalsuan sejarah, khususnya untuk memerangi para penulis, penerbit yang berbohong dan memfitnah tentang Perang Patriotik Besar (Perang Dunia II) dan para pelakunya.

Gambar: 3.8 Logo *Tvoi Film o Voine*

Sumber: nashi.su



Program ini bekerjasama dengan sebuah program yang bernama *Nasha obshaya Pobeda* (kemenangan kita bersama). *Nasha Obshaya Pobeda* adalah sebuah program gabungan antara Kementerian Urusan Pemuda, Olahraga, dan Turisme Federasi Rusia dengan Departemen Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan Federasi Rusia, Pusat Sejarah dan Kementerian Federasi Rusia, Akademi Ilmu Pengetahuan Rusia, Komite Layanan Militer dan Veteran Perang. Tujuan program ini adalah membuat arsip video para veteran perang yang kemudian akan diserahkan kepada Arsip Negara Federasi Rusia dan juga disimpan di Internet untuk akses gratis.

Hasil dari kegiatan mendokumentasikan kenangan dari para veteran mengenai perang dunia ke II ini dapat dilihat di situs *Nasha Obshaya Pobeda*,

<http://41-45.su/>. Faktor yang membedakan antara *Nashi* dan *Nasha Obshaya Pobeda* adalah jumlah cabang yang dimiliki. Untuk program *Tvoi Film o voine*, *Nashi* memiliki tujuh cabang yakni di Belgorod, Tambov, Sankt-Peterburg, Ivanovo, Bryanske, Cheboksary, Leningradskoy oblast, sedangkan *Nasha Obshaya Pobeda*, yang didukung gabungan lembaga pemerintah, tersebar di tujuh puluh satu wilayah di Rusia. Meskipun demikian para anggota *Nashi* dapat mengunggah hasil video mereka di situs milik *Nasha Obshaya Pobeda*.

Kegiatan ini menarik kaum muda karena dengan jalan pembuatan film dokumenter, yang pada intinya adalah melakukan wawancara dengan para veteran lebih memudahkan mereka mewujudkan bentuk patriotisme serta sumbangsih nyata mereka terhadap negara. Pada proses pembuatan dokumenter semua perlengkapan disediakan dari pihak *Nashi* yang bekerjasama dengan kementerian olahraga, turisme dan kaum muda. Daftar rincian pertanyaan yang akan diajukan ketika wawancara juga telah tersedia, sehingga mereka yang ingin berpartisipasi dalam kegiatan ini tinggal mengikuti prosedur yang ada.

Propaganda berusaha memaksimalkan penggunaan bahasa dan gambar, meski tidak memiliki slogan secara khusus sebagai bentuk pemanfaatan penggunaan bahasa, program ini menggunakan gambar. Gambar digunakan sebagai logo program yang terdiri dari kamera, rol film, bendera Soviet, lambang-lambang ini merupakan representasi kegiatan program ini. Dengan jalan melihat logo dari program *Film-mu Tentang Perang*, orang yang melihat dengan mudah dapat menerka kegiatan dari program ini. Rol dan kamera sebagai representasi pembuatan film serta lambang bendera Soviet mengindikasikan adanya hubungan film tersebut dengan Soviet. Penggunaan bahasa mempertegas penyatuan simbol-simbol dalam logo program ini (*Filmu tentang Perang*), menjelaskan bahwa program film ini membahas tentang film mengenai perang era Soviet. Perang era Soviet yang memiliki makna besar bagi masyarakat Soviet dan dirayakan secara besar hingga saat ini adalah kemenangan atas Nazi pada perang dunia II.

Kemenangan ini menurut Inozemtsev dalam buku hariannya yang di tulis pada tahun 1944, menjadi dasar semangat patriotisme dan kebanggaan Rusia akan negaranya. Rusia muncul sebagai pemenang yang memiliki pengaruh dalam hubungan dengan negara-negara lain. Pada masa Federasi Rusia, ada sebuah

program yang bernama pendidikan patriotik bagi warga negara Rusia, acuan patriotisme juga masih merujuk pada kemenangan Rusia terhadap Nazi Jerman (Blum, 2006: 1-2). Sejalan dengan program negara, *Nashi* memunculkan patriotisme yang memperlihatkan Rusia sebuah negara yang memiliki kekuatan dan pengaruh dengan membentuk program Film-mu tentang perang. Faktor lain mengapa yang dimunculkan adalah patriotisme yang bedasarkan kebanggan akan kemenangan Rusia adalah karena kaum muda Rusia tertarik dengan hal-hal yang berkaitan dengan *Great Power* (Zorkaya, 2009).

3.2.6 "Ekologi"

Seperti yang termuat dalam penjelasan mengenai proyek ini, dikatakan bahwa permasalahan ekologi adalah masalah bagi setiap orang tanpa terkecuali. Pada masa sekarang, kaum mudah tidak lagi dapat berpangku tangan terhadap masalah-masalah lingkungan yang timbul. Kaum muda seharusnya memiliki perhatian dan tanggung jawab khusus terhadap masalah lingkungan. (World Youth Report, 2003: 130). Partisipan proyek ini akan membuat pengelolaan pabrik-pabrik yang mengotori lingkungan. Dengan cara menyampaikan saran agar para pemilik pabrik menggunakan peralatan yang lebih modern, meningkatkan kualitas lingkungan dan membuat pabrik tersebut lebih efisien tanpa membahayakan kesehatan para pekerjanya. Program ini juga bertujuan untuk memperkenalkan teknologi yang memungkinkan setiap orang untuk menjaga lingkungan. Salah satu contoh teknologi yang dimaksud adalah penggunaan kantong tas yang dapat hancur secara natural.

Gambar 3.9 Logo *Ekologi*



Sumber: *nashi.su*

Permasalahan lingkungan dalam dua puluh tahun terakhir semakin mendapat perhatian secara luas dari masyarakat. Meningkatnya suhu bumi yang menyebabkan banyak perubahan pada cuaca membuat masyarakat semakin peduli dengan persoalan ini (Ovsyannikova, 2009). Di Rusia pengaturan mengenai masalah lingkungan mengalami perubahan pada pertengahan tahun 1990-an. Kebijakan mengenai lingkungan sebagian besar disesuaikan dengan agenda permasalahan lingkungan secara internasional. Pada periode ini juga ditandai dengan meningkatnya aktifitas lembaga non pemerintah di bidang lingkungan (Environmental, 2006: 7). Ovsyannikova (2006) mengatakan bahwa organisasi lingkungan berusaha memperbaiki kondisi lingkungan yang kian memburuk dan diantara usaha yang paling sukses dalam melaksanakan misi ini adalah organisasi yang melibatkan kaum muda di dalamnya. Kaum muda memiliki bakat khusus dalam menciptakan, mengembangkan bentuk aktifitas dan membangkitkan respon yang lebih efektif mengenai masalah lingkungan (Youth, 2003: 145).

Isu lingkungan saat ini juga menjadi hal yang menarik bagi kaum muda. Kaum muda seringkali menggunakan isu lingkungan sebagai penggerak untuk hubungan sosial yang lebih luas (Jokinen, 2008). Dalam *Environmental Attitudes of Russian Youth* (1998) Jouravlev mengatakan bahwa dari 82% remaja Rusia memiliki perhatian terhadap permasalahan lingkungan namun hanya 3% yang terlibat aktif dalam organisasi lingkungan.

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa permasalahan lingkungan merupakan sebuah isu yang menarik perhatian kaum muda di Rusia. Dalam propaganda seorang pelaku propaganda harus mengetahui betul mengenai target sasarannya. *Nashi* menciptakan program Ekologi tentu telah melakukan serangkaian analisis bahwa kegiatan ini memiliki daya tarik di kalangan kaum muda. Dalam logo program ini hanya digunakan satu warna, yakni hijau. Penggunaan warna hijau dalam isu lingkungan sudah merupakan suatu hal yang umum digunakan. Organisasi lingkungan juga biasanya menggunakan warna hijau sebagai semboyan seperti *Go Green*. Dengan tampilan logo seperti diatas, program Ekologi *Nashi* mengikuti konsep yang digunakan oleh sebagian besar organisasi lingkungan yakni menonjolkan warna hijau.

