

BAB 2

TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Klientelisme sering dikonseptualisasikan sebagai pertukaran antara pemilih sebagai pemilik suara, politisi atau para broker. Dalam demokrasi di beberapa negara seperti negara – negara di Amerika Latin yang memiliki pendapatan menengah, bahwa keanggotaan organisasi merupakan cara efektif dalam memprediksi pembelian suara. Hal ini berlaku dalam berbagai konteks kelembagaan, seperti Negara Argenti dan Peru (Holland dan Palmer-Rubin, 2015). Dalam konteks broker politik, bahwa terdapat kelompok kepentingan yang menjadi jembatan dalam pertukaran klientilik. Peran kelompok ini adalah sebagai perantara politik, yaitu antara pemilih dengan partai atau kandidat legislatif yang dapat mengidentifikasi kebutuhan klien, mendistribusikan barang dan memantau perilaku. Broker semakin menarik perhatian dalam literatur tentang klientelisme. Dua contoh berikut, yaitu di Argentina dan Kolombia menjadi cara yang jelas dalam memahami cara kerja broker politik.

Di Ibukota Argentina, Buenos Aires, broker yang berafiliasi dengan Partai yang identik dengan pemikiran Juan Peron, *Partido Justicialista* membagikan barang berupa uang tunai, kasur, makanan dan sebagainya kepada broker dan kemudian oleh broker didistribusikan kepada para pemilih sebelum pemilu (Auyero, 2000). Broker diberi imbalan berupa posisi di partai politik atau pekerjaan di pemerintahan berdasarkan jumlah pemilih yang hadir pada rapat umum dan pemungutan suara. Para pemilih mengetahui bahwa broker bekerja untuk partai politik tertentu, dan bahwa akses mereka terhadap program dan barang sosial mungkin bergantung pada loyalitas broker terhadap partai tersebut. Ini adalah broker partai yang familiar. Berbeda halnya dengan di Kolombia. Sebelum pemilu, para pemimpin organisasi kepentingan sering menerima panggilan telepon dari politisi dari berbagai partai yang menanyakan apakah

mereka akan memobilisasi anggotanya. Para pemimpin menegosiasikan harga yang harus dibayar untuk membujuk anggotanya agar mendukung partai tersebut pada pemilu atau kampanye. Pada umumnya, para politisi memberikan sebagian dari pembayaran dalam bentuk barang kepada individu atau kelompok untuk memobilisasi anggotanya dalam pemilu. Penjelasan di atas merupakan contoh bagaimana cara kerja broker politik yang membentuk pola umum, khususnya pada negara berkembang. Selain itu, beberapa penelitian yang dilakukan beberapa tahun lalu juga dijelaskan dalam bab ini untuk menunjukkan persamaan atau perbedaan penggunaan broker oleh partai politik maupun kandidat di berbagai negara di dunia.

Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Auyero (2000) yang mengambil fenomena politik di Argentina menjelaskan bagaimana para broker politik memenuhi kebutuhan dan mendistribusikan barang – barang yang diperlukan oleh para pemilih yang disediakan oleh partai politik atau kandidat. Sedangkan Stokes dkk. (2013) menjelaskan bahwa di Argentina, broker politik berperan sebagai penyuplai informasi mengenai referensi pilihan maupun perilaku pemilih. Stokes menemukan sebuah kasus dimana broker yang pada umumnya berasal dari kelas menengah yang berpengaruh dan pemilik pengikut ini dimanfaatkan oleh partai politik untuk memobilisasi dukungan. Broker ini juga berperan sebagai konsultan politik yang menyediakan strategi kemenangan yang tepat dan efektif terkait perilaku memilih dari para konstituennya. Salah satu modal utama para broker ini adalah jejaring sosial dan pemahaman tentang peta politik lokal.

Dalam penelitian lainnya, Stokes dan Camp (2012) menyatakan bahwa kepentingan para broker menjadi dasar penting dalam kaitannya dengan pertukaran yang melibatkan broker dengan partai politik. Hal ini disebabkan oleh kemampuan yang dimiliki oleh broker, yaitu menyatukan jejaring sosial yang memiliki kekuasaan demi kepentingan broker itu sendiri. Hal ini berpengaruh pada hubungan yang terjalin antara broker dan partai politik yang, yaitu individual, personal dan parokial, bukanlah hubungan yang didasari oleh kesamaan ideologi. Tak jarang, broker melakukan transaksi dengan beberapa

partai politik sekaligus namun seringnya mereka penjual pada pihak yang mampu memberikan keuntungan paling tinggi.

Penelitian ini berkesimpulan bahwa broker mampu memainkan peran strategisnya, khususnya pada kelompok swing voter atau massa mengambang, yaitu kelompok yang belum menentukan pilihan politiknya. Jejaring sosial yang dimiliki oleh para broker dengan para pemilih berpotensi memobilisasi pilihannya sesuai dengan partai politik atau kandidat yang didukungnya. Hal ini mungkin terjadi karena *swing voters* lebih mudah dipengaruhi karena rendahnya loyalitasnya jika dibandingkan dengan pemilih yang telah menentukan sikapnya, maka daya tarik partai maupun ideologi sebagai tawaran tidak menjadi pertimbangan bagi *swing voters*.

