

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

1. Patronase Dan Klientelisme

Patronase dapat didefinisikan sebagai sistem politik yang berlandaskan pada “relasi vertikal”. dengan kata lain, hubungan pribadi antara pihak-pihak yang tidak setara, antara pemimpin (Patron) dengan pengikutnya (klien) 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. Kata patron berasal dari bahasa latin *pater* yang berarti Bapak, dan pater berubah menjadi patris dan patronis yang berarti bangsawan atau *patricius* yang berarti seseorang yang dianggap sebagai pelindung sejumlah rakyat jelata yang menjadi pengikutnya. Sebaliknya klien atau *client* berasal dari kata *client* yang berarti pengikut, Ada juga yang berpendapat bahwa istilah “patron” berasal dari bahasa spanyol yang secara etimologis berarti seseorang yang memiliki kekuasaan (power), status, wewenang dan pengaruh. Sedangkan klien berarti “bawahan” atau orang yang diperintah dan yang disuruh. Selanjutnya pola hubungan patron klien merupakan aliansi dari dua kelompok komunitas atau individu yang tidak sederajat, baik dari segi status, kekuasaan, maupun penghasilan, sehingga menempatkan klien dalam kedudukan yang lebih tinggi atau superior, dapat pula

diartikan bahwa patron adalah orang yang berada dalam posisi untuk membantu klien-kliennya. Pada hakikatnya, fenomena hubungan patronase merupakan hubungan yang penuh emosional pribadi antara orang yang mengabdikan dan memperabdikan yang kemudian disebut patron klien. Pola hubungan dalam konteks ini bersifat individual antara si patron dengan si klien, dan terjadi suatu interaksi yang bersifat resiprokal atau timbal balik dengan mempertukarkan sumber daya yang dimiliki oleh setiap pihak. Si Patron memiliki sumber daya berupa kekuasaan, kedudukan atau jabatan, perlindungan, perhatian dan rasa sayang dan tidak jarang pula sumber daya yang berupa material. Sementara itu klien memiliki sumber daya berupa tenaga, dukungan, dan loyalitas. Hal yang perlu diperhatikan pula adalah bahwa yang paling banyak menikmati hasil dari hubungan ini adalah patron, sebab ialah yang memiliki sumber daya yang besar dan lebih kuat dibandingkan dengan klien (Kausar, 2009: 8).

Klientelisme politik terjadi ketika para pemilih, para penggiat kampanye, atau aktor aktor lain menyediakan dukungan elektoral bagi para politisi dengan imbalan berupa bantuan atau manfaat material. Para politisi tersebut menggunakan metode klientalistik untuk memenangkan pemilihan dengan membagi-bagikan bantuan, barang-barang, atau uang tunai kepada pemilih baik secara individu maupun berkelompok. Dengan begitu mereka diharapkan bisa membalasnya dengan memberikan suara mereka bagi para politisi tersebut (Aspinall & Berenschot, 2019: 2).

Menurut Edward Aspinall, lebih dari satu dekade terakhir, para analis dan pembuat kebijakan mengakui bahwa klientelisme itu sudah lebih umum sekaligus

berurat akar dari pada yang dipikirkan. Pertukaran keuntungan dan manfaat material pada setiap tahap siklus pemilihan umum begitu pervasif sehingga tidak salah jika orang berpikir bahwa demokrasi di Indonesia adalah demokrasi dagangan. Persuasifnya praktik-praktik klientalistik telah melahirkan sebuah frase “demokrasi wani piro” sebuah ungkapan sinis terhadap praktik demokrasi di Indonesia, dimana dalam bahasa jawa “wani piro?” berarti berani bayar berapa? (Aspinall & Berenschot, 2019: 3-10).

Menurut Kurniasih dalam Skripsinya, memuat beberapa teori dari Patronase dan Klientelisme yakni :

Tabel 2.1
Teori Patronase dan Klientelisme

No.	Teori	Penjelasan
1	James. C.Scoot	Hubungan patron klien sebagai hubungan pertukaran antara dua orang yang sebagian besar melibatkan persahabatan instrumental, dimana seorang individu yang lebih tinggi status sosial ekonominya (Patron) menggunakan pengaruh dan sumber daya yang dimiliki untuk memberikan perlindungan atau keuntungan kepada seseorang dengan status lebih rendah (klien) yang pada gilirannya membalas pemberian tersebut dengan dukungan dan bantuan, termasuk jasa pribadi kepada Patron. Dalam hubungan patron klien, ada pihak yang menjadi superior (patron) dengan kelebihan status sosial dan ekonominya, dan pihak yang menjadi inferior (klien) karena status sosial dan ekonominya lebih rendah. Orang-orang berada pada posisi sebagai inferior tidak dapat memenuhi kebutuhannya sehingga membutuhkan bantuan orang lain untuk memenuhi kebutuhan tersebut, pada kondisi seperti inilah sang patron membantu memenuhi kebutuhan kliennya dengan status dan sumber dayanya. Patron diharapkan untuk melindungi kliennya dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan materialnya sedangkan klien mengembalikannya dengan tenaga kerja dan