Simpulan

Dari seluruh program tersebut anggota yang mendaftar pada masing-masing program kerja secara otomatis tergabung dalam *Nashi*. Ketika para kaum muda yang sudah tergabung ini tidak hanya dilibatkan dalam kegiatan program yang mereka ikuti, tetapi mereka juga terlibat dalam kegiatan *Nashi* di luar program-program yang telah dituliskan di atas. Program *Nashi* yang tidak termasuk kategori di atas, yakni mengadakan aksi turun ke jalan baik itu dalam rangka memperingati sebuah peristiwa atau melakukan aksi menentang oposisi pemerintah. Di setiap program *Nashi* anggota diwajibkan untuk memenuhi aturan yang berlaku salah satunya kehadiran dan kesadaran bahwa mereka berada tunduk di bawah satu komando dari pimpinan tertinggi *Nashi*. Jika terdapat anggota yang tidak mematuhi komando maka keanggotaannya dalam program yang ia pilih tidak bisa berlanjut, dan kartu keanggotaan akan dicabut (proekt, 2010).

Hal ini menunjukkan bahwa ketujuh program yang ditawarkan oleh *Nashi* merupakan program-program sosial yang berusaha menarik minat kaum muda dari berbagai bidang. Terlihat dari program *Begi za mnoi*, bahwa program ini dibidik kepada kaum muda yang memikirkan kondisi tubuhnya, kemudian pada program *Kontrolnaya Zakupka* dan *Apteki bez narkotikov* berusaha memberikan ruang kepada kaum muda yang memiliki perhatian terhadap isu beredarnya obat-obatan terlarang. Kemudian program *STAL*² dan *Tvoi film o voine* merupakan program yang berusaha membangkitkan semangat kecintaan terhadap tanah air. Dan terakhir adalah program ekologi berusaha membidik kaum muda yang peduli akan lingkungan. Jika melihat ketujuh program yang ditawarkan oleh *Nashi* maka terlihat bahwa ketujuh program tersebut berusaha memberikan kontribusi untuk perbaikan dari masalah yang tengah di hadapi oleh negara. Hal ini menjadi sebuah poin yang menarik bagi kaum muda. Bekerja sebagai relawan untuk program sosial sudah menjadi bagian dari kaum muda. *Voullenteer* kepemudaan telah dikenal diberbagai belahan dunia. Kaum muda umumnya tertarik untuk bergabung karena dengan jalan ini mereka merasa memiliki manfaat bagi orang lain. Dengan konsep relawan gerakan sosial ini *Nashi* juga mencoba memikat hati kaum muda yang memiliki visi dan jiwa sosial yang ingin membantu mengatasi permasalahan disekitarnya.

Hal ini menunjukkan bahwa *Nashi* sebagai gerakan kaum muda politik tidak hanya serta merta berbicara mengenai politik pemerintahan yang menjadi tujuan *Nashi* akan tetapi *Nashi* dengan cerdas berusaha membidik minat dan ketertarikan isu-isu kaum muda. Setelah kaum muda tersebut tertarik untuk mengetahui dan bergabung dengan program-program yang ada, lebih lanjut kaum muda tersebut akan diperkenalkan tentang program *Nashi* yang lainnya. Berikut akan dipaparkan program *Nashi* untuk tingkat lanjutannya.

3.2.7 Kegiatan Berkemah Musim Panas Sebagai Bagian dari Propaganda *Nashi*

Perkemahan Seliger adalah lokasi yang digunakan *Nashi* sebagai lokasi penyelenggaraan kegiatan berkemah musim panas mereka. Terletak di wilayah Tver sekitar 360 kilometer barat laut Moskow. Tempat ini menyediakan berbagai sarana olahraga seperti mendaki, berenang, dan juga kegiatan memasak di area terbuka dengan latar belakang danau Seliger yang indah. Namun demikian tujuan *Nashi* mengadakan kegiatan di sana tidak hanya sekedar untuk berkemah gembira tapi juga untuk membangun semangat patriotik anggotanya melalui serangkaian ceramah dan seminar (Seliger, 2012).

Memanfaatkan aktifitas yang menarik di tempat yang indah, merupakan strategi yang jitu dari kegiatan berkemah. Dengan adanya kegiatan ini kaum muda dikumpulkan dengan orang-orang yang memiliki umur sebaya dengan mereka, maka perasaan yang timbul ini sebagai sebuah ajang kumpul teman sebaya yang menyenangkan. Program ini tidak membebankan peserta dengan biaya apapun.

Perkemahan yang menelan biaya besar dari pemerintah ini juga menarik perhatian kaum muda, karena kegiatan tersebut melibatkan banyak peserta, mendatangkan orang-orang penting di Rusia seperti Putin, Medvedev, dan juga diisi dengan hiburan dari penyanyi kenamaan Rusia salah satunya, Zemfira. Seorang peserta perkemahan Seliger 2006 mengaku baru bergabung dengan *Nashi* dua minggu sebelum acara perkemahan digelar.

Dengan pemberitaan yang besar di media-media, orang-orang di luar gerakan ini dapat melihat beragam kegiatan yang diadakan *Nashi*. Dengan demikian, diharapkan lebih banyak peserta di luar keanggotaan *Nashi* dapat

mengikuti kegiatan ini, baik yang memang tertarik dengan *Nashi* maupun yang sekedar ingin menambah pengalaman. Sejak diadakan pada tahun 2005 perkemahan Seliger hanya dapat dihadiri oleh anggota *Nashi*, namun sejak tahun 2009 acara ini terbuka bagi kaum muda yang bukan anggota *Nashi*.¹⁸

Gambar 3.10 Anggota *Nashi* Sedang Mengutarakan Ide Dalam Perkemahan Seliger 2007



Sumber: rt.com

Gambar 3.11 Spanduk Vladimir Putin di Perkemahan Seliger 2007



Sumber: rt.com

¹⁸ <http://www.rt.com/news/seliger-youth-forum-ideas/,2011/>

3.12 Senam Pagi Sebagai Salah Satu Rangkaian Acara Perkemahan Seliger 2007



Sumber: rt.com

3.3 Strategi Propaganda Melalui Media

Selain melalui program-programnya, propaganda *Nashi* juga dapat dilihat melalui promosi di media-media yang ia gunakan. Tidak hanya media cetak, promosi-promosi tersebut juga terdapat dalam media-media lain, seperti musik dan internet. Dalam sub bab-sub bab berikut ini akan dipaparkan mengenai hal tersebut.

3.3.1 Penggunaan Booklet Sebagai Media Propaganda

Media konvensional seperti booklet juga masih menjadi pilihan *Nashi*. Pada tahun 2007, dalam rangka memperingati tujuh tahun Putin menjadi presiden Rusia mereka membagi-bagikan brosur berjudul “Penghubung Presiden”. Dalam brosur sebanyak 67 halaman tersebut *Nashi* mencoba mengajak kaum muda Rusia untuk bergabung kedalam gerakan tersebut dan bersama-sama mendukung Putin. Brosur itu juga menawarkan keuntungan yang bisa diperoleh jika mereka menjadi anggota *Nashi*, di antaranya adalah kesempatan untuk magang di perusahaan nasional milik pemerintah.

Gambar 3.13 Halaman Depan dan Halaman Belakang *booklet Nashi* yang Terbit Pada Tahun 2007



Sumber: flicker.com

Tulisan dalam gambar:

Sampul depan

«Связной Президента» (Svjaznoj Prezhidenta) “Penghubung Presiden”

Sampul belakang:

«Будь на связи с историей!» (Bud' na svjazi s istoriej!) “Terhubung dengan sejarah”.

«Будь на связи со страной!» (Bud' na svjazi so stranoj!) “Terhubung dengan Negara”.

«Будь на связи с будущим!» (Bud' na svjazi s budushhim!) “Terhubung dengan masa depan”.