Baldwin (2013) mengambil kasus broker pada politik lokal di Zambia. Penelitian ini berfokus kinerja dan kesuksesan para kandidat pada politik elektoral besar kaitannya dengan relasi yang dibangun dengan para broker. Broker dalam sistem politik Zambia memiliki kapasitas untuk memobilisasi massa untuk mendukung calon tertentu, dimana dukungan tersebut ditransaksikan dengan pemberian barang atau jasa. Broker politik ini juga bertugas dalam menyalurkan keuntungan kepada para pemilih yang nantinya ditukar dengan suara kepada kandidat yang didukung broker saat pemilu tiba.

Dari berbagai penelitian yang dilaksanakan di berbagai negara menunjukkan bahwa jasa broker politik yang dimanfaatkan oleh para partai politik maupun kandidat dalam politik elektoral. Broker berperan sebagai bagian dari tim kemenangan yang ditunjuk oleh partai politik maupun calon legislatif. Kesamaan dari berbagai penelitian itu menunjukkan bahwa broker memiliki peranan yang vital sebagai faktor yang dominan dalam kemenangan calon legislatif maupun partai politik karena broker memahami peta politik dan akses kepada pemilih yang nantinya pengetahuan ini menjadi strategi kampanye yang digunakan oleh partai politik maupun calon legislatif. Maka dari itu, dalam politik elektoral, terjadi hubungan yang sinergis antara broker dengan partai politik atau calon legislatif dimana keuntungan berupa barang atau jasa yang diperoleh broker akan

ditukarkan menjadi perolehan suara. Hal ini mempertegas fungsi broker sebagai mesin politik dalam kemenangan partai politik maupun calon legislatif.

Dalam konteks di Indonesia, beberapa penelitian dilakukan hampir menyeluruh di beberapa wilayah di Indonesia. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Aspinal dan Sukamajati (2016). Di dalam temuannya menjelaskan bahwa kemenangan kandidat dalam pemilihan legislatif dipengaruhi oleh modal kapital, daya tarik dan mobilisasi yang efektif dari jejaring broker yang berada di luar partai. Ideologi dan simbol partai menjadi faktor pendukung bagi para caleg dalam mencari suara demi mengamankan sebuah kursi di parlemen. Penelitian ini juga membuktikan bahwa para pemilih dan politisi di Indonesia memilih partai – partai didasari atas motif ideologis. Aspinall (2014) yang meneliti tentang Broker di beberapa daerah seperti, Kalimantan Timur, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Yogyakarta, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Sumatra Utara dan Sumatra Selatan. Penelitiannya berfokus pada perilaku dan motivasi broker dalam konteks pemilihan kepala daerah.

Dalam penjelasannya, Aspinall menyatakan bahwa para calon kepala daerah memanfaatkan jejaring di luar struktur partai sebagai tim kemenangan yang bertugas dalam memobilisasi massa. Aspinall mengategorikan tiga jenis broker dilihat dari perilaku dan timbal balik yang diperoleh dari para calon kepala daerah. *Pertama*, broker aktivis yaitu broker yang memberikan dukungan kepada kandidat yang didasari oleh motif ideologi politik, latar belakang etnis, agama, atau nilai maupun prinsip lainnya. *Kedua*, broker klien yang mendasarkan dukungannya sebagai investasi jangka panjang dengan kandidat yang didukung atau dengan broker yang lebih senior agar keuntungan yang diraih bisa berdampak hingga masa depan. *Ketiga*, yaitu broker yang berkebalikan dengan broker klien, yaitu broker oportunistis dimana keuntungan jangka pendek menjadi dorongan terbesar broker dalam mendukung kandidatnya. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Aspinall ini juga menyoroti masalah loyalitas broker terhadap kandidat dan menyebut kondisi ini dengan istilah masalah prediasi dan pembelotan. Dua istilah ini merujuk pada sikap dari broker yang merugikan

kandidat. Prediasi merupakan suatu kondisi dimana broker menyalahgunakan sumber daya yang seharusnya didistribusikan kepada pemilih. Sedangkan pembelotan merupakan proses perpindahan dukungan broker dari satu kandidat ke kandidat lainnya. Menurut Aspinall (2014) hal ini dimotivasi oleh dua hal, yaitu alokasi sumber daya yang dimiliki oleh kandidat dan didukung dan peluang kemenangan kandidat untuk memenangkan kontestasi politik. Tentu saja, bagi kandidat yang memiliki sumber daya yang berlebih dibanding kandidat lainnya memiliki peluang yang lebih besar mengalami prediasi, sedangkan pembelotan terjadi kala seorang kandidat dianggap memiliki sumber daya yang lebih kecil.

Lebih lanjut, Aspinall dan As'ad mengambil studi kasus pada tahun 2013 kala pemilihan kepala daerah di Kabupaten Tanah Laut. Penelitian menemukan fakta bahwa penggunaan kepala desa sebagai broker terbukti efektif karena kepala desa memiliki pengaruh untuk memobilisasi pilihan warga desa. Hal ini didasari bahwa para kepala desa dianggap sebagai tetua yang dihormati. Sebagai timbal balik, para kepala desa ini mendapatkan sejumlah proyek pembangunan. Selain itu, menjelang Idul Adha tiap – tiap desa mendapatkan sumbangan berupa hewan qurban.