		<p>loyalitasnya.</p> <p>Perbedaan imbalan yang diberikan Patron dan klien :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Imbalan klien kepada patron dapat diberikan kepada siapa saja. b. Imbalan patron hanya dapat diberikan oleh orang yang berstatus lebih tinggi. <p>Ada tiga sifat hubungan patron-klien :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Basic inequality</i> b. <i>Face to face character</i> c. <i>Diffuse flexibility</i> (meliputi semua segi kehidupan) <p>Ada tiga jenis imbalan yang dapat diberikan klien kepada patron, yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Klien dapat menyediakan tenaganya bagi usaha patron diladang,sawah atau usaha lainnya. 2. Klien dapat menyerahkan bahan makanan hasil ladangnya untuk patron atau pelayan rumah tangga. 3. Klien dapat menjadi kepentingan politik patron, bahkan bersedia menjadi kaki tangan patron <p>Ada 2 kategori Patron-klien berdasarkan luasannya yaitu kategori cluster dan kategori piramida.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Kategori cluster adalah pengelompokan didasarkan pada jalur hubungan langsung antara Patron selaku pusat dengan sejumlah klien. b. Kategori piramida adalah pengelompokan didasarkan pada jalur hubungan satu Patron (Pusat) yang di bawahnya diikuti langsung oleh sejumlah klien yang juga menjadi patron (Buka Pusat) dengan klien nya masing masing.
2	Peter M.Blau	<p>Konsep patron-klien berangkat dari teori pertukaran sosial, bahwa ketidakseimbangan dalam masyarakat terhadap materi dan keadaan sosial adalah menghasilkan perbedaan dalam</p>

		<p>kekuasaan. Maksudnya struktur kekuasaan muncul karena terjadinya suatu hubungan pertukaran yang tidak seimbang, ketidakseimbangan pertukaran melahirkan kesenjangan kekuasaan dan ketidakseimbangan pertukaran melahirkan kesenjangan kekuasaan dan ketidakseimbangan rasa hormat, sehingga menjadi sangat relevan dengan dasar hubungan patron-klien. Dalam konsep pertukaran sosial, masyarakat salah satu diantara dua pihak yang melakukan pertukaran harus memiliki sumber daya yang dibutuhkan oleh pihak lainnya, sedangkan pihak penerima tidak memiliki sumber daya yang sama nilainya untuk dipertukarkan dengan pihak pemberi. Sehingga satu-satunya cara untuk membalas pertukaran ini adalah dengan memberikan kepatuhan (menerima posisi sebagai subordinasi) kepada pihak pemberi sumber daya tadi.</p> <p>Secara konsep Patron-Klien lebih spesifik membahas tentang adanya pertukaran sosial.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Pertukaran hanya terjadi antara pelaku yang mengharapkan imbalan dari pelaku lain dalam hubungan mereka. b. Dalam mengejar imbalan ini, para pelaku dikonseptualisasikan sebagai seseorang yang mengejar profit. c. Pertukaran antara dua macam, yaitu langsung (dalam jaringan interaksi yang relatif kecil) dan kurang langsung (dalam sistem sosial yang lebih besar). d. Ada empat macam imbalan dengan derajat berbeda yaitu, uang, persetujuan sosial penghormatan/penghargaan dan kepatuhan. <p>Ciri-ciri hubungan patron-klien :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya ketidak seimbangan status antara patron dan klien meskipun patron juga mengharapkan bantuan klien. 2. Meskipun patron juga mengharapkan bantuan dari klien tetapi kedudukan patron lebih tinggi dari klien. 3. Ketergantungan klien pada patron karena adanya pemberian barang-barang yang dibutuhkan klien dari patron yang
--	--	---

		<p>menyebabkan adanya rasa hutang budi klien pada patron.</p> <p>4. Hutang budi ini menyebabkan terjadinya hubungan ketergantungan.</p> <p>Sifat hubungan Patron-klien adalah sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Asas resiprositas</i> b. <i>In equal</i> c. <i>Ada force and coercion</i> d. Ikatan akrab atau dasar saling percaya.
3	Hicken	<p>Definisi klientelisme setidaknya mengandung tiga hal, yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kontingensi atau timbal balik, pemberian barang atau jasa dari satu pihak (patron klien) merupakan respon langsung terhadap pemberian keuntungan dari pihak lain. Biasanya sumber-sumber material dipertukarkan dengan suara atau bentuk dukungan politik lainnya. 2. Hierarkis, ada penekanan pada relasi kekuasaan yang tidak seimbang antara patron dan klien. 3. Aspek pengulangan, pertukaran klientalistik berlangsung secara terus menerus.

