

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Runtuhnya rezim Soeharto pada tahun 1998 menjadi titik balik penting dalam evolusi demokrasi di Indonesia. Peristiwa ini menandai berakhirnya pemerintahan otoriter dan membuka ruang bagi lahirnya sistem politik yang lebih terbuka dan partisipatif, dengan fokus pada kedaulatan rakyat. Indonesia secara bertahap berupaya membangun kembali demokrasi yang menempatkan rakyat sebagai pusat legitimasi kekuasaan, terkonsep dalam “*government of the people, by the people, and for the people*” atau pemerintahan yang berasal dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat (Lincoln, 1836). Sistem pemerintahan ini menempatkan rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi, termasuk dalam hal kekuasaan politik. di mana rakyat diakui sebagai otoritas tertinggi dalam negara. Pasca reformasi tersebut, Indonesia telah mengalami banyak transformasi dalam sistem politik dan pemerintahannya. Salah satu perubahan yang paling besar adalah terimplementasinya salah satu bentuk demokrasi yang mengacu pada kehendak rakyat, yakni demokrasi langsung.

Demokrasi langsung adalah konsep di mana rakyat memiliki hak untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan politik. Dalam sistem ini, rakyat dapat mengekspresikan pendapat dan aspirasi mereka melalui referendum dan inisiatif, sehingga mereka memiliki kontrol atas kebijakan yang berdampak pada kehidupan sehari-hari mereka. Konsep ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi dan transparansi publik dalam proses pemerintahan. Menurut Dahl (1989), demokrasi langsung dapat dilihat sebagai bentuk ideal dari partisipasi politik di mana setiap individu memiliki cara yang sama untuk mengekspresikan kehendak publik. Salah

satu bentuk ekspresi kehendak rakyat ialah demokrasi langsung. Demokrasi langsung memberikan kesempatan warga negara untuk memilih pemimpin mereka secara langsung melalui pemilihan umum di berbagai tingkatan, mulai dari pemilihan presiden, hingga pemilihan kepala daerah yang dikenal sebagai Pilkada.

Pelaksanaan pemilihan umum kepala daerah (Pilkada) secara langsung adalah salah satu perwujudan instrumen demokrasi dalam rangka menciptakan pemerintah yang lebih demokratis (Simamora, 2011). Pilkada berperan penting dalam proses desentralisasi politik yang bertujuan untuk memperkuat pemerintahan lokal, mendorong keterlibatan masyarakat, dan meningkatkan legitimasi para pemimpin daerah. Pemilihan kepala daerah (Pilkada) yang pertama kali diselenggarakan pada tahun 2005 menandai tonggak sejarah dalam perjalanan demokrasi di Indonesia dan mencerminkan komitmen negara untuk menghormati kedaulatan rakyat sekaligus meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan politik.

Namun, terlepas dari kemajuan demokrasi ini, praktik demokrasi di Indonesia menghadapi banyak tantangan patologi yang di antaranya menyimpang dari norma-norma demokrasi yang ideal. Salah satu tantangan yang paling besar adalah maraknya praktik jual beli suara (*vote buying*) yang merupakan salah satu bentuk manifestasi politik uang. *Vote buying* adalah praktik di mana kandidat atau pihak yang berkepentingan memberikan uang atau barang kepada pemilih untuk mempengaruhi pilihan mereka. *Vote buying* dijelaskan oleh Schaffer (2008) sebagai “pertukaran uang, barang, atau jasa dengan suara”. Sementara Gonzalez Ocantos, Kiewiet de Jonge, dan Nickerson (2014) mendefinisikan *vote buying* sebagai “pertukaran barang pribadi dengan suara selama kampanye pemilu.”. *Vote buying*

juga sering kali diartikan sebagai aktivitas transaksional sebelum proses pemilihan dalam bentuk uang atau material lain yang sepadan antara dua pihak (Schaffer, 2002, dalam Rahmatunnisa, 2022, p. 39). Praktik ini semakin marak terjadi di Indonesia dan menimbulkan risiko serius terhadap integritas proses pemilu, tidak hanya risiko bagi keadilan pemilu tetapi juga mengikis kehormatan nilai-nilai demokrasi.

Fenomena *vote buying* menjadi masalah sistemik dalam pemilu di Indonesia. Berdasarkan Survei Nasional Charta Politika yang dilakukan pada 4-11 Januari 2024, didapatkan hasil bahwa mayoritas publik yakni 63,8 persen memaklumi politik uang (*money politics*) atau pemberian hadiah dalam pemilu, 33 persen tidak memaklumi, sementara 3,3 persen lainnya tidak menjawab. Data ini tentu mengkhawatirkan, menunjukkan betapa mengakarnya praktik jual beli suara dalam budaya pemilu di Indonesia. Memang, tidak bisa dipungkiri bahwa politik uang sudah seperti hal yang biasa terjadi di setiap penyelenggaraan pesta demokrasi di tingkat nasional maupun lokal. Fenomena ini sudah merambah ke segala kalangan hingga menjadi suatu budaya. Praktik ini telah menjadi elemen sentral dalam kontestasi elektoral, baik di tingkat nasional maupun lokal, sehingga tidak bisa dipahami sebagai penyimpangan insidental, melainkan sebagai pola sistemik dalam demokrasi Indonesia pascareformasi (Muhtadi, 2019). Hal ini menjadi ancaman besar bagi perkembangan demokrasi Indonesia, melemahkan kepercayaan publik terhadap lembaga-lembaga politik, dan mendistorsi mekanisme pemilihan pemimpin yang pada akhirnya akan berdampak pada kualitas tata kelola pemerintahan di tingkat nasional maupun lokal.

Di tingkat lokal, Pilkada seringkali menjadi ajang pertarungan yang semakin melanggengkan praktik politik uang. Politik uang menjadi strategi utama bagi para kandidat Pilkada dan partai politik untuk mendapatkan suara, terutama di daerah-daerah di mana tingkat pendidikan dan kesadaran politik di kalangan masyarakat masih relatif rendah. Berbagai riset menemukan bahwa umumnya praktik *vote buying* tidak berjalan sendiri, melainkan berkelindan dengan bentuk-bentuk lain dari relasi sosial yang manipulatif seperti klientelisme, patronase, dan terkadang disertai dengan intimidasi maupun kecurangan pemilu lainnya (Hicken 2011, Schaffer 2007). Di daerah-daerah dengan budaya patronase yang tertanam kuat, *vote buying* sering dianggap sebagai metode yang paling efisien untuk mengamankan kemenangan pemilu. Dinamika ini menyoroti bagaimana pilkada dapat berevolusi lebih dari sekadar kontestasi politik antar kandidat, melainkan telah bertransformasi menjadi perebutan kekuasaan bagi aktor-aktor non-elektoral, seperti broker politik, yang memiliki kekuatan untuk mengendalikan hasil pilkada dengan cara yang melanggar aturan, salah satunya politik uang dan/atau *vote buying*.

Broker politik menjadi aktor kondang dibalik maraknya politik uang di Provinsi Jawa Tengah. Broker Politik dalam hal ini menjadi perantara dan/atau penghubung antara kandidat dengan pemilih. Broker politik biasanya berasal dari tokoh formal dan informal yang memiliki basis massa yang jelas dan telah menjalin hubungan baik dengan pemilih dan kandidat (Ezyoni, 2023). Di Jawa Tengah, broker politik tidak lagi beraksi secara diam-diam, melainkan sudah terang-terangan menunjukkan diri sebagai *Botoh*.

Botoh merupakan sebutan lain dari broker politik yang disinyalir berpusat di Pati, Jawa Tengah. Botoh berasal dari bahasa Jawa yang berarti penjudi, yang makna sebenarnya berkaitan dengan lomba sabung ayam (Hartati, et al. 2019). Namun, makna frasa tersebut telah mengalami pergeseran fungsi. Botoh yang awalnya merupakan istilah yang merujuk pada individu atau kelompok yang suka berjudi, kini beralih fungsi sebagai salah satu aktor paling berpengaruh dalam isu *vote buying*, di mana mereka menggunakan jaringan sosial mereka untuk mempengaruhi hasil pemilu. Politik uang dalam bentuk *vote buying* yang sudah seperti budaya politik dimanfaatkan oleh Botoh sebagai strategi dalam pemenangan kandidat calon, di mana pemenangan demokrasi lokal seperti Pilkada dapat bermuara dalam tradisi yang sebelumnya sudah menjadi sistem nilai budaya dalam kehidupan bermasyarakat (Kumolo, 2015).

Eksistensi Botoh dalam memanfaatkan jaringan sosial dapat dilihat dari cara mereka melakukan pendekatan di lingkungan masyarakat. Cara kerja mereka sangat terorganisir, yakni dengan memanfaatkan hubungan sosial di berbagai tingkatan sosial untuk mengarahkan pilihan politik pemilih melalui politik uang dengan taktik mereka. Salah satu cara kerja Botoh yang sudah menjadi rahasia umum di masyarakat ialah mengenai perjanjian antara Botoh dengan pihak yang ingin mencalonkan diri. Namun, belum terdapat penelitian yang mampu menjelaskan seperti apa perjanjian tersebut dalam konteks pola kerja dan peran mereka secara rinci. Selain itu, beberapa Botoh juga melakukan perjudian secara horizontal dengan sesama Botoh kandidat lain. Terutama Botoh dari kandidat yang memiliki elektabilitas paling tinggi, maka akan melakukan transaksi dengan Botoh kandidat lain dengan cara menawarkan transfer suara dengan syarat perjanjian imbalan

materi, meskipun harus berkhianat kepada kandidat yang didukungnya. Seperti yang dikatakan Aspinall dalam jurnalnya *When Brokers Betray: Clientelism, Social Network, And Electoral Politics In Indonesia*, broker politik di Indonesia cenderung berkhianat karena tujuan utama mereka memang untuk memperoleh keuntungan pribadi sebesar-besarnya dengan menghalalkan segala cara. Karena selain memperoleh keuntungan dari kandidat, mereka juga berkompetisi dan berada kekuatan dengan Botoh lain.

Di salah satu kabupaten di Jawa Tengah, yakni Kabupaten Kudus, Botoh selalu mewarnai Pilkada beberapa periode terakhir. Berdasarkan catatan lapangan, Kabupaten Kudus menjadi salah satu kabupaten di Jawa Tengah dengan ongkos Pilkada di luar dana kampanye yang paling tinggi pada tahun 2024, yakni kurang lebih sekitar 100 milyar per pasangan calon. Biaya tinggi tersebut tidak lepas dari sokongan dana dari Botoh sebagai broker. Hal ini bukan hal yang baru terjadi di Kabupaten Kudus, melainkan fenomena yang hampir selalu ada di setiap kontestasi Pilkada. Namun, dinamika di setiap tahun tentu berbeda-beda.

Kilas balik pada Pilkada Kudus Tahun 2018 misalnya, di mana di tahun tersebut Botoh sangat disorot oleh masyarakat karena dapat mengendalikan dinamika politik lokal di Kudus dalam sekejap, bahkan merusak suara hingga 80% dari total suara yang dipaparkan oleh seorang komisioner KPU Kabupaten Kudus. Pada saat itu, Botoh salah satu kandidat berhasil menaikkan elektabilitas kandidat yang didukungnya dengan latar belakang mantan narapidana korupsi, yaitu Muhammad Tamzil yang pada waktu itu berdampingan dengan Hartopo. Elektabilitas Tamzil-Hartopo sebagai pasangan calon nomor urut 1 naik drastis melangkahi elektabilitas pasangan calon Masan-Yasin nomor urut 5 yang awalnya

memegang elektabilitas tertinggi. Dinamika tersebut tentu saja tidak lepas dari peran Botoh yang berhasil mengendalikan perilaku pemilih dengan menggunakan politik uang.