Tawakall dkk (2017) menjelaskan cara kerja broker kala Pilkada Kabupaten Pati di tahun 2017. Pada masa ini, kandidat tidak memiliki kompetitor dalam pilkada, maka secara otomatis akan berhadapan dengan kotak kosong. Dalam penelitiannya ini, peneliti menjelaskan setidaknya terdapat tiga kondisi yang menunjukkan bagaimana kandidat dan broker menjalin hubungan. *Pertama*, kandidat yang memiliki popularitas tinggi di mata masyarakat meskipun tidak memiliki lawan namun masih menjalin jaringan kampanye yang besar, salah satunya adalah jaringan broker demi meraup suara dominan. Tidak ada perbedaan dengan pilkada yang diikuti oleh 2 pasangan calon atau lebih, lama pilkada Pati ini masih terjadi upaya pembelian suara lewat tim pemenangan. Hal ini ditujukan untuk memastikan legitimasi kandidat dengan cara banyak suara yang diraih. *Kedua*, adanya pemberian ini dimaknai sebagai penghormatan dari kandidat

kepada pemilih, alih – alih sebagai sebuah pilihan transaksional. Ketiga, kandidat menggunakan jejaring broker dengan tujuan membina hubungan klientelistik antara kandidat dengan pemilih. Selain itu hal ini juga sebagai upaya kontrol bagi para broker yang mencoba – coba melakukan prediasi, misalnya seperti tidak mendistribusikan sumber daya kepada pemilih.

Dalam penelitian yang sama, peneliti juga menyoroiti loyalitas broker kepada kandidat. Penelitian ini menemukan fakta bahwa broker berpotensi melakukan pengkhianatan ketika terdapat kandidat yang memiliki sumber daya lebih besar. Namun secara mayoritas broker tetap menunjukkan loyalitasnya kepada kandidat. Hal ini didasari oleh hubungannya diantaranya yang bersifat kekeluargaan (Tawakall dkk, 2017). Pengkhianatan yang dilakukan berisiko besar karena dampaknya bisa menghilangkan tali persahabatan dan ketidakharmonisan dengan kandidat. Selain itu, dalam sehari – hari broker merawat kedekatan dengan masyarakat di wilayah tertentu. Ketika hajatan politik tiba, maka broker mampu menggerakkan masyarakat untuk memilih kandidat yang didukungnya. Di sisi lain, broker harus memiliki komitmen kepada kandidat karena masyarakat menilai konsistensi broker dalam mendukung kandidat tertentu.

Fenomena Broker juga terjadi di Kabupaten Aceh Utara. Penelitian yang dilakukan oleh Darwin (2017) menunjukkan peran broker perempuan. Perempuan mempunyai kapasitas menjadi seorang broker karena beberapa faktor, yaitu sejarah kolonialisasi, pengaruh agama dan konflik separatisme antara Gerakan Aceh Merdeka (GAM) dan pemerintah Indonesia serta peristiwa tsunami di tahun 2004. Peneliti menganalisis bahwa para perempuan yang menjadi broker dapat menjalankan perannya secara signifikan sebagai pengambil keputusan politik pada masa kampanye. Para perempuan ini memainkan peranan sebagai penghubung, pendistribusi dan penggerak masa selama masa kampanye. Keuntungan perempuan yang menjadi broker adalah jejaring yang lebih luas, karena broker perempuan ini mampu menjangkau pemilih laki – laki maupun perempuan dengan memanfaatkan jejaring kelompok perempuan, pemberian sumber daya, daya tarik pribadi dan kemampuan menguasai bahasa lokal.

Penelitian di Jawa Timur, tepatnya di Kabupaten Tulungagung dilakukan oleh Hergianasari (2013) yang bertepatan dengan Pemilihan Kepala Daerah. Dalam kontestasi politik ini, pasangan Syahri Mulyo – Maryoto Birowo maju sebagai pemenang. Dalam analisis peneliti, terpilihnya pasangan Syahri Mulyo – Maryoto Birowo ini karena adanya mobilisasi politik yang bertumpu pada jaringan kekerabatan dan kekeluargaan dari Syahri Mulyo. Salah satunya adalah ayah dari Syahri Mulyo yang biasa dikenal dengan nama Mbah Dasar. Beliau adalah tokoh masyarakat di Kabupaten Tulungagung. Ketokohan ini didasarkan pada kepemilikan modal sosial dan kapital yang kuat untuk memenangkan pasangan Syahri Mulyo – Maryoto Birowo.

Fitriyah dan Alifirdaus (2018) yang melakukan penelitian di Jawa Tengah menemukan studi kasus dimana broker yang bertindak memberikan modal kepada kandidat. Broker menyediakan pembiayaan alternatif ini sebagai konsekuensi dari ongkos politik yang mahal, khususnya dalam meraih surat rekomendasi partai dan juga pelaksanaan kampanye. Dalam penelitian ini juga menunjukkan adanya peran botoh. Botoh adalah pihak – pihak yang memiliki kepentingan dalam pemilihan kepala desa, karena para botoh ini mempertaruhkan uangnya untuk sebagai sarana berjudi demi memenangkan kandidat yang didukung.