4	Wolfgang Muno	<p>Terdapat sebuah karakteristik untuk mengidentifikasi konsep klientelisme, yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan bersifat dyadic. Didalam klientelisme terdapat hubungan personal antara patron dan perantara (broker) disatu sisi dan perantara dengan klien di sisi yang lain, patron dan klien tidak mengenal secara personal hubungan yang ada pada awalnya bersifat dyadic dan berkembang menjadi triad, namun intinya tetap bersifat dyadic, karena perantara merupakan klien bagi patron, sedangkan perantara dapat berperan sebagai patron bagi klien, 2. Hubungan bersifat simetris, dalam klientelisme hubungan patron dan klien selalu asimetris, Patron tidak hanya menguasai distribusi sumber daya, kekuasaan, uang, barang dan sebagainya. Kondisi ini mungkin terjadi di daerah pedesaan. 3. Hubungan bersifat pribadi dan tahan lama dalam klientelisme hubungan tidak bersifat sporadis, spontan serta hanya bersifat bisnis saja, melainkan saling mengenal dan percaya satu sama lain. 4. Hubungan bersifat timbal balik, pertukaran barang-barang yang berbentuk materi maupun non materi yang bersifat timbal balik merupakan inti dari klientelisme. Patron 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. 5. Hubungan bersifat sukarela, dalam klientelisme mekanisme dukungan tidak dengan kekerasan.
---	---------------	--

5.	Edward Aspinall	<p>Edward Aspinall mengungkap bahwa Indonesia dilukiskan sebagai negara dengan budaya klientelisme yang mengakar hal tersebut dikaitkan dengan masih maraknya politik transaksional yang terjadi pada saat menjelang pemilu. Edward juga menganalogikan klientelisme di Indonesia itu seperti gelindingan roda lepas.</p> <p>Hal tersebut dapat dilihat dari ciri masih banyaknya pertukaran klientalistik yang terjadi di luar partai politik atau tim kampanye itu sendiri dan juga dapat dilihat dari kurangnya daya kontrol parpol terhadap sumberdaya patronase.</p> <p>Edward juga menyampaikan menurutnya di beberapa daerah itu kontrol ekonominya yang masih tersentral yang mana sebagian besar sumber daya ekonomis di suatu daerah terkonsentrasi pada segelintir elit lokal saja.</p>

Dalam dunia politik hubungan patron klien akan sangat dirasakan pada saat adanya kampanye, ada berbagai macam bentuk patron klien yang terjadi di masyarakat menurut Edward Aspinall dalam bukunya *Democracy for sale*, salah satunya ialah politik uang.

Politik uang pun terdiri dari beberapa macam bentuk seperti :

1. Pembelian suara (*vote buying*)

Vote buying adalah suatu pendistribusian sistematis dari kandidat kepada pemilih menjelang pemilihan umum, yang mana para kandidat biasanya akan mendistribusikan materi untuk mendapatkan suara dari pemilih tersebut.

Vote buying merupakan strategi yang paling sering dilakukan oleh calon untuk memenangkan suara dalam pemilu.

2. Pemberian pribadi (*individual gift*)

Bentuk individual gift merupakan pemberian barang pribadinya bisa apa saja, seperti kaos, kalender, yang mana disertai nama dan nomor urut nya yang menunjukkan jati diri kandidat. Selain itu bisa juga berbentuk makanan dan minuman baik berupa bingkisan atau makan bersama. Yang mana individual gift ini sering dianggap lumrah oleh masyarakat menjelang masa kampanye.

3. Pemberian kelompok (*club goods*)

Tak jauh berbeda dengan individual gift, club goods juga merupakan upaya yang dilakukan kandidat untuk memenangkan suara dalam pemilu dengan cara memberi barang akan tetapi pemberian ini ditujukan untuk

kelompok yang berada di daerah yang didatangi nya, seperti karang taruna, ibu-ibu PKK, organisasi kelompok, atau komunitas yang ada di daerah tersebut. Dan barang yang diberikan biasanya yang bersifat kelompok.

4. Jual beli suara (*vote trading*)

Biasanya vote trading ini dilakukan ketika cara-cara seperti vote buying, individual gift, club goods, dirasa kurang memuaskan, dengan demikian maka kandidat yang mencalonkan tersebut mencari jalur alternatif untuk memperoleh suara lebih yang mana sasaran nya bukan lagi masyarakat sebagai pemilih akan tetapi penyelenggara pemilu itu sendiri mulai dari tingkat bawah yaitu TPS maupun ke yang lebih tinggi lagi yaitu KPU dan BAWASLU.

