

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Patro-klien

Istilah patron berasal dari ungkapan bahasa Spanyol yang secara etimologis berarti, seorang yang memiliki kekuasaan (*power*), status, wewenang, dan pengaruh. Sedangkan klien yang artinya bawahan atau orang yang diperintah dan disuruh. 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, dan patron dalam kedudukan yang lebih tinggi. Menurut Scott (1993:7-8) Patron-klien merupakan salah satu bentuk pertukaran hubungan antara satu pihak dengan pihak lainnya, bentuk ini dapat dikatakan sebagai suatu bentuk hubungan dari ikatan diadik (dua orang) dan melibatkan suatu persahabatan instrumental. Dimana patron memiliki status sosial ekonomi yang lebih tinggi dan dapat menggunakan pengaruh serta sumberdaya yang dimiliki untuk memberikan suatu perlindungan dan keuntungan bagi salah satu pihak dengan status lebih rendah yaitu klien. Ada masanya dimana klien akan membalas kebaikan yang diberikan oleh patron dengan bentuk menawarkan bantuan baik secara garis pekerjaan atau jasa pribadi kepada patron.

Menurut Scott (1981: 191) dalam Kausar, dkk (2011) bahwa ciri-ciri hubungan patron-klien yaitu:

1. Adanya kepemilikan sumberdaya ekonomi yang tidak seimbang
2. Adanya hubungan yang saling memberikan keuntungan satu sama lain, walaupun terkadang dalam porsi yang tidak seimbang.
3. Adanya hubungan loyalitas seperti kesetiaan dan kepatuhan.
4. Adanya hubungan antar individu yang bersifat langsung secara intensif antar patron dengan klien. Hubungan tersebut terjadi tidak hanya bermotifkan pada keuntungan namun ada unsur perasaan dalam hubungan yang sifatnya pribadi.

James Scott mengatakan bahwa patron klien merupakan hubungan spesial antara dua pihak di mana pihak memiliki status ekonomi lebih tinggi menggunakan pengaruhnya dan resourcesnya untuk melindungi dan memberi manfaat pada pihak yang status sosial ekonominya lebih rendah. Dalam hubungan ini, imbalan yang diberikan klien dalam bentuk bantuan atau dukungan termasuk pelayanan kepada patron.

Ada tiga jenis imbalan yang dapat diberikan klien pada patron, yaitu:

1. Klien dapat menyediakan tenaganya bagi usaha patron di ladang, sawah atau usaha lainnya.
2. Klien dapat menyerahkan bahan makanan hasil ladangnya buat patron atau pelayan rumah tangga
3. Klien dapat menjadi kepentingan politik patron, bahkan bersedia menjadi kaki tangan patron.

Berdasarkan ciri-ciri umum dan bentuk imbalan yang telah dipaparkan oleh James C. Scott, maka untuk membedah fenomena di lapangan, penelitian ini mengacu pada tiga indikator utama dari teori patron-klien tersebut. Tiga indikator spesifik ini digunakan sebagai alat ukur operasional untuk menguji dan menilai bagaimana sebenarnya efektivitas serta bekerjanya relasi patron-klien pada Paguyuban Formabata dalam kontestasi Pilkada Kota Tasikmalaya. Tiga indikator yang dirumuskan dalam teori Scott tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Ketidakseimbangan Pertukaran (*Asymmetry*)

Indikator pertama dari teori Scott ini menyoroti adanya jurang atau ketidaksetaraan posisi yang mendasar dalam proses pertukaran antara pihak patron dan klien, yang dalam penelitian ini dibedah melalui aspek stimulus sumber daya materi dan akses kekuasaan. James C. Scott (1972) menyebutkan bahwa relasi ini lahir karena patron memiliki keunggulan mutlak dalam hal kekayaan, kapital, kekuasaan, maupun status sosial yang jauh lebih tinggi daripada kliennya. Dalam situasi operasional di lapangan, posisi klien diletakkan sebagai pihak individu atau kelompok yang memasuki sebuah pusaran hubungan pertukaran yang tidak setara, di mana ia secara objektif tidak akan mampu membalas semua kebaikan, perlindungan, atau sumber daya dari patron sepenuhnya dalam bentuk materi yang sepadan. Oleh karena itu, ketidakseimbangan ini memunculkan sebuah kewajiban moral dan politik bagi pihak klien untuk membalas jasa patron melalui instrumen non-materi, yaitu dengan cara mendonasikan tenaga, kesetiaan, serta pengabdian

penuh. Dalam konteks politik elektoral, bentuk pengabdian dan penyerahan tenaga dari klien ini kemudian dikonversi menjadi pemberian dukungan suara secara kolektif demi mengamankan kepentingan politik sang patron.