Dari beberapa penelitian yang berfokus pada fenomena broker politik di sejumlah wilayah di Indonesia, maka bisa ditarik benang merah bahwa merupakan sebuah kondisi yang wajar kandidat memanfaatkan jejaring broker dalam politik elektoral. Keterbatasan pemahaman kandidat terhadap peta politik suatu wilayah ini mendorong munculnya broker politik yang nantinya digunakan untuk mengarahkan pilihan pemilih kepada kandidat yang didukung. Selain itu, broker juga berperan dalam mendistribusikan sumber daya kandidat. Tak hanya kandidat yang diuntungkan dalam hubungan semacam ini. Broker juga mendapatkan timbal balik dari fungsinya dalam mengarahkan massa, yaitu dengan memperoleh keuntungan material, baik berupa barang maupun jasa dari kandidat. As'ad (2015) juga menunjukkan dalam penelitiannya bahwa broker politik

menemukan tiga kategori broker politik yang dibedakan sesuai dengan motivasi dalam mendukung suatu kandidat. Berdasarkan uraian di atas, peneliti lebih setuju dengan argumen bahwa hubungan *broker* dan juga kandidat adalah bersifat pragmatis dan transaksional. Hal inilah yang terjadi pada studi kasus yang terjadi di pemilihan legislatif di Kabupaten Tuban 2019.

2.2 Klientelisme

Luis Roniger (2004) menjelaskan fenomena klientelisme sebagai kondisi politik yang melibatkan hubungan kekuasaan dan pertukaran yang asimetris namun saling menguntungkan, Sebuah *quid pro quo* yang bersifat nonuniversalistik antara individu atau kelompok yang tidak setara dari segi sosio-ekonomi atau politik. Tingkat ketidaksetaraan posisi mitra dalam hal asimetris ini dapat bervariasi dari kasus ke kasus dan berkurang seiring dengan pembagian sumber daya, sistem politik, dan demokrasi. Klientelisme memiliki minimal tiga aspek: (1) bersifat hubungan timbal balik atau kontingensi; (2) bersifat hierarkis, dengan fokus pada hubungan kekuasaan; dan (3) ada elemen pengulangan, yang berarti transaksi klienelisme berlanjut. Tidak hanya negara berkembang yang mengalami klientelisme, tetapi negara maju juga mengalami klientelisme, dengan sistem politik dan sosio ekonomi mereka menjadi pusat perhatian (Aspinall & Sukmajati, 2015). Karena hubungan klien-pemilu berlangsung secara pribadi dan langsung di rumah, klientelisme menghasilkan suara yang lebih besar dalam konteks informal.

Menurut Ardiansa dkk. (2018), klientelisme berarti pertukaran sumber daya secara langsung antara kandidat dan pemilih untuk memengaruhi pilihan politik yang dipilih. Klientelisme ini dapat didasarkan pada pilihan rasional, yang melihat pemilih memaksimalkan pemenuhan sumber daya. Sebaliknya, para teoritis melihat klientelisme sebagai hasil dari hubungan dan aspek ekonomi politik di tingkat negara dan masyarakat. Pandangan ini juga melihat praktik politik klientelisme dan dampaknya terhadap kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi (Kitschlet & Wilkinson, 2007).

Permasalahan politik klientelisme dipandang oleh para teoritis yang menggunakan pendekatan pemilihan rasional sebagai masalah memaksimalkan pemenuhan sumber daya seseorang (Ardiansa dkk, 2018). Hal ini terjadi karena pemilih mendapatkan keuntungan material dengan memberikan dukungan, sementara kandidat berusaha mendapatkan kekuasaan dengan memberikan barang, jasa, uang, dan pekerjaan kepada pemilih. Metode ini menggunakan analisis unit berbasis individu; itu memperhatikan kebutuhan dan karakteristik pemilih serta strategi kandidat untuk meyakinkan pemilih. Studi ini memberikan pendekatan penting untuk penerapan klientelistik yang digunakan kandidat untuk menang dalam pemilihan (Ardiansa dkk, 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep klientelisme yang diperkenalkan oleh Susan Stokes serta konsep motivasi broker terhadap calon legislatif yang didukung lewat pemikiran Tawakkal, Garner dan Aspinall. Konsep klientelisme Stokes diyakini menjadi pisau analisis yang memadai dalam menjelaskan fenomena politik elektoral dimana broker memainkan perannya dalam kemenangan kandidat yang didukung. Stoke berpendapat bahwa broker memainkan peranan dalam politik elektoral disebabkan oleh kebutuhan partai politik yang ingin memastikan bahwa pendistribusian sumber daya tepat sasaran, yaitu pemilih yang telah ditetapkan dan juga demi menjamin bahwa pemilih yang telah mendapatkan sumber daya memilih partai politik atau kandidat yang didukung.

Klientelisme bisa dipahami sebagai bentuk pertukaran sumber daya yang melibatkan kandidat dengan pemilih secara langsung, hal ini terjadi dengan tujuan agar kandidat meraih suara pemilih dan memenangi kontestasi politik (Ardiansa dkk. 2018). Penyebab dari kemunculan kondisi klientelisme ini disebabkan oleh cara pandang pilihan rasional pemilih untuk mendapatkan keuntungan dari sebuah peristiwa politik. Selain itu, para pemikir politik memandang penyebab klientelisme hadir sebagai sebuah fenomena politik karena faktor ekonomi dan hubungan antara negara dengan masyarakat. Maka, fenomena klientelisme erat

hubungannya dengan pertumbuhan ekonomi dan kemiskinan (Kitschelt dan Wilkinson, 2007; Stokes dkk. 2013; Savirani, 2016; Berenschot, 2018).