Kronologinya, pada hari H pencoblosan, Botoh bersama tim sukses membagikan serangan fajar serta mencegat pemilih yang ingin ke TPS untuk menanyai siapa yang akan dipilih. Targetnya adalah mencegah pemilih nomor urut 5 yang hendak datang ke TPS. Maka jika orang yang dicegat memberi jawaban bahwa memilih kandidat nomor urut 5, orang tersebut kemudian diberi amplop uang dan diperintahkan untuk pulang (tidak perlu ke TPS) agar memecah suara lawan, terutama pasangan calon nomor urut 5. Hingga pada akhirnya, Muhammad Tamzil bersama Hartopo berhasil memenangkan Pilkada Kudus tahun 2018 dan menang mutlak di beberapa kecamatan.

Uraian tersebut menunjukkan bahwa Botoh memiliki kekuatan besar dalam mengendalikan dinamika pemilu. Botoh dapat memanipulasi suara pemilih sekalipun kandidat yang didukung memiliki reputasi yang buruk dengan taktik mereka yang terstruktur dan sistematis. Selain itu, di luar perjanjiannya mendukung kandidat. Botoh sebagai salah satu pihak berpengaruh di balik praktik *vote buying* perlu dikaji pola kerja mereka, khususnya pada Pilkada Kudus tahun 2024.

Perubahan peran Botoh dari penjudi tradisional menjadi broker politik menunjukkan adanya dinamika baru bahwa perlu ada pemahaman lebih mendalam untuk memahami fenomena politik lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara mendalam pola kerja dan peran Botoh dalam praktik *vote buying* pada Pilkada Kudus tahun 2024.

Kajian mengenai praktik vote buying di Indonesia telah berkembang cukup luas, di mana kajian-kajian tersebut menjadi pijakan bagi penelitian ini dan melengkapi celah yang ada.

Pertama, melalui penelitian Djani dan Vermonte (2012) berjudul “*Vote Buying di Indonesia: Motif, Modus, dan Pola*”. Penelitian ini menyoroti bagaimana praktik jual beli suara berlangsung melalui mekanisme retail buying dan collective buying, serta dipengaruhi oleh sistem pemilu proporsional terbuka. Dengan pendekatan institusional, Djani dan Vermonte menempatkan vote buying sebagai konsekuensi dari desain kelembagaan yang mendorong kompetisi individual antarkandidat. Penelitian ini mengakui adanya peran broker dalam distribusi sumber daya. Fokus utamanya masih berada pada hubungan antara struktur pemilu dan perilaku kandidat. Namun, dalam konteks ini, posisi broker belum dibedah sebagai aktor strategis yang mengelola jaringan secara mandiri. Penelitian ini menjadi pijakan awal penting, tetapi masih menyisakan ruang untuk kajian yang lebih mikro dan kontekstual.

Kedua, Saiful Mujani et al. (2012) dalam buku berjudul “*Kuasa Rakyat: Analisis tentang Perilaku Memilih dalam Pemilihan Legislatif dan Presiden Indonesia Pasca-Orde Baru*” memberikan kontribusi besar dalam memahami rasionalitas pemilih Indonesia. Melalui pendekatan sosiologis, rasional, dan psikologis, penelitian ini menunjukkan bahwa pemilih Indonesia semakin kritis dan mempertimbangkan kinerja serta kualitas kandidat. Namun, fokus utama penelitian ini berada pada preferensi pemilih di tingkat nasional, sehingga belum mengulas secara mendalam bagaimana praktik politik uang dan peran broker lokal memediasi rasionalitas tersebut di tingkat desa.

Ketiga, Marcus Mietzner (2013) melalui studinya *“Ideology, Money and Dynastic Leadership”* menempatkan politik uang sebagai bagian dari struktur pembiayaan politik yang sistemik. Dengan menggunakan kerangka patron-klien dan oligarki, Mietzner menunjukkan bahwa lemahnya pembiayaan negara mendorong partai dan kandidat mengandalkan jaringan informal. Namun, penelitian Mietzner lebih beroperasi pada level elit partai dan struktur kekuasaan makro. Peran aktor informal di tingkat akar rumput, belum menjadi fokus utama.

Keempat, kajian Aspinall et al. (2014) dalam *“Vote Buying in Indonesia: Candidate Strategies, Market Logic, and Effectiveness”* memperkenalkan konsep logika pasar dalam praktik vote buying. Penelitian ini menunjukkan bahwa kandidat memperlakukan pemilih sebagai “pasar” dan menggunakan broker untuk mengamankan dukungan. Pendekatan ini memperkuat pemahaman tentang rasionalitas ekonomi dalam politik uang. Fokus penelitian ini masih pada strategi kandidat dalam konteks pemilu legislatif, sehingga belum sepenuhnya menangkap dinamika aktor non-partisan yang bekerja lintas kontestasi dan membangun jaringan jangka panjang.

Kelima, Edward Aspinall dan Ward Berenschot (2019) dalam buku *“Democracy for Sale”* memberikan gambaran komprehensif tentang klientelisme dan jaringan informal dalam demokrasi Indonesia. Mereka menunjukkan bahwa politisi lebih mengandalkan tim sukses dan jaringan personal dibandingkan partai politik. Konsep “klientelisme gelindingan roda lepas” yang mereka kembangkan sangat relevan untuk memahami fleksibilitas jaringan Botoh.

Keenam, Penelitian Hartati et al. (2019) berjudul “*Botoh dalam Pilkada: Studi Pola Kerja dan Transformasi Botoh dalam Pilkada Kudus 2018*” merupakan kajian yang paling dekat dengan penelitian ini secara lokus dan tema. Penelitian tersebut mengidentifikasi transformasi Botoh dari penjudi menjadi broker politik serta memetakan empat pola kerja utama. Dengan menggunakan kerangka patron-klien, Hartati menempatkan Botoh sebagai aktor pragmatis yang berorientasi pada keuntungan jangka pendek. Penelitian ini menjadi rujukan penting untuk memahami kontinuitas eksistensi Botoh di Kudus, setidaknya pada kontestasi Pilkada tahun 2018. Namun, penelitian tersebut belum mengulas secara mendalam bagaimana pola kerja dan peran Botoh mengelola jaringan, melakukan survei sosial, dan berfungsi sebagai aktor strategis dalam pengambilan keputusan kandidat, yang menjadi fokus utama penelitian ini pada Pilkada 2024.

Ketujuh, Studi Muhammad Ali Azhar (2019) “*Ormas in the Circle of Brokerage Clientelism*” menunjukkan bahwa organisasi masyarakat dapat berfungsi sebagai broker dalam jaringan klientelisme. Dengan pendekatan patron-klien, penelitian ini menegaskan bahwa broker tidak selalu berbentuk individu, tetapi juga dapat berbentuk kolektif. Meskipun konteksnya berbeda, penelitian ini memperkuat argumen bahwa peran perantara bersifat adaptif terhadap struktur sosial lokal.

Kedelapan, Penelitian Susilowati dan Fitrianto (2020) dalam “*Praktik Botoh pada Demokrasi Lokal: Studi pada Pemilihan Bupati Lamongan 2020*” memperlihatkan dua pola utama, yaitu Botoh sebagai penjudi dan sebagai bagian dari tim sukses. Temuan ini memperkuat argumen bahwa Botoh memiliki peran ganda dalam perjudian dan politik. Namun, penelitian tersebut belum

mengeksplorasi secara mendalam bagaimana Botoh membangun jaringan lintas wilayah dan mengelola koordinasi senyap, sebagaimana ditemukan dalam penelitian ini di Kudus.

Kesembilan, Penelitian Widyanti dan Fudin (2020) berjudul “*Pemenangan Elektoral Berbasis Karakter Lokal: Strategi Botoh dalam Pemilihan Kepala Desa di Kabupaten Banjarnegara*” menyoroti strategi Botoh berbasis budaya lokal seperti ngendong, jagongan, dan ngaton. Studi ini menunjukkan pentingnya dimensi kultural dalam kerja broker. Akan tetapi, fokus penelitian ini masih terbatas pada pendekatan sosial dan belum membedah secara detail praktik vote buying dalam konteks pilkada kabupaten. Penelitian ini melengkapi temuan tersebut dengan mengaitkan strategi sosial dengan mekanisme distribusi dan kontrak informal.

Kesepuluh, Burhanuddin Muhtadi (2023) melalui “*Votes For Sale*” memberikan gambaran makro mengenai politik uang di Indonesia dengan pendekatan kuantitatif. Dengan membedakan klientelisme elektoral dan relasional, Burhanuddin menunjukkan bahwa politik uang bersifat transaksional dan jangka pendek. Meskipun memberikan bukti empiris yang kuat, pendekatan ini belum menangkap dinamika mikro bagaimana transaksi tersebut dikelola oleh aktor informal. Penelitian ini memberikan perspektif pelengkap dengan menunjukkan bagaimana praktik yang bersifat agregat tersebut diwujudkan melalui kerja Botoh di lapangan.

Kesebelas, penelitian Roland Depo Parayo (2023) tentang perjudian politik di Tana Toraja menunjukkan bahwa perjudian dapat menjadi instrumen politik elit. Fokusnya pada dinamika kekuasaan dan kelompok kepentingan memberikan

konteks tentang hubungan antara uang dan politik. Penelitian ini menawarkan perspektif berbeda dengan menempatkan Botoh sebagai aktor utama dalam mengelola ketidakpastian elektoral melalui jaringan vote buying.

Berdasarkan keseluruhan kajian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian tentang politik uang dan broker politik di Indonesia telah berkembang dari berbagai perspektif pendekatan di antaranya institusional, perilaku pemilih, pembiayaan politik, serta pendekatan yang paling dominan yakni patro-klien. Namun, masih terdapat keterbatasan dalam kajian yang belum secara spesifik membedah perspektif pola kerja dan peran aktor strategis di tingkat mikro, dalam hal ini Botoh. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menggunakan Teori Brokerage (brokerage theory) sebagai kerangka teoretis utama untuk memahami bagaimana pola kerja dan peran Botoh dalam mengelola jaringan, informasi, dan risiko dalam konteks Pilkada Kudus 2024.

Teori Brokerage oleh Stovel didefinisikan sebagai perilaku atau proses menghubungkan aktor-aktor dalam sistem sosial, ekonomi, atau politik untuk memfasilitasi akses ke sumber daya yang bernilai (Stovel et al, 2011). Alasan utama pemilihan teori ini adalah karena Teori Brokerage relevan dan sangat dekat dengan masalah penelitian, serta mampu menjelaskan secara mendalam pola kerja dan peran Botoh sebagai broker yang melakukan perilaku *brokerage*. Teori Brokerage berfokus pada pola kerja Botoh sebagai broker yang tidak terjangkau oleh teori klientelisme atau patronase yang biasa digunakan untuk penelitian terkait *vote buying*. Dengan memfokuskan kajian pada peran broker, teori ini menjadi landasan untuk mengetahui bagaimana Botoh tidak hanya berfungsi sebagai perantara dalam transaksi *vote buying*, tetapi juga sebagai agen yang aktif membentuk persepsi dan

keputusan pemilih. Selain itu, pendekatan ini memberikan perspektif yang lebih kontekstual dan dinamis, sehingga dapat menggambarkan nuansa dan kompleksitas praktik *vote buying* di Pilkada Kudus tahun 2024 secara lebih akurat. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada pola kerja dan peran broker (Botoh) itu sendiri sebagai penghubung antara aktor politik dan sumber daya, serta bagaimana pola kerja mereka dalam membangun dan memanfaatkan jaringan sosial untuk mencapai tujuan.