Tampak dalam brosur di bawah ini beberapa nama perusahaan besar Rusia yang menjadi rekanan *Nashi* seperti perusahaan gas negara Gazprom, Sibneft', Avtogaz, perusahaan perminyakan Lukoil, perbankan Rusia, Sverbank Rossii, dan perusahaan tambang Noril'skii Nikel'. Adanya kesempatan bagi anggota *Nashi* untuk diterima magang pada perusahaan tersebut menunjukkan kedekatan hubungan yang terjalin diantara *Nashi* dan perusahaan-perusahaan tersebut. Hadirnya deretan nama perusahaan tersebut juga merupakan sebuah bentuk dukungan dari perusahaan terhadap gerakan *Nashi* .

Gambar 3.14 Halaman 62-63 Booklet *Nashi* Berisikan Tentang Daftar Perusahaan Dimana Anggota *Nashi* Memiliki Kesempatan Untuk Magang



Sumber: flicker.com

Tulisan dalam gambar: «наши профи пройди стажировку в крупнейших компаниях России. Докажи что Ты лучший!» (projdi stazhirovku v krupnejshih kompanijah Rossi. Dokazhi chto Ty lushij!) “Magang di perusahaan terbesar di Rusia. Buktikan bahwa Kamu adalah yang terbaik!”

Hadirnya nama-nama besar itu juga menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan kaum muda Rusia, mengingat nama-nama tersebut merupakan tempat berkarir idaman bagi remaja Rusia seperti hasil yang ditunjukkan dalam survei mengenai pekerjaan impian bagi kaum muda Rusia yang dilakukan oleh FOM (Фонда Общественное Мнение- Lembaga survei opini publik) berikut ini.

Что касается стартовой площадки для карьеры, большое количество молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет полагают, что госслужба сегодня привлекательнее бизнеса. Среди «работодателей своей мечты» молодежь называет «Газпром» (22%), Администрацию Президента (12%), МВД (11)%, Сбербанк (11%), Лукойл (9%), Роснефть (8%), Газпромбанк и РЖД – по 7%, мэрия города – 6%. Анкетирование студентов политологов РГСУ в 2005 году показало, что на первом месте в аналогичном рейтинге находится Администрация Президента, на втором – ФСБ (Bolshakov, A. Gnezdilov, D. Ilyushin 2011:16).¹⁹

Sebagai batu loncatan untuk karier, sebagian besar orang muda antara usia 18 dan 30 percaya bahwa saat ini lembaga sipil dan bisnis lebih menarik. Di antara "Pekerjaan

¹⁹ «Работодатель мечты» для молодежи //Исследование ФОМ, 2009 //http://

bd.fom.ru/pdf/d39rabotod.pdf

impian kamu" Pemuda menyebut "Gazprom" (22%), Administrasi Presiden (12%), MVD (11%), Sberbank (11%), Lukoil (9%), Rosneft (8%), Gazprombank dan Kereta Api - 7%, walikota kota - 6% . Berdasarkan angket yang disebar siswa politik RGSU (*Российский государственный социальный университет*—Universitas Sosial Rusia) pada tahun 2005 menunjukkan bahwa untuk lembaga negara di tempat pertama Administrasi Presiden, yang kedua FSB (Bolshakov, A. Gnezdilov, D. Ilyushin 2011:16) .

Pemilihan booklet sebagai salah satu media propaganda *Nashi* dikarenakan booklet adalah media yang bentuknya sederhana namun dapat memuat informasi yang padat, warna yang digunakan pun cukup beragam di setiap halamannya, sehingga pembaca yang menjadi sasaran tidak mudah bosan dengan satu warna yang monoton. Booklet ini juga dilengkapi dengan Variasi penggunaan gambar dalam bentuk Foto dan juga karikatur yang memenuhi setiap halaman menjadikan pembaca yang melihat tidak merasa sedang membaca sebuah pesan yang berat karena yang dihadirkan adalah kombinasi gambar penuh warna seolah-olah yang dilihat adalah sebuah album foto. Hal yang juga menarik dari penggunaan booklet ini adalah ditampilkannya beberapa potongan berita yang dikutip dari media massa, sehingga kesan yang timbul ialah apa yang disampaikan oleh seorang propagandis dalam booklet mengandung kebenaran yang telah disampaikan secara luas sebelumnya.

Gambar 3.14 Halaman 44-45 dari booklet *Nashi* yang menampilkan potongan pemberitaan media massa.



Sumber: flicker.com

Gambar 3.15 Bagian dari Booklet *Nashi* yang Juga Mencantumkan Pemberitaan Media Massa.

Tulisan dalam gambar:

Он навел порядок в стране. Страной Мы больше не прошим у запада. (On navel porjadok v strane. Stranoj pravit zako . My bol'she ne proshim u zapada)



Sumber: flicker.com

Tulisan dalam gambar:

Он Возвращает национальные богатства “Dia telah mengembalikan kekayaan nasional”.

Booklet ini juga memiliki tujuan untuk mengajak kaum muda terhubung dengan presiden dengan jalan menjadi bagian dari *Nashi* yang bertugas untuk mencegah terjadinya Revolusi Oranye di Rusia, seperti yang ditampilkan dalam dua halaman brosur *Nashi* dibawah ini:

Gambar 3.16 Bagian Booklet yang Mengajak Kaum Muda untuk Mencegah Revolusi Oranye



Sumber: flicker.com

Di booklet tersebut tertulis :

связной президента

1 Декабря- 31 Декабря 2007. Ты связной между страной и президентом. От того, будет ли удержана связь с президентом, от того сможем ли мы не допустить введения внешнего управления, зависит независимость России и наша дальнейшая жизнь. От нас потребуются четкие и слаженные действия команды Президента.

(svjaznoj prezidenta' 1 Dekabrja- 31 Dekabrja 2007 Ty svjaznoj mezdu stranoj i prezidentom. Ot togo, budet li uderzhana sniz' s prezidentom, ot togo smozhem li my ne dopustit' vvdenim vneshnego upravlenija, zapisit nezavisimost' Rossi i nasha dal'nejshaja zhin'. Ot nas potrebujutsja chetkie s slazhennye dejstimija komandy Prezidenta).

1 Desember-31 Desember 2007

Kamu adalah penghubung antara negara dan Presiden. Kemerdekaan Rusia dan masa depan kita bergantung pada bagaimana menjaga hubungan dengan Presiden dan bagaimana kita tidak memperbolehkan adanya kontrol eksternal.

Maksud dari halaman ini adalah untuk mengajak kaum muda agar tetap percaya pada presiden, dan menjaga harmoni antara hubungan rakyat dengan pemimpin ketika masa pemilihan parlemen. Tujuannya tidak lain adalah untuk mencegah pengaruh eksternal yang akan mengontrol Rusia. Dengan kata lain booklet ini dibuat untuk mendukung pencegahan anacaman terjadinya Revolusi Orange di Rusia.

Konsep mendekatkan rakyat dengan pemimpin di Rusia seperti yang dilakukan oleh gerakan *Nashi* diatas, sebenarnya bukanlah hal baru bagi masyarakat Rusia. Pada era kekaisaran tepatnya di tahun 1825 di masa Tsar Nikolas I, hal seperti ini telah lebih dahulu dilakukan. Kombinasi antara kekuasaan yang keras dan gagasan yang baru diadopsi sebagai ide gagasan Rusia, yakni gagasan mesianik dan pemelihara “tugas tuhan” untuk orang-orang Rusia, yang direfleksikan dalam cara Rusia. Hasil dari gagasan Nikolas I tersebut dikenal dengan kebijakan negara tentang patriotisme. Pada waktu itu pangeran Uvarov memperkenalkan tiga serangkai idea yakni “Ortodoksi, Autokrasi, dan Kebangsaan” yang sering digunakan oleh kaum konservatif dan lingkaran nasionalis sebagai perwujudan dari gagasan asli Rusia. Kebijakan patriotisme negara akan selalu digunakan oleh pemerintah dalam masa genting dalam sejarah Rusia. Hal tersebut juga akan menjadi indikator jelas dari usaha pemerintah untuk mengatasi reformasi liberal di berbagai bidang dalam masyarakat Rusia (Mordivnov, 2011).