Para pemikir politik ini mendudukan klientelisme dalam kerangka pilihan rasional karena motivasi pemilih dalam memaksimalkan akses terhadap sumber daya (Ardiansa dkk, 2018). Hal ini merupakan hubungan timbal balik antara pemilih, yang mendapatkan sumber daya berupa bantuan barang maupun uang. Sedangkan bagi para kandidat, momen ini dimaksimalkan untuk memenangkan kontestasi politik. Maka, pendekatan pilihan rasional ini tidak berfokus pada struktur politik namun individu sebagai pemilik suara. Dalam analisisnya, pilihan rasional ini mampu memberikan gambaran mengenai karakteristik dan kebutuhan pemilih maupun strategi kandidat untuk meraih dukungan dari konstituennya. Kajian tentang pilihan rasional merupakan upaya yang tepat dalam memberikan penjelasan penggunaan strategi para kandidat dalam penerapan klientelistik selama proses elektoral.

Dua pemikir politik yang menyoroti perihal klientelistik, yaitu Stokes (2013) dan Berenschot (2018) bersepakat bahwa melalui perspektif ekonomi politik, tingginya angka kemiskinan dalam suatu masyarakat berkaitan erat dengan suburnya praktek klientelistik. Maka, demi memberantas praktek klientelistik maka pertumbuhan ekonomi menjadi faktor dominan yang mampu mengubah kondisi transaksional ini. Dengan kata lain, bahwa semakin tinggi tingkat pertumbuhan ekonomi suatu masyarakat maka strategi memanfaatkan praktek klientelistik bukanlah strategi yang efektif untuk meraih dukungan pemilih. Di sisi lain biaya politik yang harus dikeluarkan oleh kandidat semakin tinggi.

Lebih lanjut, Kitschelt dan Wilkinson (2007) menjelaskan pertumbuhan ekonomi yang menjadi faktor dominan kemunculan praktek klientelisme, kemudian menjadi lahan subur bagi munculnya broker yang memiliki tugas utama dalam membagikan sumber daya kandidat kepada para konstituen. Namun kandidat tidak bisa menyerahkan begitu saja mekanisme distribusi sumber daya,

kandidat juga harus memastikan bahwa sumber daya yang didistribusikan harus sampai ke tangan pemilih.

2.3 Broker

Stokes (2005) menjelaskan fenomena kemunculan broker melalui penelitiannya di Argentina. Dalam temuannya, mesin politik dalam bentuk klientelisme sebagai sebuah strategi memiliki peran utama yaitu memastikan bahwa distribusi sumber daya tepat sasaran dan pemilih penerima bantuan memilih kandidat yang telah ditentukan. Maka, struktur politik berupaya tim pemenangan melalui unsur masyarakat dibentuk dengan melibatkan orang – orang yang memiliki pengaruh dan karakteristik tertentu.

Stokes juga menambahkan bahwa terdapat dua pertimbangan utama partai politik atau kandidat menentukan seseorang menjadi broker, yaitu kepentingan partai politik dalam melakukan perekrutan individu yang berkompeten dalam memahami peta dan kebutuhan pemilih. Karena kedekatannya dengan pemilih melalui jejaring politiknya, maka broker dipercaya dan dibutuhkan oleh partai politik atau kandidat untuk menyalurkan sumber daya demi memastikan suara kandidat tidak berpaling. Selain itu, broker merupakan profesi yang memang dimanfaatkan guna meraih keuntungan material bagi para broker itu sendiri.

Penelitian terkini mengenai broker politik yang dilakukan oleh Aspinall dan Berenschot (2019) menyoroti tentang distribusi patronase broker di Indonesia. Dalam temuannya, terdapat dua bentuk jaringan broker. *Pertama*, partai politik atau kandidat membentuk tim pemenangan yang bersifat sementara atau tujuan tertentu. *Kedua*, jejaring yang menjadi bagian dari masyarakat, seperti pertemanan, latar belakang agama dan kesukuan telah disusupi oleh jejaring formasi namun seringkali jejaring informan-lah yang dominan dimanfaatkan oleh partai politik atau kandidat.

Keberhasilan proses distribusi patronase oleh broker ini dianggap berhasil manakala pemilih yang telah mendapatkan bantuan berupa barang maupun jasa memilih pilihan yang direkomendasikan oleh broker. Salah satu cara untuk memastikan efektivitas distribusi sumber daya, maka broker membentuk jejaring kelompok broker dengan karakteristik yaitu orang – orang yang memiliki perantara di tingkat akar rumput dan dibebani tugas untuk mempersuasi para pemilih dengan pemberian sejumlah bantuan dengan imbal balik berupa dukungan suara kepada partai politik atau kandidat.

Dalam konteks pemilihan calon legislatif Kabupaten Tuban 2019, praktek klientelisme mampu menjelaskan bagaimana tim sukses yang dibentuk kandidat merupakan jejaring politik yang terstruktur dari tingkat kecamatan hingga RW maupun RT. Mesin politik yang disusun oleh peserta pemilihan legislatif ini terdiri dari tenaga saksi di tiap TPS (Tempat Pemungutan Suara). Melalui pendekatan praktek klientelisme menyediakan penjelasan bagaimana kandidat membangun tim pemenangan sebagai mesin politiknya. Praktek klientelisme ini kemudian mampu menjelaskan proses kemunculan broker yang menjadi tulang punggung kandidat.

