

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Siapakah Rusia? Apa itu kerusiaan? Pertanyaan-pertanyaan tersebut masih menjadi perdebatan. Pertanyaan tersebut merupakan sumber inspirasi bagi banyak penulis, seniman, musisi, politisi, kritikus, dan filsuf. Pertanyaan-pertanyaan tentang identitas ini terserap pada ekspresi budaya bangsa Rusia.

Bangsa Rusia terdiri dari beragam suku dan akar budaya. Keragaman etnik ini meliputi suku-suku Slavia yang terbentuk di kota Khazarian di Kiev, dipimpin oleh Pangeran Varangian.<sup>1</sup> Suku-suku Slavia tersebut membuat kesepakatan dengan Bizantium dalam harapan untuk mendapatkan perlindungan politik. Langkah ini membuat Rusia Kiev mendapatkan tempat di masyarakat Eropa.<sup>2</sup> Kesepakatan yang dibuat oleh Bangsa Rusia tersebut mencakup perdagangan, diplomasi, dan keamanan. Sebagai bagian dari kesepakatan diplomasi, Bizantium yang mengetahui bahwa bangsa Rusia sedang mencari agama baru, mengutus dua pendetanya, yaitu Cyril dan Methodius untuk menyebarkan agama Katolik di Rusia.<sup>3</sup>

Bangsa Rusia mengamati penyebaran luas dari kekuasaan Gereja Ortodoks Rusia dalam negaranya dan harta-harta bangsa Rusia yang mengalir ke Bizantium. Misalnya, pada tahun 1430-an, Bangsawan Besar Vasily sukses dalam mengubah peraturan dan metropolitan Moskow menjadi sekuler dibandingkan kekuatan patriarkal sebelumnya. Ia melakukannya secara *de facto*, tanpa meminta izin dari Konstantinopel dan Bizantium yang runtuh pada abad ke-15.<sup>4</sup> Sejak saat itu, dua

---

<sup>1</sup> Marina Ritzarev, *"A Singing Peasant": An Historical Look at National Identity in Russian Music*. 1991, hlm. 2.

<sup>2</sup> Geoffrey Hosking, *Russia And The Russians: From Earliest Times to 2001*. (London, Penguin Books, 2001) hlm. 37.

<sup>3</sup> *Ibid.* hlm. 37.

<sup>4</sup> Nikolai M. Nikolsky, *Istoria russkoy tserkvi* (Moskow: Izdatel'stvo politicheskoy literatury; ed. 3, 1983), hlm. 109

proses interkoneksi, dari westernisasi dan dari sekularisasi (pelepasan dari Konstantinopel dan kekuatan finansial Gereja), berkembang di Rusia.<sup>5</sup> Dua identitas Rusia yang kuat terbentuk, yaitu nilai-nilai pro-Bizantium tua dan prinsip-prinsip pro-Eropa. Koeksistensi mereka telah dan masih menjadi perseteruan yang rumit dan dramatis.

Perpecahan dalam kesadaran sosial bangsa Rusia dapat dikurangi<sup>6</sup>, tetapi tidak dapat benar-benar dimatikan. Sebagai contoh dapat dilihat, dengan keberadaan dua ibukota Moskow, kota yang lebih pro-Bizantium, dan St. Petersburg, kota yang lebih pro-Eropa. Konflik konstan antara dua kota tersebut menjadi simbol dari dua pandangan dunia yang berbeda.