Gambar 3.17 Bagian Booklet Dimana *Nashi* mengajak anggotanya untuk ikut serta dalam penentuan arah Rusia



Kedepan

Sumber: flicker.com

Tulisan dalam gambar:

на связи с будущим. 2 Марта-16 Марта 2008

(na svjazi s budushim 2 Marta-16 Marta 2008)

Terjemahan: Terhubung dengan masa depan Maret-16 Maret 2008.

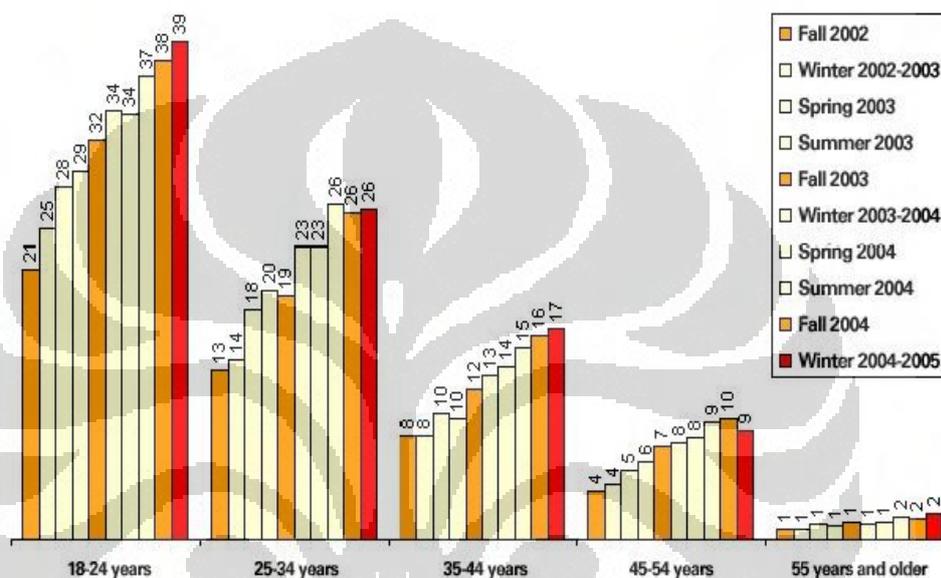
Terhubung dengan masa depan maksudnya yakni kaum muda yang tergabung dalam *Nashi* akan dilibatkan dalam agenda politik Putin berikutnya. Mereka dipersiapkan hingga Maret 2008, dimana akan berlangsung pemilu Presiden Rusia. Masa pemilu ini adalah titik puncak bagaimana kecemasan akan anacaman terjadinya revolusi di Rusia akan berakhir.

3.3.2 Penggunaan Internet Sebagai Media Propaganda

Rogoza (2012) menyatakan bahwa selama satu dekade terakhir bersamaan dengan pertumbuhan ekonomi di Rusia, perkembangan internet juga mengalami kemajuan. Saat ini internet telah digunakan untuk keperluan pekerjaan, hiburan dan informasi setiap harinya oleh 40% masyarakat Rusia. Internet juga digunakan oleh aktifis pro-pemerintah, para ahli dan para komentator. Pengguna terbesar internet di Rusia adalah mereka yang berada pada usia 18 sampai dengan 24

tahun, seperti yang terlihat dalam data statistik pengguna internet di Rusia berdasarkan usia di bawah ini:

Statistics on Internet Users in Russia by Age (%)



Mereka yang berada pada usia 18 sampai 24 tahun ini adalah mereka yang tergolong kedalam kategori kaum muda. Maka dapat dikatakan penggunaan internet sebagai sebuah media penyebarluasan informasi dengan target kaum muda di Rusia adalah sebuah jalan yang efektif, karena kaum muda adalah pengguna terbesar media ini.

Nashi juga aktif menggunakan media internet untuk menarik masa kedalam gerakan ini. Dalam awal pembentukannya sejumlah anggota mengaku mendapat e-mail dari Yakamenko untuk menghadiri pertemuan mengenai *Nashi*. *Nashi* memanfaatkan berbagai macam jenis layanan internet mulai dari, situs web (www.nashi.su), blog (http://russia.ru/su_nashi), jejaring sosial seperti twitter (@su_Nashi). Dalam situs resminya *Nashi* menyediakan Formulir *online* yang memudahkan kaum muda di Rusia dari berbagai wilayah untuk mengaksesnya. *Nashi* juga menawarkan tidak hanya keanggotaan tetapi pembukaan cabang baru yang nantinya akan merekrut banyak orang. Bagian dari penggunaan media

internet yang juga digunakan untuk promosi aktifitas *Nashi*, *Nashi* juga memanfaatkan blog. Salah satu contohnya adalah blog yang diperuntukan acara perkemahan musim panas *Nashi* tahun 2007. Blog ini digunakan untuk merekam berbagai aktifitas mereka dalam acara perkemahan tersebut. Dalam halaman situs resmi *Nashi* semua kegiatan dan program kerja serta manifesto pendirian disimpan baik dalam bentuk berita kegiatan atau foto dan video. Berbeda dengan foto-foto yang melengkapi pemberitaan mengenai aksi *Nashi* dalam tuntutan mereka terhadap duta besar Inggris dan Estonia dalam surat kabar, dalam situs *Nashi* sendiri tidak ditemukan gambar yang menunjukkan aksi brutal *Nashi*²⁰. Semua yang dipajang *Nashi* adalah versi “halus” kegiatan mereka.

3.3.3 Musik Sebagai Media Propaganda *Nashi*

Tujuan propaganda adalah menggerakkan target propaganda sesuai keinginan propagandis. Untuk itu diperlukan media yang dapat menyampaikan pesan dari propagandis. Salah satu media yang biasa digunakan dalam propaganda adalah melalui musik. Menurut Wells (2000) musik adalah kendaraan yang efektif untuk propaganda. Musik menjadi efektif karena musik mudah untuk diadaptasi baik itu melodi, tempo, dan juga dinamikanya sehingga musik bisa merefleksikan pesan dan memperkuat pengaruh pada pendengarnya.

Nashi sebagai gerakan yang memiliki sasaran kaum muda juga menggunakan media musik untuk menyampaikan tujuannya. Jenis musik yang dipilih *Nashi* adalah Hip-Hop. Musik Hip-Hop menurut Taylor (2006), adalah jenis musik yang tidak hanya dinikmati kalangan muda tetapi sudah menjadi gaya hidup kaum muda. Hip hop dipilih bukan tanpa alasan. Jenis musik ini masuk dalam lima jenis musik dengan album penjualan tertinggi di Rusia. Perdana Menteri Rusia, Vladimir Putin juga pernah menghadiri sebuah acara hip hop di

²⁰ Pada tahun 2006 anggota *Nashi* pernah melakukan aksi demonstrasi menuntut permintaan maaf duta besar Inggris untuk Rusia, Tony Brenton, karena dianggap telah membiayai kegiatan pihak oposisi pemerintah Rusia, aksi ini diikuti dengan empat minggu membuntuti kemanapun Brenton pergi. Pada tahun 2007 duta besar Estonia untuk Rusia mengalami teror dari anggota *Nashi*, terkait rencana pemindahan monumen penanda kemenangan tentara Soviet atas Nazi Jerman pada Perang Dunia II, di Tallin, Estonia.

salah satu stasiun televisi Rusia. Ia menilai bahwa hip hop tidaklah selalu identik dengan obata-obatan, hip hop juga memiliki nilai positif. Berikut ini pandangan Perdana Menteri Rusia, Vladimir Putin terhadap budaya hip hop, pada saat ia menghadiri suatu acara hip hop yang diselenggarakan oleh *Muz TV* yang berjudul "*Battle for Respect*", pada bulan November tahun 2009.

