

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Klientelisme politik mengacu pada praktik pemberian bantuan pribadi, kontrak pekerjaan, dukungan kesejahteraan, uang, dan sebagainya yang dianggap sebagai imbalan atas dukungan pada saat Pemilihan Umum (Berenschot, 2018). Dalam laporan World Bank (2017), semakin banyak pengakuan bahwa cara mobilisasi pemilu ini yang mendasari adanya sejumlah pembangunan. Hal ini tidak lepas dari tantangan mulai dari korupsi, penyediaan layanan publik yang tidak memadai hingga kekerasan etnis dan lemahnya supremasi hukum (Mungiu Pippidi, 2015)

Klientelisme dilakukan calon legislatif untuk memperoleh dukungan dan suara dari masyarakat. Praktik ini dapat efektif dalam jangka pendek untuk mendapatkan suara, tetapi juga memiliki pengaruh jangka panjang yang dapat mengganggu kekuasaan dalam pemerintahan. Calon legislatif menggunakan strategi ini untuk menjangkau kelompok pemilih tertentu yang dianggap strategis atau memiliki potensi memberikan dukungan signifikan. Elit politik seringkali berhasil mengubah kekayaan materi menjadi kekuasaan politik (Winters, 2011). Strategi ini dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan atau kepentingan khusus kelompok tersebut. Dengan menggunakan praktik klientelisme, politisi dapat menjalankan kampanye yang lebih terfokus dan personal, yang sering kali lebih efektif dalam menarik perhatian dan mendapatkan dukungan daripada kampanye yang umum dilakukan. Politik klientelistik lebih banyak terjadi di daerah dengan tingkat kemiskinan yang lebih rendah, jumlah penduduk pedesaan yang lebih banyak, dan jumlah kelas menengah yang lebih besar (Berenschot, 2018). Ketergantungan pada anggaran negara menumbuhkan kontrol yang terkonsentrasi karena memusatkan kekuasaan di tangan elit penguasa yang mampu mengalokasikan sumber daya negara.

Klientelisme politik terjadi ketika para pemilih, tim sukses atau aktor-aktor lain yang menyediakan dukungan elektoral bagi para politisi dengan imbalan berupa bantuan atau manfaat material. Para politisi tersebut menggunakan praktik klientelisme untuk memenangkan pemilihan dengan membagi-bagikan bantuan, barang-barang, atau uang tunai kepada para pemilih baik individual maupun kelompok-kelompok kecil. Dalam salah satu artikelnya, Berenschot mengkaji dan mendalami indikasi dari seberapa jauh hubungan patron-klien masih menjadi bagian dari dinamika demokrasi, terutama pada tingkat daerah (Aspinall & Berenschot, 2019). Umumnya, klientelisme sering melibatkan jaringan informal yang digambarkan melalui jaringan kekerabatan, relasi keluarga yang dimiliki sebagai sumberdaya dan modal dalam bentuk pemilih, sampai kepada pemanfaatan jaringan organisasi yang memiliki basis massa yang besar (Siregar, 2020).

Aspinall mengungkapkan bahwa Indonesia dilukiskan sebagai negara dengan budaya klientelisme yang mengakar hal tersebut dikaitkan dengan masih maraknya politik transaksional yang terjadi pada saat menjelang pemilu (Aspinall dan Sukmajati, 2015). Konsep patron-klien menyoroti hubungan yang berlaku dalam masyarakat di mana ada pihak yang memiliki kekuasaan atau sumber daya (patron) dan pihak lain yang membutuhkan dukungan atau bantuan (klien). Dalam politik, hubungan ini sering kali termanifestasi dalam bentuk interaksi antara calon legislatif sebagai patron dengan pemilih atau konstituennya sebagai klien. Klientelisme terjadi di beberapa daerah di Indonesia yang didukung oleh tokoh masyarakat atau masyarakat lokal hingga mempengaruhi hasil pemungutan suara. Tokoh masyarakat atau masyarakat lokal memanfaatkan pola hubungan klientelisme yang dimilikinya untuk memenangkan calon tertentu dalam Pemilihan Legislatif. Ciri khas politik klientelistik bukanlah pada jenis keuntungan yang ditawarkan, atau niat elektoral di baliknya, melainkan pada seberapa besar manfaat yang ditawarkan (Berenschot, 2018).

Literatur terkait klientelisme secara umum menganalisis hubungan antara pembangunan ekonomi dengan bagaimana peningkatan pendapatan dan pertumbuhan kelas menengah yang terjadi dapat mengurangi hasil suara dan meningkatkan biaya strategi klientelisme bagi politisi (Stokes, 2007). Magaloni, Diaz Cayeros, dan Estévez (2007) menyatakan bahwa, suatu negara berkembang dengan pemilih yang menjadi lebih kaya, klientelisme dapat terkikis sebagai bentuk pertukaran politik yang dominan karena biayanya yang terlalu mahal. Sejalan dengan hal ini, sebagian berpendapat bahwa pemilih dengan ekonomi yang rendah lebih enggan mengambil risiko dan lebih mudah tergoda oleh keuntungan yang bersifat klien (Scott, 1972). Peningkatan pendapatan dapat mengurangi kepuasan masyarakat dari segala bentuk klientelisme yang ditawarkan oleh calon legislatif sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi efektifitas secara keseluruhan dari praktik klientelisme (Robinson & Verdier, 2013). Argumen kedua berfokus pada bagaimana pembangunan ekonomi dapat menghasilkan kelas menengah yang lebih besar yang mungkin tidak menyukai praktik klientelisme (Weitz-Shapiro, 2014). Di kota-kota yang kurang erat hubungannya, pertukaran klientelisme lebih sulit diterapkan sehingga hasilnya kurang efektif (Stokes dkk., 2013). Keterbatasan literatur ini adalah bahwa literatur ini sebagian besar berfokus pada pembelian suara dan akses terhadap program kesejahteraan saja.

Perdebatan terkait praktik klientelisme dalam konteks politik mencakup beragam sudut pandang dan argumen, baik yang mendukung maupun yang menentangnya. Praktik klientelisme dianggap dapat memfasilitasi partisipasi politik yang lebih besar dari masyarakat yang sebelumnya merasa terpinggirkan, atau menghasilkan manipulasi politik yang lebih besar. Beberapa penelitian mengklaim bahwa hubungan ini dapat memobilisasi pemilih yang sebelumnya tidak terlibat dalam proses politik, sementara yang lain menegaskan bahwa hal itu hanya menghasilkan pengaruh yang tidak sehat dan terpolarisasi di antara pemilih. Perdebatan ini mencerminkan kompleksitas dinamika politik dalam hubungan patron-klien, yang melibatkan pertimbangan moral, politik, dan ekonomi yang kompleks. Sementara beberapa orang melihat fenomena ini sebagai solusi

pragmatis dalam mengatasi kekurangan pemerintah dan mengkhawatirkan dampak negatif terhadap demokrasi, partisipasi politik, dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Perbedaan antara patronase dan klientelisme dapat dilihat dari karakteristiknya masing-masing. Karakteristik patronase mencerminkan ciri-ciri khusus dari hubungan patron-klien yang bersifat personal, informal, sukarela, tidak setara, dan bersifat satu arah. Sedangkan karakteristik utama dari klientelisme menurut ahli adalah bersifat timbal-balik, hierarkis, dan berulang atau tidak terjadi sekali saja. Dalam konteks patronase, relasi antara patron dan klien yang sering kali melibatkan pertukaran dukungan dan bantuan. Namun, ketika patron berperan sebagai perantara yang menghubungkan klien dengan komunitas atau kelompok yang lebih luas di luar hubungan langsung mereka, struktur relasinya bisa berubah menjadi tiga arah (Tomsa & Ufen, 2012).

Banyak studi yang memberikan pandangan bahwa salah satu ciri utama lainnya dari klientelisme adalah adanya sosok perantara. Namun, tidak setiap praktik patronase juga bersifat klientelistik. Kandidat yang memberikan sumber daya baik berupa barang maupun jasa kepada pemilih yang tidak pernah ditemui oleh sang kandidat atau tidak akan ditemui lagi tidak dapat dipahami sebagai klientelisme. Sebab, karakter lain yang melekat pada relasi klientelistik adalah adanya relasi berulang (*iterative*) dan bukan relasi tunggal (*one-off*). Dengan demikian, dalam sebuah relasi, elemen timbal balik kadang tidak terjadi karena klien yang mendapatkan bantuan atau keuntungan tidak merasa terbebani untuk membalas pemberian dari patron dengan cara klien harus memilih patron dalam Pemilihan Umum (Aspinall & Sukmajati, 2015). Oleh sebab itu, relasi pertukaran sumber daya yang saling menguntungkan dapat menjadi relasi patronase, namun tidak semua relasi patronase memiliki karakter relasi klientelistik (Pratama, 2017).

Tujuan dasar dari praktik klientelisme adalah penyediaan jaminan sosial dasar bagi subsistensi dan keamanan. Praktik ini menjadi hubungan ekonomi yang sering digunakan pada ajang kontestasi politik khususnya pada Pemilihan Umum (Winters, 2011). Hubungan calon legislatif dengan kliennya yaitu saling mempengaruhi, dipengaruhi, demikian juga sebaliknya. Keadaan seperti inilah yang kemudian menciptakan hubungan simbiosis mutualisme yang saling menguntungkan dalam perpolitikan. Proses politik yang berciri patron klien masih banyak dipraktikkan dalam proses pada saat pelaksanaan Pemilihan Legislatif. Hal ini tentunya disebabkan karena adanya keuntungan elektoral yang dimiliki oleh seorang kandidat yang menjadi patron dalam satu wilayah. Adanya ketergantungan klien kepada aktor politik yang menjadi patronnya yang menjadikan strategi para patron dalam meraih dukungan elektoral pemilih khususnya yang menjadi klien selama ini.

Pada kenyataannya, ketidakmampuan pemerintah dalam memberikan kesejahteraan dan kehidupan yang layak bagi masyarakat menciptakan peluang bagi calon legislatif untuk memanfaatkan situasi tersebut (Auerbach, 2016). Dalam kondisi kebutuhan dasar seperti pekerjaan, pendidikan, dan akses layanan publik tidak terpenuhi secara memadai, pemilih seringkali mencari solusi alternatif, terutama dari tokoh-tokoh politik yang menawarkan bantuan ekonomi atau bantuan sosial lainnya. Calon legislatif yang memiliki sumber daya atau akses kekayaan sering kali memanfaatkan situasi tersebut untuk membangun basis dukungan politik dengan memberikan bantuan ekonomi kepada masyarakat yang membutuhkan. Bantuan ini tidak diberikan secara cuma-cuma. Sebagai gantinya, calon legislatif mengharapkan dukungan politik dari penerima bantuan, menciptakan hubungan patron-klien di mana pemilih menjadi klien yang diharapkan memberikan suara mereka dalam pemilihan.

