

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Patron Klien

Istilah “patron” berasal dari ungkapan 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 rendah (inferior), dan patron dalam kedudukan yang lebih tinggi (superior). (Satria, 2015).

Secara umum, patron-klien sering ditemukan dalam struktur sosial yang tidak terlalu formal, seperti dalam politik di mana seorang politisi (patron) memberikan bantuan kepada warga atau kelompok tertentu (klien) untuk mendapatkan dukungan politik. Sistem ini juga bisa ditemukan dalam hubungan bisnis, di mana perusahaan besar memberikan sumber daya atau kontrak kepada perusahaan kecil atau individu untuk mendapatkan keuntungan atau kesetiaan

Scott (1993:7 dalam Imaniar & Brata, 2020) menjelaskan bahwa patron-klien adalah suatu kasus hubungan khusus antara dua orang yang sebagian besar melibatkan persahabatan instrumental, di mana seseorang yang lebih tinggi kedudukan sosial ekonominya (patron) menggunakan pengaruh dan sumber daya yang dimilikinya untuk memberikan perlindungan atau keuntungan atau keduanya kepada orang yang lebih rendah kedudukannya (klien), yang pada

gilirannya (klien) membalas pemberian tersebut dengan memberikan dukungan yang umum dan bantuan, termasuk jasa-jasa pribadi kepada patron.

Ahli lainnya, koentjaraningrat, melihat pola patron-klien dalam kerangka jaringan sosial. Pola patron-klien ini merupakan pola hubungan yang di dasarkan pada *principle of reciprocity* atau asas timbal balik Prinsip ini menekankan bahwa bantuan atau dukungan yang diberikan oleh patron harus dibalas dengan suatu bentuk loyalitas, dukungan politik, atau tindakan yang menguntungkan bagi patron, namun diposisi ini patron memiliki posisi yang lebih dominan dan memiliki kontrol lebih besar atas sumber daya, sedangkan klien bergantung pada patron untuk memenuhi kebutuhan atau mendapatkan keuntungan.. Merujuk pada foster, dalam koentjaraningrat , juga ditemukan istilah lain untuk menjelaskan gejala patron-klien, yaitu *dyadic contract* atau hubungan antara dua satuan yang bekerja sama, merujuk pada hubungan kontraktual yang terjadi antara dua pihak yaitu *patron* dan *klien* yang saling berinteraksi dan membuat kesepakatan atau janji satu sama lain. Dalam hal ini, hubungan tersebut bersifat dua arah (*dyadic*), dengan masing-masing pihak memiliki peran dan kepentingan tertentu dalam pertukaran yang terjadi (Rifki, 2017)

Secara sederhana, patron adalah orang atau kelompok yang memiliki kekuasaan atau sumber daya, sementara klien adalah pihak yang bergantung pada patron untuk mendapatkan akses kepada sumber daya tersebut. Sebagai balasannya, klien memberikan dukungan, baik itu dalam bentuk suara politik, kerja, atau kesetiaan terhadap patron. Contoh dalam konteks politik misalnya, seorang politisi yang memberikan bantuan kepada pemilih atau kelompok tertentu dengan imbalan dukungan politik pada saat pemilu. Dalam konteks sosial atau ekonomi, seorang

pengusaha besar bisa memberi pekerjaan atau bantuan finansial kepada orang-orang yang bergantung pada mereka untuk kebutuhan hidup mereka.

Menurut (Okthariza, 2019) Pada kenyataannya praktik politik uang dan patronase masih kian marak terjadi dalam dunia politik Indonesia pada masa kontemporer saat ini. Dua hal tersebut dilakukan guna untuk meraup semaksimal mungkin suara pemilih dalam Pemilihan. Dalam konteks ini, patron-klien seringkali melibatkan pemimpin politik yang memiliki kekuasaan atau pengaruh yang cukup untuk memberikan manfaat atau jaminan kepada para pendukungnya, seperti jabatan politik, pekerjaan pemerintah, kontrak bisnis, atau fasilitas publik. Patron-klien juga sering kali dikritik karena dapat menciptakan ketergantungan, korupsi, dan ketidakadilan dalam sistem politik. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakmerataan dan penyalahgunaan kekuasaan, di mana individu atau kelompok yang memiliki hubungan dekat dengan para pemimpin politik mendapatkan keuntungan atau istimewa perlakuan, sementara orang lain diabaikan atau dihukum.