*“These youngsters who work in this art in our country – they bring unique Russian charm. Street rap may be a little bit rough, but it contains social meaning – raising social problems. Graffiti becomes a real elegant art. Break dance is something special. It is really a promotion of a healthy lifestyle. It’s hard to imagine break dance being combined with alcohol or drugs. When people perform with acrobatic elements, it really calls for respect.”*²¹

Para anak muda yang bekerja dalam seni ini di negara kita- mereka membawa keunikan pesona Rusia. Rap jalanan mungkin sedikit kasar, tetapi mengandung arti sosial-memunculkan masalah-masalah sosial. Graffiti menjadi seni yang elegan dan break dance menjadi sesuatu yang spesial. Tarian ini benar-benar mempromosikan kehidupan yang sehat. Sulit dibayangkan break dance dikombinasikan dengan alkohol dan obat-obatan. Ketika seseorang menampilkan sebuah gerakan akrobatik, hal tersebut benar-benar ditujukan untuk sebuah rasa hormat.

Dinamika perkembangan hip hop yang mengarah kepada popularitas hip hop ditengah anak muda inilah yang tampaknya membuat *Nashi* menggandeng rapper muda Rusia paling produktif saat ini, Noize Mc. Noize Mc membawakan lagu yang berjudul *Hymne Dvzhenie Nashi*, tampilan visual lagu ini berlatar belakang kegiatan gerakan *Nashi* sedangkan liriknya tak lain adalah perwujudan manifesto *Nashi* dalam bentuk lirik. Berikut ini lirik dari *Hymne dvezhnie Nashi* .

Lirik dalam bahasa Rusia	Transliterasi	Arti
<i>Кто не верит в Россию - не верит в себя!!!</i>	Kto ne verit v Rossiju - ne verit v sebja!!!	Siapa yang tidak percaya pada Rusia berarti tidak percaya pada diri

²¹ <http://trueslant.com/joshuakucera/2009/11/14/vladimir-putin-hip-hop-and-the-battle-for-respect/>,

		sendiri!!!
<i>Если ты лидер среди своей компании -</i>	Esli ty lider sredi svoej kompanii	Jika kamu adalah pemimpin diantara teman-temanmu
<i>Как стать номером один поделись своими знаниями</i>	Kak stat' nomerom odin podelis' svoimi znanijami	Seperti menjadi yang nomer satu, berbagi pengetahuannya sendiri
<i>Прочь негатив: тут креатив на позитиве</i>	Proch' negativ: tut kreativ na pozitive	Keluar dari hal yang negatif: di sini kreatif dalam hal positif
<i>Для того чтоб изменить к лучшему Россию</i>	Dlja togo chtob izmenit' k luchshemu Rossiju	Untuk mengubah Rusia menjadi yang lebih baik
<i>Если ты патриот – тебя ждёт страна</i>	Esli ty patriot – tebja zhdjot strana	Jika kamu seorang patriot, negara menunggumu
<i>Добро пожаловать в НАШИ ряды всегда</i>	Dobro pozhalovat' v NASHi rjady vseгда	Selamat datang di barisan <i>Nashi</i>
<i>За нами сила, воля, опыт, плюс перспектива</i>	Za nami sila, volja, opyt, pljus perspektiva	Dibelakang kita ada kekuatan, kemauan, pengalaman, serta prospek
<i>Не опоздай, будь в теме, не пропусти мимо!</i>	Ne opozdaj, bud' v teme, ne propusti mimo!	Jangan terlambat, jadikanlah tema, jangan ketinggalan di depan!
<i>Давай, вставай, давай, это не party</i>	Davaj, vstavaj, davaj, jeto ne party	Ayo, bangun, ayo, ini bukan pesta
<i>Тому, что мешает тебе, скажи: хватит</i>	Tomu, chto meshaet tebe, skazhi: hvatit	Apapun yang menghambatmu, katakan: cukup
<i>Если ты не тот, кто зря всю жизнь тратит</i>	Esli ty ne tot, kto zrja vsju zhizn' tratit	Jika kamu bukan yang menghabiskan seluruh hidup dengan sia-sia

<i>Тогда наше время пришло – это значит</i>	Togda nashe vremja prishlo – jeto znachit	Saat inilah, waktu kita telah datang, ini berarti
<i>НАШИ – только движение вперед</i>	NAShI – tol'ko dvizhenie vperjod	NASHI-hanya gerakan untuk maju
<i>НАШИ – и никогда наоборот</i>	NAShI – i nikogda naoborot	NASHI-dan tidak akan pernah sebaliknya
<i>НАШИ – всегда за нами наш народ</i>	NAShI – vseгда za nami nash narod	NASHI-rakyat dibelakang kami
<i>НАШИ – это наш год!</i>	NAShI – jeto nash god!	NASHI-ini tahun kami!
<i>Квартал за кварталом, район за районом</i>	Kvartal za kvartalom, rajon za rajonom	Kuartal demi kuartal, distrik demi distrik
<i>Плечом к плечу за движением новым</i>	Plechom k plechu za dvizheniem novym	Bahu membahu untuk gerakan baru
<i>Ты знаешь, наше будущее не за горами</i>	ty znaesh', nashe budushhee ne za gorami	Kau tahu, masa depan kita tidak jauh
<i>Кто изменит этот мир? А? Только мы сами</i>	Kto izmenit jetot mir? A? Tol'ko my sami	Siapa yang akan mengubah dunia? Ha? Hanya kita sendiri
<i>Борьба ради идей, а не дешёвых речей</i>	Bor'ba radi idej, a ne дешjovyh rechej	Perjuangan untuk ide-ide bukan kata-kata murahan
<i>Мы должны быть все вместе, чтоб стало сильнее</i>	My dolzhny byt' vse vmeste, chtob stalo sil'nej	Kita semua harus bersama-sama, untuk menjadi lebih kuat
<i>Наше поколение по курсу направления</i>	Nashe pokolenie po kursu napravlenija	Generasi kita dengan arah
<i>Лови мгновение, чтоб все узнали наше мнение</i>	Lovi mgnovenie, chtob vse uznali nashe mnenie	Tangkaplah momentum, agar semua tahu pendapat kita
<i>Наша люди – это часть одной истории</i>	Nashi ljudi – jeto chast' odnoj istorii	Orang kita adalah bagian dari sebuah sejarah

<i>Мы дети территории – одни из многих</i>	My deti territorii – odni iz mnogih	Kami adalah anak teritori- satu dari yang banyak
<i>Кому-то странно, но мы строим страну не руша старого</i>	Komu-to stranno, no my stroim stranu ne rusha starogo	Kepada orang aneh, tapi kami memebangun tanpa yang lama
<i>За нами те, кто не сдаётся и не забывает главного</i>	Za nami te, kto ne sdajotsja i ne zabyvaet glavnogo	Di belakang kami, yang tidak menyerah dan tidak melupakan hal penting
<i>Наша дорога нас ведёт из темноты к свету</i>	Nasha doroga nas vedjot iz temnoty k svetu	Jalan kita membawa kita dari kegelapan kepada cahaya
<i>Схема ясна и больше не нужны советы</i>	Shema jasna i bol'she ne nuzhny sovety	Skema yang jelas dan lebih tidak butuh nasihat
<i>За монеты ты не купишь то, что есть у нас –</i>	Za monety ty ne kupish' to, chto est' u nas –	Dengan uang kamu tak dapat membeli apa yang sudah kita punya
<i>Это наш мир, наш путь, наше время, наш час!</i>	Jeto nash mir, nash put', nashe vremja, nash chas!	Ini dunia kita, jalan kita, waktu kita, bagian kita!

Sumber: <http://muzoo.ru/?query=Гимн%20движение>

Melalui lirik lagu ini *Nashi* berusaha mengajak kaum muda untuk percaya bahwa kekuatan kaum muda bisa membawa Rusia lebih baik. Cara untuk mewujudkan hal tersebut yakni dengan jalan orang muda meninggalkan hal negatif dan bergerak kearah yang positif dan produktif. Seperti yang tampak dalam bait pertama lagu ini.

Dua bait berikutnya dari lagu ini mencoba menyadarkan kaum muda bahwa membawa Rusia menjadi lebih baik dapat diwujudkan mulai dari saat ini. Dengan menjadi seorang patriot yang memiliki kesetiaan terhadap negara dan juga rela berbuat kebaikan demi kemajuan negara. Sudah saatnya kaum muda menyadari dan berbuat aktif tidak lagi menyia-nyikan tenaga dan semangat yang mereka miliki, karena hal itu hanya menimbulkan kesia-sian belaka.