5. Pelayanan dan aktivitas (*service and activities*)

Para kandidat dalam upaya memperoleh simpati dari pemilih seringkali menyediakan atau memberikan dukungan biaya untuk berbagai aktivitas dan pelayanan kepada masyarakat seperti momen-momen kegiatan pengajian maupun majelis taklim.

6. Proyek gentong babi (*pork barrel project*)

Disini para kandidat memanfaatkan kedudukan mereka sebagai anggota legislatif untuk menaikkan elektabilitas nya agar dapat dipilih kembali pada pemilu mendatang para kandidat petahan tidak hanya memberikan barang patronase akan tetapi juga melakukan politisasi dana aspirasi yang mereka milik, upaya ini dilakukan dengan mendistribusikan

proyek-proyek dana aspirasi ke kelompok masyarakat dalam bentuk proyek-proyek pemberian pork barrel.

Dalam memastikan distribusi materi yang akan diberikan oleh patron agar tepat sasaran dan sesuai dengan yang dituju, maka ada pola-pola tertentu yang dilakukan kandidat dalam melancarkan aksinya seperti jaringan yang melibatkan keluarga, tokoh adat, tokoh masyarakat, tokoh agama dan perangkat desa. Keterlibatan mereka sangat penting sebagai broker (agen perantara) yang menghubungkan kandidat dengan pemilih untuk meraup suara di tingkat bawah, pada dasarnya broker ini ada di setiap wilayah atau disetiap lingkup TPS.

Broker diyakini mampu menyampaikan, mengontrol, dan bahkan menuntut kepatuhan pemilih oleh sebab itu broker sangat paham dengan kondisi sebenarnya dilapangan jika ada penerima uang, barang atau materi lainnya. Keterlibatan broker menjadi acuan dalam setiap penyelenggaraan pemilu sebagai pola yang paling efektif untuk dijalankan.

Berikut adalah beberapa bentuk jaringan broker dalam mendistribusikan materi yang diberikan Patron kepada klien:

a. Tim Sukses

Dalam setiap berlangsungnya pemilu kandidat biasanya akan membentuk tim sukses untuk memperoleh suara yang banyak demi kemenangannya. Tim sukses bersifat personal dan bertugas untuk mempromosikan dan mengkampanyekan kandidat secara individu ataupun terkadang tim sukses juga ikut kampanye tandem dengan kandidat yang berbeda tingkat pencalonannya, biasanya orang yang dipilih menjadi tim sukses adalah orang dekat atau

kepercayaan kandidat, bisa dari lingkungan kekeluargaan, relasi pekerjaan, teman dekat maupun dari pengurus partai.

Tim sukses bisa dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu tim sukses resmi (formal) dan tim sukses bayangan (informal). Tim sukses resmi ialah tim yang dibentuk secara khusus dengan struktur yang jelas serta terdaftar keanggotaannya di KPU, cara kerjanya pun lebih terstruktur dan bersih, terbebas dari praktik kecurangan yang melanggar aturan pelaksanaan pemilu, bagaimanakah keterlibatan pelanggaran pun akan ditindak lanjuti dengan lebih mudah karena KPU sudah memiliki data daftar nama anggota tim suksesnya. Hal ini juga kan mempermudah Bawaslu untuk melakukan penindakan. Beda hal nya dengan tim sukses bayangan, tim ini dibentuk untuk memaksimalkan strategi pemenangan kandidat hanya saja tim ini tidak terdaftar di KPU, karena biasanya tim ini lah yang sering melakukan pelanggaran-pelanggaran dalam pemilu, dan Gerakannya sangat sulit dideteksi oleh KPU maupun BAWASLU.

b. Jaringan Sosial

Pelibatan tokoh masyarakat dalam setiap pesta demokrasi dilaksanakan tidak luput dari bidikan para kandidat untuk memperoleh dukungannya, karena pengaruh dari jaringan sosial yang mereka miliki bisa diarahkan untuk memberikan dukungan untuk para kandidat. Keberadaan tokoh masyarakat ini seringkali memiliki jabatan formal dalam sebuah institusi pemerintahan ataupun jabatan informal seperti tokoh agama, pimpinan Ormas, atau tokoh yang dianggap penting di lingkungannya. Harapannya dengan memanfaatkan para tokoh

masyarakat ini, mereka dapat mendorong para pengikutnya untuk mendukung Caleg tersebut.

Seringkali jaringan sosial yang telah ada dimanfaatkan kepercayaan sosialnya untuk mendapatkan dukungan politik.