Broker memainkan peranan penting bagi kandidat karena berfungsi sebagai pihak yang mendistribusikan sumber daya melalui jejaring politiknya kepada pemilih. Hubungan yang terjalin antara kandidat dengan broker tidaklah berjalan satu arah, bahwa broker melakukan pekerjaannya sebagai distributor sumber daya karena juga mengincar keuntungan yang dijanjikan partai politik atau kandidat. Maka dalam kondisi ini, kedua belah pihak mampu memberikan keuntungan satu sama lain. Namun hubungan antara broker dan kandidat tidaklah selalu cerita tentang kerja sama atau hubungan yang menguntungkan diantara keduanya. Aspinall (2014) menjelaskan bahwa broker bisa saja mengalihkan dukungannya untuk pihak lain dan hal ini disebut dengan prediasi dan pembelotan. Sedangkan Tawakall dkk (2017) menjelaskan bahwa loyalitas yang terjalin antara broker dengan partai politik atau kandidat didasari oleh motivasi bahwa adanya kedekatan secara personal diantaranya keduanya dalam waktu

bertahun – tahun sehingga kedua belah pihak saling mempercayai reputasi masing – masing pihak. Di sisi lain, jika broker mengalihkan dukungannya kepada kandidat lain atau dalam istilah politik disebut pembelotan, maka dampaknya adalah broker tersebut mendapatkan label sebagai pihak yang tidak jujur dan reputasinya tidak lagi diakui lagi, baik bagi kandidat maupun masyarakat karena sikapnya yang plin – plan.

Dalam penelitian Stokes (2013), broker dimanfaatkan oleh kandidat untuk memperoleh dukungan politik karena broker merupakan posisi memiliki popularitas dan jejaring di masyarakat dan memahami kondisi wilayahnya. Selain itu juga broker digunakan oleh partai politik maupun kandidat untuk memastikan tersalurkannya sumber daya baik berupa barang maupun jasa kepada pemilih secara tepat sasaran. Salah satu cara partai politik atau kandidat mendapatkan jaminan bahwa sumber daya yang tersalur secara efektif dan tepat sasaran adalah dengan membentuk jejaring kelompok perantara yang melibatkan perantara di level bawah. Aspinall dan Berenschot (2019) menjelaskan bahwa tugas para perantara ini membujuk dan memastikan penerima manfaat dari para partai politik dan kandidat untuk memberikan suaranya setelah menerima sumber daya yang diberikan. Broker juga harus memiliki kemampuan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Maka setelah mengetahui kebutuhan konstituen, maka broker nantinya memberikan rekomendasi kepada partai politik atau kandidat untuk mengalokasikan kebutuhan masyarakat tanpa mempertimbangkan afiliasi kandidat terhadap partai politik atau kandidat lainnya. Tidak menutup kemungkinan bahwa para pemilih mampu mengubah pilihannya setelah mendapatkan barang yang sesuai dengan kebutuhannya saat itu. Di sinilah peranan penting broker dalam memobilisasi pilihan pemilih karena dialah yang mengetahui kebutuhan dan kondisi psikologis konstituen. Inilah kunci penting kemenangan seorang kandidat lewat pemanfaatan pemahaman broker tentang wilayah atau struktur masyarakat.

Dalam tulisannya, Stokes dkk. (2013) dan Baldwin (2013) menjelaskan dua faktor utama kemunculan broker politik. *Pertama*, kebutuhan partai politik

menaruh kepercayaannya kepada pihak yang bisa dipekerjakan dalam merawat pemilih. Keberadaan broker ini digunakan partai politik sebagai perantara yang menjembatani antara partai politik dengan kandidat yaitu menyalurkan sumber daya yang nantinya dikonversi menjadi suara. Kedua, broker sebagai perantara politik merupakan salah satu profesi yang secara finansial menguntungkan bagi para pelakunya. Hal ini bisa dalam bentuk barang dan jasa maupun jabatan tertentu ketika partai politik atau kandidat memenangi kontestasi politik.

2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir atau *framework* merupakan alur pemikiran analisis sebagai landasan penguatan sub fokus yang menjadi landasan pemeriksaan ini. Dalam eksplorasi subyektif diperlukan suatu pendirian yang mendasari pemeriksaan agar pemeriksaan lebih berbobot. Dengan demikian, suatu sistem diharapkan dapat menumbuhkan setting dan gagasan pemeriksaan lebih lanjut sehingga dapat menjelaskan setting eksplorasi, prosedur, dan pemanfaatan hipotesis dalam penelitian. Klarifikasi yang disusun akan menggabungkan hipotesis dengan permasalahan yang diangkat dalam eksplorasi ini. Sistem penalaran dalam suatu eksplorasi hendaknya diungkapkan jika pemeriksaan itu berkaitan atau berhubungan dengan pusat ujian. Alasan sistem penalaran itu sendiri adalah untuk membentuk cara pemeriksaan yang jelas dan dapat diakui secara konsisten (Sugiyono, 2017: 92). Kerangka berpikir atau *framework* bukan sekedar kumpulan data yang diperoleh dari berbagai sumber, juga bukan suatu pemahaman. Meskipun sistem penalaran memerlukan sesuatu selain informasi atau data yang berkaitan dengan eksplorasi, struktur penalaran memerlukan pemahaman yang diperoleh ilmuwan dari mencari sumber, kemudian menerapkannya dalam struktur penalaran. Pemahaman lain yang telah tercipta sebelumnya akan didukung oleh pemahaman dalam kerangka pemikiran. Sistem pemikiran ini pada akhirnya akan menjadi pemahaman esensial dan menjadi landasan bagi setiap gagasan lainnya. Sejumlah gagasan yang dapat menjadi acuan peneliti ketika melakukan penelitian ini bersumber dari penjelasan sebelumnya. Sistem hipotetis di atas akan diterapkan dalam struktur yang masuk