Bait ketiga dengan awalan tiap barisnya berbunyi *NASHI* merupakan solusi yang ditawarkan dari permasalahan dan harapan yang dimuat tiga baris sebelumnya. Bait ini juga memperkenalkan karakter gerakan *Nashi* yakni sebagai sebuah gerakan yang terus maju, dan pada bait ini *Nashi* juga seakan menekankan bahwa gerakan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Dua bait dibawahnya mencoba menyampaikan bahwa *Nashi* dibangun dari berbagai wilayah di Rusia yang berusaha bahu membahu membuat sebuah gerakan. Gerakan ini yang akan menyambut masa depan Rusia. *Nashi* menekankan juga bahwa gerakan ini memperjuangkan ide-ide yang akan diwujudkan bersama-sama dalam gerakan tersebut.

Dua bait penutup, *Nashi* menyampaikan bahwa generasi muda adalah bagian dari sejarah yang akan membawa kemajuan padanya dan bukan meruntuhkannya. Sebagai penutup dalam bait ini *Nashi* menggunakan teknik pengulangan dengan pemilihan kata yang pendek untuk meninggalkan kesan dan lebih mudah diingat.

3.3.4 Mengadakan perlombaan dan kegiatan bersama

Konsep perlombaan terbuka yang dapat diikuti oleh siapa saja, akan memberi peluang luasnya berbagai kriteria masyarakat yang terlibat di dalamnya. Pada tahun 2009 *Nashi* juga melaksanakan kegiatan ini. *Nashi* mengadakan lomba menyusuri situs sejarah dengan bersepeda yang tidak hanya diperuntukan untuk anggotanya, tetapi terbuka bagi siapa saja yang berminat.

Kegiatan bersepeda menyehatkan digabungkan dengan misi melestarikan ingatan sejarah digunakan *Nashi* untuk menggaet mereka yang senang beraktifitas di luar ruangan dan juga tertarik sejarah, atau mereka yang hanya ingin bersepeda maupun orang yang ingin mempelajari sejarah dengan jalur yang tidak biasa. Dari kegiatan ini akan terbangun komunikasi antara *Nashi* dan masyarakat luas. Orang-orang di luar *Nashi* dapat mengenal *Nashi*. Acara ini juga merupakan salah satu strategi *Nashi* untuk mendapatkan anggota.

3.3.5 *Mouth to Mouth* (Mulut ke Mulut)

Seorang remaja perempuan Rusia, mengaku tidak pernah tertarik sebelumnya untuk bergabung dengan organisasi atau gerakan kaum muda. Akan tetapi setelah ia mendengar cerita adiknya sendiri yang terlebih dahulu bergabung dengan *Nashi*. Ia merasa *Nashi* memberikan sebuah kesenangan dan pengalaman baru yang tidak pernah adiknya dapatkan sebelumnya. Ia melihat adiknya mendapat kesempatan untuk mengunjungi Paris dalam rangka program yang diadakan *Nashi*, ia juga melihat adiknya banyak berkegiatan sosial dan mendapatkan teman di sana. Dari pengalaman yang didapatkan adiknya, akhirnya ia memutuskan untuk bergabung bersama *Nashi*, berharap ada juga hal baik yang akan terjadi padanya.

Menurut Kaplanidou dan Vogt (2001) strategi promosi melalui mulut ke mulut merupakan strategi yang efektif digunakan untuk sebuah promosi dalam lingkup kecil. Akan tetapi validitasnya cukup tinggi dikarenakan strategi jenis ini biasanya hanya digunakan pada orang atau kawan bicara yang memiliki hubungan dekat dengan rasa saling percaya yang telah terbangun. Strategi ini di era perkembangan media komunikasi sekarang dapat mencapai target yang lebih luas, karena seseorang bisa menyampaikan pengalamannya dalam bentuk cerita menggunakan media yang dapat diakses orang banyak, seperti internet.

3.3.6 Acara Bagi Mahasiswa di Universitas

Gerakan kaum muda seringkali diidentikan dengan gerakan pelajar. Hal ini dikarenakan banyak gerakan kaum muda yang terdiri dari sebagian besar mereka yang masih berstatus sebagai pelajar. *Nashi* juga membidik para pelajar universitas untuk bergabung kedalam gerakan mereka. Seperti yang terlihat pada kurun waktu September dan Desember 2006, di Universitas Tver. Banyak terdapat pamflet pengumuman dari divisi kaum muda partai-partai lokal. Secara jelas terlihat bahwa pamflet-pamflet tersebut merupakan bagian dari usaha rekrutmen kaum muda kedalam gerakan dan partai politik. *Nashi* juga melakukan usaha yang sama. *Nashi* telah mengadakan beberapa kegiatan di Universitas yang mengajak para pelajar dan juga pengajar untuk hadir dalam acara mereka (Hemment, 2007).

3.3.7 *Flash Mob* (Kerumunan Sekejap)

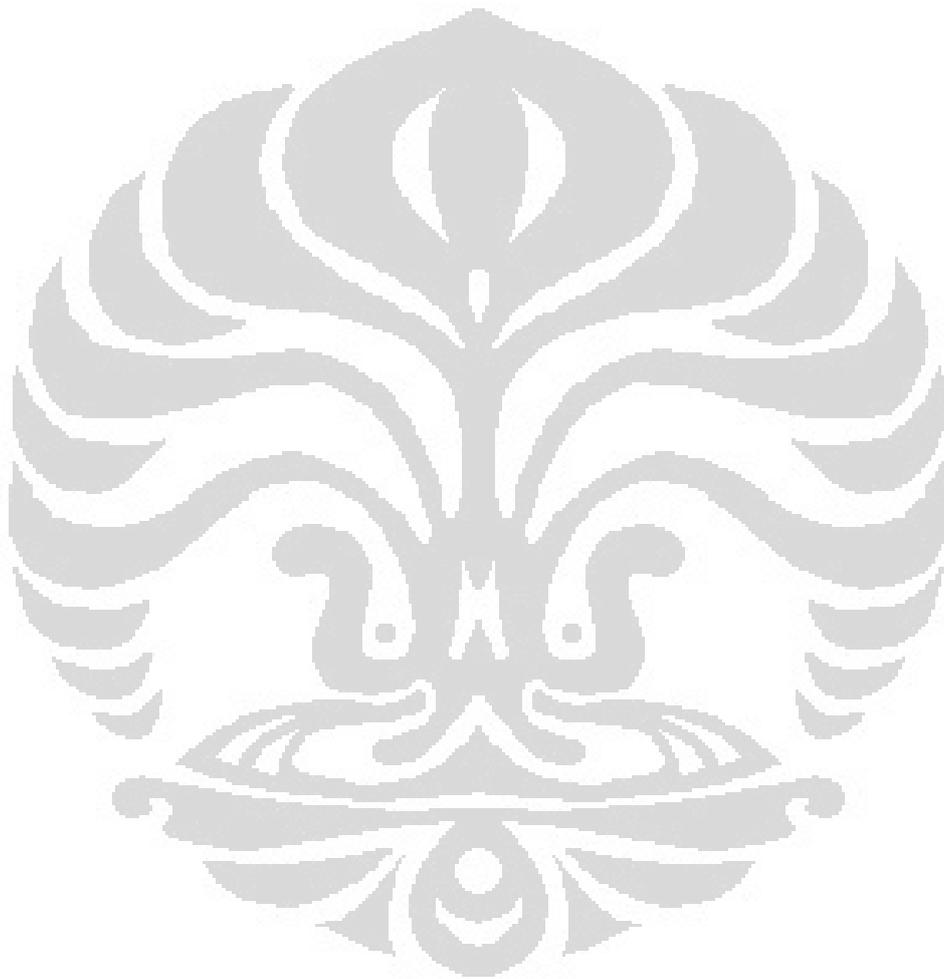
Pertama kali diperkenalkan pada tahun 2003, di New York, *Flash Mob* adalah keadaan di mana sekumpulan orang secara tiba-tiba datang melakukan gerakan yang sama dalam waktu yang singkat lalu pergi meninggalkan lokasi kejadian. Gerakan yang mereka lakukan digunakan untuk menyampaikan suatu pesan. Koordinasi dilakukan sebelum melaksanakan aksi biasanya menggunakan media internet sehingga efek kejut benar-benar terasa (Lakarev, 2012). *Flash Mob* menjangkiti kaum muda, mereka biasanya tertarik untuk merasakan sebuah pengalaman baru (Eric, 2012). Sebuah organisasi kaum muda Inggris yang bergerak di bidang lingkungan, *Powershift London* dalam video *Flash Mob* mereka di situs Youtube (2009) mengatakan bahwa, dengan menggunakan *Flash Mob* mereka lebih bisa menunjukkan kreatifitas diri mereka.