Dengan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengkaji pola kerja dan peran Botoh dalam Pilkada Kudus tahun 2024. Penelitian ini merupakan perluasan dari penelitian-penelitian terdahulu tentang politik uang dalam bentuk *vote buying* di Indonesia, khususnya di Kabupaten Kudus, Jawa Tengah, dimana penelitian dengan fokus kasus pada pola kerja dan peran Botoh masih terbatas. Selain itu, penelitian ini juga menyajikan kebaruan yakni berfokus pada pola kerja dan peran Botoh dalam praktik *vote buying* pada Pilkada Kudus tahun 2024.

1.2 Rumusan Masalah

Kehadiran praktik Botoh dalam Pilkada menimbulkan tantangan yang signifikan bagi proses demokrasi di Indonesia, khususnya di Kabupaten Kudus, di mana Botoh beroperasi dengan tingkat transparansi yang tinggi. Dalam konteks Pilkada Kudus Tahun 2024, analisis praktik *vote buying* menjadi hal yang mendesak untuk dipahami, terutama terkait dengan aktor yang terlibat dalam praktik ini, yaitu Botoh, yang merupakan komponen kunci dalam proses ini. Berangkat dari kondisi tersebut, pertanyaan penelitian yang diajukan dalam studi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola kerja Botoh dalam praktik *vote buying* pada Pilkada Kudus tahun 2024?
2. Bagaimana peran Botoh dalam praktik *vote buying* pada Pilkada Kudus tahun 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam pola kerja dan peran Botoh dalam praktik *vote buying* pada Pilkada Kudus tahun 2024. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh Botoh dalam mengendalikan perilaku pemilih, serta mekanisme yang digunakan oleh Botoh sebagai salah satu aktor utama yang terlibat dalam praktik *vote buying* serta kemampuannya dalam mengatur dinamika Pilkada bahkan hingga hasil Pilkada itu sendiri. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi motivasi di balik keterlibatan Botoh dalam praktik *vote buying*, serta dampak dari praktik tersebut terhadap hasil pemilihan dan partisipasi politik masyarakat. Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang fenomena politik lokal, serta menawarkan rekomendasi bagi penguatan integritas pemilihan umum di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi keilmuan dengan fokus penelitian baru di bidang Ilmu Pemerintahan yakni mengenai Botoh sebagai broker politik dalam Pilkada yang dikaji dengan teori *brokerage* untuk mengetahui

pola kerja serta mekanisme keterlibatannya dalam praktik *vote buying* pada Pilkada, khususnya Pilkada Kudus tahun 2024. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih luas terkait budaya politik lokal yang dalam hal ini adalah eksistensi Botoh dan kemampuannya dalam mengatur dinamika Pemilihan Kepala Daerah.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak penyelenggara pemilu meliputi Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) agar lebih responsif terhadap masalah pemilu di tingkat lokal serta melakukan upaya pemberantasan terhadap praktik-praktik yang termasuk dalam pelanggaran pemilu.

1.5 Literatur Review

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Telah terdapat penelitian serupa terdahulu yang menjadi latar belakang pendukung bagi penelitian ini. Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang relevan:

1. Penelitian Djani dan Vermonte (2012): "*Vote buying* di Indonesia: Motif, Modus, dan Pola"

Studi ini meneliti motif, modus, dan pola *vote buying* dalam konteks pemilu nasional dan lokal di lima provinsi di Indonesia, meliputi praktik distribusi uang, barang, dan layanan publik melalui berbagai jaringan politik. Studi ini mengamati bagaimana *vote buying* dilaksanakan melalui dua pendekatan utama: "*retail buying*," di mana kandidat memberikan uang

secara langsung kepada pemilih individu, dan "*collective buying*," di mana kandidat mendekati pemilih melalui tokoh masyarakat atau pemimpin komunitas. Penelitian ini juga menyoroti faktor-faktor kelembagaan, termasuk bagaimana sistem proporsional terbuka mendorong kandidat untuk melakukan jual-beli suara guna memastikan perolehan kursi yang optimal.

Studi ini menggunakan pendekatan institusional dengan memeriksa pengaruh struktur pemilu terhadap praktik *vote buying*. Teori yang digunakan memandang *vote buying* sebagai bagian dari dinamika politik lokal di mana hubungan antara kandidat dan pemilih berfungsi sebagai kontrak informal yang dibentuk melalui jaringan broker. Broker memainkan peran sentral dalam menjembatani kandidat dengan pemilih, terutama dalam mengatur distribusi bantuan sosial atau hibah yang dikemas sebagai bagian dari *vote buying*.

Fokus penelitian ini adalah *vote buying* pada skala nasional dan hubungannya dengan konteks kelembagaan di beberapa provinsi, sedangkan penelitian peneliti membahas Pilkada Kudus secara spesifik dengan Botoh sebagai pusat dinamika lokal. Dengan teori brokerage oleh Stovel, peneliti menyoroti aspek keterhubungan dan koordinasi yang lebih dalam dari peran Botoh sebagai pialang politik yang terorganisir dalam jaringan *vote buying* lokal, sehingga dapat mengeksplorasi aspek-aspek strategis dari Botoh dalam Pilkada Kudus tahun 2024, mengisi celah penelitian yang belum dicakup oleh Djani dan Vermonte yang lebih fokus

pada analisis *vote buying* dalam konteks kebijakan dan lembaga dibandingkan pola kerja spesifik broker lokal.

2. Saiful Mujani et. al (2012): "Kuasa Rakyat: Analisis tentang Perilaku Memilih dalam Pemilihan Legislatif dan Presiden Indonesia Pasca-Orde Baru"

Penelitian ini berfokus pada perilaku memilih masyarakat Indonesia dalam pemilihan legislatif dan presiden pasca Orde Baru. Studi ini mengkaji pola sikap dan keputusan memilih rakyat yang menjadi faktor penentu utama dalam sistem demokrasi Indonesia, khususnya dalam memilih presiden dan anggota DPR yang memiliki peranan strategis secara nasional. Dengan menggunakan riset empiris berskala nasional, penelitian ini mengungkap perubahan signifikan dalam perilaku memilih yang semakin kritis dan rasional setelah era otoritarianisme berakhir.

Dalam analisisnya, Saiful Mujani menggunakan kombinasi tiga pendekatan utama dalam studi perilaku memilih:

- a. Model Sosiologis: Menekankan pengaruh faktor sosial dan kultural seperti agama, suku bangsa, kelas sosial, dan wilayah terhadap pilihan politik. Namun, model ini kurang mampu menjelaskan perubahan politik pasca reformasi yang cepat.
- b. Model Pilihan Rasional (Ekonomi-Politik): Menganggap pemilih sebagai aktor rasional yang menilai kinerja pemerintah dan keuntungan

pribadi serta kolektif dalam menentukan pilihannya, termasuk pemilih retrospektif yang mengevaluasi calon berdasarkan kinerja masa lalu.

- c. Model Psikologis: Menyoroti faktor-faktor psikologis dalam pemilih, seperti identifikasi partai, kecocokan dengan visi calon, keterikatan emosional, sosialisasi politik, dan pengaruh isu kampanye. Pendekatan ini diadopsi dari studi perilaku pemilih ala University of Michigan.

Penelitian ini menegaskan bahwa faktor rasional dan psikologis lebih dominan dibanding faktor sosiologis dalam menjelaskan perilaku memilih di Indonesia pasca Orde Baru. Pola perilaku memilih rakyat Indonesia saat ini adalah hasil interaksi kompleks antara aspek sosial, rasionalitas politik, dan psikologi politik.

Studi Saiful Mujani berjudul *Kuasa Rakyat* ini memberikan kontribusi penting dalam memahami perilaku memilih masyarakat Indonesia pada pemilu legislatif dan presiden pasca Orde Baru. Dengan menggunakan kombinasi pendekatan sosiologis, rasional, dan psikologis, penelitian ini menegaskan bahwa pemilih Indonesia semakin kritis dan rasional dalam menentukan pilihan politiknya, sehingga faktor kinerja pemerintah, penilaian terhadap calon, dan keterikatan psikologis lebih menentukan dibanding sekadar identitas sosial atau kultural. Namun, penelitian ini berfokus pada perilaku memilih di tingkat nasional dan lebih menekankan aspek preferensi serta rasionalitas pemilih, tanpa mengulas secara mendalam bagaimana praktik politik yang memengaruhi perilaku memilih di level lokal.

3. Penelitian Marcus Mietzner (2013): *“Ideology, Money and Dynastic Leadership: The Indonesian Democratic Party of Struggle, 1998–2012”*

Penelitian ini memiliki fokus bahwa politik uang bukan sekadar praktik ilegal dalam pemilu, melainkan bagian dari struktur pembiayaan politik yang sistemik. Mietzner menegaskan bahwa lemahnya subsidi negara terhadap partai politik mendorong partai dan kandidat untuk mencari sumber dana dari jalur informal seperti jaringan patronase dan oligarki lokal. Dalam konteks ini, politik uang menjadi instrumen utama bagi partai, seperti PDI-P, untuk bertahan dalam kompetisi elektoral sekaligus menjaga stabilitas internal partai. Mietzner juga menguraikan bagaimana praktik politik uang berkontribusi pada penguatan kepemimpinan dinasti dalam partai politik. Akses terhadap sumber daya ekonomi menjadi alat utama bagi elit tertentu untuk mempertahankan dominasi dalam struktur kekuasaan partai. Selain itu, politik uang digunakan untuk mengelola loyalitas di tingkat lokal melalui hubungan patron-klien yang kompleks. Temuan ini penting untuk menjelaskan konteks lokal seperti Pilkada Kudus 2024, di mana Botoh bukan sekadar perantara distribusi uang, tetapi juga berperan sebagai simpul jaringan patronase yang beroperasi antara elit politik dan konstituen. Keberadaan Botoh dapat dilihat sebagai respons terhadap kebutuhan aktor politik untuk menjangkau pemilih secara langsung melalui jalur informal yang tidak disediakan oleh sistem pembiayaan negara.

Mietzner menggunakan kerangka *patron–clientelism* dan oligarki politik dalam menjelaskan fenomena politik uang di Indonesia. Dalam pendekatan ini:

- a. Politik uang dipahami sebagai bagian dari relasi pertukaran antara patron (elit politik) dan klien (pemilih, kader partai, atau aktor lokal).
- b. Pembiayaan informal dan hubungan personal menjadi instrumen utama dalam membangun dan mempertahankan kekuasaan.
- c. Negara dianggap lemah dalam menyediakan regulasi dan pembiayaan yang sehat, sehingga membuka ruang bagi praktik informal seperti *vote buying* dan kontrol patronal.

Meskipun menawarkan kerangka konseptual yang kuat, penelitian Mietzner beroperasi pada level makro dan belum secara spesifik membahas praktik politik uang di tingkat lokal yang dijalankan oleh aktor informal seperti Botoh. Di sinilah letak kesenjangan yang coba diisi oleh penelitian ini. Berbeda dengan konteks elit dan partai dalam studi Mietzner, penelitian ini menyoroti bagaimana Botoh yang bekerja di luar struktur formal partai maupun negara mengelola distribusi uang kampanye, membangun jaringan kerja hingga tingkat desa, dan memainkan peran sebagai perantara antara kandidat dan pemilih. Dalam konteks Kudus, Botoh tidak hanya menjadi pelaku transaksional semata, melainkan aktor yang mengisi kekosongan struktural dalam sistem demokrasi lokal. Dengan demikian, penelitian ini memperluas cakupan kajian politik uang dengan pendekatan mikro-politik yang bersifat kontekstual dan berbasis lapangan, sekaligus memperkuat argumen Mietzner bahwa politik uang merupakan bagian dari sistem kekuasaan yang terlembaga secara informal.