Klientelisme yang dilakukan pada pemilihan legislatif mencerminkan berbagai cara seperti dukungan politik, finansial, dan sosial dapat mempengaruhi proses kampanye dan hasil pemilihan. Herbert Kitschelt mendefinisikan intensitas upaya klientelistik erat kaitannya dengan seberapa banyak upaya yang dikeluarkan kandidat dengan memberikan serangkaian akses manfaat (Kitschelt dkk., 2009). Bentuk praktik klientelisme mengacu pada berbagai cara di mana patron (calon legislatif) dan klien (pendukung dan pemilih) berinteraksi dalam konteks sosial, politik, atau ekonomi. Hubungan ini sering melibatkan pertukaran dukungan dan manfaat, di mana masing-masing pihak mendapatkan keuntungan dari hubungan tersebut. Bentuk hubungan patron klien dapat berupa pemberian pribadi, pemberian layanan dan akses masyarakat, pembelian suara serta adanya patronase politik. Bentuk-bentuk hubungan ini tentunya dapat menunjukkan bagaimana kekuasaan dan sumber daya berperan dalam membentuk strategi politik dan hasil akhir dari pemilihan legislatif.

Dalam situasi seperti ini, masyarakat sering kali merasa terjebak dalam dilema antara kebutuhan ekonomi dan tanggung jawab politik sebagai Warga Negara Indonesia (WNI). Masyarakat merasa terdorong untuk mendukung calon legislatif yang memberikan bantuan ekonomi, meskipun tindakan tersebut mempertaruhkan independensi politik mereka sebagai WNI. Dengan kata lain, kebutuhan ekonomi yang mendesak dapat memaksa masyarakat untuk menjadi klien politik bagi calon legislatif yang menawarkan bantuan. Bagi calon legislatif, strategi ini dapat menjadi cara yang efektif untuk membangun basis dukungan politik yang kuat, terutama di komunitas-komunitas yang rentan secara ekonomi. Wolfgang Muno (2010) berpendapat, bahwa patron dapat mengontrol sumber daya dan memberikan kepada kliennya, klien menerima dan menggunakan sumberdaya tersebut dan menukarnya dengan sumber daya yang dimiliki, pertukaran itu tidak harus segera diberikan namun dapat dalam waktu tertentu (Muno, 2010). Namun, hal ini juga menciptakan risiko penyalahgunaan kekuasaan, di mana calon legislatif menggunakan bantuan ekonomi sebagai alat untuk memperkuat posisi politik mereka tanpa memprioritaskan kepentingan dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, fenomena ini menyoroti kompleksitas dinamika politik di mana

kebutuhan ekonomi dan politik saling terkait di mana pemilihan politik sering kali bukan hanya tentang ideologi atau program kebijakan, tetapi juga tentang pertukaran kepentingan dan kebutuhan yang lebih mendesak.

H. Sri Fahrudin Bisri Slamet, S.E., (Slamet) merupakan anggota DPRD Demak dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan sejak tahun 2004, yang terpilih sebanyak 5 kali dalam Pemilu 2004, Pemilu 2009, Pemilu 2014, Pemilu 2019 dan Pemilu 2024. Pada ketiga pemilihan tersebut Slamet mewakili Demak untuk Daerah Pemilihan (Dapil) Kecamatan Karangawen dan Mranggen. Pada periode 2019-2024, Slamet ditunjuk sebagai Ketua DPRD Demak. Pada tahun 2024 Slamet menjabat sebagai Wakil Ketua DPRD Demak.

Tabel 1. 1 Keterpilihan Sri Fahrudin Bisri Slamet Selama 5 Periode

Tahun Pemilu	Daerah Pemilihan	Jumlah Suara
2004	Demak 5	5.655 suara
2009	Demak 2	5.369 suara
2014	Demak 5	15.133 suara
2019	Demak 4	15.003 suara
2024	Demak 4	14.316 suara

Sumber: KPU Kabupaten Demak

Slamet bisa dikategorikan sebagai patron yang maju di Pemilihan Legislatif Kabupaten Demak. Slamet membangun relasi patron klien dengan konstituennya. Daerah pemilihan Slamet adalah daerah Pemilihan Kabupaten Demak Dapil 4 yaitu Kecamatan Karangawen dan Kecamatan Mranggen. Slamet juga membentuk organisasi massa yang melibatkan banyak golongan yang tentunya akan memberikan kesempatan secara luas dalam berpartisipasi. Hal ini dapat menjamin kontinuitas dan kelestarian dukungannya.

Penelitian ini berusaha menganalisis bentuk klientelisme yang terjadi antara Slamet dengan masyarakat pemilihnya. Hubungan ini menjadi menarik, karena mayoritas masyarakat di Kabupaten Demak kembali memberikan dukungan kepada Slamet untuk maju dan kembali terpilih dalam kontestasi Pemilu tahun 2024. Hubungan antara Slamet dengan konstituennya dipengaruhi oleh dinamika politik lokal, persaingan dengan kandidat lain, dan faktor-faktor sosial-ekonomi dalam masyarakat di daerah pemilihannya. Kombinasi dari faktor-faktor ini dapat menjelaskan bagaimana Slamet berhasil memenangkan Pemilihan Legislatif dalam 5 (lima) periode berturut-turut. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lain adalah fokus penelitian yang lebih spesifik terhadap hubungan patron-klien yang dipengaruhi oleh satu figur dalam konteks pemilihan legislatif. Penelitian ini juga menganalisa bagaimana Slamet dapat terpilih dalam Pemilihan Legislatif 2024.

Berdasar dari uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk menganalisis bagaimana hubungan kuasa dan suara dalam bekerjanya patron klien keterpilihan Slamet pada Pemilihan Legislatif 2024 dengan judul “Hubungan Kuasa dan Suara: Bentuk Klientelisme Keterpilihan Calon Legislatif Pada Pemilihan Legislatif 2024”. Penelitian ini di arahkan untuk mampu menjelaskan bagaimana bentuk dan bekerjanya praktik klientelisme dalam memenangkan calon legislatif pada Pemilihan Legislatif 2024.

1.2.Rumusan Masalah

Rumusan masalah menjadi suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2015). Berdasarkan Latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian di atas yakni

1. Bagaimana bekerjanya klientelisme dalam keterpilihan Sri Fahrudin Bisri Slamet pada Pemilihan Legislatif 2024?
2. Apa saja bentuk klientelisme yang di bangun dalam keterpilihan Sri Fahrudin Bisri Slamet pada Pemilihan Legislatif 2024?
3. Bagaimana klientelisme dapat membangun peluang keterpilihan Sri Fahrudin Bisri Slamet dalam Pemilihan Legislatif 2024?

1.3.Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang terdapat pada rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis bekerjanya klientelisme dalam keterpilihan Sri Fahrudin Bisri Slamet Pemilihan Legislatif 2024.
2. Menganalisis bentuk klientelisme yang di bangun dalam keterpilihan Sri Fahrudin Bisri Slamet pada Pemilihan Legislatif 2024.
3. Menganalisis klientelisme dapat membangun peluang keterpilihan Sri Fahrudin Bisri Slamet dalam Pemilihan Legislatif 2024.

1.4.Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara Teoritis

1. Menjawab fenomena sosial-politik terkait dengan bentuk klientelisme yang dibangun dalam Pemilihan Legislatif Kabupaten Demak.
2. Menunjukkan secara ilmiah sikap dan perilaku pemilih khususnya di Kabupaten Demak.
3. Memperkaya khasanah kajian Ilmu politik untuk perkembangan keilmuan, khususnya pada bentuk klientelisme.

2. Manfaat secara Praktis

1. Sebagai sarana untuk melatih dan mengembangkan wawasan kemampuan berfikir dalam penulisan karya ilmiah.
2. Memberikan bahan rujukan bagi yang berminat dalam memahami bentuk patronase dan klientelisme.
3. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang bentuk patronase dan klientelisme.

1.5. Tinjauan Pustaka (*Literature Riview*)

Perkembangan politik yang semakin menarik di Indonesia tidak hanya berfokus pada isu-isu politik semata, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai kepentingan yang ada. Fenomena yang paling terlihat adalah peningkatan dalam hubungan klientelisme yang kuat antara elit politik dengan berbagai unsur seperti organisasi masyarakat, yang saling memanfaatkan satu sama lain dalam hubungan simbiosis mutualisme (Hilmawan, 2022). Penelitian yang berjudul *Politisasi Birokrasi Lokal dalam Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung* oleh Lutfi Wahyudi menjelaskan bahwa patron-klien adalah hubungan yang berbasis pada pertukaran jasa atau dukungan. Patron memberikan bantuan kepada klien, seperti bantuan ekonomi atau sosial, sementara klien akan memberikan loyalitas dengan memberikan dukungan dan hak suaranya (Wahyudi, 2019). Dalam perpolitikan di Indonesia, sistem patron-klien dapat memperkuat stabilitas politik dengan menciptakan jaringan dukungan yang luas. Relasi patron-klien membantu memastikan bahwa suara atau dukungan politik tersebar secara merata. Di sisi lain, sistem ini bisa menyebabkan korupsi, penyalahgunaan kekuasaan, dan penurunan transparansi. Patron-klien sering dikritik karena memfasilitasi praktik favoritisme dan menghambat reformasi yang lebih adil (Madung, 2016).

Hubungan patron-klien dapat membantu dalam distribusi sumber daya dan menciptakan peluang ekonomi di kalangan kelompok yang kurang terlayani. Sistem ini bisa memperkuat ketidakadilan ekonomi dengan menciptakan ketergantungan dan menghambat persaingan yang adil. Patron akan lebih memprioritaskan kepentingan pribadi atau kelompoknya sendiri daripada kepentingan umum (Iriawan & Edyanto, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Fadiyah, Dina dan Umami Zakiah yang berjudul “Menguatnya Ikatan Patronase dan Perpolitikan Indonesia” membuktikan bahwa gejala patronase di Indonesia masih tetap eksis berakar dalam perpolitikan di Indonesia, model-model lama seperti patronase juga tetap berhasil eksis di dalam dunia politik (Fadiyah, etc., 2018). Namun, menurut Noel Liata dalam penelitiannya yang berjudul “Relasi Pertukaran Sosial antara Masyarakat dan Partai Politik”, menjelaskan bahwa

hubungan pertukaran sosial saling menguntungkan (simbiosis mutualisme) antara masyarakat dan elite politik dianggap sebagai sesuatu yang kotor, cenderung apatis, bukan sebagai sarana perjuangan politik untuk menghasilkan keuntungan (Liata, 2020).