Adapun beberapa bentuk patron klien yang biasanya terjadi menurut (Alfaz & Suswanta, 2021) antara lain:

a) Vote buying (Pembelian Suara)

Dalam pelaksanaannya, transaksi antara calon, baik yang dilakukan langsung oleh calon tersebut maupun melalui perantara tim sukses atau broker, kepada pemegang hak suara biasanya dilakukan secara bertahap. Hal ini terjadi selama masa kampanye, masa tenang, atau beberapa hari sebelum pemungutan suara, dengan sasaran pemilih yang telah menjadi pendukung calon tersebut. Bahkan, dalam beberapa kasus, pembagian bisa dilakukan secara

acak kepada siapa saja beberapa jam sebelum pemilih menuju TPS pada hari pemungutan suara, yang sering disebut dengan istilah "serangan fajar" atau, belakangan ini, istilah baru "serangan dhuha," karena praktik ini terjadi pada waktu dhuha. Pembelian suara ini terbagi menjadi dua bentuk, yaitu uang dan barang. Uang menjadi salah satu alat utama yang digunakan oleh calon untuk memperoleh suara sebanyak mungkin. Sayangnya, uang yang seharusnya digunakan untuk biaya operasional kampanye justru dipakai untuk menyuap pemilih demi mendapatkan suara.

Tidak hanya uang yang digunakan dalam transaksi ini, barang juga banyak dijadikan alternatif sebagai pengganti uang dalam pertukaran suara antara calon dan pemilih. Bagi calon, pemberian barang dianggap sebagai bentuk tukar yang lebih aman dan minim risiko, sehingga mereka bisa terhindar dari tuduhan melakukan politik uang dan melanggar aturan pemilu. Pemberian barang kepada pemilih memiliki banyak motif, salah satunya adalah pemberian sembako yang dikemas sebagai sedekah biasa, padahal tujuannya sebenarnya adalah untuk mendapatkan imbalan berupa dukungan suara.

b) Individual gifts (Pemberian Pribadi)

Individual gifts biasanya hanya digunakan sebagai strategi tambahan untuk mendukung upaya pembelian suara yang lebih terorganisir, sehingga bukan menjadi faktor utama. Calon yang melakukan praktik ini umumnya memberikan hadiah saat kampanye

atau kunjungan ke daerah pemilihannya. Setelah acara selesai, mereka memberikan barang pribadi kepada pemilih sebagai kenang-kenangan, yang dianggap sebagai cara untuk mempererat hubungan sosial agar konstituen tetap memilih mereka. Bentuk barang pemberian ini bisa bermacam-macam, seperti kaos, kalender, kipas tangan, dan gelas atau mug yang dihiasi dengan gambar, nama, dan nomor urut calon untuk menunjukkan citra diri mereka. Selain itu, bisa juga berupa makanan dan minuman, rokok, atau bingkisan lainnya.

Pemahaman yang keliru semacam ini, jika dibiarkan terus-menerus dalam setiap pemilu, dapat menjadi budaya buruk bagi demokrasi. Seharusnya, penyelenggara pemilu di tingkat bawah memahami hal ini dan menyadari bahwa tindakan tersebut termasuk dalam kategori politik uang.

c) *Vote trading* (Jual Beli suara)

Jual beli suara atau *vote trading* dalam pemilihan kepala desa sangat mungkin terjadi, hal ini biasanya dikarenakan strategi *vote buying* yang dilakukan oleh sang calon dianggap hasilnya akan kurang maksimal maka akan mencari alternatif strategi lain. Aktor yang menjadi sasaran bukan lagi masyarakat yang punya hak pilih tapi sasaran selanjutnya adalah penyelenggara pemilu itu sendiri, mulai dari tingkat yang paling bawah di TPS (Tempat Pemungutan Suara) hingga panitia penyelenggara pemilihan. Praktik jual-beli suara antara calon atau tim sukses dengan penyelenggara pemilihan

sangat mudah dilakukan, praktik ini lebih senyap dan tidak banyak melibatkan banyak orang, sehingga jarang sekali ada orang yang tahu.