2. Hubungan Tatap Muka (*Face-to-Face*)

Indikator kedua berkaitan dengan pola interaksi yang bersifat langsung dan personal, yang dalam kasus ini mewujud pada adanya jaminan perlindungan dan kepastian hukum. Dalam konsep Scott, seorang patron tidak akan sembarangan dalam memilih orang atau kelompok untuk dijadikan partner atau kliennya. Pihak patron cenderung memilih orang-orang yang sudah dikenal rekam jejaknya, memiliki kedekatan tertentu, atau yang dinilai bisa diajak bekerja sama secara amanah. Melalui hubungan tatap muka yang intensif ini, upaya untuk meringankan beban pekerjaan atau persoalan sosial melalui jalinan kedekatan menjadi strategi utama yang ditempuh oleh patron untuk mengunci kesetiaan kliennya. Jasa yang diberikan secara timbal balik antara patron dan klien dalam indikator ini tidak hanya bersifat transaksional sesaat, melainkan mencakup beragam keperluan hidup dan penyediaan jaminan sosial yang mampu memberikan rasa tenang serta nyaman bagi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Wujud jaminan sosial tersebut bisa berupa bantuan nyata saat mengalami duka, bantuan advokasi hukum, hingga jaminan perlindungan keamanan. Semua bentuk sumber daya ini sengaja dipertukarkan oleh patron agar klien merasa diayomi dan aman dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

3. Sifat Luwes atau Kekerabatan (*Affective*)

Indikator ketiga menekankan pada dimensi emosional dan jalinan sosiologis yang mendasari hubungan antara patron dan klien menurut Scott, yang dalam konteks lapangan mengarah pada peluang akses pekerjaan dan kedekatan hubungan kekerabatan. Dalam realitas sosial, ikatan kekerabatan, unsur persahabatan, ikatan satu daerah, ataupun kesamaan latar belakang primordial merupakan unsur yang sangat krusial dan berperan penting dalam mempermudah akses seseorang atau suatu kelompok untuk memperoleh koneksi pekerjaan, perlindungan, serta sumber daya sosial dan ekonomi lainnya dari sang patron. Hubungan patron-klien yang didasari oleh sifat luwes kekerabatan ini memberikan kontribusi yang besar bagi kelangsungan hidup kelompok klien. Bahkan, ketika dinamika atau perubahan sosial politik terjadi di lingkungan sekitar, hubungan makro ini akan terus terjalin dan bertahan dalam waktu yang lama, selama kedua belah pihak baik patron maupun klien masih memiliki sesuatu yang bernilai untuk saling ditawarkan dan dipertukarkan demi kepentingan bersama.

Hubungan patron klien tak dapat dilepaskan dari konsep tentang *power* (kuasa). Dalam ini kekuasaan dilakukan dengan persetujuan bawahan, atau setidaknya tanpa keberatan mereka dan tanpa penggunaan kekerasan (Maczak, 2018). Sebagaimana konsep kekuasaan dari Louis Althusser dalam Nugroho (2020) tentang Ideological State Apparatus, bahwa hubungan kuasa yang bekerja dengan menerapkan cara-cara halus dan terlihat tidak memaksa yang mengejawantah dalam bentuk perangkat pendidikan (guru, dosen,

kurikulum) dan perangkat agama (ustadz, pendeta, bhiksu) dapat meminimalkan keberatan masyarakat atas pemegang kekuasaan.