Penelitian yang dilakukan Irfandi Setiawan yang berjudul *Patronase dan Klientalisme Politik* menjelaskan bahwa hubungan patron-klien yang terbentuk antara calon legislatif dan masyarakat di daerah pemilihan yaitu terjadinya hubungan timbal-balik antara calon legislatif sebagai patron dengan masyarakat sebagai klien. Bentuk-bentuk hubungan tersebut antara lain yaitu, pemberian-pemberian pribadi, pelayanan dan aktivitas kepada masyarakat, dan pembelian suara (Setiawan, 2022). Menurut Edward Aspinall & Ward Berenschot dalam bukunya yang berjudul *Democracy For Sale* melihat dalam mendapatkan kekuasaan para politisi mendistribusikan proyek berskala kecil, uang tunai dan barang-barang lain kepada para pemilih atau kelompok-kelompok masyarakat tertentu. Para politisi terjebak dalam pola pertukaran klientelistik (Aspinall & Berenschot, 2019).

Praktik patron-klien dalam konteks politik mencakup beragam sudut pandang dan argumen. Sebagian berpendapat bahwa hubungan patron-klien dapat membawa manfaat bagi masyarakat yang membutuhkan, terutama di daerah yang kurang berkembang atau terpinggirkan. Calon legislatif yang berperan sebagai patron dapat memberikan perlindungan, dukungan, atau bantuan kepada masyarakat sebagai klien yang belum pernah masyarakat rasakan karena pemerintah yang lamban dan korupsi. Di sisi lain, banyak yang menyoroti potensi penyalahgunaan kekuasaan dalam hubungan patron-klien, di mana politisi dapat memanipulasi pemilih dengan menggunakan bantuan ekonomi untuk memperoleh dukungan politik, tanpa benar-benar memperhatikan kepentingan masyarakat secara keseluruhan (Iriawan & Edyanto, 2024). Hubungan patron-klien secara efektif meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau justru menciptakan ketergantungan yang berkelanjutan (Muslimin, 2020). Beberapa pendukungnya berargumen bahwa bantuan ekonomi dan layanan yang diberikan

oleh patron dapat membantu masyarakat untuk mengatasi kesulitan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Namun, terdapat kekhawatiran bahwa hubungan ini dapat menciptakan ketergantungan yang tidak sehat, di mana masyarakat menjadi tergantung pada bantuan politik dan kehilangan kemampuan untuk mandiri atau mengatasi akar masalah struktural yang ada.

Penelitian lain juga berpendapat bahwa hubungan patron-klien merusak prinsip demokrasi yang sehat, di mana pemilih seharusnya membuat keputusan berdasarkan pada ideologi, program kebijakan, dan rekam jejak calon, bukan bantuan ekonomi atau perlindungan yang diterima (Rindiana, 2023). Adanya kekhawatiran bahwa hubungan ini dapat menghasilkan oligarki politik di mana kekuasaan terkonsentrasi di tangan sejumlah politisi yang kuat, sementara suara dan kepentingan masyarakat menjadi terabaikan (Nurdin, 2021).

Perdebatan mengenai hubungan patron-klien dapat memfasilitasi partisipasi politik yang lebih besar dari masyarakat yang sebelumnya merasa terpinggirkan, atau justru menghasilkan manipulasi politik yang lebih besar (Witzjaksono, 2017). Beberapa penelitian mengklaim bahwa hubungan ini dapat memobilisasi pemilih yang sebelumnya tidak terlibat dalam proses politik, sementara yang lain menegaskan bahwa hal itu hanya menghasilkan pengaruh yang tidak sehat dan terpolarisasi di antara pemilih. Perdebatan ini mencerminkan kompleksitas dinamika politik dalam hubungan patron-klien, yang melibatkan pertimbangan moral, politik, dan ekonomi yang kompleks. Sementara beberapa orang melihat fenomena ini sebagai solusi dalam mengatasi kekurangan pemerintah dan mengkhawatirkan dampak negatifnya terhadap demokrasi, partisipasi politik, dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dalam hubungan patron-klien, terbentuklah sebuah jaringan atau aliansi politik yang saling menguntungkan. Patron memberikan dukungan kepada klien, sementara klien mendapatkan legitimasi dan dukungan dari orang kuat lokal untuk mencapai tujuan politiknya. Sebagai imbalannya, patron bisa memanfaatkan kemenangan atau kekuasaan politik klien untuk memperluas pengaruhnya atau mempertahankan posisinya di tingkat yang lebih tinggi, seperti di level nasional.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian lain adalah fokusnya yang lebih spesifik terhadap hubungan patron-klien yang dipengaruhi oleh satu figur dalam konteks Pemilihan Legislatif. Penelitian ini tidak hanya membatasi pada pemahaman umum tentang patron-klien dalam pemilihan legislatif, tetapi lebih menyoroti bagaimana satu figur atau tokoh tertentu mempengaruhi dinamika tersebut. Perbandingan dengan penelitian yang lebih spesifik terhadap satu figur atau tokoh dalam patron-klien dalam pemilihan legislatif menunjukkan bahwa kedua pendekatan ini dapat memberikan wawasan yang berbeda-beda. Penelitian yang lebih umum memberikan pemahaman yang lebih luas tentang fenomena patron-klien dalam konteks politik, sementara penelitian yang lebih spesifik dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pengaruh individu atau tokoh tertentu dalam dinamika politik yang lebih terfokus. Perbedaan antara patronase dan klientelisme dapat dilihat dari karakteristiknya masing-masing. Karakteristik patronase mencerminkan ciri-ciri khusus dari hubungan patron-klien yang bersifat personal, informal, sukarela, resiprokal, tidak setara, dan bersifat dua arah. Sedangkan karakteristik utama dari klientelisme menurut ahli adalah bersifat timbal-balik, hierarkis, dan berulang atau tidak terjadi sekali saja (Tomsa & Ufen, 2012).

Tidak setiap praktik patronase juga bersifat klientelistik (Aspinall & Sukmajati, 2015). Kandidat yang memberikan sumber daya baik berupa barang maupun jasa kepada pemilih yang tidak pernah ditemui oleh sang kandidat atau tidak akan ditemui lagi tidak dapat dipahami sebagai klientelisme. Sebab, karakter lain yang melekat pada relasi klientelistik adalah adanya relasi berulang (*iterative*) dan bukan relasi tunggal (*one-off*). Dengan demikian, dalam sebuah relasi, elemen timbal balik kadang tidak terjadi karena klien yang mendapatkan bantuan atau keuntungan tidak merasa terbebani untuk membalas pemberian dari patron dengan cara klien harus memilih patron dalam Pemilihan Umum (Aspinall & Sukmajati, 2015). Oleh sebab itu, relasi pertukaran sumber daya yang saling menguntungkan dapat menjadi relasi patronase, namun tidak semua relasi patronase memiliki karakter relasi klientelistik (Pratama, 2017).

1.6.Kerangka Pemikiran Teoritis

1. Patronase dan Klientelisme

Menurut Aspinall dan Sukmajati (2015), patronase merupakan pembagian keuntungan di antara politisi untuk mendistribusikan sesuatu secara individual kepada pemilih, para pekerja atau pegiat kampanye, dalam rangka mendapatkan dukungan politik dari mereka Aspinall dan Sukmajati (2015). Patronase merupakan pemberian uang tunai, barang atau jasa yang didistribusikan oleh politisi, termasuk keuntungan yang ditujukan untuk individu (misalnya, amplop berisi uang tunai) dan kepada kelompok atau komunitas (misalnya, lapangan sepak bola baru untuk para pemuda di sebuah kampung). Patronase merujuk pada materi atau keuntungan yang didistribusikan oleh politisi kepada pemilih atau pendukung. Sedangkan, klientelisme merupakan karakter relasi antara politisi dengan pemilih atau pendukung. Klientelisme merupakan relasi kekuasaan yang personalistik dan keuntungan material yang di pertukarkan dengan dukungan politik. Beberapa elemen klientelisme menurut Scott (1972) yaitu konsistensi dalam dukungan, identifikasi ideologis, pemilihan berdasarkan kinerja atau harapan serta faktor-faktor psikologis dan sosial.

Relasi klientelisme adalah relasi tatap muka secara langsung (*face to face*). Sifat tatap muka dalam hubungan patron-klien dikarenakan patron tidak sembarangan dalam memilih orang untuk diajak bekerjasama sebagai partner atau klien. Patron memilih orang yang sudah dikenalnya untuk dapat bekerjasama dan dapat dijadikan kliennya. Hicken (2011) menyebutkan definisi klientelisme yang mengandung tiga hal sebagai berikut :

1. Adanya kontingensi atau timbal balik pemberian barang atau jasa dari klien yang merupakan respons langsung terhadap pemberian keuntungan dari pihak lain (patron). Biasanya sumber-sumber material dipertukarkan dengan suara atau bentuk dukungan politik lainnya.
2. Adanya penekanan pada relasi kekuasaan yang tidak seimbang. Posisi patron yang memiliki kekayaan, dan status sosial yang lebih tinggi dari

klien. Sedangkan, klien adalah seorang individu yang telah memasuki sebuah hubungan pertukaran yang tidak setara dimana klien tidak dapat membalas sepenuhnya dengan materi. Klien memiliki kewajiban untuk membalas jasa patron yakni dengan memberikan tenaga dan pengabdian.

3. Aspek pengulangan

Pertukaran klientelistik berlangsung secara terus menerus. Sifat berkelanjutan dari pertukaran dalam sistem klientelisme memastikan bahwa hubungan antara patron dan klien tetap aktif dan saling mendukung sepanjang waktu.

Hubungan klientelisme melibatkan pertukaran dukungan atau bantuan dari patron dengan imbalan dukungan, loyalitas, atau layanan dari klien. Patron memberikan keuntungan, seperti akses ke sumber daya atau perlindungan, sedangkan klien memberikan dukungan atau kesetiaan sebagai balasan. Relasi klientelisme menjadi sistem di mana patron dan klien terlibat dalam hubungan timbal balik yang berfokus pada pertukaran dukungan dan manfaat, dengan ketidakseimbangan kekuasaan yang signifikan, dan interaksi yang bersifat personal dan informal.