Nashi juga menggunakan *flash mob* dalam aksinya. Pada satu kesempatan melakukan aksi demonstrasi di depan kedutaan Besar Amerika Serikat di Moskow, sejumlah anggota *Nashi* melakukan aksi *flash mob*. Aksi ini menarik sejumlah media untuk meliputnya. Dengan bermacam bentuk aksi yang dilakukan *Nashi*, membuat *Nashi* terkesan tidak monoton. Penggunaan *flash mob* dapat membuat citra *Nashi* sebagai sebuah gerakan mengikuti perkembangan zaman dan trend di kalangan kaum muda dunia saat ini.

Simpulan

Serangkaian program dan strategi yang digunakan oleh *Nashi* untuk memperkenalkan *Nashi* melalui program-programnya atau memperkenalkan *Nashi* itu sendiri menggunakan berbagai macam cara dan media. Cara-cara yang digunakan oleh *Nashi* untuk menggaet kaum muda sebagai sasaran perekrutan anggotanya mengguna program-program yang menarik minat kaum muda dari berbagai macam bakat dan minat. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Jowett dan O'Donnell strategi propaganda membutuhkan usaha yang sistematis dan berhati-hati. Sistematis berarti metode yang digunakan untuk mencapai tujuannya disampaikan secara tepat dan teratur. Maka menampilkan program-program yang menjadi minat dari kaum muda itu sendiri merupakan strategi jitu untuk menarik kaum muda bergabung dengan *Nashi*.

Dari keseluruhan strategi yang digunakan *Nashi* untuk menarik kaum muda Rusia menjadi bagian dari gerakan *Nashi*, digunakan cara yang halus. Strategi-strategi tersebut merupakan bagian dari propaganda yang dilakukan *Nashi*. Terkait tujuan awal pembentukan *Nashi* yakni untuk mencegah terjadinya revolusi serupa Revolusi Orange di Rusia yang merupakan rangkaian peristiwa politik yang terjadi di negara-negara tetangga Rusia, menunjukkan bahwa pemerintah Rusia menggunakan kebijakan politiknya dalam bentuk *soft power*.



BAB 4 KESIMPULAN

Propaganda adalah sebuah usaha sistematis secara tenang dan berhati-hati, yang bertujuan untuk membentuk tanggapan, menggerakkan kesadaran dan perilaku secara langsung untuk mencapai respon yang lebih jauh sesuai tujuan dari propagandis. Sebagaimana telah dibahas pada bab satu, topik penelitian skripsi ini adalah bagaimana strategi propaganda yang dilakukan *Nashi*. Untuk membuktikan argumen utamabahwa strategi yang dilakukan *Nashi* untuk mendapatkan anggota adalah sebuah bentuk propaganda, maka digunakan metode penelitian deskriptif analitis dan teori propaganda sebagai pisau analisis dalam penelitian skripsi ini. Data dalam skripsi ini berupa program-program dalam gerakan *Nashi* yang termuat dalam halaman resmi situs *Nashi* (www.nashi.su), foto-foto kegiatan *Nashi*, booklet yang diterbitkan *Nashi*, serta berita-berita tentang *Nashi* dari media cetak maupun elektronik yang didapat dari pencarian menggunakan internet.

Sebagai pondasi analisis diperlukan beberapa pemaparan mengenai konsep kaum muda di Rusia bab ini berperan untuk menjelaskan siapa saja yang tergolong sebagai kaum muda, gerakan kaum muda bab ini dibuat untuk memberikan pemahaman mengenai apa yang dimaksud dengan gerakan kaum muda. Hal ini terkait *Nashi* menamakan dirinya sebagai gerakan kaum muda. Sejarah gerakan kaum muda di Rusia dimuat dalam salah satu sub bab skripsi ini dengan tujuan untuk melihat gerakan kaum muda yang pernah ada sebelum *Nashi*, dan sejarah terbentuknya *Nashi* untuk memberikan gambaran umum tentang *Nashi* itu sendiri.

Dalam propaganda sukses atau tidaknya sebuah propaganda teridentifikasi dari seberapa jauh tujuan dari propagandis dapat terlaksana. Salah satu faktor pendukung suksesnya propaganda adalah keberhasilan mengidentifikasi target sasaran guna memilih jalan apa yang dinilai paling efektif untuk menyampaikan tujuan dari propaganda. Strategi yang digunakan harus terkait dengan hasil identifikasi sasaran.

Hasil analisis yang telah dilakukan pada bab tiga menyimpulkan bahwa *Nashi* memiliki strategi-strategi dalam menarik pemuda-pemuda Rusia untuk ikut menjadi anggotanya. Strategi *Nashi* ini berupa hal yang menarik bagi kepentingan kaum muda sebagai individu seperti *Беги за мной (Begi za Mnoi)*, maupun bagi kepentingan masyarakat banyak seperti *Экология (Ekologia)*, *Контрольная закупка (Kontrol'naya Zakupka)*, *Твой Фильм о войне (Tvoi Fil'm o Voin)*, *сталь (Stal')*, *Аптеки без Наркотиков (Apteki bez Narkotikov)*. *Nashi* juga menggunakan media cetak untuk menarik anggota, dengan memasukan penawaran kesempatan karir di perusahaan besar sebagai strateginya. Selain itu strategi yang dilakukan *Nashi* juga membidik pada hal-hal yang menawarkan pengalaman baru bagi kaum muda seperti *flash mob*. *Nashi* juga memanfaatkan kegiatan berkemah, dimana kaum muda melihatnya sebagai ajang kumpul teman sebaya, serta pemilihan musik hip hop untuk hymne gerakan *Nashi* dengan tujuan membangun kesan bahwa *Nashi* benar-benar dekat dengan kaum muda. Kegiatan-kegiatan yang telah di buat menarik kaum muda ini dihimpun dalam halaman resmi alamat *website Nashi*, sehingga informasi mengenai kegiatan *Nashi* dapat diakses dengan mudah, juga merupakan salah satu strategi yang digunakan *Nashi*.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa argumen skripsi ini bahwa strategi yang dilakukan *Nashi* untuk mendapatkan anggota adalah sebuah bentuk propaganda dapat dibuktikan dengan adanya bentuk-bentuk strategi *Nashi* untuk menarik pemuda bergabung menjadi anggota *Nashi*.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Adomeit, Hannes. (2011). *Russia and its Near Neighbourhood: Competition and Conflict with the EU*. Warsawa: College of Europe Natolin Campus.
- Anders, Aslund. (1952). *Russia's Capitalist Revolution: Why Market Reform Succeeded And Democracy Failed?* Washinton DC: Peter G. Peterson Institute for International Economic.
- Большаков, А. Гнездилов, Д. Илюшин. (2011). *МОЛОДЕЖЬ РОССИИ КАКОЕ БУДУЩЕЕ У НАШЕЙ СТРАНЫ?* Москва: ГАЛЛЕЯ ПРИНТ.
- Clunan, Anne. L. (2009). *The Social Construction of Russia's Resurgence: Aspirations, Identity, and Security Interests*. Maryland: The Johns Hopkins University Press
- Gorsuch, Anne E. (2004). *Encyclopedia of Russian History*. New York: The Gale Group, Inc.
- Daviss, Gerald F, Doug McAdam, dkk. (2005). *Social Movements and Organization Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dobson, Richard. B. (1991). *Soviet Social Problems*. Colorado: Westview Press.
- Lucas, Edward. (2008). *The New Cold War*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mordivnov, Dimitry (2011). *Searching for an Imperial Ideology: The Concept of Nationality in the Works of Count Uvarov and the Journal of the Ministry for Public Enlightenment, 1833-1849*. Budapest: Central European University.
- Nye, Joseph. (2004). *Soft power: the means to success in world politics*. New York: PUBLIC AFFAIRS.
- Payne, Stanley. G. (1995). *A History of Fascism 1914–1945*. UCL Press Ltd.
- Shenfield, Stephen D. (2001). *Russian Fascism: Traditions, Tendencies, Movements*. New York: M. E. Sharpe.
- S. Jowett, Garth dan Victoria O'Donnell. (2006). *Propaganda and Persuasion* (edisi ke4). California: Sage Publications, Inc.