Keterlibatan tokoh masyarakat dalam strategi pemenangan Caleg dalam Pemilu terbukti menjadi salah satu kunci untuk memperoleh suara yang banyak dari pemilih, tokoh agama pun tak luput menjadi sasaran target caleg untuk didekati dan dimanfaatkan pengaruh ketokohnya yang memiliki banyak pengikutnya. Palsunya tokoh agama memiliki jamaah yang tak sedikit dan jamaahnya pun akan mengikuti apa yang tokoh agama itu katakan karena memang tokoh agama merupakan orang kepercayaan di suatu masyarakat tersebut.

2. Pemilihan Umum (Pemilu)

Pemilihan Umum adalah suatu proses untuk memilih orang-orang yang akan menduduki kursi pemerintahan. Pemilihan Umum diadakan untuk mewujudkan negara yang demokrasi dimana para pemimpinnya dipilih berdasarkan suara mayoritas terbanyak.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Pasal 1 Ayat 1 No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum adalah sebagai sarana kedaulatan rakyat yang untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pemilihan Umum merupakan bagian penting bagi negara yang menganut paham demokrasi. Melalui pemilihan umum rakyat memiliki otoritas dalam melaksanakan kedaulatan negara. Indonesia sebagai negara demokrasi juga memberikan perhatian khusus bagi pelaksanaan pemilu. Karena pemilihan umum menjadi alat utama untuk dalam melaksanakan kedaulatan rakyat. Pemilihan tersebut ditentukan sendiri oleh rakyat yang berdaulat, oleh karena itu setiap pemilihan dalam pemilu selalu melibatkan rakyat sebagai unsur utama dalam pelaksanaan pemilihan tersebut (Arifin dan Arifudin, 2017: 9).

Dalam pelaksanaan pemilihan umum asas-asas yang digunakan diantaranya adalah sebagai berikut :

1) Langsung

Masyarakat sebagai pemilih memiliki hak untuk memilih secara langsung dalam pemilihan umum sesuai dengan keinginan diri sendiri tanpa ada perantara.

2) Umum

Pemilihan umum berlaku untuk seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan, tanpa membedakan agama, suku, ras, jenis kelamin, golongan, pekerjaan, kedaerahan dan status sosial yang lain.

3) Bebas

Seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan sebagai pemilih pada pemilihan umum, bebas menentukan siapa saja yang akan dicoblos untuk membawa aspirasinya tanpa ada tekanan dan paksaan dari siapapun.

4) Rahasia

Dalam menentukan pilihannya, pemilih dijamin kerahasiaan pilihannya. Pemilih memberikan suaranya pada surat suara dengan tidak dapat diketahui oleh orang lain kepada siapapun suaranya diberikan.

5) Jujur

Semua pihak yang terkait dengan pemilu harus bertindak dan juga bersikap jujur sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

6) Adil

Dalam pelaksanaan pemilihan umum, setiap pemilih dan peserta pemilihan umum mendapat perlakuan yang sama, serta bebas dari kecurangan pihak manapun.

Tujuan penyelenggaraan pemilihan umum menurut Prof. Dr. Jimly Asshiddiqie ada empat, yaitu:

- 1) Untuk memungkinkan terjadinya peralihan kepemimpinan secara tertib.
- 2) Untuk memungkinkan terjadinya pergantian pejabat yang akan mewakili kepentingan rakyat di lembaga perwakilan.
- 3) Untuk melaksanakan prinsip kedaulatan rakyat.
- 4) Untuk melaksanakan prinsip hak-hak asasi warga negara-negara.

Teori elit Patronase, Dalam pengertian sosiologis dan politis, elite adalah *the ruling class*, suatu golongan yang memegang kekuasaan baik secara formal maupun informal dalam suatu strata sosial. Dengan kedudukannya itu, mereka dapat memengaruhi perkembangan masyarakat dalam hubungan yang sifatnya timbal balik. Dengan demikian dapat dikatakan juga bahwa elite adalah produk

dari masyarakatnya. Dan, hubungan antar elit senantiasa terjalin komunikasi sehingga kreasi maupun semangat dari suatu generasi dilanjutkan atau diterjemahkan ke dalam bentuknya yang baru oleh generasi berikutnya (Nasruddin Ansari, 2008: 28).

Elite politik sendiri dibagi menjadi dua bagian diantaranya elite politik lokal dan elite non politik non lokal, elite politik lokal adalah merupakan seseorang yang menduduki jabatan-jabatan politik (kekuasaan) di eksekutif dan legislatif yang dipilih melalui pemilihan umum dan dipilih dalam proses politik yang demokratis di tingkat lokal. Mereka menduduki jabatan politik tinggi di tingkat lokal yang membuat dan menjalankan kebijakan politik. Elite politiknya seperti: Gubernur, Bupati, Walikota, Ketua DPRD, dan pimpinan-pimpinan partai politik (Varma, 1987: 203).