Patron klien pada awalnya banyak terjadi di pedesaan, sebagaimana disampaikan Hall (2008) mengutip dari Foster (1961), bahwa hubungan patron-klien telah berkembang di daerah pedesaan di mana kepemilikan tanah sangat terkonsentrasi di tangan kelompok yang relatif kecil dan kuat yang mampu memonopoli kekayaan, kekuasaan politik, pendidikan dan sarana komunikasi dengan dunia di luar komunitas pedesaan (Hall, 2008). Foster (1961) dalam (Hall, 2008) menjelaskan sifat hubungan patron-klien yang agak menyebar membuat mereka sulit untuk dikategorikan. Terdapat dua sifat dari patron klien ini, yakni yang didasarkan pada penerimaan terbuka nilai-nilai tradisional oleh bawahan, atau disebut patrimonial dan yang didasarkan pada bentuk-bentuk represi yang lebih jelas oleh yang kuat karena legitimasi mereka perlahan menurun (represif). Sedangkan Scott (1972) dalam Lukiyanto, Widita, & Kumalasari (2018) menjelaskan pertukaran sosial antara patron klien biasanya terjadi karena status sosial dan ekonomi dan juga kuasa lebih tinggi (patron) kepada individu dengan kemampuan sosial, ekonomi dan kuasa lemah (klien) (Lukiyanto et al., 2018). Dalam konteks proses politik, relasi patron klien dapat terjadi sesuai dengan karakteristik hubungan itu sendiri. Dalam relasi patron klien, menurut Eisenstadt & Roniger (1984) dalam Pratama (2017) patronase adalah relasi yang bersifat personal, informal, sukarela, resiprokal, tidak setara, dan bersifat dua arah. Sedangkan karakteristik klientelisme dalam relasi patron klien memiliki sifat

timbang-balik, hierarkis, dan berulang (tidak terjadi sekali saja). Patronase dan klientelisme ini terjadi karena hubungan tidak setara namun saling membutuhkan. Proses demokrasi berupa pemilihan umum, termasuk pemilihan kepala daerah di Indonesia tidak lepas dari relasi patron klien ini.

Politik Klientelisme oleh Ramadhan & Oley (2019) ditengarai lekat dengan Perilaku Koruptif dan Demokrasi Banal. Dalam penelitiannya mereka menyampaikan terdapat dua faktor yang turut memupuk klientelisme, yaitu belum terpenuhinya hak kewarganegaraan dan tidak berjalannya fungsi representasi (Ramadhan & Oley, 2019). Klientelisme di Indonesia menurut Ramadhan dan Oley dijalankan atas dasar transaksi *supply-demand* yang berbasis pada relasi kuasa antara aktor politik yang memberikan sesuatu (patron) dengan pihak yang menerima (klien) yang didasari oleh penyerahan loyalitas oleh penerima (paternalistik). Fenomena patron klien ini disinyalir banyak terjadi dalam proses demokrasi pemilihan anggota legislatif, pemilihan presiden, dan pemilihan kepala daerah.

Praktik politik patron-klien banyak terjadi pada negara ketiga dengan kualitas demokrasi masih didominasi dengan politik uang dan keistimewaan kalangan tertentu (Muhtadi, 2019). Relasi Patron-Klien merupakan struktur vertikal yang memungkinkan terjadinya praktik Patronase. Dalam konteks ini, Patronase menjadi instrumen atau alat pertukaran yang digunakan patron untuk mengunci loyalitas klien. Akumulasi dari relasi-relasi personal ini kemudian membentuk sebuah sistem Klientelisme, di mana keputusan politik pemilih tidak lagi didasarkan pada objektivitas program, melainkan pada

ikatan emosional dan keuntungan timbal balik yang ditawarkan melalui struktur kekerabatan atau klan. Patronase dipahami sebagai materi atau keuntungan yang didistribusikan oleh aktor politik kepada pemilih guna mengamankan dukungan politik. Dalam konteks perantau, patronase tidak selalu berbentuk materiil (uang), namun dapat berupa Patronase Kolektif (bantuan untuk organisasi marga) atau Patronase Akses (pemberian jaringan kerja atau perlindungan sosial). Hal ini menciptakan rasa keterikatan yang memperkuat posisi tokoh marga atau pimpinan komunitas sebagai patron bagi masyarakat suku Batak di perantauan tepatnya di kota Tasikmalaya.

Penelitian ini akan berfokus pada dinamika relasi patron-klien, patronase, dan klientelisme yang terjadi dalam proses pemilihan kepala daerah langsung di Kota Tasikmalaya, Jawa Barat. Fokus utamanya adalah membedah bagaimana pola hubungan timbal-balik (*reciprocity*) yang terjalin antara Pasangan Calon selaku aktor elite (patron) dengan Forum Masyarakat Batak Tasikmalaya (FORMABATA) sebagai kelompok sosiologis berbasis etnis yang memiliki hak suara (klien).