4. Penelitian Aspinall et al. (2014): *"Vote buying in Indonesia: Candidate Strategies, Market Logic, and Effectiveness"*

Penelitian ini mengeksplorasi strategi *vote buying* pada pemilu legislatif di Indonesia, khususnya dalam konteks pemilihan legislatif 2014 di Jawa. Peneliti menganalisis strategi kandidat dalam mendistribusikan dana kepada pemilih dengan berfokus pada jaringan personal dan struktur broker non-partisan. Kandidat melakukan *vote buying* melalui pendekatan "*market-based logic*," di mana pemilih dianggap sebagai pasar dan diharapkan memberikan suara setelah menerima pembayaran. Fenomena "*turnout buying*" sangat menonjol, yakni pembelian suara yang difokuskan pada upaya membawa pemilih tertentu ke tempat pemungutan suara tanpa mengandalkan loyalitas partisan. Kandidat, yang sebagian besar berkompetisi untuk dukungan personal, memanfaatkan broker sebagai perantara dalam mengidentifikasi pemilih dan memastikan distribusi dana.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan teori "*clientelism*" dengan menggabungkan konsep logika pasar dalam praktik *vote buying*. Klientelisme di sini didefinisikan sebagai transaksi yang menghubungkan kandidat dengan pemilih dalam bentuk patron-klien, di mana uang dan barang dihadirkan sebagai imbalan langsung atas dukungan suara. Dengan logika ini, kandidat berperan sebagai "penjual," sementara pemilih adalah "pembeli" sehingga transaksi berbasis kebutuhan serta nilai jual-beli menentukan relasi mereka.

Penelitian ini memberikan wawasan tentang *vote buying* dalam konteks pemilu legislatif di wilayah Jawa, tetapi fokusnya lebih kepada mekanisme pasar *vote buying*. Sementara penelitian yang dilakukan peneliti lebih mengarah pada konstelasi politik lokal di Pilkada Kudus, di mana

Botoh berfungsi sebagai aktor non-elektoral informal yang menggunakan pola kerja yang berbeda dari sekedar klientelisme.

5. Edward Aspinall dan Ward Berenschot (2019): "*Democracy for Sale: Pemilihan Umum, Klientelisme, dan Negara di Indonesia*"

Penelitian ini fokus pada analisis demokrasi Indonesia yang bersentuhan langsung dengan kehidupan sehari-hari rakyatnya melalui penelitian lapangan dan survei ahli yang luas. Penelitian mereka mengkaji jejaring informal dan strategi politik yang membentuk akses pada kekuasaan dan privilege dalam politik kontemporer Indonesia yang penuh dengan praktik-praktik klientelistik. Buku ini menunjukkan bagaimana institusi formal di Indonesia sering kali dibayangi oleh koneksi personal dan pertukaran klientelistik, di mana politisi memenangkan pemilu dengan mendistribusikan proyek berskala kecil, uang tunai, atau barang kepada pemilih, serta mendapatkan dana kampanye melalui perdagangan kontrak, perizinan, dan manfaat lain dengan pengusaha. Para politisi lebih bergantung pada struktur organisasi personal yang dikenal sebagai "tim sukses" ketimbang pada partai politik, dengan koneksi personal yang mengalahkan loyalitas partai, dan birokrat yang memegang kendali sumber daya negara sebagai aktor kunci dalam kampanye pemilihan.

Teori yang digunakan dalam buku ini mencakup kerangka analisis inovatif yang membandingkan praktik politik klientelistik dengan negara lain seperti India dan Argentina, serta definisi dan pengukuran intensitas klientelisme berdasarkan metode survei ahli yang diadaptasi dari politikus

Herbert Kitschelt. Fokus utama adalah pada konsep "klientelisme gelindingan roda lepas," yang menggambarkan jejaring kampanye yang bersifat serba bisa dan tidak terinstitusionalisasi, menekankan pentingnya jejaring informal dan hubungan pribadi dibanding lembaga formal dan partai politik. Pendekatan ini menunjukkan klientelisme bukan sebagai penyimpangan dari politik formal, melainkan sebagai bagian integral dari politik Indonesia dan banyak negara di dunia.

Dengan penelitian komprehensif yang menggunakan survei dan wawancara dengan lebih dari 500 pengamat politik dari berbagai provinsi, buku ini juga menyoroti tingginya biaya politik dan strategi klien yang melibatkan jual beli suara, dukungan politik, dan distribusi barang yang dikombinasikan dengan janji politik. Hal ini menciptakan kondisi di mana politisi harus bergulat dengan elit partai, birokrat, dan pesaing politik dalam mempertahankan dan mengembangkan jaringan informal mereka untuk mencapai dan mempertahankan kekuasaan.

Buku ini memberikan analisis komprehensif tentang bagaimana praktik klientelisme dan politik uang telah menjadi bagian integral dari demokrasi elektoral Indonesia. Dengan menggunakan survei ahli dan penelitian lapangan di berbagai provinsi, mereka menunjukkan bahwa politisi Indonesia lebih mengandalkan jaringan informal, *tim sukses*, serta birokrat sebagai aktor utama dalam distribusi patronase, daripada mengandalkan partai politik. Penelitian ini memperlihatkan bahwa politik uang tidak sekadar penyimpangan, melainkan mekanisme utama yang menopang kompetisi elektoral di Indonesia. Namun, fokus utama mereka

berada pada level nasional dan provinsi dengan aktor-aktor formal dan semi-formal seperti partai, birokrat, pengusaha, dan *tim sukses*.

6. Penelitian Hartati et al. (2019): "Botoh dalam Pilkada: Studi Pola Kerja dan Transformasi Botoh dalam Pilkada Kudus 2018"

Penelitian ini mengeksplorasi peran Botoh dalam Pilkada Kudus 2018 sebagai aktor non-elektoral informal yang tidak hanya bertujuan finansial tetapi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perolehan suara kandidat. Artikel ini menjelaskan transformasi Botoh dari penjudi yang berorientasi keuntungan menjadi pialang politik yang bisa membalikkan suara dan mempengaruhi hasil pilkada. Peneliti mengidentifikasi empat pola kerja Botoh: (1) taruhan murni, (2) taruhan dengan nuansa politik, (3) bagian dari mekanisme pemenangan kandidat, dan (4) Botoh yang berperan sebagai pemodal. Dengan menggunakan jaringan pengaruhnya, Botoh mampu mengarahkan dukungan dan bertindak sebagai “mata-mata” yang bisa berpihak kepada kandidat yang memiliki peluang menang lebih tinggi.

Penelitian ini menggunakan konsep “broker politik” dalam jaringan klientelisme. Di sini, broker atau Botoh berfungsi sebagai perantara antara kandidat dan pemilih tanpa afiliasi politik yang kuat. Peran mereka lebih bersifat pragmatis dan mementingkan imbalan jangka pendek daripada dukungan politik yang berkelanjutan. Botoh dalam penelitian ini dilihat sebagai elemen dalam ekosistem *vote buying* yang memanfaatkan patron-klien serta transaksi finansial untuk mengendalikan suara.

Meski penelitian Hartati fokus pada pola kerja Botoh dalam Pilkada Kudus 2018, tetapi penelitian peneliti melihat bagaimana pola kerja Botoh ini dapat berbeda dalam Pilkada Kudus tahun 2024. Peneliti lebih menginvestigasi pola kerja Botoh dalam konteks yang lebih spesifik dan menyoroti peran mereka sebagai broker yang bukan hanya sekadar agen transaksional, melainkan agen strategis dengan jaringan dan taktik yang lebih terstruktur. Penelitian Hartati juga menggunakan teori patron-klien yang berfokus pada hubungan antara Botoh dan kandidat. Namun, belum ada pembahasan mendalam mengenai pola kerja dan peran Botoh sebagai aktor yang memiliki sumber daya, jaringan, dan kekuatannya sendiri dalam mengendalikan dinamika Pilkada.

7. Penelitian Muhammad Ali Azhar (2019): *“Ormas in the Circle of Brokerage Clientelism”*

Penelitian ini mengkaji fenomena klientelisme politik di Bali, terutama bagaimana organisasi masyarakat (Ormas) bertindak sebagai broker dalam membantu kandidat politik mendapatkan dukungan. Ali Azhar menunjukkan bahwa Ormas di Bali membangun relasi klientelisme untuk menciptakan kesepakatan politik antara kandidat dan kelompok pemilih, dengan tujuan mempengaruhi hasil pemilu demi memperoleh kekuasaan atau keuntungan ekonomi. Ormas tidak hanya berperan sebagai perantara politik, tetapi juga memiliki kekuatan massa yang besar, memungkinkan mereka melakukan barter politik dengan partai atau kandidat dalam rangka melindungi kepentingan mereka.

Ali Azhar menggunakan pendekatan teori klientelisme untuk memahami pola hubungan patron-klien yang dilakukan Ormas sebagai broker. Klientelisme ini bersifat pragmatis, di mana hubungan antara broker (Ormas) dan kandidat lebih berpusat pada imbalan ekonomi dan dukungan politik daripada ikatan sosial atau budaya jangka panjang. Ormas dalam studi ini memiliki struktur patron-klien di mana mereka bertindak atas dasar kesepakatan material untuk memastikan kesuksesan kandidat, berbeda dari broker independen yang mungkin lebih termotivasi oleh hubungan sosial di luar ekonomi.

Penelitian Ali Azhar membahas klientelisme dengan perspektif patron-klien, di mana broker (Ormas) menjembatani hubungan antara kandidat dan pemilih dengan tujuan ekonomi dan politik yang sifatnya transaksional, berlandaskan imbalan material. Sementara peneliti fokus pada pola kerja Botoh sebagai broker yang memfasilitasi *vote buying* melalui pola kerja spesifik yang tidak hanya bergantung pada imbalan ekonomi tetapi juga pada jaringan hubungan yang lebih rumit, terutama karena Botoh mungkin memiliki keterikatan lokal yang berbeda di antara pemilih.

8. Penelitian Ana Dewi Lanjar Diwuk Susilowati dan Hari Fitrianto (2020):
"Praktik Botoh pada Demokrasi Lokal: Studi pada Pemilihan Bupati Lamongan 2020"

Praktik Botoh dalam demokrasi lokal dengan studi kasus Pilkada Lamongan 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Botoh di Pilkada Lamongan memiliki dua pola kerja yakni (1) sebagai penjudi murni yang

bertaruh antar Botoh, (2) sebagai anggota tim sukses yang mendukung kemenangan kandidat dengan menggunakan jaringan politik uang. Praktik Botoh ini terbukti mempengaruhi preferensi pemilih, terutama di wilayah-wilayah yang memiliki kultur abangan yang cenderung menerima politik uang

Teori yang digunakan mengacu pada konsep broker atau perantara politik, di mana Botoh bertindak sebagai *middleman* dalam transaksi jual beli suara dan berperan sebagai agen yang memfasilitasi kandidat untuk memperoleh dukungan melalui uang atau imbalan materi.

Namun demikian, penelitian ini memiliki celah yang terletak pada kurangnya eksplorasi tentang bagaimana peran Botoh sebagai *broker* atau perantara politik berinteraksi dan mempengaruhi berbagai segmen masyarakat dengan tingkat penerimaan yang berbeda terhadap politik uang.