Menurut Scott, hubungan patron-klien sering kali didasarkan pada jaringan informasi, balas budi sosial, dan pertukaran politik yang kompleks di antara masyarakat tradisional. Hubungan ini sering kali didasarkan pada pertukaran atau saling ketergantungan, di mana patron memberikan dukungan atau sumber daya kepada klien, dan klien memberikan dukungan politik atau loyalitas kepada patron. James Scott (1972), mengklasifikasikan hubungan patron-klien yaitu hubungan pola gugus dan piramida. Pola gugus adalah bentuk hubungan patron-klien dimana terdapat satu patron dengan beberapa klien. Scott menjelaskan ciri-ciri dari relasi patron klien dalam hubungannya yang terbagi menjadi 3 (tiga) hal sebagai berikut:

1. Hubungan Personal

Hubungan personal merupakan hubungan bersifat langsung serta intensif antara patron dan klien. Hubungan yang terjadi tidak hanya berdasarkan motif keuntungan saja, melainkan unsur perasaan akibat hubungan yang

bersifat pribadi. Perasaan yang muncul bersifat emosional dan muncul dari diri manusia. Di dalam hubungan personal ini terdapat juga unsur saling percaya.

2. Hubungan Loyalitas

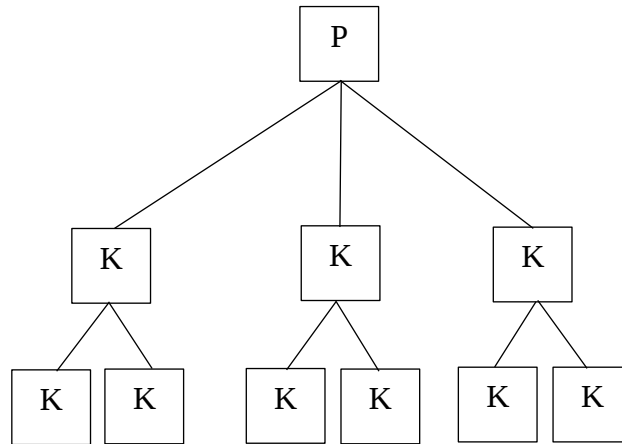
Hubungan loyalitas yang berarti kesetiaan dan kepatuhan. Hubungan loyalitas dan kesetiaan yang sudah terbangun lama antara patron dan konstituennya yang menjadi dasar hubungan patron klien tercipta dan berjalan sesuai norma yang ada.

3. Hubungan Resiprositas

Hubungan resiprositas ditunjukkan dengan adanya hubungan yang saling memberikan keuntungan satu sama lain, walaupun terkadang dalam posisi yang tidak seimbang. Masyarakat merasa memiliki hutang budi kepada patron dan akan membalas budinya dengan cara memenangkan patron dalam kontestasi politik.

Pengelompokan berdasarkan pada relasi antara satu patron sebagai pusat yang di bawahnya diikuti secara langsung oleh sejumlah klien yang turut menjadi patron dengan kliennya masing-masing. Jaringan sosial atau politik di mana ada struktur hierarkis yang terdiri dari lapisan-lapisan atau tingkatan patron dan klien. Misalnya, seorang patron tertinggi (patron utama) dapat memiliki beberapa patron di bawahnya, dan masing-masing patron tersebut dapat memiliki klien mereka sendiri. Atas hal tersebut, kondisi ini dinamakan sebagai Piramida. Dalam kategori kelompok Piramida, saat klien memiliki “klien” nya, maka secara vertikal akan memiliki hubungan resiprositas yang berbeda. Hal ini dapat ditunjukkan ketika saat menghadapi klien, ia akan menjadi patron yang masih setia dengan patronnya dan memperlakukan klien sesuai kehendak patron. Konteks pengelompokan patron klien ini tergambarkan pada gambar di bawah yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan.

Gambar 1. 1 Relasi Patron-Klien dalam Kelompok Piramida



Keterangan :

P : Patron

K : Klien

Sumber : Scott, 1972

Hubungan patron klien yang horizontal antar patron terjadi hubungan yang relatif setara, masing-masing patron menjalin hubungan yang sama-sama berada pada tingkat setara. Patron-patron yang berada dalam hubungan horizontal cenderung menjalankan hubungan ini dengan tujuan saling menguntungkan. Mereka dapat membentuk jaringan kerjasama untuk mencapai tujuan bersama, seperti mendapatkan kekuasaan politik atau mengakses sumber daya yang lebih besar. Hubungan ini dapat dimengerti sebagai saling ketergantungan dalam konteks politik, ekonomi, atau sosial tertentu. Hubungan patron-klien yang terlihat sebagai suatu fakta sosial-kultural dan hanya didasarkan pada perjanjian informal menjadi pembungkus yang halus dari hubungan sosial, politik dan ekonomi yang diwarnai ketidaksetaraan. Dalam hubungan patron klien, konsep ketidaksamaan (*inequality*) berbeda dengan konsep ketidakseimbangan (*imbalance*), karena pertukaran barang dan jasa yang diberikan tidak selalu sama dengan yang diterima (Ansyari, etc., 2019). Namun, pertukaran bisa saja seimbang menurut kedua belah

pihak. Konsep patron-klien sebenarnya berangkat dari teori pertukaran sosial (*social exchange theory*) yang dikemukakan oleh Blau, bahwa ketidakseimbangan dalam masyarakat terhadap materi dan keadaan sosial adalah menghasilkan perbedaan dalam kekuasaan. Struktur kekuasaan muncul karena terjadinya suatu hubungan pertukaran yang tidak seimbang. Dalam hubungan ini sering terjadi kesengajaan ketidakseimbangan atau ketidaksamaan pertukaran oleh kedua belah pihak agar kontrak atau hubungan timbal balik tidak berhenti.

2. Bentuk Klientelisme Pemilihan Legislatif

Bentuk klientelisme menjadi suatu norma yang menjadi kekuatan tersendiri dimana didalamnya berisi hak-hak dan kewajiban yang harus dilakukan oleh kedua belah pihak. Pola hubungan yang terbangun berkaitan dengan kepentingan calon legislatif dan kepentingan masyarakat dengan mempertimbangkan “upah-hadiah”. Hal tersebut merupakan realitas yang tidak bisa di hindari, terlebih lebih masyarakat yang serba materialis. Inilah yang mendasari perilaku adalah pertimbangan ekonomis dan kenyamanan psikologis. Dalam hal ini yang di pertukarkan tidak hanya uang, tetapi juga barang-barang lain, seperti: penerimaan, kerelaan, martabat, cinta, perasaan dan lain sebagainya yang bukan materialistis. Patron tidak hanya memberikan kesejahteraan kepada klien saja tetapi patron juga memberikan kesejahteraan kepada keluarga dari klien tersebut (Ramadhan, 2020). Hal inilah kemudian yang memberikan rasa kenyamanan bagi klien karna merasa diberikan kesejahteraan dan perlindungan dari patron. Berikut adalah beberapa bentuk klientelisme dalam konteks pemilihan legislatif menurut Aspinall dan Sukmajati (2015):

1) Pemberian-pemberian pribadi

Pemberian-pemberian pribadi yang diberikan kepada calon pemilih dengan tujuan untuk memperkuat atau merekatkan hubungan antara calon legislatif dengan para pemilih. Pemberian pribadi dapat berupa souvenir seperti pin, kalender, atau benda-benda kecil lainnya yang memiliki logo atau gambar dari calon legislatif. Souvenir ini dapat berfungsi sebagai pengingat kepada pemilih untuk tetap mendukung calon tersebut. Selain itu, calon legislatif juga memberi

bantuan sosial kemanusiaan berupa sembako, perlengkapan sekolah, atau bantuan finansial kepada keluarga yang membutuhkan. Hal ini dapat membangun hubungan emosional dan solidaritas antara calon dan pemilih. Praktik pemberian-pemberian pribadi ini sering kali dimaksudkan untuk membangun hubungan personal antara calon dan pemilih, serta untuk meningkatkan tingkat pengenalan dan dukungan terhadap calon tersebut.

2) Pelayanan dan Aktivitas Kepada Masyarakat

Pelayanan dan aktivitas merupakan tindakan dilakukan oleh kandidat yang menyediakan atau membiayai beragam pelayanan dan aktivitas kepada para pemilih atau masyarakat yang sudah di targetkan sebelumnya. Calon legislatif yang berperan sebagai patron berada dalam posisi untuk memberikan bantuan, dukungan, dan layanan kepada masyarakat atau tim sukses mereka di daerah pemilihan. Layanan yang diberikan calon legislatif dapat berupa pelayanan kesehatan gratis, penyedia mobil ambulans gratis dan layanan pemerintah lainnya. Bentuk aktivitas yang diberikan calon legislatif kepada pemilih seperti penyelenggaraan olahraga, turnamen forum pengajian, pesta-pesta, dan lain-lain. Calon legislatif membutuhkan dukungan dari tim sukses dan suara dari masyarakat untuk memperoleh posisi legislatif. Sebaliknya, tim sukses dan masyarakat bergantung pada calon legislatif untuk memperoleh manfaat atau pelayanan yang diberikan.

3) Pembelian Suara

Pembelian suara adalah praktik yang merujuk pada distribusi uang atau barang dari seorang calon legislatif kepada pemilih dengan tujuan untuk mempengaruhi hasil pemilihan. Pendistribusian ini sering disertai dengan harapan bahwa penerima (pemilih) akan memberikan suara atau dukungan politiknya kepada calon legislatif tersebut sebagai balasan atas pemberian uang atau barang. Hal ini merupakan strategi yang digunakan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam kontestasi pemilu yang ketat. Praktik ini akan menciptakan ketergantungan antara pemilih dengan calon legislatif. Pemilih akan bersifat tidak objektif terhadap calon legislatif yang memberi uang atau barang daripada melihat visi, program, atau integritas dari calon tersebut.