Dua pandangan dunia tersebut terefleksikan dalam dua kubu dengan istilah *Slavophil* dan *Zapadniki*. Golongan *Slavophil* adalah golongan bersifat nasionalis yang menganggap Rusia lebih baik dari Eropa barat. Ideologi golongan *Slavophil* berorientasi pada ortodoksi. Menurut pandangan kaum *Slavophil*, semua perbedaan penting antara Rusia dengan Barat pada intinya berakar pada agama. *Slavophil* beranggapan bahwa gereja-gereja Barat telah dipengaruhi kebudayaan klasik yang tercemar dengan paham Rasionalisme. Katolik merupakan rasionalisme material, sedangkan Protestan merupakan rasionalisme dalam idealisme atau realisme dalam anarkisme.<sup>7</sup>

Golongan *Zapadniki* adalah golongan liberal yang pada umumnya mencontoh ide-ide dari Eropa. *Zapadniki* beranggapan bahwa ide-ide dari Eropa harus diadopsi apabila bangsa Rusia ingin maju. Golongan ini sangat mementingkan peranan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam kehidupan masyarakat serta menghargai hukum dan institusi pemerintah. Mereka memuja tokoh-tokoh pemikir besar masa *Renaissance*, filsuf-filsuf Perancis, dan pemikir Jerman abad ke-19 seperti Hegel dan Feuerbach.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Ritzarev *Op. Cit.*, hlm. 2.

<sup>6</sup> Ritzarev *Op. Cit.*, hlm. 2.

<sup>7</sup> Hans Kohn, *Dasar Sedjarah Rusia Moderen* diterjemahkan oleh Hasyim Djalal (Djakarta, 1996) hlm.16.

<sup>8</sup> Andrzej Walicki, *A History of Russian Thought: From Enlightenment to Marxism*, (United States of America, 1988), hlm.88.

Pada tahun 1840-an—1850-an, golongan *zapadniki* berusaha untuk menggabungkan kesadaran individual masing-masing sehingga merefleksikan dan menyebabkan perpisahan sifat dasar dari masyarakat Rusia. Hal ini disebabkan surat filosofis dari Peter Chaadaev yang berisi tentang penggambaran Rusia yang tidak berkembang dan negara yang tidak memiliki budaya nasional. Identitas nasional Rusia menjadi dua bagian besar yaitu, melihat ke belakang seperti pro-Bizantium, masa lalu Ortodoks Yunani dan melihat ke depan pada masa depan sekuler pro-Barat. Rasio spesifik antara masing-masing “masa sekarang” yang khusus selalu bervariasi. Mencari sebuah jawaban sederhana merupakan sesuatu yang sia-sia. Kontroversi ini bukan merupakan “dilema sentral dari identitas Rusia,”<sup>9</sup> tetapi sebuah dualitas yang harus diakui. Manifestasi dari dualitas tersebut dapat dilacak baik dari epos masa lalu dan masa depan.

Pada tahun 1960-an yang merupakan sebuah periode dari reformasi liberal dan penerimaan terhadap Barat yang merupakan pencairan dari sistem sebelumnya. Pencairan tersebut datang setelah kebutuhan sejarah untuk bangsa Rusia dan hanya melayani untuk mengasah perbedaan internal abadi dalam Rusia.<sup>10</sup> Periode ini diikuti oleh campuran rumit dari reaksi, pencapaian sosial-ekonomi, peperangan, dan krisis yang mengarahkan Rusia pada periode reaksioner yang berakhir pada pertengahan abad setelahnya—yang juga diikuti oleh pencairan yang baru. Ada satu hal yang pasti bahwa pembuktian yang luas tentang nasionalisme dan doktrin-doktrin, seperti doktrin reaksioner, radikal imperial, radikal interetnik, moderat, liberal, sipil, konstruktif, destruktif, pascakomunis, dan lain-lain, merupakan sebuah isu dalam kehidupan Rusia.<sup>11</sup> sebagaimana yang dapat dilihat pada masa Uni Soviet.

Pada masa Uni Soviet paham komunis dan sosialis menjadi ideologi partai. Ideologi tersebut berusaha ditanamkan ke dalam jiwa setiap masyarakat Rusia pada masa itu melalui berbagai macam cara. Masyarakat Rusia kurang memiliki kebebasan dalam berekspresi karena pengawasan pemerintah terhadap

---

<sup>9</sup> Elena Hellberg-Hirn, *Soul and Soul: The Symbolic World of Russianness* (Aldershot, UK: Ashgate, 1998), hlm. 48.