9. Penelitian Ade Tri Widyanti dan Muhammad Raji Fudin (2020):
“Pemenangan Elektoral Berbasis Karakter Lokal: Strategi Botoh dalam Pemilihan Kepala Desa di Kabupaten Banjarnegara”

Penelitian ini menyoroti bagaimana *Botoh* berperan dalam memenangkan kandidat Pilkades dengan memanfaatkan karakter lokal masyarakat melalui pola patron-klien, yang menghubungkan kandidat kepala desa dengan masyarakat. Dalam penelitian ini, *Botoh* bertindak sebagai *middleman* atau perantara yang menggerakkan strategi kemenangan berbasis budaya lokal, seperti *ngendong* (berkunjung ke rumah pemilih untuk membangun kedekatan), *jagongan* (mengadakan diskusi informal

untuk memahami preferensi pemilih), dan *ngaton* (memperlihatkan dukungan terbuka di hari pemungutan suara)

Teori yang adalah teori patronase untuk menjelaskan bagaimana *Botoh* berfungsi sebagai perantara yang bertindak dalam jaringan patron-klien, di mana hubungan mereka dengan kandidat didasari oleh pertukaran sumber daya. Strategi kemenangan yang digunakan oleh *Botoh* terbukti efektif dalam mengoptimalkan suara melalui kedekatan budaya dan hubungan sosial. Namun, meski penelitian ini menjelaskan pengaruh *Botoh* dan strategi lokal, fokus utamanya adalah strategi pendekatan sosial dan budaya tanpa mengeksplorasi lebih dalam aspek *vote buying*.

Lokus studi yang baru di lingkup desa membuka peluang eksplorasi lebih lanjut terkait praktik politik uang dalam konteks Pilkada kabupaten. Dengan menggunakan teori *brokerage* dari Stovel, penelitian ini dapat diperluas untuk mengkaji bagaimana *Botoh* tidak hanya bertindak sebagai perantara secara sosial, tetapi juga sebagai agen dalam praktik *vote buying* yang lebih kompleks dan memiliki pengaruh pada hasil pemilihan di tingkat kabupaten, khususnya di Kudus.

10. Penelitian Burhanuddin Muhtadi (2023): "Votes For Sale: Klientelisme, Defisit Demokrasi, dan Institusi"

Penelitian ini menganalisis secara empiris dan sistematis praktik politik uang dalam pemilu di Indonesia, khususnya dalam konteks demokrasi baru yang lembaga-lembaganya masih lemah. Penelitian ini berangkat dari kegelisahan atas minimnya studi kuantitatif tentang politik uang di Indonesia yang dapat mengukur besaran, pola, serta dampaknya

terhadap perilaku pemilih dan kualitas demokrasi. Burhanuddin menyoroti bahwa politik uang di Indonesia lebih banyak bersifat elektoral (one-off, transaksional, dan jangka pendek) dibandingkan klientelisme relasional yang berkelanjutan. Fokus analisisnya juga mencakup siapa yang menjadi target utama politik uang, apakah pemilih partisan atau pemilih mengambang (*swing voters*), serta bagaimana kelemahan institusi, terutama sistem pemilu proporsional terbuka, memperkuat insentif bagi politisi untuk menggunakan strategi klientelisme dan politik uang.

Secara teoretis, penelitian ini menggunakan kerangka klientelisme elektoral dan relasional yang dikembangkan oleh para ilmuwan politik seperti James Scott, Susan Stokes, dan Allen Hicken. Burhanuddin membedakan antara klientelisme relasional yang bersifat hierarkis dan jangka panjang, dengan klientelisme elektoral yang bersifat transaksional dan temporer, yang lebih dominan di Indonesia. Ia juga mengadopsi teori “dilema tahanan” (*prisoner’s dilemma*) untuk menjelaskan mengapa politik uang tetap menjadi strategi rasional bagi kandidat dalam situasi persaingan yang ketat dan institusi yang lemah. Selain itu, ia menguji teori tentang efek identifikasi partai (party ID) terhadap resistensi pemilih terhadap politik uang, sebagaimana dikemukakan oleh Dalton, Verba, dan Nie. Dengan pendekatan kuantitatif (survei dan eksperimen), Burhanuddin menguji secara empiris berbagai hipotesis tentang determinan, distribusi, dan efek politik uang, serta hubungan antara desain institusi elektoral dan proliferasi praktik klientelisme di Indonesia. Jelaskan kesenjangannya dalam paragraf

Dalam penelitian ini, Burhanuddin memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai praktik politik uang di Indonesia dengan fokus pada klientelisme elektoral, desain institusional, dan perilaku pemilih. Namun, pendekatan yang digunakan dalam studi tersebut lebih banyak menyoroti hubungan langsung antara kandidat dan pemilih dalam kerangka transaksional yang bersifat kuantitatif dan agregat. Di sisi lain, praktik politik uang di tingkat lokal sering kali melibatkan aktor-aktor informal seperti *Botoh* yang menjadi perantara sosial dan memiliki peran penting dalam menjembatani kepentingan kandidat dengan dinamika komunitas. Sementara Burhanuddin menekankan pada insentif kelembagaan dan pola distribusi uang secara makro, penelitian mengenai *Botoh* dapat memberikan sudut pandang pelengkap yang bersifat mikro-sosiologis, khususnya dalam konteks bagaimana praktik politik uang dijalankan, dinegosiasikan, dan dimaknai di lapangan oleh aktor-aktor nonformal. Dengan demikian, alih-alih mengisi kekosongan, studi tentang *Botoh* menawarkan lapisan lain dalam memahami kompleksitas klientelisme politik di Indonesia.

11. Penelitian Roland Depo Parayo (2023): “Praktik Perjudian pada Pilkada Kabupaten Tana Toraja”

Penelitian ini membahas fenomena perjudian politik dalam Pilkada Tana Toraja 2020, yang melibatkan elit politik dan tim sukses. Parayo menemukan bahwa elit politik dan calon kepala daerah di Tana Toraja menggunakan perjudian sebagai strategi untuk menarik dukungan, di mana perjudian dikelola oleh kelompok elit yang terorganisasi secara anomik.

Selain itu, studi ini mengungkapkan bahwa ketiadaan sosialisasi dari pemerintah menyebabkan perjudian tetap eksis sebagai strategi politik.

Teori kelompok kepentingan dan kekuatan politik menjadi teori utama dalam penelitian ini, di mana perjudian digunakan sebagai alat pengaruh politik oleh kelompok elit untuk mendominasi kontestasi politik lokal. Fokus teori ini bukan pada broker politik, melainkan pada perjudian sebagai bentuk strategi anomik yang digunakan untuk memobilisasi suara dan kekuasaan melalui kekuatan ekonomi.

Penelitian Parayo mengidentifikasi perjudian sebagai strategi politik kelompok elit yang bertujuan untuk memenangkan pilkada dengan menciptakan sumber dana besar bagi tim sukses kandidat. Fokusnya adalah pada dinamika elit dan kekuatan politik dalam kaitan dengan perjudian. Sementara itu penelitian peneliti memberikan perspektif berbeda dengan menggunakan teori brokerage dari Stovel untuk melihat cara kerja Botoh dalam memediasi ketidakpastian pilihan politik dengan menjembatani kandidat dan pemilih melalui jaringan hubungan *vote buying*.

1.5.2 Landasan Teori

1.5.2.1 Teori Brokerage

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), broker diartikan sebagai *cengkau, makelar, pialang*. Sementara dalam penelitian-penelitian terdahulu, banyak peneliti yang memaknai broker sebagai penghubung dan/atau perantara.

Katherine Stovel (2011) mendefinisikan broker sebagai salah satu mekanisme hubungan di mana individu atau kelompok yang terisolasi dan tidak

terhubung dapat berinteraksi secara ekonomi, politik, dan sosial. Stovel juga mengemukakan bahwa broker memiliki 2 sisi yang berlawanan, bahwa di satu sisi, hubungan ini dapat mempermudah interaksi sosial, meningkatkan aktivitas ekonomi, dan mendorong perkembangan politik, tetapi di sisi lain, bisa mengarah pada eksploitasi, korupsi, dan ketidaksetaraan. Lebih lanjut, Stovel mengidentifikasi karakteristik broker, antara lain:

- 1) Menjembatani kesenjangan dalam struktur sosial
- 2) Membantu mendistribusikan barang, informasi, peluang, atau pengetahuan masuk ke dalam kesenjangan tersebut

Teori ini menjadi landasan teoritis utama untuk mengkaji pola kerja dan peran Botoh dalam praktik *vote buying* pada Pilkada Kudus tahun 2024, sebab teori ini relevan di mana broker yang dapat didefinisikan sebagai pemilik peran krusial dalam menghubungkan aktor yang memiliki kepentingan spesifik namun tidak memiliki akses langsung satu sama lain, adalah sejalan dengan fenomena penelitian yang memaknai Botoh sebagai Broker. Botoh berperan sebagai broker yang menjembatani hubungan antara kandidat politik dan pemilih yang sulit dijangkau secara langsung oleh kandidat.

a. Botoh sebagai Broker

Dalam penelitian ini, Botoh adalah broker. Botoh berasal dari bahasa Jawa yang bermakna perjudian dalam kegiatan sabung ayam. Namun kemudian kegiatan tersebut berkembang ke ranah politik tingkat terendah yakni kepala desa, hingga tingkat tertinggi yaitu pilkada dan pemilu (Hartati et al, 2019).

Sejalan dengan itu, Schaffer and Schedler (2005) mengemukakan bahwa Botoh dan kandidat menjalin hubungan semacam pertukaran ekonomi, tetapi tidak hanya sebatas adanya penjual dan pembeli yang dapat bertemu dengan mudah, di mana karena transaksi mereka tergolong sebagai transaksi gelap. Layaknya pasar bebas, pertemuan Botoh dan kandidat memerlukan agen yang menjembatani pertemuan mereka. Dalam kasus ini, kandidat sebagai pembeli (pembeli suara) melakukan pertemuan dengan Botoh untuk kemudian membentuk perjanjian kemenangan bagi kandidat.

Dalam penelitian ini, teori Brokerage relevan untuk memahami peran Botoh sebagai broker dalam praktik *vote buying* pada Pilkada Kudus tahun 2024. Botoh bertindak sebagai penghubung antara kandidat politik dan pemilih, memfasilitasi transaksi *vote buying* dengan memastikan bahwa dukungan suara diperoleh melalui distribusi keuntungan material. Teori ini membantu menggali peran dan sistem kerja Botoh sebagai pihak perantara yang mengkoordinasikan *vote buying*, yang membuat mereka bukan sekedar pelaksana, tetapi juga aktor penting yang mempengaruhi hasil pemilu.

b. Broker Politik

Dalam ranah politik, dapat dikatakan bahwa diksi *broker* bukan lagi suatu hal yang asing di telinga, bahkan justru sudah menjadi bahasan yang umum. Sebab, memang terdapat broker-broker yang fokus di ranah politik hingga muncul istilah ‘broker politik’. Aspinall mengklasifikasikan broker politik ke dalam 3 kategori, antara lain:

1) Broker Aktivis

Yakni broker politik yang memberikan dukungan mereka kepada kandidat karena memiliki kesamaan komitmen politik, agama, etnis, sehingga mereka sukarela menggunakan sumber daya yang mereka miliki untuk mempengaruhi perilaku pemilih.

2) Broker Klientelis

Broker politik klientelis yang memberikan dukungan sumber daya yang dimilikinya kepada kandidat sehingga terbangun hubungan jangka panjang dengan kandidat terkait dengan maksud memperoleh keuntungan materi setelah kandidat yang didukungnya tersebut terpilih.

3) Broker Oportunis

Tidak jauh berbeda dengan broker klientelis, broker politik oportunis ini juga memberikan dukungannya kepada kandidat dengan tujuan memperoleh keuntungan materi. Namun perbedaannya terdapat pada jangka waktu hubungan itu sendiri, yakni broker oportunis hanya mengincar hubungan menguntungkan jangka pendek.