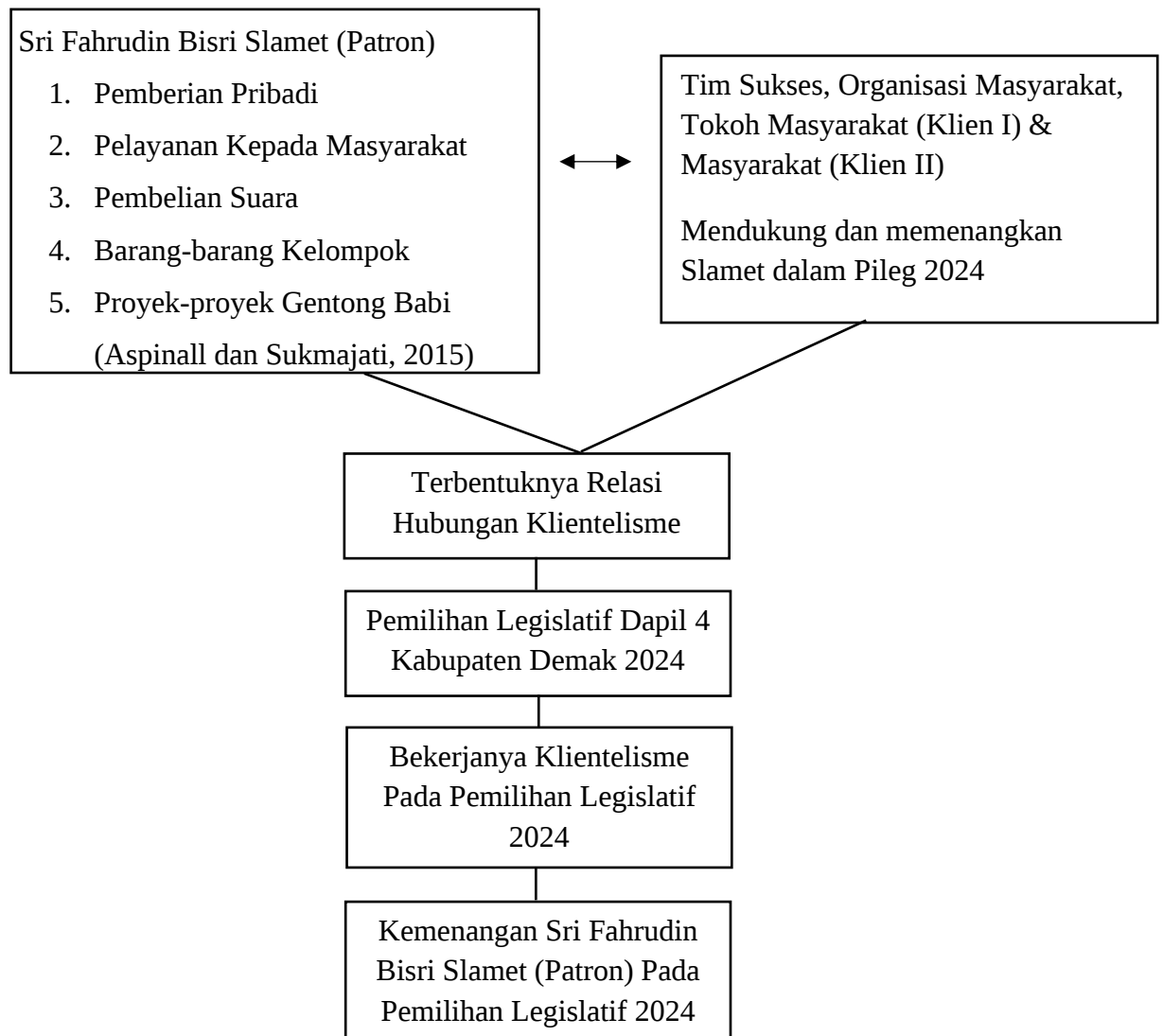
4) Barang-barang Kelompok

Barang-barang kelompok yang diberikan lebih untuk keuntungan bersama bagi kelompok sosial tertentu daripada keuntungan individual. Bentuk barang-barang kelompok yang diberikan dibedakan menjadi dua kategori yaitu donasi untuk asosiasi-asosiasi komunitas dan donasi untuk komunitas yang tinggal di lingkungan perkotaan, pedesaan, atau lingkungan lain. Jenis barang yang dibagikan adalah perlengkapan ibadah, peralatan olahraga, alat musik, peralatan dapur, tenda, peralatan pertanian, dan sejenisnya.

5) Proyek Gentong Babi (*Pork Barrel Politics*)

Proyek gentong babi merupakan proyek-proyek pemerintah yang ditujukan untuk wilayah geografis tertentu. Proyek ini adalah kegiatan yang ditujukan kepada publik dan didanai dengan dana publik dengan harapan publik akan memberikan dukungan politik kepada kandidat tertentu. Kandidat akan menjanjikan untuk memberikan program atau proyek yang didanai dengan dana publik untuk konstituen mereka berupa proyek-proyek infrastruktur berskala kecil atau keuntungan untuk kelompok komunitas tertentu, terutama untuk aktivitas-aktivitas yang bisa menghasilkan pendapatan. Calon legislatif kerap memberikan sumbangan pembangunan atau renovasi infrastruktur yang dibutuhkan oleh masyarakat tertentu, misalnya rumah ibadah, jalan atau kanal-kanal drainase, penyediaan penerangan jalan, sumur air untuk desa-desa, dan lain- lain.

Gambar 1. 2 Kerangka Teori Bentuk Klientelisme Slamet dengan Konstituennya



Sumber : Diolah oleh penulis

Relasi patron-klien merujuk pada hubungan timbal balik antara individu atau kelompok yang memiliki kekuasaan (patron) dan mereka yang bergantung pada kekuasaan tersebut (klien). Patron memberikan pemberian pribadi, pelayanan kepada masyarakat, pembelian suara serta patronase politik dengan imbalan dukungan politik, loyalitas, atau kontribusi dari pihak klien. Relasi patron-klien dapat memberikan keuntungan strategis yang signifikan bagi calon legislatif dalam

kontestasi pemilihan legislatif. Dengan dukungan finansial, mobilisasi pemilih, endorsement, imbalan kebijakan, dan akses ke informasi, patron-klien menciptakan jaringan dukungan yang dapat menentukan hasil pemilihan.

3. Praktik Klientelisme dalam Meningkatkan Keterpilihan Pada Pemilihan Legislatif

Klientelisme dalam konteks pemilihan legislatif mengacu pada praktik di mana politisi atau calon legislatif menggunakan kekuasaan atau posisinya untuk mendistribusikan materi atau keuntungan lain kepada pemilih atau pendukungnya (Scott, 1972). Praktik ini dapat mencakup pemberian bantuan sosial, pekerjaan, proyek infrastruktur, atau manfaat lainnya dengan tujuan untuk memperoleh dukungan politik. Relasi yang terjadi di sebuah peristiwa politik merupakan serangkaian upaya dari para patron yang terlibat untuk mempertahankan legitimasi seorang aktor politik yang dikemudian hari akan memberikan keuntungan baik bersifat material maupun non-material bagi aktor-aktor yang berperan dalam membangun hubungan patron-klien.

Konsep klientelisme dalam pemilihan legislatif mencerminkan dinamika politik yang kompleks di mana hubungan antara calon legislatif dengan pemilih tidak hanya berfokus pada Pemilihan Legislatif, tetapi juga pada interaksi yang berkelanjutan untuk membangun dan mempertahankan basis dukungan politik. Konsep patron-klien dalam pemilihan legislatif memang mencerminkan dinamika politik yang kompleks. Hal ini mengacu pada hubungan yang terjalin antara calon legislatif dengan pemilih, di mana tidak hanya terbatas pada periode pemilihan saja, tetapi juga melibatkan interaksi yang berkelanjutan untuk membangun dan mempertahankan dukungan politik.

Dalam konteks ini, calon legislatif sebagai patron memberikan manfaat atau layanan kepada pendukung atau pemilih sebagai klien dengan harapan mendapatkan dukungan politik dari mereka. Manfaat atau layanan ini bisa berupa bantuan finansial, proyek infrastruktur lokal, bantuan hukum, atau jasa sosial lainnya yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari pemilih. Dalam pertukaran ini, pemilih diharapkan untuk memberikan dukungan dalam bentuk suara atau loyalitas

politik. Dinamika ini mencerminkan kompleksitas politik di mana hubungan personal dan sosial memegang peran penting dalam mempengaruhi hasil pemilihan. Hal ini juga mencerminkan realitas bahwa pemilihan legislatif bukanlah sekadar acara satu kali dalam beberapa tahun, tetapi merupakan proses yang melibatkan interaksi dan komunikasi yang berkelanjutan antara wakil rakyat dan konstituennya.

Dengan demikian, konsep klientelisme dalam pemilihan legislatif memainkan peran penting dalam proses politik dengan memfasilitasi dukungan yang diperlukan untuk kampanye pemilihan. Dukungan ini membantu calon legislatif untuk mencapai kemenangan dan memperkuat posisi mereka di kekuasaan. Dengan memenuhi kewajiban terhadap patron dan membangun hubungan yang solid dengan basis pemilih, calon legislatif dapat memperpanjang dan melanggengkan kekuasaan calon legislatif yang terpilih.

Dengan demikian, praktik patronase dan klientelisme dalam pemilihan legislatif tidak hanya mempengaruhi hasil politik, tetapi juga memiliki potensi besar untuk membentuk kondisi ekonomi dan sosial masyarakat sebagai klien, melalui trereregimentasi kebijakan dan alokasi sumber daya yang dilakukan oleh pemerintah atau perwakilan yang terpilih. Dalam pemilihan legislatif, Calon legislatif sebagai patron memiliki kemampuan untuk memobilisasi dukungan dari penduduk lokal, baik melalui hubungan pribadi, jaringan politik, atau pengaruh sosial di komunitas.

Peter M. Blau (1964), menjelaskan bahwa konsep patron-klien sebenarnya berangkat dari teori pertukaran sosial (*social exchange theory*) bahwa ketidakseimbangan dalam masyarakat terhadap materi dan keadaan sosial adalah menghasilkan perbedaan dalam kekuasaan. Peluang dari adanya relasi patron-klien menurut Peter M. Blau, sebagai berikut:

1) Ketidakseimbangan Status antara Patron dan Klien

Ketidakseimbangan status antara patron dan klien merupakan salah satu ciri utama dari relasi patron-klien yang dijelaskan oleh Peter M. Blau. Dalam hubungan ini, terdapat perbedaan yang signifikan dalam posisi kekuasaan, kontrol atas sumber daya, dan pengaruh sosial atau politik antara patron dan klien. Patron biasanya

memiliki kekuasaan dan kontrol yang lebih besar dibandingkan klien, yang cenderung berada dalam posisi yang lebih rendah dalam aspek sosial atau politik. Ketidakseimbangan tersebut membuat hubungan patron-klien ini berlangsung lama, karena patron menggunakan kekuasaannya untuk mengikat klien supaya terus menjadi bagian dari konstituennya.

2) Kedudukan Patron Lebih Tinggi Dibandingkan dari Klien

Patron biasanya berada di posisi kedudukan yang lebih tinggi dalam aspek sosial, politik, dan ekonomi. Dengan posisi kedudukan yang lebih tinggi, patron memiliki kekuasaan untuk memengaruhi kebijakan atau keputusan strategis yang berdampak pada klien. Patron mampu mengarahkan atau mengontrol berbagai aspek kehidupan sosial atau politik. Patron memiliki kekuasaan untuk mempengaruhi kebijakan atau alokasi dana yang berdampak pada daerah pemilihannya (klien). Dengan demikian, klien akan bergantung pada patron untuk mendapatkan dukungan atau manfaat dari kebijakan tersebut.