Praktik politik uang semacam ini tentunya banyak melibatkan penyelenggara pemilu mengindikasikan bahwa adanya ketidak beresan dalam proses pelaksanaan perekrutan penyelenggara pemilihan tersebut, tidak netralnya penyelenggara pemilihan yang lolos diterima sebagai anggota penyelenggara pemilihan karena tidak menjalankan sesuai standar prosedurnya.

d) Club goods (Barang-barang Kelompok)

Pemberian barang-barang kelompok (club goods) tidak lepas dari strategi politik uang yang dilakukan oleh para kandidat untuk meraih suara tinggi dalam pemilihan. Sasaran calon atau kandidat untuk jenis ini biasanya adalah kelompok organisasi atau komunitas yang terbentuk secara formal maupun informal yang berada di daerah pilihannya kandidat tersebut, biasanya meliputi lingkup yang lebih kecil setingkat desa bahkan kampung. Kelompok formal biasanya memiliki struktur organisasi atau kepengurusan yang jelas seperti kelompok karang taruna, ikatan remaja mesjid, PKK, lembaga pendidikan atau pesantren dan lain-lain. Sedangkan untuk kelompok informal lebih ke komunitas hobi atau minat dan bakat seperti kelompok musik, komunitas tari, club sepakbola dan lain-lain.

Kelompok-kelompok diatas menjadi sasaran empuk bagi para caleg untuk melancarkan aksinya, pemberian barang yang di peruntukan kepada suatu kelompok sangat efektif untuk mengurangi anggaran yang harus dikeluarkan oleh kandidat serta hasilnya efisien, seperti pemeberian karpet mesjid untuk sebuah mesjid di suatu kampung dengan jaminan jamaah di kampung tersebut untuk memilihnya.

e) Services and activities (Pelayanan dan aktivitas)

Dalam upaya memperoleh simpati suara dari pemilih seringkali menyediakan atau memberikan dukungan biaya untuk beragam aktivitas dan pelayanan untuk para pemilihnya. Seperti contoh yang dilakukan oleh caleg dari PKS, mereka memfasilitasi pengobatan gratis dan donor darah dalam kemasan acara yang cukup kreatif yang jarang dilakukan oleh partai lain yakni melakukan *flashmoob* dijalanan terbuka, mereka mencuri start berkampanye sebelum waktunya. Tapi kasus ini hanya mendapat teguran saja dari Bawaslu, alasannya karena ada beberapa hal yang tidak memenuhi persyaratan untuk di tindak lebih lanjut.

f) Pork Barrel Project (Proyek Gentong Babi)

Bentuk patron klien ini agak sedikit berbeda, yaitu berupa pemberian proyek-proyek pemerintah yang ditujukan untuk wilayah geografis tertentu. Sebagaimana layaknya para calon kandidat banyak yang menjanjikan akan memberikan ‘program-program’ dan ‘proyek-proyek’ yang didanai dengan dana publik untuk konstituen

mereka yang biasanya berupa proyek-proyek berskala kecil di masing-masing daerah pemilihan.

Bentuk-bentuk tersebut menunjukkan bahwa *patron-klien* bisa terjadi dalam berbagai bidang dan di berbagai level dalam masyarakat, dari yang sangat formal dan terstruktur hingga yang lebih informal dan bergantung pada interaksi pribadi. Kunci dari semua bentuk ini adalah adanya pertukaran sumber daya dan dukungan yang saling menguntungkan, meskipun tidak selalu seimbang dalam hal kekuasaan atau kontrol.

Scott menyebutkan ada faktor yang menjadi sebab tumbuh berkembangnya konflik relasi patron klien dalam suatu masyarakat, **Pertama**, terdapatnya perbedaan (*inequality*) yang menyolok dalam kepemilikan kekayaan, status, dan kekuasaan. Tradisi yang berlaku, seorang patron lebih mendasarkan dan pada kekuatan serta jalur untuk mendapatkan jabatan dan kedudukan, dan bukannya pada pewarisan kedudukan. **Kedua**, tidak adanya pranata-pranata yang menjamin keamanan individu, baik yang menyangkut status maupun kekayaan. Ketika keamanan seseorang terancam dan kontrol sosial tidak dapat lagi dijadikan sebagai acuan maka hubungan patronase dipilih sebagai mekanisme atau sarana untuk memperoleh keamanan pribadi. Ketika keamanan akan muncul dalam lingkungan yang ditandai oleh kelangkaan sumber-sumber daya, dan usaha mendapatkan kekayaan serta kekuasaan yang dipandang sebagai persaingan yang bersifat *zero-sum*, yaitu keuntungan yang didapat satu pihak diartikan sebagai suatu kehilangan bagi pihak lain. Dengan demikian, ikatan-ikatan pribadi secara langsung telah mengganti peranan hukum, nilai-nilai bersama serta pranata-pranata yang kuat. **Ketiga**, yang juga merupakan implikasi definisi hubungan patronase adalah ketika