Melalui pendekatan teori patron-klien James C. Scott, peneliti berusaha untuk menganalisis karakteristik dari bertahannya relasi tersebut di tengah masyarakat perantau. Peneliti akan menyoroti apakah pola transaksional yang terbangun di lapangan masih didominasi oleh keuntungan materiil (politik uang) atau justru bergeser pada bentuk patronase non-materiil.

Dengan pisau analisis ini, peneliti akan membedah secara mendalam bagaimana unit otoritas di dalam organisasi Formabata mengonsolidasikan suara anggotanya demi membangun posisi tawar dengan aktor politik eksternal dalam kontestasi Pilkada Kota Tasikmalaya 2024.

2.2 Teori Mobilisasi Politik

Menurut Stephen J. Rosenstone dan John Mark Hansen, mobilisasi politik didefinisikan sebagai proses di mana aktor-aktor politik baik itu kandidat, partai politik, maupun kelompok kepentingan melakukan upaya sistematis untuk membujuk individu agar terlibat dalam aktivitas politik. Teori ini menyatakan bahwa partisipasi politik bukanlah sekadar keputusan individu yang muncul secara spontan, melainkan hasil dari interaksi antara keinginan individu dan upaya aktor luar untuk menggerakkan mereka. Mobilisasi bertindak sebagai jembatan yang mengatasi hambatan personal pemilih dengan menyediakan stimulus eksternal. Rosenstone dan Hansen membagi mekanisme penggerakan massa ke dalam dua kategori utama yang menjadi fondasi bagaimana sebuah organisasi sosial memengaruhi anggotanya:

1. Mobilisasi Langsung (*Direct Mobilization*)

Mekanisme ini terjadi ketika aktor politik menjalin kontak personal secara eksplisit dengan pemilih. Upaya ini mencakup penyampaian pesan melalui kunjungan rumah (*door-to-door*), surat resmi, panggilan telepon, hingga pengiriman pesan digital. Tujuannya adalah untuk mengurangi

"biaya" partisipasi (seperti kurangnya informasi) dengan memberikan instruksi langsung mengenai cara dan tempat untuk berpartisipasi.

2. Mobilisasi Tidak Langsung (*Indirect Mobilization*)

Mekanisme ini merupakan aspek yang paling relevan dalam konteks organisasi kemasyarakatan. Mobilisasi tidak langsung terjadi ketika elit politik memanfaatkan jaringan sosial (*social networks*) untuk menggerakkan massa. Alih-alih menghubungi setiap individu, aktor politik menghubungi tokoh sentral atau pemimpin dalam jaringan sosial (seperti ketua organisasi atau sesepuh Marga). Tokoh-tokoh ini kemudian menggunakan otoritas moral dan sosial mereka untuk menyebarkan pengaruh politik ke seluruh jaringan anggota.

Menurut teori ini dimensi yang dimobilisasi adalah mereka orang-orang yang tergabung dalam organisasi formal karena lebih mudah dimobilisasi karena saluran komunikasinya sudah tersedia. selain itu individu dengan sumber daya sosial tinggi menjadi aktor penting. Aktor politik memiliki keterbatasan sumber daya (waktu, uang, dan tenaga), sehingga mereka melakukan mobilisasi secara strategis.

Salah satu sumbangan terbesar Rosenstone dan Hansen adalah penjelasan mengenai mengapa individu mau bergerak ketika dipanggil. Mereka mengidentifikasi adanya Insentif Sosial sebagai faktor pendorong utama diantaranya :

1. Solidaritas dan Identitas Kolektif. Individu merasa bahwa berpartisipasi adalah bagian dari identitas kelompoknya. Kegagalan untuk berpartisipasi dianggap sebagai kegagalan dalam menjaga solidaritas kelompok.

2. Tekanan Sosial (*Social Pressure*). Dalam jaringan sosial yang erat, terdapat mekanisme pengawasan informal. Individu cenderung mengikuti arahan pemimpin karena adanya rasa "sungkan" atau kekhawatiran akan sanksi sosial (seperti dikucilkan atau dianggap tidak loyal) jika mereka tidak sejalan dengan keputusan kolektif organisasi.