<sup>10</sup> *Ibid*, hlm. 3.

<sup>11</sup> *Ibid*, hlm. 3.

segala bentuk kegiatan, sistem ekonomi komando yang dijalankan pemerintahan Uni Soviet mematikan budaya konsumerisme karena dianggap sebagai unsur ekonomi kapitalisme barat. Kelas menengah dan kaum pedagang ditekan oleh pemerintah dan dibatasi aktivitas perekonomiannya. Kolhoz-kolhoz didirikan untuk menyuplai kebutuhan hidup masyarakat pada masa komunis. Pendirian kolhoz ini mematikan kelas menengah dan pedagang karena sistem ekonomi dipegang sepenuhnya oleh badan ini. Kolhoz diberikan hak dalam memonopoli kegiatan ekonomi masyarakat. Pilihan-pilihan barang yang bisa dikonsumsi terbatas dan hanya tersedia di toko-toko pemerintah.<sup>12</sup>

Pasca runtuhnya Uni Soviet, sistem perekonomian komando pun ikut runtuh sehingga kelangkaan barang konsumsi terjadi di seluruh Uni Soviet. Pasokan barang dari kolhoz-kolhoz terhenti dan barang-barang konsumsi banyak terbuang. Kebutuhan masyarakat pada masa ini dipenuhi oleh pasar gelap yang menjual barang secara barter.

Budaya konsumerisme yang akhir-akhir ini merebak di Rusia diakibatkan oleh privatisasi yang dilakukan oleh pemerintah pada musim panas tahun 1990.<sup>13</sup> Berkaitan dengan pertanyaan-pertanyaan tentang identitas dan budaya konsumerisme yang sedang merebak, menurut penulis, hubungan antara pencarian identitas bangsa Rusia dengan budaya konsumerisme merupakan tema yang menarik untuk dikaji. Selain itu, belum adanya pembahasan tentang budaya konsumerisme dalam tingkat skripsi dalam jurusan Rusia menarik perhatian penulis.

Nilai kebudayaan tradisional dari masyarakat merosot akibat pengaruh politik, komersialisasi kebudayaan, dan dampak dari media massa. Misalnya, masyarakat semakin tertarik dengan hiburan televisi yang melunturkan 'tradisi' mereka dan juga mereka lebih tertarik untuk menghabiskan uang mereka untuk berbelanja barang. Pada survei yang diterbitkan oleh Global Pulse pada Januari 2008, sebanyak 37% masyarakat Rusia lebih memilih untuk berbelanja barang

---

<sup>12</sup> *Op. Cit.* Kohn hlm. 25.

<sup>13</sup> A. Fahrurroddi, *Rusia Baru Menuju Demokrasi: Pengantar Sejarah dan Latar Belakang Budayanya*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005) hlm. 179.

setiap minggunya, atau bahkan lebih sering, dan 48% dari masyarakat tersebut adalah remaja.<sup>14</sup> Dalam survei yang Mintel lakukan, pertumbuhan belanja konsumen Rusia tertinggi dibandingkan dengan negara Eropa Timur lainnya, yaitu sebanyak 106,9 Euro dalam jangka waktu 2002-2006.<sup>15</sup> Dari hasil survey tersebut dapat disimpulkan bahwa di Rusia konsumen meningkat, penulis melihat peningkatan tersebut menuntun masyarakat Rusia pada umumnya dan warga Moskow pada khususnya menuju konsumerisme.

### **1.2 Permasalahan**

Permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana perilaku konsumtif warga Moskow dan faktor apa yang mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif.

### **1.3 Tujuan Penulisan**

Tujuan penulisan skripsi ini adalah menganalisa dan memahami perilaku konsumtif masyarakat Moskow dan faktor apa saja yang membuat mereka berperilaku konsumtif.