ikatan-ikatan kekeluargaan tidak lagi dapat diandalkan untuk mendapatkan perlindungan serta memajukan diri.(Rifki, 2017)

Secara keseluruhan, hubungan patron-klien sering kali muncul karena kebutuhan untuk mengatasi ketidakseimbangan kekuasaan, akses terbatas terhadap sumber daya, dan ketergantungan sosial dan ekonomi yang ada dalam masyarakat. Faktor-faktor ini mendorong individu atau kelompok yang lebih lemah atau kurang beruntung untuk mencari patron yang dapat memberi mereka apa yang mereka butuhkan, sementara patron juga mendapatkan keuntungan atau dukungan dari hubungan ini.

2.2 Teori Power Elite

Power elite adalah konsep yang pertama kali dikemukakan oleh sosiolog C. Wright Mills dalam bukunya yang berjudul *The Power Elite* (1956). Teori ini menyatakan bahwa kekuasaan di sebuah negara tidak terdistribusi secara merata kepada rakyat, melainkan dikuasai oleh sekelompok kecil individu atau elit yang berada di puncak struktur sosial dan politik. Mereka ini disebut sebagai "power elite". (Haboddin, 2017). Mills mengemukakan bahwa meskipun negara memiliki mekanisme demokrasi, keputusan-keputusan besar sering kali ditentukan oleh kekuatan elit yang terkonsolidasi. Hal ini menciptakan ketidaksetaraan dalam distribusi kekuasaan, yang pada gilirannya mengurangi partisipasi politik yang sejati dari masyarakat.

Konsep teori ini berasal dari teori elit klasik yang dikembangkan oleh Vilfredo Pareto (1848-1923) dan Gaetano Mosca (1858-1911), yang berpendapat bahwa keberadaan elit dalam masyarakat adalah hal yang tak terhindarkan dan

menghilangkan kemungkinan revolusi buruh untuk menciptakan masyarakat komunis. Namun, seiring perkembangannya, teori elit klasik ini mendapat kritik dari teori elit kontemporer yang diajukan oleh C. Wright Mills. Berdasarkan kondisi yang terjadi di Amerika saat itu, Mills tidak setuju dengan anggapan bahwa pengaturan dan pengendalian oleh elit bersifat tak terelakkan. Bagi Pareto, elit terbentuk karena individu-individu tersebut memiliki kemampuan dan kecerdasan yang lebih dibandingkan yang lain, sementara Mosca berpendapat bahwa elit terbentuk karena kemampuan mereka dalam mengelola organisasi lebih baik. Selain itu, Pareto juga menyatakan bahwa kekuasaan elit tercipta karena adanya dominasi elit terhadap massa, sementara menurut Mills, yang sebenarnya terjadi adalah eksploitasi massa oleh elit. (Mawardi, 2019)

Terdapat perbedaan yang signifikan antara "dominasi" dan "eksploitasi." Mills menjelaskan bahwa masyarakat umum dan elit merupakan kelas-kelas sosial dengan kepentingan yang berbeda, sehingga konflik kelas sangat mungkin terjadi. Oleh karena itu, kekuasaan elit atas masyarakat bawah (umum) tidak dapat disebut sebagai dominasi, melainkan sebagai eksploitasi. Dominasi hanya terjadi apabila terdapat kesamaan kepentingan, sementara eksploitasi muncul akibat adanya konflik kepentingan. Dari sini, lahirlah teori power elite yang memiliki ciri khas berbeda dibandingkan dengan teori elit klasik. Mills mengartikan kekuasaan sebagai kemampuan untuk membuat kehendak seseorang diikuti, meskipun ada perlawanan. Elit kekuasaan (power elite) apabila dilihat pada garis vertical memiliki kedudukan yang berbeda jauh dari kelas lainnya, karena mereka berada dalam posisi yang sangat penting untuk membuat keputusan yang memiliki dampak besar. Mills memandang elit kekuasaan sebagai sebuah kelas sosial yang terdiri dari

individu-individu dengan latar belakang dan pendidikan yang serupa, yang memiliki dasar sosial dan psikologis yang menyatukan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa mereka adalah tipe sosial yang sama dan cenderung mudah berinteraksi satu sama lain. (Prananta, 2015)