akal sesuai dengan pemeriksaan yang akan dipertimbangkan secara khusus
*“Peran Kepala Desa sebagai Broker dalam Pemenangan Calon Legislatif pada
Pemilihan Anggota DPRD Kabupaten Tuban Tahun 2019.”*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini pada dasarnya mendeskripsikan dan menganalisis fenomena peristiwa aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individu maupun kelompok. Pemecahan masalah yang ada pada penelitian diperlukan penyelidikan mendalam, teratur dan terus menerus, guna mengetahui bagaimana seharusnya langkah penelitian. Hal tersebut sangat penting keberadaannya di dalam proses penelitian yang dilakukan secara terencana dan sistematis. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang mempunyai karakteristik alami (natural setting) sebagai sumber data langsung, deskriptif. Creswell (2016) menjelaskan bahwa metode penelitian merupakan rencana dan prosedur penelitian yang meliputi langkah-langkah berupa dari asumsi-asumsi luas hingga metode-metode terperinci dalam pengumpulan, analisis dan interpretasi data.

2.5 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu upaya dalam menggambarkan apa yang terjadi pada obyek yang diteliti, sesuai keadaan sebenarnya pada saat pemeriksaan langsung, informasi yang dikumpulkan tidak dalam kerangka angka-angka tetapi informasi tersebut berasal dari salinan asli, wawancara, catatan lapangan, laporan individual, catatan pembaruan, dan berbagai arsip. Standar eksplorasi subjektif bersifat naturalistik atau naturalistik. Istilah "naturalistik" mengacu pada fakta bahwa situasi di lapangan penelitian bersifat "alami" atau tidak terpengaruh oleh eksperimen atau pengujian. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif karena penelitian ini tidak menguji suatu hipotesis melainkan berupaya untuk mengetahui secara mandiri kondisi variabel – variabelnya dan tidak menghubungkan satu variabel dengan variabel lainnya secara sistematis.

Metode dalam penelitian ini adalah mengoordinasikan informasi asli dengan hipotesis terkait dengan menggunakan teknik yang tidak salah lagi.

Pengamatan dan penyelidikan mendalam ditentukan oleh rumusan masalah. Creswell (2016:4) mengartikan bahwa pemeriksaan subjektif adalah teknik untuk menyelidiki dan memahami implikasi bahwa berbagai orang atau kelompok memberi penghargaan pada isu-isu sosial atau filantropis. McMillan dan Schumacher (2003) berpendapat bahwa subjektif adalah metodologi yang berwawasan luas karena ilmuwan biasanya mengumpulkan informasi dengan bertemu langsung dan bekerja sama dengan individu di lokasi pemeriksaan. Sementara itu, Moleong (2013) berpendapat bahwa eksplorasi subyektif adalah suatu kebiasaan khusus dalam sosiologi yang pada dasarnya bergantung pada persepsi manusia dalam ruang aktual yang sesuai dengan individu-individu tersebut dalam bahasa dan istilahnya.

2.6 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sasaran yang hendak dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2012:144) pengertian objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan *reliable* (bisa diandalkan) tentang suatu hal. Dalam penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah kepala desa dan tokoh masyarakat yang memiliki kuasa dalam memobilisasi suara kepada calon yang didukung.

2.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kabupaten Tuban, sesuai dengan wilayah tugas obyek penelitian sebagai anggota DPRD Kabupaten Tuban. Peneliti mengambil lokasi di Kabupaten di Tuban bukan hanya semata – mata pertimbangan kedekatan jarak dengan tempat tinggal peneliti namun juga peneliti telah mengamati dan bersentuhan langsung dengan pihak – pihak yang sesuai dengan tema yang diambil oleh peneliti, yaitu para broker politik di Kabupaten Tuban. Penelitian diadakan mulai bulan September 2023 yang diawali dengan

pembuatan proposal Thesis dan terus berlanjut hingga bulan Desember 2023 sebagai rangkaian pengumpulan data dan penulisan laporan penelitian.

2.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara (interview), observasi lapangan (pengamatan), dan dokumentasi. Adapun jenis data metode tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

a) Wawancara (interview)

Menurut Moleong (2013) menyatakan wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara merupakan proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan, dan sebagainya yang dilakukan dua pihak. Wawancara adalah metode pengumpulan data yang amat populer, karena itu banyak digunakan di berbagai penelitian (Bungin, 2012).

Teknik yang dilakukan dalam wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara yang terstruktur yang ditujukan kepada para informan. Wawancara terstruktur itu sendiri adalah pewawancara menerapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan kepada informan, hal ini ditujukan untuk mencari jawaban hipotesis, untuk itu pertanyaan yang disusun dengan ketat dan pertanyaan yang diajukan sama untuk setiap subjek (Bungin, 2012). Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mendalam dari para informan. Teknik ini dilakukan secara akrab dengan pertanyaan yang terbuka dan biasa sehari-hari, hal yang dilakukan ini akan lebih mampu menggali kejujuran dari jawaban – jawaban yang diberikan oleh para informan. Wawancara yang dilakukan dengan para informan berguna untuk mendapatkan informasi tentang peran kepala desa selama kampanye Pemilihan calon legislatif tahun 2019. Pertanyaan ini menggali lagi lebih dalam tentang peran kepala desa dalam mendistribusikan sumber daya serta memobilisasi pemilih di tengah keterbatasannya mengampanyekan kandidat.