Dalam Pilkada Kudus, Botoh menggunakan pengaruh sosialnya serta kedekatan dengan komunitas pemilih sebagai modal sosial untuk mengatur pola *vote buying* dengan memanfaatkan kepercayaan masyarakat dan keterhubungan Botoh dengan elit politik. Stovel menjelaskan bahwa broker tidak hanya bertindak sebagai penghubung pasif, tetapi juga berperan aktif dalam merancang dan

mengatur aliran sumber daya, termasuk uang atau bantuan material lainnya yang digunakan untuk mempengaruhi pilihan pemilih. Dengan demikian, melalui teori brokerage ini, Botoh dalam praktik *vote buying* di Pilkada Kudus tahun 2024 dapat dilihat sebagai aktor strategis yang menjalankan pola kerja tertentu untuk memastikan keterhubungan antara kandidat dan pemilih. Hal ini mencakup pengelolaan informasi, manipulasi sumber daya, dan pembangunan kepercayaan yang dapat meningkatkan efektivitas *vote buying* dalam konteks elektoral lokal.

1.5.2.2 Teori Klientelisme dan Patronase

Praktik politik uang dan/atau *vote buying* yang dilakukan Botoh berkaitan dengan pola hubungan klientelisme dan patronase.

Sukmajati dan Aspinall menjelaskan definisi klientelisme sebagai hubungan antara aktor politik dan pemilihnya dengan melakukan pertukaran antara keuntungan material dengan dukungan (Aspinall, 2015). Hubungan ini seringkali terjadi ketika pemilihan umum terjadi dalam bentuk praktik pembelian suara masyarakat oleh pihak pemilik materi.

Sementara itu, Roniger menyatakan bahwa pada dasarnya klientelisme tercipta karena adanya situasi ketidakseimbangan kekuasaan dan/atau kombinasi antara ketidaksetaraan dan solidaritas, sehingga ketika situasi tersebut disandingkan dengan pemaksaan potensial dalam bentuk penekanan ideologis, maka hal ini menciptakan relasi yang kompleks (Roniger 2004).

Sejalan dengan itu, James Scott juga mendefinisikan hal serupa, yakni bahwa klientelisme merupakan mekanisme hubungan antara individu berstatus sosial tinggi (patron) memanfaatkan sumber dayanya untuk memberikan

keuntungan kepada klien (James Scott dalam Muno, 2010). Lebih lanjut, Muno mengemukakan karakteristik klientelisme dalam beberapa sifat hubungan:

- 1) Hubungan bersifat *dyadic*: perantara merupakan klien bagi patron, sedangkan perantara juga dapat berperan sebagai patron bagi klien
- 2) Hubungan bersifat *asimetris*: patron berkedudukan paling tinggi karena tidak hanya menguasai distribusi informasi tetapi juga menguasai distribusi sumber daya, kekuasaan, uang, barang, dan lain-lain.
- 3) Hubungan bersifat pribadi tahan lama: hubungan cenderung turun temurun karena saling mengenal dan percaya.
- 4) Hubungan bersifat timbal balik: klien mendapat sesuatu dan menggunakan sumber daya tersebut kemudian menukarkannya dengan sumber daya yang dimiliki
- 5) Hubungan bersifat sukarela: memberikan dukungan tanpa ada motif atau kekerasan

Sementara itu, tidak jauh berbeda, patronase dapat didefinisikan sebagai sistem politik yang didasarkan pada hubungan vertikal, yaitu hubungan pribadi antara pihak-pihak yang bertempat di lapisan sosial yang tidak setara. Dalam konteks politik, Shefter mengemukakan bahwa patronase adalah sebuah mekanisme hubungan untuk menciptakan jaringan dukungan sosial dan politik yang kuat dengan cara distribusi keuntungan antara politis kepada pemilih dan para pegiat kampanye (Shefter 1994: 283, n.3; dalam Hutchcroft 2014: 176-177). Hubungan ini ditandai dengan adanya pemimpin (patron) dan pengikut (klien), di mana masing-masing pihak menawarkan sesuatu yang bernilai kepada pihak lain.

Seiring berjalannya waktu, klientelisme dan patronase menjadi satu kesatuan teori yang saling berkaitan, yakni disebut sebagai interaksi patro-klien. Menurut James Scott, interaksi patron-klien ialah ikatan diadik (dua orang) yang bersifat dikotomis dan hirarkis, antara “yang lebih tinggi” (patron) dan “yang lebih rendah” (klien).

Dalam penelitian-penelitian terdahulu seringkali menggunakan teori klientelisme dan patronase dan/atau patro-klien untuk mengkaji masalah penelitian seputar politik uang dalam bentuk *vote buying*. Namun, dalam penelitian ini peneliti tidak menyandingkan masalah penelitian dengan teori ini karena peneliti ingin mengamati masalah dalam perspektif aktor dibalik praktik politik uang dan/atau *vote buying*.

Sebagai teori pendukung, konsep klientelisme dan patronase memberikan perspektif mengenai pola hubungan antara kandidat politik dengan pemilih yang difasilitasi oleh Botoh dalam praktik *vote buying*. Botoh bertindak sebagai penghubung yang menjamin bahwa distribusi bantuan atau insentif dari kandidat ke pemilih dapat berjalan lancar sesuai harapan patron. Dalam konteks ini, Botoh juga dapat dianggap sebagai “mini patron” yang menjalin hubungan langsung dengan pemilih dan memastikan bahwa hubungan timbal balik antara kandidat dan pemilih terjaga. Teori klientelisme membantu penelitian ini dalam menguraikan pola kerja Botoh yang tidak hanya berperan sebagai perantara, tetapi juga memastikan terjalinnya hubungan patron-klien yang stabil.

1.5.2.3 Teori Politik Uang

Konsep politik uang khususnya dalam konteks jual beli suara dapat dipahami melalui kerangka teori milik James S. Coleman (1970) yang menyatakan bahwa dalam politik uang, uang berfungsi sebagai alat untuk mentransfer dan mengakumulasi kekuasaan dalam sistem politik, seperti halnya dalam pasar ekonomi. Dalam sistem politik modern, Coleman menyatakan bahwa kekuatan politik dan ekonomi merupakan dua aspek yang memiliki kesamaan, terutama dalam hal mempengaruhi individu atau kelompok untuk mencapai hasil yang diinginkan. Namun, terdapat perbedaan utama yang terletak pada kemampuan negosiasi dari setiap bentuk kekuasaan. Uang dapat dengan mudah ditransfer dan digunakan oleh pemegang yang berbeda, sementara kekuasaan politik biasanya kurang fleksibel karena terikat pada individu atau institusi tertentu. Terlepas dari kekakuan ini, Coleman (1970) mencatat bahwa mekanisme informal, seperti perdagangan suara dan kredit politik memberikan celah bagi para aktor politik untuk bertransaksi untuk tujuan kekuasaan dari waktu ke waktu.

Dalam konteks jual beli suara, teori Coleman memberikan arah untuk menganalisis penggunaan uang terhadap manipulasi hasil pemilu. Dengan menawarkan insentif finansial, aktor politik dapat secara efektif “membeli” suara masyarakat, mengalihkan kekuasaan dari pemilih ke diri mereka sendiri dengan melewati proses politik formal. Dengan cara ini, uang berfungsi sebagai pengganti pengaruh bagi kandidat atau pialang politik untuk mengamankan kemenangan pemilu dengan menggunakan sumber daya keuangan untuk mempengaruhi perilaku pemilih.

1.5.2.4 Teori Jaringan Sosial

Teori jaringan sosial dapat dipahami melalui pemikiran Mark Granovetter (1973) yang memperkenalkan konsep interpretatif terkait jaringan sosial. Granovetter berpendapat bahwa ikatan sosial dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, antara lain:

- 1) Ikatan yang kuat (strong ties): mengacu pada hubungan yang dekat dan intim, seperti hubungan dalam keluarga atau di antara teman dekat.
- 2) Ikatan yang lemah (weak ties): mengacu pada hubungan yang lebih longgar, seperti hubungan di antara kenalan atau kolega.

Granovetter menyatakan bahwa meskipun ikatan yang kuat berperan penting dalam menjaga kohesi sosial dalam kelompok kecil, ikatan yang lemah tidak kalah berperan dalam menyebarkan informasi dan menjembatani kelompok-kelompok sosial yang berbeda. Ikatan yang lemah berfungsi sebagai penghubung antara jaringan yang berbeda, memfasilitasi aliran informasi yang lebih luas dan akses ke sumber daya yang tidak dapat dilakukan oleh ikatan yang kuat. Akibatnya, jaringan sosial yang terdiri dari banyak ikatan lemah lebih efektif dalam membentuk koneksi antar kelompok sosial.

Selain itu, McClurg (2003) juga mengemukakan pemikirannya tentang jaringan sosial, bahwa jaringan sosial memberikan jalan bagi individu untuk mendapatkan informasi politik melalui interaksi informal, khususnya pertukaran informasi politik. Proses pertukaran informasi semacam ini memberikan peluang bagi individu untuk mengatasi keterbatasan sumber daya pribadi, seperti

pendidikan, pendapatan, atau koneksi lebih tinggi dengan mengimbangnya dengan sumber daya sosial yang diperoleh melalui interaksi jaringan.

Teori ini membantu peneliti dalam mengkaji bagaimana Botoh memanfaatkan jaringan sosial untuk memperkuat pengaruhnya dalam praktik *vote buying*. Botoh bekerja dalam jaringan sosial yang luas, yang melibatkan relasi personal, kekeluargaan, atau bahkan relasi ekonomi yang dibangun atas dasar kepercayaan. Sebagai broker, Botoh memanfaatkan hubungan-hubungan ini untuk mempengaruhi pemilih agar menerima tawaran dalam praktik *vote buying* dan memberikan dukungan kepada kandidat yang diinginkan. Dengan demikian, teori ini membantu menjelaskan strategi jaringan yang digunakan Botoh untuk menguatkan posisi mereka sebagai perantara antara kandidat dan pemilih.

1.5.2.5 Teori Rational Choice

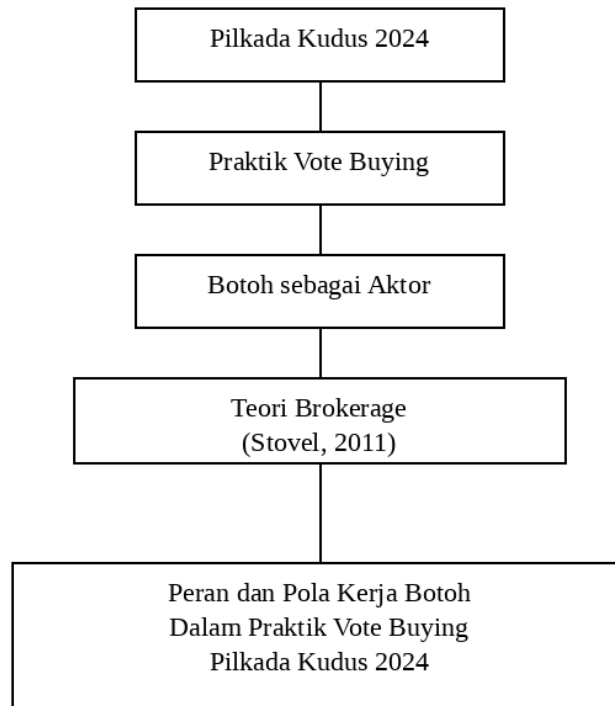
Menurut Catherine H. Zuckert (1995), Teori Rational Choice merupakan konseptualisasi yang tentang pengambilan keputusan manusia yang menggarisbawahi perhitungan untuk mencapai hasil optimal yang diinginkan. Sesuai dengan teori ini, manusia sebagai aktor membuat keputusan berdasarkan kepentingan pribadi mereka dan cenderung berusaha untuk memaksimalkan preferensi mereka dengan biaya minimal tetapi mendapat keuntungan maksimal.