Di dalam teori dapat digunakan sebagai penguat dinding data pembahasan penelitian. Elite adalah salah satu kajian khusus penulis di dalam mengetahui elite tokoh masyarakat pada saat mempengaruhi para perilaku memilih dalam Desa Sukamukti Kecamatan Cisayong, Kabupaten Tasikmalaya, maka dari itu salah satu kajian dalam sistem politik atau kehidupan beragama dan bernegara adalah rakyat (masyarakat), masyarakat terbagi atas dua kelas ialah kelas masyarakat elite dan kelas masyarakat non elit. Dalam hal elite kelas atas dimaknai dengan masyarakat penguasa sedangkan non elite dimaknai dengan masyarakat yang tidak berkuasa. Teori elit percaya bahwa setiap masyarakat diperintah oleh sekelompok kecil orang yang mempunyai kualitas-kualitas yang diperlukan bagi kehadiran pada kekuasaan sosial dan politik secara penuh.

Kelompok elit juga dipercaya mempunyai pengaruh penting terhadap perilaku politik. Efek kelas elit terhadap politik, termasuk di tingkat massa pemilih, juga sudah menjadi pusat perhatian bagi kalangan intelektual. Setidaknya kalau dilihat di tingkat elit dimana politik bernuansa kelas sosial mempunyai pengaruh besar terhadap anggota masyarakat dalam mengeluarkan keputusan. Elit dipandang sebagai kelompok pencipta tatanan yang kemudian dianut oleh semua pihak. Dalam pendekatan yang lebih baru, elit dipandang sebagai suatu kelompok yang menghimpun para petinggi pemerintah. Pengertian elit dipadukan dengan pemimpin atau pembuat keputusan.

Secara umum, elit merupakan sekelompok orang yang menempati kedudukan-kedudukan tinggi dalam arti yang lebih khusus, elit juga ditunjukkan oleh sekelompok kecil yang memegang pemerintahan serta lingkungan dimana kekuasaan itu diambil. Dengan demikian, konsep tentang elit cenderung lebih menekankan kepada elit penguasa dan elit yang tidak berkuasa yang mengarah kepada adanya kepentingan yang berbeda.

3. Elite Lokal dan Kampanye Politik

Kampanye menurut kamus bahasa Indonesia adalah serentak mengadakan gerakan bisik- gerakan dengan jalan menyiarkan kabar angin kampanye. Menurut Rice dan Paisley menyebutkan bahwa kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat.

Pengertian kampanye berdasarkan Undang-undang Dasar No. 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26 adalah kegiatan Peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Peserta Pemilu.

Kurniasih mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan Rogers dan Storey adalah yang paling populer dan dapat diterima dikalangan ilmuwan komunikasi Jadi pada dasarnya kampanye merupakan hal lumrah yang sering ditemukan. Bahkan dalam beberapa waktu sering kali ditemukan implementasi dari proses kampanye yang tidak sejalan dengan regulasi yang telah disepakati bersama.