Dalam perspektif ini, organisasi atau komitas seperti Formabata tidak hanya berfungsi sebagai wadah silaturahmi, tetapi juga sebagai infrastruktur mobilisasi. Organisasi menyediakan Saluran Komunikasi yang memudahkan elit untuk menyampaikan instruksi politik. Kemudian adanya Legitimasi Kultural yang Mengubah arahan politik menjadi kewajiban moral berbasis adat atau kekeluargaan. Dan terakhir adanya Reduksi Biaya Partisipasi di mana Organisasi sering kali memfasilitasi kebutuhan teknis pemilih agar mereka dapat memberikan suara dengan lebih mudah.

Teori ini menegaskan bahwa tingkat partisipasi politik dalam suatu daerah sangat bergantung pada seberapa kuat jaringan organisasi yang ada di wilayah tersebut. Keberhasilan mobilisasi tidak ditentukan oleh seberapa hebat program seorang kandidat, melainkan seberapa efektif aktor politik tersebut mampu "mengetuk pintu" jaringan-jaringan sosial yang sudah ada. Dalam konteks masyarakat perantau, hubungan patron-klien antara pengurus

dan anggota menjadi katalis utama yang menentukan efektivitas mobilisasi politik ini.

2.3. Klan dalam Struktur Sosial Suku Batak

Salah satu keunikan yang dimiliki suku Batak adalah melekatnya klan pada nama diri (*proper name*). Perlu dipahami bahwa marga bagi orang Batak bukan sekedar menunjukkan kelompok suku atau bukan dimaksud untuk menunjukkan satuan besar atau satuan kecil suatu kelompok. Klan mencakup persoalan yang kompleks. Tidak saja berbicara soal kelompok tetapi juga berhubungan dengan sistem sosial seperti aturan perkawinan, aturan perkabungan, aturan penguburan, dan lain sebagainya. Secara sederhana klan dapat didefinisikan sebagai satu kesatuan kelompok yang mempunyai garis keturunan yang sama atau keturunan yang berasal dari satu nenek moyang. Berarti orang Batak Toba menganut sistem garis keturunan bapak (patrilineal) sehingga keturunan (anak-anak) mengikuti klan dari orang tua laki-laki. Seseorang mendapatkan klan dari ayahnya, dan klan ini tidak akan pernah berubah. Klan berfungsi sebagai pengikat persaudaraan yang sangat kuat, di mana individu yang berada dalam satu klan yang sama dianggap sebagai satu saudara sedarah (*dongan tubu*). Bungaran Antonius Simanjuntak dalam buku “Struktur Sosial dan Sistem Politik Batak Toba Hingga 1945” mengatakan, “Orang Batak mengenal klan dalam wujud marga dengan arti satu asal keturunan, satu nenek moyang, satu perut asal (*sabutuha*). Klan merupakan suatu kesatuan kelompok yang mempunyai garis keturunan yang sama berdasarkan nenek moyang yang sama.”

Orang Batak menganut falsafah Persaudaraan, Kekeluargaan dan kekerabatan yang disebut dengan Tungku nan Tiga (tungku tiga kaki). Dalam bahasa Batak Toba, falsafah ini disebut *Dalihan na Tolu* (tungku posisi duduk). Falsafah ini mengajarkan kepada orang Batak Toba bahwa sejak lahir hingga meninggal kelak, orang Batak Toba harus jelas struktur hubungan kekeluargaan dan kekerabatannya. Falsafah *Dalihan Na Tolu* berisi tiga kedudukan penting orang Batak Toba dalam kekerabatan, yaitu *Hula-hula* atau *Tondong*, *Dongan Tubu* atau *Sanina*, dan *Boru*. Pertama, *Hula-hula* atau *Tondong* adalah kelompok yang menempati posisi paling atas, yaitu posisi yang harus dihormati oleh seluruh orang Batak Toba. Adapun yang termasuk ke dalam kelompok ini Adalah pihak keluarga dari istri yang disebut sebagai *Somba Marhula-hula*. Kedua, *Dongan Tubu* adalah kelompok yang posisinya sejajar, misalnya teman dan saudara satu Klan. Kelompok ini adalah kelompok yang rentan terhadap perpecahan. Untuk itu, budaya Batak Toba mengenal konsep *Manat Mardongan Tubu*, artinya menjaga persaudaraan agar terhindar dari perseteruan. Ketiga, *Boru* adalah kelompok yang menempati posisi bawah, artinya kelompok ini harus selalu dikasihi (*Elek Morboru*). Adapun yang termasuk kelompok ini adalah saudara perempuan dari klan suami dan dari pihak ayah. Ketiga hal tersebut yang bisa dikatakan mendasari segala bentuk persaudaraan, yang menjadi alat tim sukses dalam memenangkan pemilu.