Selain itu, perspektif lain terkait pilihan rasional dapat dipahami melalui pemikiran Johan van Benthem dan Jan van Eijck (2009) yang menjelaskan bahwa teori pilihan rasional menggarisbawahi proses pengambilan keputusan, di mana individu dianggap sebagai agen rasional yang memilih tindakan optimal untuk

memaksimalkan utilitas mereka dalam situasi tertentu. Salah satu metodologi utama untuk memastikan keputusan rasional adalah dengan informasi yang lengkap.

Dalam penelitian ini, teori *rational choice* berperan sebagai landasan untuk peneliti memahami motivasi kandidat dalam memutuskan untuk bekerja sama dengan Botoh dalam *vote buying* dan sebaliknya.

1.6 Kerangka Berpikir



1.7 Operasionalisasi Konsep

Tabel 1.7.1 Operasionalisasi Konsep

Konsep Utama Penelitian	Dimensi	Indikator / Fenomena Penelitian
1. Peran Botoh dalam Praktik <i>Vote buying</i>	Relasi	1.1 Bentuk hubungan awal yang terjalin antara Botoh dengan kandidat atau tim sukses
	Botoh dengan kandidat	1.2 Mekanisme perekrutan atau keterlibatan Botoh dalam jaringan pemenangan

		1.3 Peran Botoh dalam menjembatani komunikasi antara kandidat dengan pemilih
	Peran Botoh dalam distribusi dukungan	1.4 Peran Botoh dalam menyampaikan atau menyalurkan insentif (uang/barang/jasa) kepada pemilih 1.5 Pengalaman Botoh dalam menghubungkan kebutuhan kandidat dengan harapan pemilih 1.6 Peran Botoh dalam menggunakan jaringan sosial atau komunitas lokal untuk mendukung kandidat
2. Pola Kerja Botoh dalam Praktik <i>Vote buying</i>	Strategi pendekatan Botoh	2.1 Cara Botoh mendekati pemilih untuk mengenalkan kandidat 2.2 Teknik komunikasi atau persuasi yang digunakan Botoh dalam memengaruhi pilihan pemilih 2.3 Cara Botoh menjaga hubungan dengan pemilih selama proses pemilu 2.4 Pola pengawasan atau tindak lanjut Botoh terhadap pemilih setelah menerima insentif (jika ada)
	Mekanisme kerja Botoh	2.5 Proses interaksi Botoh dengan kandidat dan tim sukses selama tahapan kampanye

		2.6 Bentuk jaringan kerja yang dibangun oleh Botoh (siapa saja yang dilibatkan, seperti tokoh masyarakat atau perangkat desa) 2.7 Cara distribusi insentif yang dilakukan (waktu, bentuk, dan saluran distribusi) 2.8 Strategi Botoh dalam mengoordinasikan jaringan kerjanya di lapangan 2.9 Pola adaptasi Botoh terhadap kondisi sosial dan budaya lokal Kudus 2.10 Keterlibatan pihak lain atau tokoh masyarakat dalam memperkuat kerja Botoh
--	--	---

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang digunakan untuk menemukan, mengolah data, dan menggali informasi dalam sebuah penelitian yang diperoleh dari pemecahan masalah. Menurut Sugiyono (2016), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan mendeskripsikan, membuktikan, dan menganalisis fenomena yang terjadi. Dalam dunia akademis dan ilmiah, pemilihan metode yang tepat sangatlah penting, karena metode yang digunakan akan mempengaruhi hasil penelitian serta validitas dan reliabilitas data yang diperoleh. Secara umum, metode penelitian dapat dibagi menjadi dua kategori besar, yaitu metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kuantitatif biasanya melibatkan pengumpulan data numerik dan analisis statistik, sedangkan

penelitian kualitatif lebih berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial dan perilaku manusia melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Melalui penerapan metode penelitian, seorang peneliti dapat memastikan bentuk permasalahan. Data yang diperoleh digunakan untuk memecahkan suatu masalah dalam mengkaji penemuan-penemuan baru sehingga tercipta suatu teori baru.

1.8.1 Tipe Penelitian

Penelitian dengan judul “Botoh dalam Praktik *Vote buying* pada Pilkada Kudus Tahun 2024” menerapkan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang berfokus pada pemahaman dan interpretasi makna dari pengalaman individu atau kelompok dalam konteks sosial dan budaya dari fenomena yang diteliti (Cresswell, 2003). Dalam penelitian ini, fenomena yang diteliti adalah praktik *vote buying* suara oleh Botoh pada Pilkada Kudus tahun 2024.

Proses penelitian kualitatif ini melibatkan langkah-langkah penting seperti merumuskan pertanyaan penelitian yang spesifik, mengumpulkan data yang relevan, dan menganalisis data secara mendalam. Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian kualitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat *postpositivism* yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi nyata di lapangan dan menganalisis secara rinci

setiap fenomena yang ditemukan. Menurut Lexy J. Moleong (2017:11), pendekatan deskriptif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memaparkan situasi-situasi atau kejadian-kejadian dengan melibatkan pengumpulan data yang dapat berupa kata-kata, gambar, dan bentuk-bentuk informasi kualitatif lainnya. Data dapat berasal dari berbagai sumber, seperti transkrip wawancara, catatan lapangan, memo, dan dokumen resmi lainnya.

Dalam penelitian kualitatif deskriptif ini, peneliti berfokus pada pengamatan pola kerja Botoh dalam praktik *vote buying* dan memahami jaringan sosial serta metode yang digunakan untuk mempengaruhi perilaku pemilih dalam Pilkada Kudus tahun 2024.

1.8.2 Situs Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Kudus, khususnya pada lokasi-lokasi yang menjadi pusat aktivitas politik selama Pilkada 2024. Observasi juga dilakukan di beberapa wilayah yang dikenal sebagai basis Botoh yakni di Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Melalui wawancara dan observasi di lokasi-lokasi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai peran Botoh dalam praktik *vote buying* pada pemilihan kepala daerah di Kudus tahun 2024. Dengan fokus pada situs-situs ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang spesifik dan komprehensif mengenai fenomena politik yang terjadi dalam konteks Pilkada Kudus tahun 2024.

1.8.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam kajian merupakan unsur penting yang menentukan keberhasilan dalam memperoleh data yang relevan. Pemilihan subjek penelitian

dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh berasal dari individu yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait fenomena penelitian. Sebagaimana dijelaskan oleh Arikunto (2006), subjek penelitian adalah individu yang dituju untuk memberikan keterangan mengenai fakta atau pendapat tertentu. Dalam konteks penelitian ini, subjek penelitian terdiri dari beberapa kategori, antara lain:

Subjek penelitian ini ditentukan secara purposif dengan mempertimbangkan relevansi dan kedalaman informasi yang dapat diberikan terkait praktik Botoh dalam dinamika politik lokal.

Narasumber dalam penelitian ini terdiri atas beberapa kategori, yaitu: **(1)** Botoh sebanyak 2 (dua) orang yang berasal dari latar belakang serta pola keterlibatan yang berbeda, yakni Botoh oportunistis dan Botoh klientelis berbasis kekerabatan, yang berperan sebagai broker inti dalam praktik *vote buying*; **(2)** kepala desa 2 (dua) orang dari 2 desa yang berbeda sebagai aktor pemerintahan di tingkat lokal yang memiliki kedekatan langsung dengan masyarakat desa serta memahami dinamika sosial dan politik, termasuk pola interaksi Botoh dalam lingkup pemerintahan dan kehidupan sosial desa; **(3)** elit partai politik/anggota dewan 2 (dua) orang dari Partai PDI-P dan Nasdem yang terlibat dalam proses pemenangan kandidat dan memanfaatkan keberadaan Botoh sebagai bagian dari strategi elektoral; serta **(4)** tim lapangan pada level operasional 2 (dua) orang yang berperan dalam pelaksanaan teknis pemenangan di tingkat akar rumput dan menjadi penghubung antara strategi pemenangan dan realitas lapangan. Jumlah wawancara mendalam yang ditargetkan minimal lima narasumber, dengan harapan memperoleh data yang

kaya, beragam, dan mampu memberikan perspektif multipihak. Strategi pendekatan terhadap narasumber dilakukan secara bertahap dengan menekankan sikap persuasif dan dialogis. Peneliti tidak serta-merta menyinggung praktik Botoh secara langsung, melainkan memulai pembicaraan dengan isu-isu sosial atau politik lokal yang bersifat umum. Melalui proses ini, narasumber diharapkan merasa nyaman dan aman, sehingga lebih terbuka dalam menyampaikan pengalaman maupun pandangan mengenai keberadaan dan peran Botoh dalam kontestasi politik.

1.8.4 Jenis Data

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif yang berusaha memberikan gambaran dan penjelasan tentang orang-orang, tindakan, serta peristiwa yang terjadi di sekitar praktik *vote buying* yang melibatkan Botoh pada Pilkada Kudus tahun 2024. Jenis data kualitatif ini penting untuk memahami konteks sosial dan budaya terkait eksistensi Botoh. Dengan jenis data ini, peneliti berharap bisa menggali lebih dalam bagaimana peran pola kerja Botoh terbentuk dan bagaimana strategi mereka mempengaruhi pemilih dalam konteks politik lokal di Kudus.

1.8.5 Sumber Data

Data merupakan elemen kunci dalam setiap penelitian, karena data yang baik memberikan wawasan yang lebih dalam dan akurat untuk membantu peneliti dalam memahami fenomena yang sedang diteliti. Dalam konteks praktik *vote buying* yang melibatkan Botoh, penelitian ini mengandalkan dua jenis data yang saling melengkapi, yaitu:

1. Data primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan berbagai kategori subjek penelitian yang dianggap relevan dalam memahami praktik *vote buying* dan keterlibatan Botoh dalam pemilu. Subjek tersebut meliputi:

1. **INF-1**, yaitu Botoh tipe oportunis yang berperan sebagai broker inti dan terlibat dalam praktik *vote buying* berdasarkan perhitungan peluang kemenangan kandidat.
2. **INF-2**, yaitu Botoh tipe klientelis berbasis kekerabatan yang menjalankan peran broker inti dengan mengandalkan relasi sosial jangka panjang.
3. **INF-3** yaitu kepala desa di wilayah yang berperan sebagai aktor penyangga legitimasi lokal dan memiliki posisi strategis dalam menjaga stabilitas sosial di tingkat desa.
4. **INF-4**, yaitu kepala desa di wilayah yang berperan dalam dinamika politik desa serta menjadi titik temu antara struktur pemerintahan desa dan aktivitas politik elektoral.
5. **INF-5**, yaitu aktor atau elite partai dari PDI Perjuangan yang mewakili peran struktural partai politik dalam proses pemenangan kandidat.
6. **INF-6**, yaitu aktor atau elite partai dari Partai Nasdem yang mewakili kepentingan dan peran struktural partai politik dalam kontestasi elektoral.
7. **INF-7**, yaitu tim lapangan pada level operasional yang terlibat langsung dalam kerja teknis pemenangan di tingkat akar rumput.
8. **INF-8**, yaitu tim lapangan pada level operasional yang menjalankan fungsi distribusi dan koordinasi terbatas dalam jaringan pemenangan.

Pelibatan subjek penelitian yang berasal dari berbagai lapisan jaringan politik tersebut didasarkan pada pemahaman bahwa praktik *vote buying* tidak dijalankan oleh satu aktor tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi antara broker politik, elite partai, aktor lapangan, dan aktor lokal lainnya. Untuk menjaga kerahasiaan identitas serta memenuhi prinsip etika penelitian, seluruh subjek penelitian disajikan menggunakan kode narasumber yang merepresentasikan kategori dan peran masing-masing aktor tanpa menampilkan identitas personal secara langsung.