3) Ketergantungan Klien pada Patron

Ketergantungan klien pada patron menjadi salah satu ciri dari relasi patron-klien yang dianalisis oleh Peter M. Blau. Ketergantungan ini mencerminkan bagaimana klien bergantung pada patron untuk mendapatkan berbagai bentuk bantuan atau perlindungan. Hubungan ini mempengaruhi dinamika kekuasaan dalam hubungan tersebut. Relasi patron-klien seringkali ditandai oleh ketergantungan timbal balik. Patron memberikan berbagai bentuk bantuan atau perlindungan, sementara klien memberikan dukungan, loyalitas, atau layanan sebagai bentuk balasan dari klien untuk patron. Hal tersebut dapat menciptakan jaringan ketergantungan yang saling menguntungkan.

4) Utang Budi Klien pada Patron

Utang budi klien pada patron menjadi salah satu ciri dalam relasi patron-klien yang menciptakan rasa kewajiban dan terima kasih di antara kedua belah pihak. Konsep ini memperkuat loyalitas klien terhadap patron. Klien merasa terdorong untuk mempertahankan hubungan yang baik dan memberikan dukungan tambahan sebagai bentuk pembayaran utang budi. Utang budi dapat dimanfaatkan oleh patron untuk mengharapkan lebih banyak dukungan atau loyalitas dari klien.

Patron menggunakan relasi ini untuk memperkuat posisinya dalam masyarakat atau politik. Dengan memberikan bantuan kepada klien, patron akan mendapatkan dukungan yang menjadi kekuatan politiknya. Relasi patron-klien ini akan menjadikan klien bergantung pada patron. Hubungan loyalitas ini dapat memastikan bahwa patron memiliki dukungan yang stabil dalam struktur kekuasaan yang ada. Dalam kontestasi politik, relasi patron-klien menjadi cara utama untuk memperoleh dan mempertahankan kekuasaan. Interest merujuk pada kepentingan yang dimiliki oleh individu, kelompok, atau organisasi yang ingin dicapai. Hal ini bisa meliputi kepentingan ekonomi, sosial, politik, atau budaya. Hubungannya dengan kekuasaan, kepentingan sering menjadi dasar bagi pembentukan aliansi dan mobilisasi dukungan dalam politik. Interaksi antara relasi patron-klien dan interest dapat dilihat dari klien sering kali memiliki kepentingan tertentu yang ingin dicapai dengan bantuan dari patron. Sebagai balasan atas dukungan patron, klien akan mendukung patron dalam upaya memenuhi kepentingan patron tersebut. Dalam beberapa kasus, kepentingan kolektif dari sejumlah klien dapat membentuk sebuah jaringan patron-klien yang lebih luas, yang dapat memperkuat posisi patron dan memengaruhi struktur kekuasaan yang lebih besar. Ketika kepentingan patron dan klien selaras, relasi ini dapat memperkuat kekuasaan patron secara signifikan.

1.7. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

Definisi konseptual mengacu pada pengertian atau konsep secara umum dari variabel atau fenomena yang diteliti. Hal ini merujuk pada pemahaman teoritis atau abstrak tentang apa yang dimaksud dengan variabel atau konsep tersebut. Definisi konseptual membantu peneliti untuk memahami secara konseptual bagaimana variabel atau fenomena ini berhubungan dengan konsep-konsep lain dalam kerangka studi. Definisi konseptual dan definisi operasional menjadi kunci untuk memperjelas indikator persoalan dan definisi operasional membantu menjembatani antara teori (definisi konseptual) dengan praktik (pengumpulan data) untuk di operasionalkan dalam penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini ada beberapa konsep utama yang digunakan antara lain sebagai berikut:

1. Patron Klien

Istilah “patron” berasal dari bahasa Spanyol yang secara etimologis "patron" merujuk pada seseorang yang memiliki kekuasaan, status, wewenang, dan pengaruh (Usman, 2004). Sedangkan, istilah "klien" dalam hubungan patron-klien merujuk pada individu atau kelompok yang berada dalam posisi yang lebih rendah dibandingkan dengan patron (Scott, 1972). Konsep ini melibatkan aliansi atau hubungan timbal balik antara dua pihak dengan tingkat kekuasaan, status, atau penghasilan yang berbeda. Scott menggunakan istilah "klien" untuk merujuk pada individu atau kelompok yang menerima perlindungan atau bantuan dari patron.

Patron-klien adalah hubungan asimetris di mana seorang pihak yang lebih kuat atau berkuasa (patron) memberikan perlindungan atau dukungan kepada pihak yang lebih lemah (klien) (Scott, 1972). Patron memiliki kekuasaan atau akses ke sumber daya yang dapat memberikan manfaat kepada klien, seperti perlindungan, bantuan ekonomi, atau akses ke kekuasaan politik. Patron-klien tidak hanya mencerminkan hubungan individual antara individu atau kelompok, tetapi juga hubungan yang lebih besar antara struktur sosial, kekuasaan politik, dan distribusi sumber daya di dalam masyarakat. Konsep ini penting untuk dipahami karena mempengaruhi banyak aspek kehidupan sosial, ekonomi, dan politik di Indonesia.

2. Patronase

Burke mendefinisikan patronase sebagai sistem politik yang berlandaskan pada hubungan pribadi antara pihak-pihak yang tidak setara antara pimpinan (patron) dan pengikutnya (klien) (Burke, 2001). Masing-masing pihak mempunyai sesuatu untuk ditawarkan. Klien menawarkan dukungan politik dan penghormatan kepada patron yang ditampilkan dalam berbagai bentuk simbolis (sikap kepatuhan, bahasa yang hormat, hadiah dan lain-lain). Di sisi lain, patron menawarkan kebaikan, pekerjaan dan perlindungan kepada kliennya (Scott, 1972).

3. Klientelisme

Istilah klientelisme berasal dari kata “cluere” yang artinya adalah “mendengarkan atau mematuhi”. Klientelisme adalah jaringan antara orang-orang yang memiliki ikatan sosial, ekonomi dan politik yang didalamnya mengandung elemen iterasi, status inequality dan resiprokal (Tomsa & Ufen, 2012). Klientelisme juga diartikan sebagai relasi kuasa antara patron dan klien yang bersifat personalistik, resiprositas, hierarkis dan iterasi. Maka dapat dipastikan bahwa klientelisme berbicara tentang jaringan atau relasi. Jaringan tersebut mengandung relasi kuasa yang tidak setara dimana patron memiliki kuasa penuh terhadap jaringan tersebut. Dalam kajian politik, klientelisme diartikan sebagai jaringan yang dikuasai patron untuk mengintervensi kliennya (Aspinall & Sukmajati, 2015).

4. Patronase dan Klientelisme dalam Pemilihan Legislatif

Dalam kontestasi politik seperti pemilihan legislatif, patronase dibagi dalam beberapa bentuk yang pertama yaitu pembelian suara (*vote buying*) yang dimaknai sebagai distribusi pembayaran uang tunai/barang dari kandidat kepada pemilih, secara tersruktur atau sistematis beberapa hari menjelang pemilu yang disertai dengan harapan implisit bahwa yang menerima akan membalasnya dengan memberikan suaranya pada pemberi. Kedua, yaitu pelayanan dan aktivitas (*service and activities*). Kandidat sering kali menyediakan atau membiayai beragam aktivitas atau pelayanan untuk pemilih. Ketiga, barang-barang kelompok (*club goods*), yaitu pemberian bantuan/donasi kepada komunitas seperti bantuan kepada klub olahraga atau kelompok agama dan yang keempat, proyek-proyek gentong babi (*Pork barrel projects*) yaitu proyek-proyek pemerintah yang ditunjukan untuk wilayah geografis tertentu (Aspinall & Sukmajati, 2015). Dengan demikian, klientelisme merupakan penjabaran yang lebih luas mengenai bentuk-bentuk praktik politik uang dalam proses kontestasi Pemilihan Legislatif. Hubungan patronase dan klientelisme dalam politik sering kali mencerminkan dinamika kekuasaan yang kompleks dan dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap pembuatan kebijakan,

distribusi sumber daya, dan stabilitas politik di suatu negara atau masyarakat. Patron menjadi individu yang berada dalam kedudukan untuk membantu klien-klien.

Dalam konteks pemilihan legislatif, definisi konseptual dari "patron klien" merujuk pada relasi calon legislatif dan pemilih potensial yang memiliki kecenderungan untuk mendukung atau memilih kandidat tertentu secara konsisten atau berulang. Secara konseptual, patron klien dalam pemilihan legislatif mencerminkan hubungan yang berkelanjutan antara pemilih dan kandidat yang sering kali didasarkan pada faktor-faktor seperti identifikasi ideologis, kepuasan terhadap kinerja politik, atau harapan terhadap agenda atau kebijakan yang diusung.

5. Klientelisme Mempengaruhi Aspek Kehidupan Masyarakat

Klientelisme memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek dalam masyarakat. Berikut adalah beberapa aspek di mana patron-klien mempengaruhi masyarakat:

1) Aspek Ekonomi

Dalam konteks politik, patron memiliki kontrol terhadap sumber daya ekonomi atau kebijakan yang dapat digunakan untuk memperkuat basis kekuasaan mereka atau untuk mendapat balas jasa terhadap klien (masyarakat). Ketidakmerataan akses terhadap sumber daya dan kesempatan ekonomi dapat menjadi akibat dari hubungan patron-klien yang tidak adil, di mana sebagian masyarakat atau wilayah diperlakukan lebih baik daripada yang lain berdasarkan keterkaitan politik atau patronase. Hubungan ini dapat menyediakan jaringan perlindungan sosial dan ekonomi bagi klien. patron-klien juga dapat memiliki pengaruh politik yang signifikan, terutama jika mereka mendukung proyek-proyek besar atau memiliki kepentingan bisnis yang luas. Dampak politik ini bisa mempengaruhi kebijakan publik atau pembangunan di suatu daerah.

2) Aspek Sosial

Hubungan patron klien juga dapat mempengaruhi kebijakan sosial yang diperjuangkan oleh pemerintah atau perwakilan mereka. Ini bisa mencakup isu-isu seperti hak-hak sosial, kesetaraan gender, perlindungan lingkungan, dan sebagainya. Calon legislatif sebagai patron yang menerima dukungan dari patron klien dapat memengaruhi kebijakan kesejahteraan sosial, termasuk sistem perlindungan sosial, layanan kesehatan, dan perlindungan terhadap ketidakadilan sosial.