Identitas klan dalam masyarakat Batak tidak bersifat kaku hanya pada satu nama klan yang tertulis, melainkan bersifat meluas berdasarkan silsilah

garis keturunan atau yang disebut dengan *Tarombo*. *Tarombo* merupakan catatan silsilah yang menjelaskan asal-usul dan hubungan kekerabatan antar berbagai klan yang berbeda namun berasal dari satu nenek moyang yang sama. Dalam tradisi Batak, klan yang memiliki nenek moyang yang sama disebut sebagai klan Serumpun. Sebagai contoh, dalam kelompok masyarakat di Samosir, terdapat klan seperti Siallagan, Sidabutar, Siadari, dan Sidabalok. Meskipun secara administratif keempat klan ini memiliki nama yang berbeda, dalam tatanan adat mereka adalah *Dongan Tubu* (saudara laki-laki sedarah) karena merupakan keturunan dari Ompu Raja Samosir. Kesadaran akan satu garis keturunan ini menciptakan ikatan emosional dan tanggung jawab moral yang kuat meskipun identitas nama klannya berbeda.

Dalam konteks pengambilan keputusan politik, fenomena klan serumpun ini menjadi faktor penentu yang memperluas basis dukungan. Seorang pemilih yang memiliki klan Siallagan cenderung akan memberikan dukungannya kepada calon yang memiliki klan Sidabutar karena adanya pemahaman bahwa mereka "satu pohon" atau "satu darah" (genealogis). Dalam konteks penelitian ini seseorang anggota organisasi akan mengikuti arahan dari pimpinan organisasi apabila klan pemimpin organisasi tersebut masih satu *tarombo* dengan klan anggota organisasi tersebut. Bagi perantau, pemahaman *Tarombo* ini sering kali menjadi identitas kolektif yang dibawa dari daerah asal ke perantauan, sehingga loyalitas primordial tidak hanya terbatas pada kesamaan klan semata, melainkan pada keutuhan rumpun silsilah tersebut. Pengambilan keputusan memilih seseorang tidak hanya

didasarkan pada kesamaan marga secara literal, tetapi juga pada kesadaran Tarombo ini. Seorang yang memiliki klan Siallagan mungkin akan tetap mendukung Sidabutar karena adanya memori kolektif bahwa mereka berasal dari satu rahim sejarah yang sama dengan kata lain ini adalah bentuk Solidaritas Primordial Lintas klan.

2.4 Penelitian Terdahulu

N O	Nama & Tahun	Judul	Metode/Teo ri	Fokus Utama	Perbedaan
1	Yeremia Elkana Tua Siburian dan Halking. (2025)	Peran Tokoh Adat Batak Toba dalam Membentu k Perilaku Memilih pada Pemilihan Kepala Desa Ujung Serdang Tahun 2022.	Deskriptif Kualitatif dengan Teori Perilaku Pemilih: Menggunak an tiga pendekatan utama yaitu Sosiologis (Mazhab Columbia), Psikologis (Mazhab Michigan), dan Rasional .	Menganalisis bagaimana tokoh adat Batak Toba berperan sebagai agensi sosialisasi politik yang memengaruhi warga berdasarkan nilai <i>Dalihan Na Tolu</i> di tengah masyarakat yang mulai bergeser ke arah pemilih rasional.	Penelitian terdahulu fokus pada melihat adanya pergeseran ke pemilih rasional di tanah asal, namun penelitian ini akan menguji apakah di tanah perantauan (Tasikmalay a) ikatan marga justru menguat kembali sebagai bentuk solidaritas kelompok melalui