White, Stephen. (2011). *Understanding Russian Politics*. New York: Cambridge University Press.

Jurnal Ilmiah

Baumgarten, Inge. (2006). *Interpersonal Violence and Alcohol in the Russian Federation*. Roma: World Health Organization.

Felice, Del Celina dan Andria Wisler. (2009). *The Unexplored Power and Potential of Youth as Peace-builders*. *Journal of Peace Conflict & Development Issue 11*. www.peacestudiesjournal.org.uk diunduh pada 12 Juni 2012 pukul 22.12 WIB.

Heller, Regina. (2008). *Russia's "Nashi" Youth Movement: The Rise and Fall of a Putin-Era Political Technology Project*. Russian analytical Digest No. 50. www.res.ethz.ch diunduh pada 8 Maret 2012 pukul 15.13 WIB.

Hemment, Julie. (2007). *Not for Profit? Youth Voluntarism and The Restructuring of Social Assistance Programs in Provincial Russia*. Seattle: The National Council for Eurasian and East European Research.

Jones, Geoffrey. (2011). *Globalization and Beauty: A Historical and Firm Perspective*. Boston: Institute of European and American Studies, Academia Sinica.

Kuzio, Taras. (2006). *Civil Society, Youth And Societal Mobilization In Democratic Revolutions*. George Washington University, Washington, DC, USA.

Mostovaia, Anna. (2006). *Ideals of Physical Beauty in The Prose of Russian Women Writers in The Soviet and Post-Soviet Era*. *Transcultural Studies*, 2-3 (2006-2007), 153-171.

Nikolayenko, Olena. *Youth Movements in Serbia, Georgia, and Ukraine*. <http://www.jstor.org/stable/20434032> diunduh pada 15 Mei 2012 pukul 02.05 WIB

Riordan, Jim. (1988). *Soviet Youth: Pioneers of Change*. <http://www.jstor.org/stable/151808> diunduh pada tanggal 15 Maret 2012, pukul 14.06 WIB.

Rustam, Mohammed Ali. (2004). *Youth and Globalism: A Prespective*. Melaka: World Assembly of Youth.

Vinatier, Laurent. (2007). *The (Opposition) Youth Movements In Russia: In Search Of Political Alternatives*. www.institut-thomas-more.org.pdf diunduh pada 21 Maret 2012, pukul 16.56 WIB.

Sumber Internet

Aslund, Andres. (nd). *Putin's Decline and America's Response*. (<http://www.carnegieendowment.org/files/pb41.aslund.FINAL1.pdf>

diunduh pada 23 Mei 2012 pukul 21.56 WIB)

Bernas, Frederick. (nd). *Kiss And Run: Documentary Casts Fresh Light On Pro-Putin Youth Movement*. (<http://www.opendemocracy.net//od-russia/frederick-bernas/kiss-and-run-documentary-casts-fresh-light-on-pro-putin-youth-movement> diunduh pada 24 Mei 2012 pukul 18.11 WIB).

Comai, Giorgio. (n.d). *Molodaya Gvardiya-The Young Guard of Russia's Elite*. (www.pecob.eu/flex/cm/pages/ServeAttachment.php Diunduh 7 April 2012 Pukul 14.03 WIB).

Corwin, Julie. A. (nd). *Analysis: Walking With Putin*. (<http://www.rferl.org/> diunduh pada 12 Maret 2012 pukul 12.06 WIB).

Djagalov, Rossen (2006). *Work & Culture* 2006/2. (http://www.yale.edu/laborculture/work_culture.html).

Finn, Peter. (2005). *Youth Movement Adopts Spirit of Uprisings Nearby*. Washington Post Foreign Service. (<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/07/14AR2006071401534.html> diunduh pada 13 Juni 2012 pukul 15.33 WIB).

Georgia's "Rose Revolution". (nd). (<http://www.globalsecurity.org/intell/ops/rose.htm> diunduh pada 10 Juni 2012 pukul 23.11 WIB).

Ghitescu, Loredana. (nd). *A history of the Nashi movement*. ([http://www.helium.com/items\(2295736-a-history-of-the-Nashi-movement](http://www.helium.com/items(2295736-a-history-of-the-Nashi-movement) diunduh pada 24 Mei 2012 pukul 17.45 WIB).

- Ginga, Ivan. (2010). *Volunteering in Russia Facts and Figures Report*. (www.cev.be).
- International Youth Foundation. (2008). *Youth and the Environment 2008*. (www.iyfnet.org).
- Kandelaki, Georgi. (2006). *Georgia's Rose Revolution: A Participant's Perspective*. (<http://www.usip.org/publications/georgias-rose-revolution-participants-perspectivediunduhpada> 19 Juni 2012 pukul 21.45 WIB).
- Ovsyannikova, Anastasia. (n.d). *Environmental protection and the role of youth*. (www.wcyf2009.org/download.php?id=21).
- Peaceful Revolution*. (nd). [/resistancestudies.org/\(wp-content/peaceful-revolutions.doc\)](http://resistancestudies.org/wp-content/peaceful-revolutions.doc) diunduh pada 19 Juni 2012 pukul 11.03 WIB).
- Taraban, Svitlana. *Creating Local Connections: Russian Youth Online Project Report (2004-2005)*. (<http://ru.takingitglobal.org>)
- Tarbakov, Igor. (nd). *Putin's "Walking Together" Movement Comes Up Short*. (<http://www.turkishweekly.net/op-ed/345/putin-s-youth-movement-Nashi-ours-.html> diunduh pada 21 Mei 2012 pukul 21.32).
- (2005). *Rebirth Of Agitprop: Russia's Spending On Patriotic Propaganda Will Triple*. Eurasia Daily Monitor Volume: 2 Issue: 142(http://www.jamestown.org/single/?no_cache=1&tx_ttnews%5Btt_news%5D=30693 diunduh pada 2 Juni 2012 pukul 11.26 WIB).
- The Russian Concept Of Sovereign Democracy*. (2012). (http://www.aalep.eu/the_russian_concept_of_sovereign_democracy diunduh pada 12 Juni 2012)
- Umland, Andreas. (2011). *Russia's Anti Fascist Movement Loses Champion*. (<http://www.opendemocracy.net/od-russia/andreas-umland/russia's-anti-fascist-movement-loses-champion> diunduh pada 23 Mei 2012 pukul 23.45 WIB)
- Vinthagen, Stellan. (2007). *The Peaceful Serbian Revolution in 2000*. (<http://resistancestudies.org/?p=140>) diunduh pada 19 Juni 2012 pukul 8.27).

Vuving, Alexander L. (2009). *How Soft Power Works*. Toronto: American Political Science Association. (<http://apcss.org/Publications/Vuving%20How%20soft%20power%20works%20APSA%202009.pdf> diunduh 06 Juli 2012 Pukul 5.49 WIB).

Walking Together. (2012). (www.ccg.org.au/articlepdf/0075.pdf diunduh pada 20 Mei 2012 pukul 02.03 WIB)

Wedding, Ken. (2006). *A New Bit Of Civil Society In Russia*. (http://www.thecroissant.com/sample_articles.php?action=viewarticle&id=607 diunduh pada 24 Mei 2012 pukul 23.12 WIB)

York, Steve. (2010). *Orange Revolutions Study Guide*. York Zimmerman Inc. (www.nonviolent-conflict.org diunduh pada 12 Juni 2012 pukul 13.56 WIB).

(www.komsomolrf.ru)

(www.nashi.su)