Selain itu penelitian ini juga melibatkan obyek penelitian, yaitu Moh. Saefulloh Ponco Eko untuk mengonfirmasi dan memberikan sudut pandang yang bervariasi dari sisi pengguna jasa broker politik.

Selain wawancara terstruktur, ada juga wawancara tidak struktur. Wawancara tidak struktur adalah wawancara yang pertanyaannya tidak disusun terlebih dahulu atau dengan kata lain sangat tergantung dengan keadaan atau subjek (Bungin, 2012). Kreatifitas si peneliti sangat dibutuhkan di dalam wawancara tidak struktur ini, karena tidak adanya pedoman wawancara. Wawancara ini lebih bebas, namun alangkah lebih baiknya jika kita lebih berhati-hati jika melakukan wawancara tidak struktur ini. Kita harus membuat nyaman informan ketika kita sedang menggali informasi, sehingga tidak membuat informan merasa dicurigai dan tetap mau memberikan informasi secara lengkap. Maka pemilihan waktu yang tepat juga sangatlah penting, maksudnya kita mewawancarai informan ketika mereka sedang mempunyai waktu yang senggang sehingga membuat mereka nyaman untuk memberikan informasi yang benar.

b) Observasi atau pengamatan lapangan

Menurut W. Gulo (2002) merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Observasi melibatkan dua komponen yaitu si pelaku observasi atau observer, dan obyek yang diobservasi atau observer. Observasi yang akan dilakukan guna mengetahui fenomena peran kepala desa sebagai broker dalam pemilihan anggota DPRD Kabupaten Tuban periode 2019 – 2024. Observasi ini melalui memperhatikan sosial politik di Kabupaten Tuban, khususnya di kecamatan Soko, Rengel, Semanding dan Grabagan yang menjadi Daerah Pilihan obyek penelitian maju sebagai calon legislatif.

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan pencarian data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan lain sebagainya (Arikunto, 2006). Sedangkan menurut Moleong

(2013) bahwa dokumen dibedakan menjadi dua, yaitu dokumentasi pribadi dan dokumentasi resmi. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaan. Dokumen pribadi mencakup buku harian, surat pribadi, dan otobiografi. Sedangkan dokumen resmi terbagi atas dokumen internal dan dokumen eksternal. Dokumen internal berupa memo, pengumuman, instruksi. Dokumen eksternal berisi bahan-bahan informasi yang dihasilkan suatu lembaga sosial, misalnya majalah, bulletin, pernyataan, dan berita yang disiarkan kepada media massa. Di dalam penelitian ini, dokumen digunakan untuk pelengkap hasil dari penelitian, adapun dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah gambaran tentang para kepala desa yang berperan sebagai broker politik di wilayahnya masing – masing.

2.9 Teknik Analisis Data

Umumnya, penulis kualitatif menggunakan prosedur yang umum dan langkah-langkah khusus dalam analisis data. Creswell (2016) mengajak penulis kualitatif untuk melihat analisis data kualitatif sebagai suatu proses penerapan langkah-langkah dari yang spesifik hingga umum dengan berbagai level analisis yang berbeda. Lebih lanjut Creswell (2016) menjabarkan lebih detail dalam langkah-langkah analisis data berikut ini:

1. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkripsi wawancara, men-*scanning* materi, mengetik data lapangan, atau memilah-milah dan menyusun data tersebut ke dalam jenis- jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.
2. Membaca keseluruhan data. Langkah pertama adalah membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan.

3. Menganalisis lebih detail dengan meng-*coding* data. *Coding* merupakan proses mengolah materi/informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memaknainya (Rosman dan Rallis, dalam Creswell, 2016). Dalam proses *coding* ini, penulis mengkombinasikan kode-kode yang telah ditentukan sebelumnya (*predetermined code*) dan membuat kode – kode berdasarkan informasi yang muncul dengan sendirinya (*emerging code*) sehingga proses *coding* dalam penelitian ini adalah dengan men-*fit*-kan kode-kode yang muncul selama proses analisis data dengan data penelitian.
4. Menerapkan proses koding untuk mendeskripsikan *setting*, orang-orang, kategori-kategori, dan tema-tema yang akan dianalisis. Pada langkah ini, penulis membuat kode-kode untuk mendeskripsikan semua informasi, lalu menganalisisnya. Tema-tema inilah yang kemudian dijadikan judul dalam bagian hasil penelitian.
5. Menunjukkan bagaimana deskripsi dan tema-tema ini akan disajikan kembali dalam narasi/laporan kualitatif. Pendekatan naratif ini bisa meliputi pembahasan tentang kronologis peristiwa, tema-tema tertentu, atau tentang keterhubungan antar tema.
6. Langkah terakhir adalah dengan menginterpretasi atau memaknai data.
7. Langkah ini akan membantu penulis dalam mengungkap esensi dari suatu gagasan (Lincoln dan Guba dalam Creswell, 2016). Interpretasi juga bisa berupa makna yang berasal dari perbandingan antara hasil penelitian dengan informasi yang berasal dari literatur atau teori.