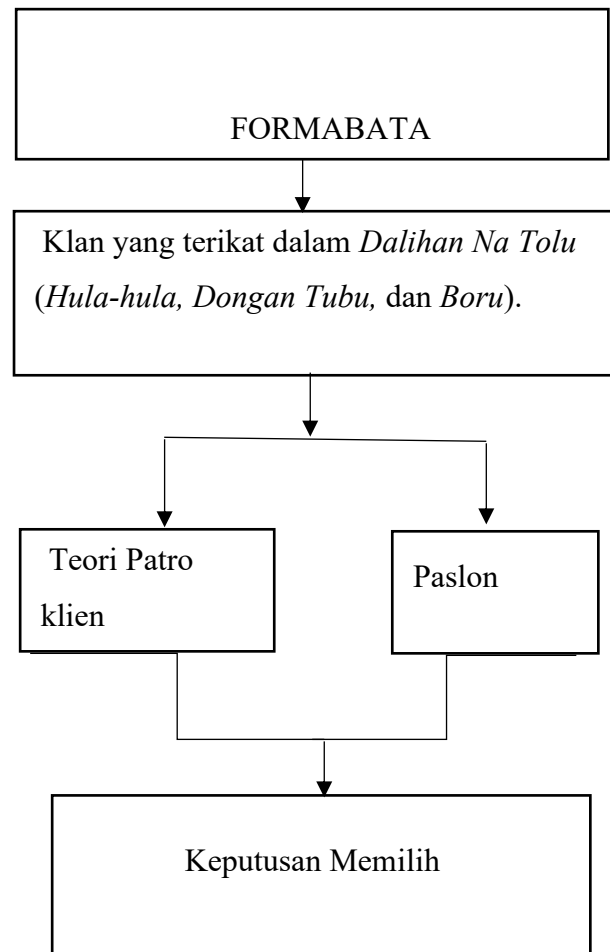
					organisasi Formabata.
2	Ahmad Amiruddi n. (2022)	Peran Komunitas dalam Pemenangan Pemilukada.	Deskriptif kualitatif dengan Teori Modal Sosial: Mengutip Robert Putnam dan James Coleman untuk menjelaskan kepercayaan (trust) dan jaringan sosial di dalam komunitas.	Menganalisis mengapa Komunitas (kelompok sosial/perkumpulan) seringkali lebih berpengaruh daripada Partai Politik di tingkat masyarakat bawah.	Penelitian terdahulu berfokus pada komunitas secara umum komunitas pemuda Sedangkan penelitian kamu membahas komunitas yang diikat oleh ikatan darah (Marga).
3	Nurhayani Pohan (2023)	Preferensi Politik Anggota Dewan Pengurus Daerah Paguyuban Keluarga Besar Pujakesum	Kualitatif deskriptif, teori Preferensi Politik.	Menganalisis bagaimana Paguyuban Pujakesuma (Putra Jawa Kelahiran Sumatera) di Padangsidempuan menentukan sikap dan	Penelitian terdahulu lebih luas pada preferensi politik paguyuban. Sedangkan penelitian ini lebih

		a Padang Sidempuan dalam Pemilihan Gubernur Sumatera Utara Tahun 2018.		memberikan dukungan kepada pasangan calon tertentu (Djarot Saiful Hidayat & Sihar Sitorus) pada Pilgubsu 2018, serta bagaimana organisasi mengajak etnis terkait untuk memenangkan calon tersebut.	spesifik membedah unsur Klan atau Marga sebagai variabel yang mengikat secara emosional dan sosiologis di dalam Paguyuban.
4	Yoggi Alvi Hamdani (2020)	Politik Identitas Masyarakat Multietnis Kota Sawahlunto dalam Pilkada Walikota dan Wakil Walikota Sawahlunto Tahun 2018.	Kualitatif dengan Teori Gerakan Politik Etnis oleh Klaus von Beyme	Fokusnya adalah menguji apakah identitas etnis (seperti etnis Minang, Jawa, Sunda, dll. di Sawahlunto) menjadi faktor penentu kemenangan calon dalam Pilkada 2018. Hasilnya menarik: ternyata kesamaan etnis tidak serta-merta	Penelitian terdahulu melihat politik identitas pada masyarakat multietnis secara umum di Sawahlunto, penelitian ini lebih spesifik membedah mekanisme