### **1.4. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif analitis, yaitu analisis yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusul dengan analisis.<sup>16</sup> Untuk memperoleh sumber data, penulis menggunakan metode kepustakaan dan juga penelusuran melalui media lain, seperti internet.

Metode yang diuraikan di atas bertujuan untuk mengungkapkan hubungan antara pencarian identitas bangsa dengan budaya konsumerisme secara tepat dan cermat.

---

<sup>14</sup> <http://www.gfk.ru/Go/ViewEn?id=438>.

<sup>15</sup> Chris Skirrow, dkk, *Shopping for the Future Russian Retail Market Survei*, (PriceWaterhouseCoopers, 2008) hlm.6.

<sup>16</sup> Nyoman Kutha Ratna, *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra: Dari Strukturalisme Hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), hlm. 53

### 1.5. Landasan Teori

Dalam menganalisis permasalahan, penulis memakai beberapa teori dalam disiplin ilmu *Cultural Studies*. *Cultural Studies* adalah suatu kajian budaya yang berkembang pada paruh waktu kedua abad 20. Dimulai dari Inggris pada tahun 1964, ditandai dengan berdirinya *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies* (BCCCS) oleh Stuart Hall. Ia menggagas cara baru soal studi kebudayaan, yaitu melalui kajian lintas-ilmu (*multidisciplinary*). Kajian lintas-ilmu adalah studi sebuah persoalan yang objeknya dapat dibahas dari berbagai disiplin ilmu—politik, ekonomi, sosial, budaya, dan sebagainya—dan tidak terbatas pada satu disiplin ilmu saja.<sup>17</sup> Sesuai dengan permasalahan, teori yang akan digunakan oleh penulis adalah konsep *cultural studies* mengenai identitas dan subjektivitas yang berangkat dari kenyataan bahwa dalam dunia kontemporer seperti sekarang ini telah terjadi krisis identitas dan subjektivitas.<sup>18</sup> Krisis yang terjadi ditandai dengan adanya upaya untuk mencari identitas berupa “proyek” seperti pembuatan tato di tubuh, operasi plastik, dan berbagai perilaku lainnya yang menyimpang dari standar normalitas. Teori ini digunakan untuk menjelaskan konsumerisme sebagai perilaku masyarakat pada masa sekarang ini.

Dalam meneliti identitas, penulis memerlukan teori untuk menganalisis identitas manusia sebagai pribadi (*person*). Menurut Giddens, identitas diri didasari oleh kemampuan untuk mengalami cerita tentang diri sendiri yang membangun sebuah perasaan konsisten dari kesinambungan biografis. Narasi-narasi identitas berusaha untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kritis: “Apa yang harus dilakukan? Bagaimana berperilaku? Menjadi siapa?” Usaha individual untuk menyusun sebuah identitas naratif koheren, yaitu “diri yang membentuk sebuah garis lengkung dari masa lampau hingga masa depan yang telah diperkirakan”.<sup>19</sup> Oleh karena itu, “identitas diri bukan sebuah ciri yang khusus atau bahkan sebuah koleksi dari ciri-ciri yang dimiliki oleh individu. Identitas diri

<sup>17</sup> London, dll: SAGE Publishers, 2003.

<sup>18</sup> Kathryn Woodward, *Identity and Difference*, (London, dll: SAGE Publications, 1997), hlm. 15.