Teori elit Mills ini masih relevan dengan kondisi yang saat ini terjadi, karena didalamnya menyimpulkan bahwa penyebab terjadinya *public silence* disebabkan oleh dua faktor utama. Pertama, agenda-agenda penting seperti kebijakan ekonomi dan keamanan nasional ditentukan oleh kekuasaan elit. Kedua, kelompok tengah memiliki peran yang terbatas, sementara publik sepenuhnya terpinggirkan. Demokrasi prosedural, yang digunakan sebagai legitimasi bagi pemerintahan, hal ini merupakan manifestasi nyata dari monopoli kelas elit. Dalam peristiwa ini, kelompok politik penguasa berkolaborasi dengan kelompok kapitalis untuk merumuskan arah pembangunan. Sementara pemilu dan mekanisme demokrasi menjadi sekadar ritual yang didominasi oleh kaum elit.

Jika diterapkan pada tingkat lokal seperti Pemilihan Kepala Desa (Pilkades), konsep *power elite* relevan untuk memahami bagaimana calon kepala desa yang menempati posisi sebagai patron sekaligus bagian dari elit lokal misalnya pengusaha sukses, tokoh adat, atau mantan pejabat desa memiliki keunggulan awal dalam kontestasi politik. Keunggulan ini dapat berupa modal finansial yang besar, jaringan sosial yang luas, serta legitimasi yang terbangun dari reputasi atau jabatan sebelumnya. Dalam kerangka Mills, mereka merupakan bagian dari “minoritas berkuasa” yang mampu mempengaruhi jalannya proses politik melalui akses yang lebih besar terhadap sumber daya ekonomi, sosial, dan simbolik.

2.3 Patron Klien dalam Konteks Pilkades

Relasi patron–klien dalam Pemilihan Kepala Desa (Pilkades) merupakan bentuk interaksi politik yang tidak seimbang, di mana pihak patron memiliki akses lebih besar terhadap sumber daya, kekuasaan, dan pengaruh, sedangkan pihak klien memberikan dukungan politik, kesetiaan, atau bantuan tertentu. (Scott, 1972) mendeskripsikan hubungan ini sebagai timbal balik, namun tetap bersifat asimetris (*reciprocal but asymmetrical*), karena posisi patron lebih dominan melalui kendali atas sumber daya ekonomi, politik, maupun sosial yang dibutuhkan klien. Dalam Pilkades, figur patron dapat berupa calon kepala desa, mantan kepala desa, tokoh adat, pemuka agama, hingga pengusaha lokal yang memiliki modal sosial, politik, dan finansial. Sementara itu, klien umumnya adalah warga atau kelompok masyarakat yang menjadi basis dukungan bagi patron.

(Geertz, 1976) melalui konsep *bapakisme* mengungkapkan bahwa di banyak desa di Jawa, kepala desa atau tokoh lokal sering dilihat sebagai sosok “bapak” yang memberi perlindungan, bantuan, dan arahan kepada warganya. Posisi tersebut memberikan legitimasi moral bagi patron untuk menggalang dukungan, bukan hanya lewat janji program, tetapi juga melalui kedekatan personal dan ikatan emosional. Scott menambahkan bahwa pola seperti ini sering berakar pada *moral economy*, di mana bantuan atau perlindungan yang diberikan patron dipandang sebagai kewajiban sosial yang selayaknya dibalas oleh klien melalui dukungan politik.

Dalam praktiknya, hubungan patron–klien pada Pilkades biasanya tidak hanya terbentuk menjelang pemungutan suara, tetapi terbangun secara bertahap melalui interaksi jangka panjang. Patron memelihara hubungan ini dengan

mengombinasikan pemberian manfaat material, bantuan sosial, serta keterlibatan dalam berbagai momen penting warga seperti hajatan atau saat terjadi musibah. Hubungan semacam ini menciptakan keterikatan emosional yang membuat dukungan politik kerap dianggap sebagai bentuk balas budi, bukan semata hasil transaksi instan.