3) Aspek Politik

Dalam aspek politik, patronase dan klientelisme berperan penting dalam membentuk dinamika kekuasaan dan proses pemilihan legislatif. Hubungan patron-klien dapat memperkuat atau merusak struktur kekuasaan yang ada, tergantung pada bagaimana calon legislatif saling dan pendukung atau pemilihnya saling mempengaruhi. Patron sering kali mendapatkan kekuatan politik tambahan melalui dukungan mereka, sementara calon legislatif dapat memperkuat posisi mereka di kekuasaan.

4) Aspek Infrastruktur dan Layanan Publik

Dukungan dari patron klien dapat mempengaruhi prioritas pengembangan infrastruktur dan penyediaan layanan publik. Calon legislatif yang terpilih akan lebih cenderung untuk mengalokasikan sumber daya untuk membangun jalan, sekolah, rumah sakit, dan fasilitas publik lainnya yang diperlukan oleh masyarakat. Dukungan dari patron klien dapat mempengaruhi distribusi pembangunan regional dan perataan pembangunan antar daerah. Pemerintah yang mewakili kepentingan dari patron klien tertentu akan lebih cenderung untuk mengimbangi pengembangan ekonomi dan sosial antar wilayah yang berbeda.

Definisi konseptual membantu untuk memahami bagaimana patronase dan klientelisme dapat mempengaruhi pemilihan melalui berbagai faktor dan dinamika dalam konteks Pemilihan Legislatif. Hal ini juga penting dalam strategi kampanye politik untuk menarik dan mempertahankan dukungan dari patron klien. Konsep hubungan patron-klien merujuk pada dinamika interaksi sosial atau politik di mana satu pihak yang lebih kuat (patron) memberikan perlindungan atau sumber daya

kepada pihak lain yang lebih lemah atau kurang berpengaruh (klien), dalam pertukaran seperti loyalitas, dukungan politik, atau layanan lainnya. Secara konseptual, hubungan ini sering kali tidak seimbang secara kekuatan atau sumber daya antara kedua belah pihak.

Definisi operasional patronase dan klientelisme yaitu patron klien dioperasionalkan sebagai pemilih yang telah mendukung kandidat dari partai tertentu dalam dua pemilihan legislatif terakhir. Dengan menggunakan definisi operasional yang jelas dan terukur, analisis patron klien dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku pemilih dan dinamika politik dalam konteks pemilihan legislatif.

1.8.Operasionalisasi Konsep

Klientelisme dalam Pemilu merujuk pada hubungan antara calon legislatif dengan pemilih, yang didasari pada pertukaran keuntungan atau janji tertentu untuk memperoleh dukungan dalam pemilu. Bentuk klientelisme ini dapat beragam, bergantung pada jenis manfaat yang diberikan dan bagaimana calon legislatif memanfaatkan situasi ini untuk meningkatkan keterpilihan mereka. Berikut adalah operasionalisasi konsep klientelisme keterpilihan calon legislatif yang dapat dilihat melalui beberapa indikator dan variabel:

Tabel 1.2 Operasionalisasi Konsep Praktik Klientelisme Meningkatkan Keterpilihan Calon Legislatif

Indikator	Variabel	Pengukuran
Bekerjanya Klientelisme Keterpilihan Calon Legislatif	1. Peran tim sukses partai dan non-partai dalam mengorganisir dukungan politik untuk calon legislatif. 2. Koordinasi tim sukses dalam mengatur dan mendistribusikan sumber daya yang dimiliki calon legislatif kepada masyarakat sebagai pemilih.	Analisis kontribusi relawan atau jaringan non-partai terhadap peningkatan jumlah suara calon legislatif.
Bentuk Klientelisme yang Diberikan Calon Legislatif Kepada Masyarakat	1. Pemberian Pribadi 2. Pelayanan dan Aktifitas Masyarakat 3. Pembelian Suara 4. Pemberian Barang-barang Kelompok 5. Proyek Gentong Babi	Wawancara mendalam untuk mengetahui jenis bantuan atau janji yang diberikan calon legislatif kepada pemilih.
Klientelisme Meningkatkan Keterpilihan Calon Legislatif	1. Ketidakseimbangan Status antara Patron dan Klien 2. Kedudukan Patron Lebih Tinggi Dibandingkan Klien 3. Ketergantungan Klien pada Patron 4. Utang Budi Klien pada Patron	Wawancara dan data hasil pemilu yang menunjukkan hubungan antara pemberian manfaat dengan perolehan suara.

1.9. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian dengan menggunakan metode studi kasus adalah penelitian yang diarahkan untuk menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2015). Peneliti dalam hal ini mengumpulkan data berupa informasi dari para narasumber dan diungkapkan apa adanya sesuai dengan bahasa dan pandangan para narasumber. Studi kasus dapat digunakan untuk mendalami hubungan antara Sri Fahrudin Bisri Slamet dan konstituennya. Penulis juga berusaha menjelaskan secara detail terkait bentuk klientelisme yang dialukan Sri Fahrudin Bisri Slamet dalam Pemilu Legislatif 2024 di Kabupaten Demak, sehingga pendekatan studi kasus sesuai dengan penelitian ini.

Berdasarkan pendekatan dan jenis data yang digunakan, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif sehingga akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata. Data yang dianalisis di dalamnya berbentuk deskriptif dan tidak berupa angka-angka seperti halnya pada penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data guna memperoleh data yang objektif dan akurat yaitu dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode analisis kualitatif, yaitu memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan satuan-satuan gejala yang ada di dalam masyarakat dengan melakukan observasi dan wawancara. Dalam hal ini penulis memberikan gambaran dan penjelasan mengenai pokok-pokok permasalahan yang bersangkutan dan pada akhirnya dapat digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada.

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Tipe desain dalam penelitian studi kasus ini adalah kasus tunggal. Fokus utama dari peneliti adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam dan detail tentang satu kasus atau subjek tunggal. Sedangkan jenis penelitian ini adalah deskriptif analitik yang berarti data diperoleh dari wawancara dan analisis dokumen. Fokus penelitian merupakan pokok awal yang ditetapkan dan menjadi pedoman bagi peneliti. Penetapan fokus penelitian akan lebih mempermudah

peneliti dalam melakukan pengumpulan data dan dapat dikembangkan sesuai dengan keadaan tempat lokasi penelitian. Maka dari itu, peneliti menetapkan fokus penelitian mengenai bentuk klientelisme keterpilihan calon legislatif pada Pemilihan Legislatif tahun 2024.

2. Situs Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di Kantor DPRD Kabupaten Demak di Jl. Sultan Trenggono, Rw. 5, Katonsari, Kec. Demak, Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Lokasi ini dipilih untuk mendapatkan data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian

3. Subjek Penelitian

Subyek penelitian merupakan pemberian pembatasan subjek riset dalam bentuk produk, penggunaan data terhadap variabel sangat terkait, serta apa yang menjadi permasalahan. Bentuk penelitian ini adalah studi kasus dengan demikian subjek penelitian inilah yang akan menjadi informan untuk dapat memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian yaitu Sri Fahrudin Bisri Slamet sebagai subjek utama yang telah terpilih menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Demak. Penjelasan informan dan masyarakat untuk penelitian ini mengenai bentuk klientelisme dapat dikumpulkan dan menjadi bahan analisis. Dengan demikian bentuk klientelisme yang dilakukan oleh calon legislatif dari semenjak awal kampanye hingga masuk masa akhir kampanye dan hingga pada saat ini dapat melengkapi beberapa analisis data dan temuan hasil di lapangan. Berdasarkan ketetapan batas tersebut, bisa diambil kesimpulan bahwa subjek penelitian adalah seseorang yang menjadi asal data yang diperlukan pada proses terkumpulnya data-data tersebut, sebagaimana pengajuan yang dilakukan.

4. Jenis Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif sering kali digunakan untuk menjelaskan fenomena yang kompleks, memahami konteks, dan memperoleh wawasan mendalam tentang

makna di balik perilaku atau keputusan individu. Data kualitatif dalam penelitian ini merupakan gambaran umum obyek penelitian yang meliputi: Bentuk klientelisme dalam terpilihnya calon legislatif yaitu Sri Fahrudin Bisri Slamet. Data kualitatif dapat memberikan gambaran mendalam tentang hubungan antara Sri Fahrudin Bisri Slamet (sebagai patron) dengan pendukung atau pemilihnya (sebagai klien).

5. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian studi kasus berasal dari rekaman arsip, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi sehingga informasi yang diperoleh merupakan data atau fakta yang sesuai dengan kenyataan. Selain sumber-sumber data tersebut, ada prinsip yang perlu diperhatikan dalam pengumpulan data studi kasus. Hal itu mencakup berbagai sumber bukti dari dua data atau lebih yang menyatu dengan serangkaian fakta atau temuan yang sama, data dasar yang menjadi kumpulan formal bukti, serta serangkaian bukti yang berasal dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dan data yang terkumpul (Yin, 2015). Data yang penulis gunakan untuk menyusun penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang penulis dapatkan dari bahan-bahan pustaka yang meliputi:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara. Wawancara dilakukan antara tanggal 22 Agustus - 13 September 2024 dengan *face to face interview* yang dirancang untuk mendapatkan informasi dan memunculkan pandangan dari para informan. Wawancara dilakukan dengan teknik *snowball sampling* supaya dapat terpilih atau disertakan informan yang dapat memberikan informasi penting yang berkaitan dengan tema penelitian. Wawancara dilakukan di 2 kecamatan yaitu Kecamatan Mranggen dan Kecamatan Karangawen, dengan jumlah 6 informan dengan membagi dalam beberapa kategori yaitu wawancara kepada salah satu calon legislatif (1 orang informan), tim sukses (3 informan) serta masyarakat (2 orang informan) dengan syarat *knowledgeable on the subject*, dan juga

melakukan observasi non partisipasi. Alasan peneliti menggunakan instrumen ini untuk mendapatkan informasi yang valid langsung dari informan. Dalam penelitian ini data primer berupa data yang di peroleh dari narasumber langsung yaitu sebagai berikut:

- 1) Informan Kunci : Sri Fahrudin Bisri Slamet.
- 2) Informan Pendukung :
 - a. Ketua Paguyuban Kebon Gading Kecamatan Mranggen
 - b. Ketua RW 23 Kecamatan Mranggen
 - c. Ketua Kemenangan Kecamatan Karangawen
 - d. Salah satu masyarakat di Kecamatan Mranggen
 - e. Salah satu masyarakat di Kecamatan Karangawen.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data diperoleh melalui instansi pemerintahan, dokumen-dokumen, buku-buku dari hasil penelitian terdahulu, data-data yang tersedia di kantor DPRD Kabupaten Demak dan data dari KPU Kabupaten Demak. Dalam penelitian ini, penulis juga memeriksa dan membaca dokumen resmi, buku, jurnal ilmiah sebagai data sekunder yang relevan dengan topik penelitian.

6. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling*. Peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* karena memperhatikan pertimbangan yang akan dihadapi pada saat penelitian. Pertimbangan tersebut misalnya data yang didapatkan kurang dapat memenuhi kapasitas. Teknik *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Dalam pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan beberapa teknik penelitian yaitu:

1. Teknik pengumpulan data primer adalah teknik pengumpulan data yang langsung diperoleh dari lapangan atau lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan cara:

a. Wawancara

Wawancara adalah memberikan pertanyaan kepada narasumber untuk mendapatkan keterangan yang diinginkan peneliti. Pengumpulan data dengan wawancara kepada responden yang didasarkan atas tujuan penelitian yang ada. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai Sri Fahrudin Bisri Slamet, Tim Sukses Sri Fahrudin Bisri Slamet, dan salah satu masyarakat di Kecamatan Mranggen dan Kecamatan Karangawen.

b. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan tanpa terlibat langsung dalam kegiatan atau interaksi yang diamati. Melalui observasi, akan mendapat data tentang suatu masalah, sehingga diperoleh pemahaman atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Observasi yang dilakukan oleh peneliti terkait pembangunan infrastruktur jalan, pembangunan drainase, pembangunan masjid, pembanguna TPQ serta penerangan jalan yang diberikan oleh Sri Fahrudin Bisri Slamet benar-benar dilakukan.

2. Teknik pengumpulan data sekunder adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengumpulan bahan kepustakaan yang dapat mendukung data primer. Teknik pengumpulan data sekunder dapat dilakukan dengan menggunakan metode instrument sebagai berikut:

1) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa baik berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Dokumentasi adalah teknik pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dokumentasi menurut Sugiyono adalah suatu keterangan yang dapat mendukung penelitian seperti informasi dalam bentuk buku, arsip serta dokumen.

2) Studi kepustakaan

Pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah serta pendapat para ahli yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti. Pada penelitian ini penulis menggunakan buku-buku dan juga laporan kegiatan yang berkaitan dengan bentuk klientelisme apa saja yang sudah diberikan Sri Fahrudin Bisri Slamet kepada pendukung dan pemilihnya. Data-data dari pustaka ini ditujukan untuk memperkuat data dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis di lapangan.

7. Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data bertujuan untuk menguraikan dan memecahkan masalah berdasarkan data yang telah diperoleh. Analisis data terdiri atas pengujian, pengkategorian, dan pengombinasian kembali bukti-bukti menunjuk proposisi awal dalam penelitian. Data diperoleh melalui wawancara dan studi kepustakaan ataupun studi dokumen untuk disusun, dijabarkan, serta dilakukan interpretasi guna mendapatkan jawaban sehingga dapat ditarik kesimpulan terkait Bentuk Klientelisme Keterpilihan Calon Legislatif Pada Pemilihan Legislatif 2024. Karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, maka untuk teknik analisis disajikan data dalam bentuk paparan atau gambaran dari temuan-temuan lapangan baik berupa data dan informasi hasil wawancara, dokumentasi dan lain sebagainya berdasarkan kondisi yang ada. Data dikumpulkan dan diklarifikasikan menurut jenisnya, kemudian data diolah dan diuraikan serta diberikan pembahasan secara deskriptif analisis.

Untuk analisis data yang digunakan oleh peneliti menggunakan analisis data kualitatif model interaktif dari Miles, Huberman dan Saldana. Model analisis data dalam penelitian ini mengikuti konsep yang diberikan Miles and Huberman. Miles and Huberman mengungkapkan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas komponen dalam analisis data :

1. Reduksi data

Data yang diperoleh dari laporan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih

hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data yang diperoleh di lapangan melalui hasil observasi, wawancara, studi dokumentasi dan kajian pustaka jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci dalam catatan lapangan yang selanjutnya dilakukan reduksi data. Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya yang berkaitan dengan apa saja bentuk klientelisme yang dilakukan oleh Sri Fahrudin Bisri Slamet untuk meningkatkan keterpilihannya pada Pemilu Legislatif 2024 di Kabupaten Demak. Tahap-tahap dalam reduksi data adalah:

- 1) Mengumpulkan data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dipilih dan dikelompokkan berdasarkan kemiripan data.
- 2) Data yang telah dikategorikan tersebut diorganisir sebagai bahan penyajian data.

2. Penyajian Data

Penyajian data penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Miles and Huberman (1994) mengungkapkan bahwa dalam menyediakan berbagai cara untuk menyajikan data dari penelitian kualitatif, yang dirancang untuk membantu menggambarkan dan mengorganisir temuan-temuan yang ditemukan dalam analisis data. Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti menyajikan data melalui uraian singkat berupa paparan deskriptif dan bagan.

3. Verifikasi atau penyimpulan Data.

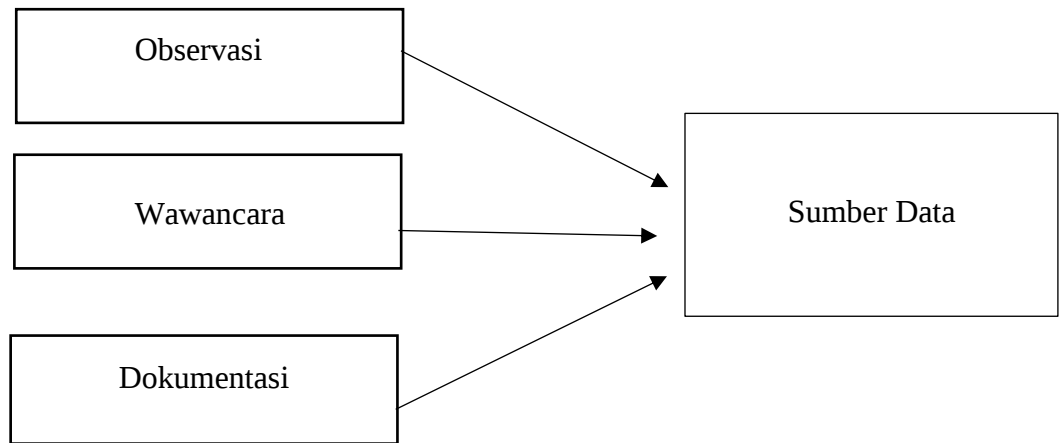
Penelitian ini menggunakan interpretasi data menurut L. R. Gay yaitu menghubungkan hasil analisis dengan teori yang digunakan pada bab sebelumnya, menghubungkan teori yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi, memperluas hasil analisis dengan mengajukan pertanyaan yang sesuai dengan masalah yang dihadapi, menghubungkan temuan dengan pengalaman pribadi serta beri pandangan yang kritis dari hasil analisis yang dilakukan. Dalam penelitian ini, kesimpulan bersifat *grounded* karena menggunakan data-data untuk dapat menyimpulkan penelitian ini secara sistematis dan rinci.

8. Kualitas Data

Pengecekan kualitas data dilakukan untuk menjamin bahwa semua data dan informasi yang diperoleh oleh peneliti relevan dengan kenyataan sebenarnya dan memang terjadi. Hal ini dilakukan untuk memelihara dan menjamin bahwa data maupun informasi yang berhasil diperoleh dan dikumpulkan itu benar, baik bagi pembaca maupun subjek penelitian yang diteliti sehingga tidak dapat diragukan lagi. Validasi sumber data dilakukan untuk memastikan bahwa sumber data yang digunakan memiliki kredibilitas dan keandalan yang memadai. Ini termasuk memeriksa reputasi sumber data, memeriksa metode pengumpulan data yang digunakan, dan memastikan bahwa informasi yang diberikan akurat dan relevan.

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi sendiri diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada. Teknik triangulasi berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data mendapatkan yang berbeda-beda untuk data dari sumber yang sama. Adapun wawancara yang dilakukan menggunakan triangulasi sumber, yang artinya peneliti mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Triangulasi dengan sumber yang dilakukan penelitian ini yaitu membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan. Triangulasi dapat digunakan untuk mengecek kebenaran data ataupun untuk memperkaya data.

Gambar 1. 3 Triangulasi Sumber



Sumber : Triangulasi Sumber Menurut Sugiyono

Triangulasi menjadi salah satu metode penting dalam penelitian untuk memastikan kevalidan dan keandalan data yang dikumpulkan. Triangulasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang relevan. Dalam konteks penelitian, hal ini bertujuan untuk mengonfirmasi temuan dari berbagai sumber atau perspektif yang berbeda, sehingga memperkuat keabsahan interpretasi dan kesimpulan yang dihasilkan. Triangulasi dalam penelitian mengacu pada teknik membandingkan berbagai sumber data atau metode untuk memverifikasi kebenaran dan kekayaan informasi yang diperoleh. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang relevan. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa data yang diperoleh konsisten dan dapat dipercaya. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber yang berbeda untuk memverifikasi kebenaran data. Misalnya, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen tertulis atau dengan observasi lapangan. Tahapan triangulasi sumber data adalah:

1. Mengumpulkan data dari berbagai sumber data, seperti hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

2. Mengecek data yang telah diperoleh dengan teknik berbeda, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.
3. Menganalisis bukti atau data yang dihasilkan dari masing-masing sumber data.
4. Mendapatkan pandangan yang berbeda mengenai fenomena yang diteliti.
5. Menggabungkan berbagai pandangan untuk memperoleh kebenaran.

Konfirmabilitas penting untuk dilakukan untuk memastikan bahwa temuan penelitian tidak hanya didasarkan pada satu sumber atau pendekatan saja, tetapi diverifikasi dan dikonfirmasi melalui berbagai metode atau sumber data yang berbeda. Dalam penelitian studi kasus, konfirmabilitas sering kali melibatkan pelaporan temuan kembali kepada informan yang diwawancarai dan terlibat dalam studi tersebut. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa interpretasi dan analisis yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan pengalaman dan persepsi informan yang sebenarnya terjadi. Prinsip kejujuran, objektivitas, tanggung jawab, dan profesionalisme penting bagi seorang peneliti. Dengan mempertimbangkan sudut pandang dan pengalaman informan secara jujur, peneliti dapat menggali potensi perbedaan temuan dengan cara yang konstruktif dan ilmiah. Hal ini juga mencerminkan komitmen untuk menghasilkan penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan bermanfaat bagi masyarakat akademik atau umum.