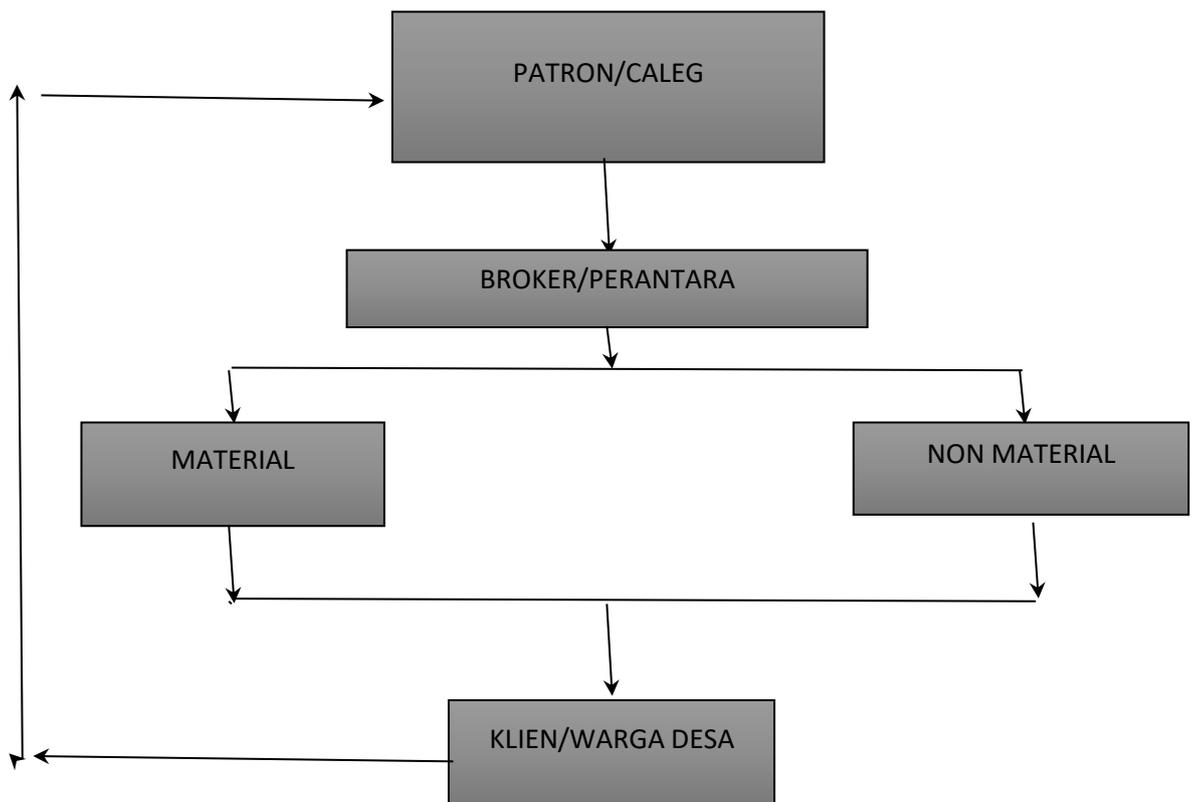
Dengan digunakannya teori ini adalah sebagai gambaran bagaimana pola dan skema elit lokal atau disini orang yang berpengaruh dalam lingkup pemerintahan dalam menghadapi kampanye politik pemilu legislatif di Kabupaten Tasikmalaya.

B. KerangkaBerpikir

Dalam kontestasi politik, untuk dapat duduk di lembaga perwakilan seorang calon legislatif harus terlebih dahulu menjadi pemenang dalam perolehan suara pada saat pemilu berlangsung, untuk mendapatkan dukungan atau suara tersebut calon kandidat dapat memanfaatkan dan membangun relasi patronase.

Seperti hadirnya calon legislatif di Kabupaten Tasikmalaya yang berasal dari desa, maka dalam mencari dukungan atau sumber suara diduga melibatkan unsur-unsur perangkat atau tokoh tokoh yang ada di desa tersebut. Yang melahirkan patronase dalam perjalanan pemenangan politiknya.

Dalam relasi patronase, patron adalah orang yang mempunyai kekuasaan dan pengaruh, sehingga patron sangat berjasa bagi klien, yang mana klien adalah orang yang membutuhkan bantuan dari patron, tak hanya saja bantuan ekonomi akan tetapi bisa juga dalam bentuk dukungan sosial. dengan begitu klien akan memberikan balas budi atau timbal balik kepada patron dengan memberikan dukungan dan kepatuhan.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

Penjelasan Bagan :

Di Dalam bagan tersebut mengidentifikasi bahwa Patron adalah pemegang kekuasaan tertinggi dalam hal ini berarti Calon Legislatif, disini patron memiliki tujuan atau keinginan mencari suara guna memenangkan kursi di parlemen, dengan sumber daya yang dimiliki seperti materi dan kekuasaan maka itu akan menjadi modal yang cukup untuk mencari dukungannya. Kemudian disini patron tidak dapat bekerja sendiri untuk mencapai tujuannya, maka dari itu dibentuknya suatu jaringan yaitu Broker atau perantara yang berfungsi sebagai tangan kanan atau pihak ketiga yang akan memberikan bantuan seperti membagikan sumber daya dari sang patron kepada kliennya nanti. Broker akan diperintahkan oleh patron untuk memberikan bentuk-bentuk pemberian baik berupa material seperti uang dan barang maupun non material seperti perlindungan dan dukungan, yang selanjutnya diberikan kepada klien atau disini ialah warga desa Sukamukti. Pemberian dari patron melalui broker ini akan diterima oleh klien Sehingga dari klien itu sendiri memiliki rasa balas jasa dan melakukan hubungan timbal balik kepada patron baik berupa dukungan ataupun kepatuhan. Yang nantinya berujung pada hak suaranya.

C. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian tentang patron klien ini tentu tidak terlepas dari beberapa sumber data dari penelitian sebelumnya yang sudah melakukan penelitian langsung dilapangan dan melihat fenomena secara langsung, dengan data yang didapat melalui penelitian sebelumnya tentu dapat memudahkan dalam membuat penelitian ini, beberapa penelitian terdahulu tersebut adalah :

1. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh perhat alfaz yang diterbitkan pada tahun 2021 dengan judul “ Bentuk Dan Jaringan Patron-Klien Politik Uang Pada Pemilu Legislatif Tahun 2019 di Kabupaten Tasikmalaya”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk dan jaringan patronase danklientelisme politik uang yang pada pemilu legislatif tahun 2019 di kabupaten tasikmalaya.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan Jenis politik uang pada pemilu serentak di Kabupaten Tasikmalaya pada tahun 2019 sangat bervariasi, hampir semua jenis politik uang ditemukan diantaranya vote buying, Ada lima laporan vote buying yang diterima resmi oleh Bawaslu, 1 diantaranya bisa ditangani sampai putusan pengadilan, sedangkan 4 lainnya tidak diproses lebih lanjut karena tidak memenuhi unsur formil dan materil. Kemudian vote trading, kasus keterlibatan penyelenggara pemilu di Kabupaten Tasikmalaya menyoroti beberapa penyelenggara berbagai tingkat. Yang Ketiga Pork Barrel Project, ada dua temuan dalam kasus ini yang menyangkut dengan pemilu serentak di Kabupaten Tasikmalaya tahun 2019, yakni kasus dana hibah bantuan sosial yang melibatkan pimpinan DPRD Kabupaten Tasikmalaya dan kasus dana bantuan desa yang melibatkan Kepala Desa Sukahening dan Anggota Dewan.

2. Skripsi yang dilakukan oleh Iwan Sedih, mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanudin, yang berjudul “ RELASI PATRON KLIEN DALAM KETERPILIHAN SURYADI ARSYAD PADA PEMILIHAN LEGISLATIF 2019 DAPIL II KOTA MAKASSAR”.

Tujuan dari penelitian ini untuk menggambarkan bagaimana Relasi Patron klien Ray Suryadi Arsyad bekerja dalam Pemilihan Legislatif Kota Makassar Tahun 2019,

Hasil penelitian ini telah ditemukan bagaimana relasi Patron Klien bekerja dalam pemilihan legislatif kota Makassar tahun 2019. hal ini tidak lepas relasi patron klien yang dibangun oleh ayah Ray Suryadi sejak 1996. dimana banyak Masyarakat merasa terbantu oleh kebaikan oleh ayah Ray Suryadi, hal inilah yang kemudian mendorong masyarakat di Dapil II bekerja dalam pemilihan legislatif kota makassar tahun 2019, mereka yang menjadi klien dari Ray dan ayahnya bekerja menjadi tim pemenangan Ray, ada yang menjadi basis suara, membuat posko pemenangan, dan membuatkan acara kampanye, semua hal ini dilakukan secara sukarela oleh klien.

3. Jurnal penelitian yang dilakukan teguh Anggoro yang diterbitkan pada tahun 2019 yang berjudul “ Politik patronase dan klientelisme Purnawirawan Tni pada pemilu legislatif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali lebih jauh terhadap fenomena patronase dan klientelisme yang dilakukan purnawirawan.

Hasil penelitian ini Hasil penelitian menunjukkan, dijalankannya pola patronase dan klientelisme oleh para purnawirawan. Pola patronase sebatas pada pemberian pribadi (individual gift) dan politik ‘gentong babi’ (pork barrel). Selain pola patronase, pola klientelisme juga masih menjadi idola mereka untuk memobilisasi massa pada setiap sosialisasi/kampanye.

4. Skripsi oleh Muhammad Ramli, mahasiswa dari fakultas ushuluddin filsafat dan politik Universitas Alauddin makassar, yang dibuat pada tahun 2016. Dengan judul, “PATRONASE POLITIK DALAM DEMOKRASI LOKAL”.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pola patronase yang dilakukan kepala desa dalam memenangkan pilkada.

Hasil penelitian ini adalah bahwa hubungan patron klien dalam pemilihan kepala desa di Desa Jojjolo sangat berpengaruh dalam memenangkan Hj. Murniwati. Adapun bentuk patronase dalam pilkades yang terjadi dalam hubungan ekonomi, dan politik. Dalam hubungan ekonomi yang dimaksud adalah tokoh masyarakat (patron) memiliki kekayaan, dan keterampilan yang diperlukan kehadirannya bagi masyarakat petani (klien). Sehingga klien merasa terbantu atas bantuan seorang tokoh masyarakat (patron), kemudian klien membalas kebaikan atas bantuan yang diberikan kepadanya sehingga dapat mengabdikan dirinya atas kepentingan seorang patron. Sedangkan dalam hubungan politik adalah tokoh masyarakat (patron) punya peranan penting dalam setiap pemilihan, sehingga Hj. Marniwati dapat membangun komunikasi terhadap patron dengan tujuan memenangkan pilkada.