<sup>19</sup> A. Giddens, *Modernity and Self-Identity*, Cambridge: Polity Press, 1991), hlm. 75.

adalah diri yang dimengerti secara refleksif oleh seseorang dalam konteks biografinya”.<sup>20</sup>

Lebih lanjut lagi, Giddens berpendapat bahwa identitas diri adalah kita sebagai seorang manusia berpikir tentang kita sendiri. Namun, ia juga berpendapat bahwa identitas bukan sebuah koleksi ciri yang kita punyai; identitas bukan sesuatu yang kita punyai dan juga bukan sebuah wujud atau sesuatu yang dapat kita tunjuk, tetapi identitas adalah cara berpikir tentang diri kita sendiri. Sesuatu yang kita pikir berubah dari lingkungan satu ke lingkungan lainnya dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, Giddens menjelaskan identitas sebagai “proyek”. Maksud Giddens adalah bahwa identitas dapat kita ciptakan, sesuatu yang selalu dalam proses, lebih seperti sebuah alur maju daripada kedatangan. Sebuah proyek identitas dibangun dari apa yang kita pikir tentang kita, baik di masa lalu maupun saat ini dan di masa depan, sebuah lintasan harapan untuk masa depan. Proyek tersebut juga berlaku bagi identitas sebuah bangsa. Bangsa, dalam hal ini Rusia, juga berusaha menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai identitas mereka yang hingga saat masih belum terjawab.

Landasan teori berikutnya yang digunakan penulis adalah teori Herbert Marcuse (1968) “orang-orang itu mengenali diri mereka di dalam mobil, perangkat *hi-fi*, rumah bertingkat, perlengkapan dapur. Mekanisme itu sendiri, mengaitkan individu pada kebutuhan-kebutuhan baru yang telah dihasilkan” (9). Menurut Marcuse, pengiklan mendorong kebutuhan palsu misalnya, keinginan untuk menjadi jenis orang tertentu, mengenakan tipe pakaian tertentu, memakan macam makanan tertentu, meminum minuman khusus, menggunakan barang-barang khusus, dan seterusnya.<sup>21</sup> Keinginan untuk menjadi bagian dari masyarakat umum atau menunjukkan kelasnya di mata umum dengan mengikuti tren dan membeli barang khusus merupakan bagian dari motivasi para konsumen untuk berbelanja dan mengkonsumsi suatu barang. Sifat fungsional dari suatu barang tidak lagi dihiraukan oleh para konsumen karena mereka lebih mementingkan gambaran atas diri mereka yang akan didapat setelah menggunakan atau

<sup>20</sup> *Ibid.* hlm. 53.

<sup>21</sup> storey, *op. cit.* hlm. 145.

mengonsumsi barang tersebut. Seperti contoh, ketika seseorang menggunakan pakaian yang bermerek Guess?, akan terlihat berbeda statusnya di mata masyarakat dengan seseorang yang menggunakan pakaian yang bermerek Dagadu. Contoh kasus tersebut hanyalah contoh kecil dari sekian banyak contoh perilaku konsumerisme yang ada di masyarakat. Teori ini dipakai untuk menganalisis peran perangkat sebagai pembentuk representasi dan identitas dalam masyarakat. Di Rusia masyarakat tingkat pembelian barang-barang mewah bermerek asing meningkat. Dan dengan meningkatnya tingkat pembelian tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat Rusia cukup mementingkan status dan representasi dari identitas dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa.

#### **1.6. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan, yaitu sumber data dari beberapa survei yang dilakukan oleh lembaga-lembaga di Rusia, seperti PriceWaterHouse Coopers yang menyediakan data tentang keadaan konsumen di Rusia (2007), Delloite yang menyediakan data tentang konsumsi masyarakat Rusia (2006), PBN yang menyediakan data tentang konsumsi masyarakat Moskow (2003), dan lain-lain.

#### **1.7. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini disajikan dalam empat bab. Bab satu merupakan bab pendahuluan yang memuat latar belakang, ruang lingkup permasalahan, tujuan penulisan, metode penulisan, landasan teori, sumber data, serta sistematika penulisan. Dalam bab dua, penulis membahas tentang konsumerisme di Rusia pada umumnya dan di Moskow pada khususnya.

Bab tiga berisi tentang analisis faktor-faktor apa saja yang mendukung konsumerisme di Moskow. Bab terakhir atau bab keempat berisi kesimpulan dari pembahasan.