Pendekatan wawancara dilakukan secara bertahap dan dialogis dalam bentuk bincang santai, diawali dengan isu-isu sosial atau politik lokal secara umum sebelum mengarah pada praktik Botoh, agar narasumber merasa nyaman sekaligus terbuka dalam menyampaikan pengalaman maupun pandangan mereka. Dengan strategi ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan data yang kaya, beragam, dan mencerminkan dinamika multipihak terkait fenomena yang diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari berbagai sumber yang relevan seperti literatur akademis, laporan penelitian terdahulu, artikel berita, dokumentasi lapangan. Selain itu, analisis data sekunder juga akan mencakup tinjauan lapangan pilkada Kudus tahun 2024, hasil survei kandidat, dan dokumen yang berkaitan dengan integritas pilkada.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Kualitas dan keakuratan data penelitian dilakukan melalui penentuan teknik pengumpulan data yang tepat. Menurut Creswell (2014), pengumpulan data dapat

dilakukan melalui berbagai metode, seperti wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumen. Penelitian yang berfokus pada praktik *vote buying* dan peran serta pola kerja Botoh dalam pemilihan kepala daerah (Pilkada) ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara triangulasi, sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan interaksi verbal antara dua pihak yang dilakukan untuk tujuan tertentu. Pihak yang terlibat dalam wawancara terdiri dari pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Peneliti akan melaksanakan wawancara secara langsung (*face to face*) dengan partisipan dengan pertanyaan yang bersifat terbuka dan tidak terstruktur untuk menggali pendapat dari partisipan secara lebih mendalam.

Pendekatan terhadap subjek penelitian dalam penelitian ini dilakukan dengan hati-hati mengingat topik penelitian berkaitan dengan praktik politik uang dan peran Botoh, yang termasuk isu sensitif dalam konteks Pilkada Kudus 2024. Oleh karena itu, peneliti menggunakan strategi komunikasi yang bersifat halus dan bertahap agar tidak menimbulkan kesan bahwa penelitian ini secara langsung “mengincar” praktik Botoh.

Pertama, peneliti menggunakan *purposive sampling* untuk menentukan narasumber yang dinilai relevan dengan fokus penelitian. Pemilihan narasumber dilakukan dengan mempertimbangkan keterlibatan, pengetahuan, dan posisi mereka dalam jaringan politik lokal.

Kedua, dalam proses pengumpulan data, peneliti tidak langsung menanyakan mengenai praktik Botoh, melainkan memulai wawancara dengan pertanyaan-pertanyaan umum mengenai dinamika politik lokal, persepsi masyarakat terhadap kandidat dan praktik politik uang, serta pola mobilisasi dukungan. Pendekatan ini dimaksudkan untuk menciptakan suasana percakapan yang lebih natural dan mengalir sebelum mengerucut pada tema yang lebih spesifik mengenai peran *Botoh* dalam praktik *vote buying* pada Pilkada Kudus tahun 2024.

Ketiga, peneliti menggunakan bahasa yang kontekstual sesuai istilah yang biasa dipahami masyarakat setempat. Alih-alih menggunakan istilah “Botoh” atau “politik uang” secara eksplisit pada tahap awal, peneliti menggunakan istilah yang lebih netral seperti “tim sukses”, “penggerak suara”, atau “orang lapangan”. Hal ini bertujuan untuk mengurangi resistensi dari narasumber dan mempermudah akses informasi.

Keempat, untuk memperkuat legitimasi penelitian, peneliti menekankan prinsip kerahasiaan data dan etika penelitian. Setiap narasumber dijelaskan bahwa informasi yang diberikan hanya digunakan untuk tujuan akademis dan identitas narasumber dijaga kerahasiaannya. Penekanan ini diharapkan dapat menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan narasumber dalam memberikan informasi.

Terakhir, peneliti juga menggunakan teknik *snowball approach* sebagai bagian dari implementasi *purposive sampling*, di mana narasumber awal yang dipilih secara purposif kemudian merekomendasikan informan lain yang

dianggap relevan. Pada implementasi lapangan, peneliti mendapatkan saran dari narasumber INF-1 agar selanjutnya melakukan wawancara terhadap 2 tim lapangan dari jaringan INF-1, yang kemudian dalam penelitian ini berkode INF-7 dan TL-2.

2. Studi Pustaka

Dalam konteks penelitian, studi pustaka berfungsi sebagai landasan teoritis yang membantu peneliti untuk mengkaji dan menganalisis praktik *vote buying* serta peran Botoh dalam proses pilkada. Melalui studi pustaka, peneliti dapat mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, seperti buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen resmi yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

3. Dokumentasi

Peneliti akan mendokumentasikan dokumen privat berupa catatan lapangan selama melakukan observasi langsung terhadap interaksi dan kegiatan Botoh selama pilkada 2024. Selain itu, peneliti juga akan menganalisis dokumen publik, seperti memo, instruksi, peraturan, laporan, dan arsip resmi lainnya yang berkaitan dengan pelaksanaan Pilkada.

1.8.7 Analisis Interpretasi Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses untuk memahami makna di balik data yang dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan dokumen.

Hal ini meliputi pengorganisasian data ke dalam kategori, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, menentukan apa yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan, di mana proses ini dilakukan sebelum, selama, dan setelah fase penelitian.

Miles dan Huberman (1992:16) dalam Sugiyono (2017: 134), mengemukakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif terdiri dari beberapa tahap yang saling berkaitan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Masing-masing tahap ini memiliki peran penting dalam menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti.

1. Pengumpulan data

Tahap ini merupakan langkah awal dalam analisis data kualitatif. Pada tahap ini, peneliti melakukan pengumpulan informasi melalui berbagai metode, seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan pengumpulan dokumen. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan perspektif yang lebih spesifik dan objektif dari responden, sementara observasi dilakukan untuk memberikan konteks yang nyata tentang perilaku dan interaksi individu dalam lingkungan mereka. Pengumpulan dokumen seperti laporan, artikel, atau catatan lapangan, juga dapat memberikan wawasan tambahan bagi penelitian. Proses pengumpulan data ini harus dilakukan secara sistematis dan terencana, agar data yang diperoleh relevan dan dapat dipercaya.

Penelitian ini dilakukan setelah penyelenggaraan Pilkada Kudus 2024 selesai. Dengan demikian, pendekatan penelitian difokuskan pada rekonstruksi

pengalaman dan praktik politik uang melalui wawancara mendalam, penelusuran dokumen, serta triangulasi dengan sumber-sumber lokal.

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Proses reduksi data meliputi menyaring, merangkum, dan mengelompokkan yang terkumpul, dengan tujuan untuk mengidentifikasi informasi yang paling relevan dengan pertanyaan penelitian. Pada tahap ini, dilakukan proses pengkodean data yang meliputi pelabelan atau pengkodean segmen-segmen tertentu dari data yang mencerminkan tema atau pola yang muncul. Pengkodean dilakukan dengan beberapa cara, termasuk pengkodean terbuka, di mana peneliti mengidentifikasi kategori awal data, dan pengkodean terfokus, di mana peneliti mengembangkan kategori yang lebih spesifik berdasarkan kode-kode awal yang telah ditetapkan. Proses reduksi data ini sangat penting karena memungkinkan peneliti untuk menghilangkan informasi yang tidak relevan dan fokus pada data yang penting untuk analisis lebih lanjut.

3. *Display data* (Penyajian Data)

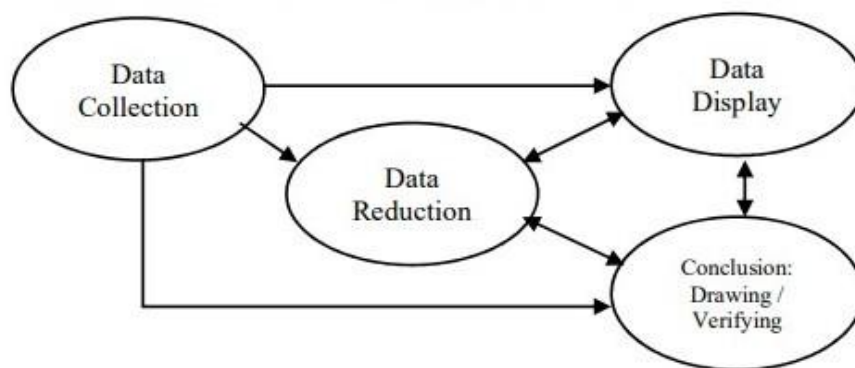
Tahap penyajian data berkaitan dengan pengorganisasian dan penyajian data dalam format yang mudah dipahami. Hal ini dapat berupa narasi deskriptif, tabel, grafik, atau diagram yang menjelaskan hubungan antara tema-tema yang teridentifikasi. Penyajian data yang efektif memungkinkan pembaca untuk dengan cepat memahami temuan penelitian dan cara data mendukung argumen atau kesimpulan yang diambil. Dalam menyajikan data, sangat penting bagi peneliti untuk menjaga kejelasan dan konsistensi, memastikan bahwa pembaca dapat dengan mudah mengikuti alur penalaran peneliti.

4. *Conclusion Drawing and Verification* (Kesimpulan dan Verifikasi)

Pada tahap ini, peneliti membuat kesimpulan berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh. Kesimpulan tidak hanya memberikan wawasan yang lebih dalam tentang fenomena yang diteliti, tetapi juga harus mampu memverifikasi temuan dan memastikan validitas dan reliabilitasnya. Salah satu metode verifikasi adalah melalui triangulasi, yang melibatkan perbandingan data dari sumber atau metode yang berbeda untuk memastikan konsistensi. Selain itu, *member checking* dapat dilakukan dengan meminta umpan balik dari responden mengenai temuan-temuan yang ada untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan pengalaman mereka.

Gambar 1.8.1

Komponen Dalam Analisis Data (Interactive Model)



Sumber: Metode Penelitian Kualitatif, Sugiyono (2017:134)

1.8.8 Kualitas Data

Dalam rangka memperoleh hasil penelitian yang berkualitas, peneliti menerapkan serangkaian tahapan keabsahan data yang disebut validitas data.

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terkumpul pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti saat berada di lapangan. Menurut Sugiyono (2019), validitas data merujuk pada sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Peneliti juga menggunakan teknik triangulasi untuk memastikan keabsahan data.

Triangulasi adalah metode pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sumber atau metode lain untuk tujuan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data yang diperoleh. Menurut Denzin (1978), triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai sumber data, metode, atau peneliti untuk meningkatkan keandalan dan validitas data. Dengan demikian, data yang didapatkan menjadi lebih komprehensif dan sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti menggunakan triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan dan memverifikasi derajat kepercayaan informasi yang diperoleh dari waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Triangulasi sumber ini mencakup data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara, serta data sekunder yang berupa dokumen terkait.

Penggunaan teknik triangulasi sumber akan menghasilkan data yang lebih mendalam karena informasi yang diperoleh tidak hanya berasal dari satu sudut pandang, melainkan dari berbagai perspektif yang berbeda antara satu sumber dengan sumber data lainnya. Dengan adanya variasi data, hal ini akan berpengaruh positif terhadap analisis penelitian, di mana peneliti dapat melakukan analisis secara lebih komprehensif dan mendalam. Triangulasi sumber data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Mencocokkan hasil wawancara dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti.
2. Hasil wawancara dan observasi yang telah dicocokkan tersebut kemudian dicocokkan dengan dokumen terkait lainnya. Menyandingkan hasil wawancara dan observasi dengan dokumen terkait. Dalam teknik triangulasi sumber, hasil perbandingan tidak harus berasal dari kesamaan pandangan, pendapat, atau pemikiran. Sebaliknya, peneliti dapat mengetahui adanya alasan-alasan yang menyebabkan terjadinya perbedaan-perbedaan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai fenomena yang diteliti.