(Aspinall & Sukmajati, 2015) menunjukkan bahwa proses ini sering dimediasi oleh *broker politik* seperti ketua RT/RW, pemuka agama, ketua kelompok tani, atau aktivis organisasi desa. Para broker memiliki kedekatan langsung dengan pemilih dan mengetahui secara detail siapa saja yang bisa dimobilisasi. Fungsi mereka tidak hanya sebagai penyalur bantuan dari patron ke klien, tetapi juga sebagai penjaga loyalitas agar dukungan tetap solid hingga hari pemilihan.

Menurut (Aspinall & Sukmajati, 2016), kekuatan hubungan patron–klien tidak hanya diukur dari besarnya modal finansial, melainkan juga dari tingkat keterbenaman sosial (*embeddedness*) patron di lingkungan masyarakat. Pandangan ini sejalan dengan teori Mark Granovetter (1985) yang menegaskan bahwa tindakan ekonomi dan politik selalu tertanam dalam jaringan sosial yang telah terbentuk. Patron yang memiliki rekam jejak pengabdian, aktif dalam kegiatan masyarakat, dan memiliki hubungan emosional yang kuat dengan warga cenderung lebih berhasil memobilisasi dukungan dibandingkan mereka yang hanya mengandalkan kekayaan.

(Burhanuddin, 2017) dalam *Kuasa Uang* menegaskan bahwa perilaku politik warga desa lebih sering dipengaruhi oleh relasi personal daripada oleh ideologi atau program. Hal ini membuat patron–klien menjadi sarana yang efektif untuk memengaruhi pilihan politik, apalagi jika disertai pemingkaian kultural.

Praktik pemberian uang atau bantuan, misalnya, sering dipersepsikan sebagai bagian dari *gotong royong* atau *sedekah politik*, sehingga meminimalkan stigma negatif terhadap patron.

(Aspinall & Berenschot, 2019) dalam *Democracy for Sale* menegaskan bahwa politik informal, termasuk patron–klien, bukanlah penyimpangan dari sistem demokrasi Indonesia, melainkan bagian integral yang menggerakkan mekanisme politik di lapangan. Dalam Pilkades, hal ini berarti bahwa proses pemilihan tidak sekadar menjadi ajang adu program, melainkan juga pertarungan antarjaringan patronase yang telah berakar di struktur sosial desa.

Dengan demikian, patron–klien dalam Pilkades dapat dipahami sebagai strategi politik yang memadukan dimensi material, sosial, dan kultural secara bersamaan. Keberhasilannya ditentukan oleh kemampuan patron mengelola sumber daya, mempertahankan legitimasi moral, dan menjaga jaringan sosial yang sudah terbangun lama. Pola ini bersifat adaptif, dapat bertahan lintas periode pemilihan, dan menjadi salah satu faktor kunci dalam dinamika kekuasaan di tingkat desa.

2.4 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian tentang *patron klien* ini, tentu tidak terlepas dari berbagai sumber data yang diperoleh dari penelitian sebelumnya yang telah melakukan penelitian langsung di lapangan dan mengamati fenomena secara langsung. Data yang didapat melalui penelitian terdahulu ini sangat penting karena dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dinamika hubungan *patron klien* dalam konteks pemilihan kepala desa, serta memperkaya analisis dalam penelitian

ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang cukup relevan dengan tema kajian penulis:

Pertama, Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Ramli pada tahun (2016), mahasiswa dari Fakultas Ushuluddin Filsafat dan Politik Universitas Alauddin Makassar dengan judul *"Patronase Politik dalam Demokrasi Lokal"*, bertujuan untuk menganalisis pola patronase yang diterapkan oleh kepala desa dalam memenangkan pilkades. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan patron-klien di Desa Joggolo memiliki pengaruh besar dalam kemenangan Hj. Murniwati dalam pemilihan kepala desa. Patronase yang terjalin dibagi menjadi dua aspek, yakni ekonomi dan politik. Dalam aspek ekonomi, tokoh masyarakat (patron) memiliki kekayaan dan keahlian yang dibutuhkan oleh masyarakat petani (klien), yang merasa terbantu oleh keberadaan patron tersebut. Sebagai bentuk balas jasa, klien memberikan dukungan politik kepada patron, yang membantu patron mencapai tujuan politiknya dalam pilkades. Sedangkan dalam aspek politik, patron memiliki peranan penting dalam setiap pemilihan, yang memungkinkan Hj. Murniwati membangun komunikasi dengan tokoh masyarakat untuk meraih kemenangan dalam pilkades. Penelitian ini memberikan gambaran nyata tentang bagaimana patronase politik mempengaruhi hasil pemilihan kepala desa, baik melalui hubungan ekonomi maupun politik antara patron dan klien. Relevansi dengan penelitian ini adalah terdapatnya unsur patron klien yang dapat mengantarkan salah satu calon menuju kursi kemenangan.

Kedua, skripsi berjudul "Tradisi patron klien pada masyarakat desa kampala kabupaten jeneponto dalam kajian sosiologi politik" karya Nurul Aulia Ramadhani, yang diterbitkan pada tahun (2023) Penelitian ini menggunakan jenis

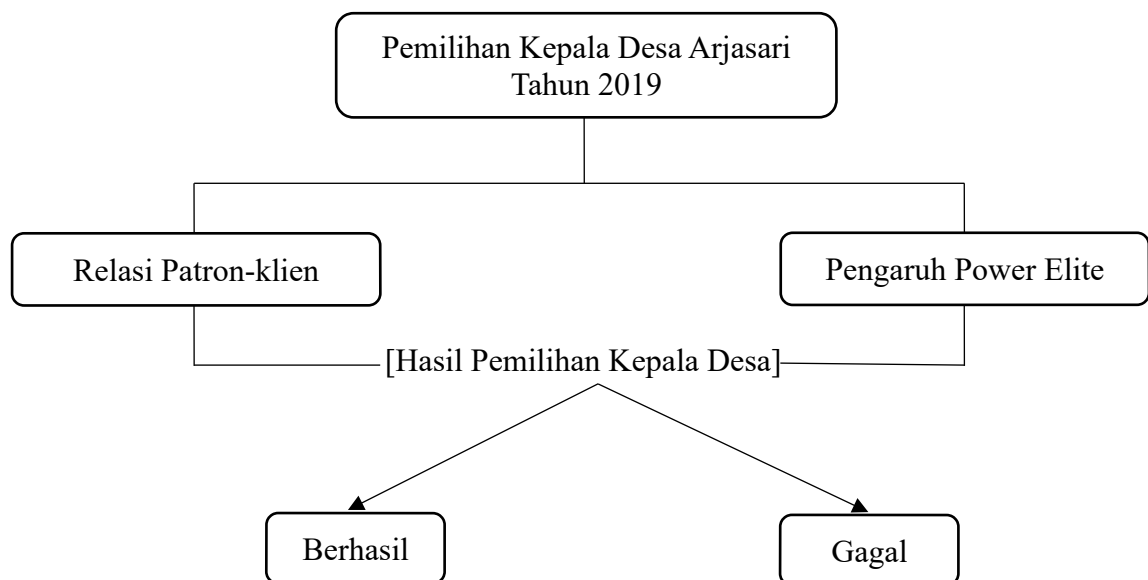
penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan secara akurat mengenai hubungan patron klien di desa kampala ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara. Dengan hasilnya yang menjelaskan bahwa pembentukan hubungan patron-klien di Desa Kampala didasarkan pada sejarah. Tanah yang saat ini dihuni oleh warga adalah tanah milik keluarga patron, yang dimiliki oleh Karaeng Sutte (generasi ketiga) dan merupakan warisan dari orang tuanya. Karena itu, ia menjadi sosok yang sangat dihormati di Desa Kampala. Pengaruh yang dimiliki oleh patron tersebut berlanjut hingga memengaruhi kontestasi pemilihan kepala desa, yang tidak terlepas dari legitimasi yang diberikan oleh klien kepada patron. Terdapat relevansi dengan penelitian ini, yaitu sama-sama mengandung unsur patronase pada proses pemilihan desa.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
Muhammad Ramli	<i>Patronase</i> Politik dalam Demokrasi Lokal	Penelitian ini mengandung unsur <i>patronase</i> pada tingkat pilkades	Penelitian ini lebih menekankan pada aspek perekonomian dan politik, dimana <i>patron</i> memiliki kekayaan dan keahlian yang dibutuhkan oleh masyarakat petani <i>klien</i>
Nurul Aulia Ramadhani	Tradisi patron klien pada masyarakat desa kampala kabupaten jeneponto dalam	Penelitian ini terdapat tradisi <i>patron klien</i> yang berlangsung dalam	Terdapat tradisi yang sulit dipisahkan antara hubungan <i>patron</i>

	kajian politik	sosiologi	upaya pemenangan pada Pilkades	<i>klien</i> pada penelitian ini, yaitu didasarkan pada sejarah. Tanah yang saat ini dihuni oleh warga adalah tanah milik keluarga <i>patron</i>
--	----------------	-----------	--------------------------------	--

2.5 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

Keterangan:

Dalam kerangka penelitian ini menunjukkan bagaimana Pemilihan Kepala Desa Arjasari Tahun 2019 dianalisis dengan menempatkan dua variabel utama, yaitu relasi patron-klien dan pengaruh power elite, sebagai faktor penentu dalam memahami hasil kontestasi. Relasi patron-klien menjadi salah satu aspek penting

dalam politik desa karena memperlihatkan pola interaksi antara calon kepala desa dengan masyarakat yang didasarkan pada hubungan timbal balik. Dalam konteks Pilkades, hubungan ini biasanya terwujud melalui praktik pemberian bantuan, janji kampanye, hingga program-program yang ditawarkan dengan tujuan memperoleh dukungan suara. Pola ini mencerminkan karakter politik pragmatis di tingkat lokal, di mana dukungan masyarakat seringkali dibangun berdasarkan keuntungan jangka pendek ketimbang pertimbangan visi pembangunan jangka panjang.

Selain itu, pengaruh power elite juga menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan. Power elite dalam konteks desa dapat berupa tokoh agama, tokoh adat, elite ekonomi, maupun figur-figur lokal yang memiliki kharisma dan pengaruh kuat terhadap opini masyarakat. Mereka seringkali menjadi rujukan dalam menentukan pilihan politik warga karena legitimasi sosial dan simbolik yang melekat pada diri mereka. Dukungan atau penolakan dari kelompok elite ini dapat menggeser preferensi politik masyarakat, bahkan dalam kondisi tertentu dapat melemahkan dominasi pola patron-klien yang sudah terbangun antara calon dan pemilih. Dengan kata lain, power elite berfungsi sebagai aktor strategis yang mampu membentuk konfigurasi politik desa.

Kedua faktor tersebut, relasi patron-klien dan pengaruh power elite, pada akhirnya bermuara pada hasil pemilihan kepala desa. Hasil Pilkades dapat dibedakan ke dalam dua kemungkinan: berhasil atau tidak berhasil memenangkan kontestasi. Relasi patron-klien bisa saja menghasilkan basis dukungan yang luas, namun keberadaan power elite dapat memperkuat atau justru melemahkan dukungan tersebut. Begitu pula sebaliknya, pengaruh elite lokal tidak selalu cukup kuat tanpa adanya strategi patronase yang mengakar di masyarakat. Hal ini

menunjukkan bahwa hasil Pilkades tidak bisa dilihat dari satu sisi saja, melainkan merupakan hasil interaksi kompleks antara strategi politik berbasis patronase dan peran elit lokal dalam mengarahkan preferensi masyarakat.

Dengan demikian, kerangka penelitian ini memiliki makna penting dalam memperluas pemahaman mengenai dinamika politik desa. Pertama, kerangka ini menjelaskan bahwa praktik patron-klien masih menjadi fenomena yang menonjol dalam Pilkades, namun efektivitasnya dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, salah satunya peran power elite. Kedua, kerangka ini menegaskan bahwa hasil pemilihan tidak semata-mata ditentukan oleh kekuatan modal sosial dan ekonomi calon kepala desa, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh konfigurasi sosial budaya yang ada di tingkat lokal. Ketiga, penelitian ini berkontribusi untuk memperkaya literatur mengenai demokrasi desa di Indonesia, dengan menekankan bahwa relasi politik di tingkat akar rumput selalu berada dalam tarik-menarik antara praktik transaksional dan pengaruh struktur kekuasaan lokal.