				membuat masyarakat memilih calon tersebut. Ada faktor lain yang lebih dominan daripada sekadar identitas.	mobilisasi suara melalui struktur klan/marga dalam organisasi Formabata di Kota Tasikmalaya
5	Agus Setiaman, Kismiyati El Karimah, dan Muhammad Fadil Muzaky (2025)	Pendekatan Berbasis Komunitas Lingkungan dalam Pemilihan Kepala Daerah di Kota Bandung (Analisis Kasus Pada Kemenangan Pasangan Farhan-Erwin Pada Pilkada Kota	Kualitatif Deskriptif dengan Menekankan pada Strategi Komunikasi Politik dan Pendekatan Berbasis Komunitas.	Fokus utamanya Adalah Menganalisis bagaimana pasangan calon Farhan-Erwin di Pilwalkot Bandung 2024 memanfaatkan komunitas lingkungan untuk memperluas dukungan dan menyuarakan isu-isu tertentu guna mendapatkan suara signifikan.	Penelitian oleh Setiaman, dkk (2025) menunjukkan bagaimana komunitas lingkungan di Bandung menjadi instrumen kemenangan di Pilkada 2024 melalui isu ekologi. Berbeda dengan hal tersebut,

		Bandung 2024).			penelitian ini fokus pada komunitas etnis (Formabata) yang bergerak bukan berdasarkan isu hobi atau lingkungan, melainkan berdasarkan ikatan primordial klan/marga sebagai basis utama mobilisasi suaranya.
--	--	-------------------	--	--	--

2.5 Kerangka Pemikiran



Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran

Gambar di atas menunjukkan alur pemikiran peneliti dalam melihat bagaimana proses mobilisasi dukungan politik terjadi pada masyarakat perantau Batak di Kota Tasikmalaya. Peneliti mengawali alur berpikir ini dengan menempatkan Formabata sebagai paguyuban kedaerahan yang menjadi wadah berkumpulnya warga perantau asal Sumatera Utara di tanah rantau. Formabata sebuah wadah yang sengaja dibentuk untuk menyatukan nasib dan menjaga tali silaturahmi antarwarga pendatang. Sebagai sebuah paguyuban, eksistensi Formabata secara internal diikat kuat oleh struktur nilai tradisional, yaitu Klan yang terikat dalam *Dalihan Na Tolu* (*Hula-hula*, *Dongan Tubu*, dan *Boru*). Adanya struktur *Dalihan Na Tolu* ini membuat hubungan antaranggota menjadi sangat solid. Pengaruh dari nilai adat ini juga berimplikasi pada bagaimana pola kepatuhan kelompok itu terbentuk, di mana arahan dari pengurus paguyuban atau tokoh-tokoh sepuh yang dihormati memiliki legitimasi yang kuat dan didengar oleh seluruh jajaran anggota.

Ketika momentum Pilkada Kota Tasikmalaya 2024 berlangsung, struktur nilai klan yang ada di dalam Formabata tersebut kemudian dipertemukan dengan dinamika politik eksternal. Munculnya kontestasi politik lokal ini menjadi stimulus luar yang secara otomatis memicu respon dari internal organisasi. Untuk membedah bagaimana pola interaksi yang terjadi di lapangan, peneliti menggunakan Teori Patron-Klien dari James C. Scott sebagai pisau analisis utama. Teori ini digunakan berdampingan untuk menyoroti posisi Paslon (Pasangan Calon) nomor urut satu yang bertindak

sebagai figur eksternal yang membangun komunikasi dan menawarkan komitmen perlindungan serta akomodasi terhadap kepentingan strategis kelompok Formabata sebagai komunitas minoritas.

Penempatan kotak Teori Patron-Klien dan Paslon secara sejajar di dalam bagan ini bermaksud untuk memperlihatkan adanya proses lobi politik yang terjadi di antara kedua belah pihak. Peneliti ingin melihat bagaimana teori Scott ini bekerja dalam menguji pola pertukaran kepentingan yang terjadi. Melalui teori ini, analisis akan diarahkan untuk melihat instrumen apa yang sebenarnya paling dominan dalam mengikat hubungan tersebut, apakah didasarkan pada penawaran materi atau justru lebih condong pada pemenuhan kebutuhan non-materi. Kerangka pemikiran ini diarahkan untuk menguji bagaimana relasi patron-klien antara Paslon dan struktur Formabata memengaruhi para anggota dalam mengambil Keputusan Memilih. Proses analisis ini menjadi jembatan untuk membongkar isi dari kesepakatan-kesepakatan politik yang terjalin selama masa tahapan Pilkada berlangsung. Pilihan politik yang diambil secara kolektif oleh anggota paguyuban inilah yang pada akhirnya membentuk arah Mobilisasi Suara Formabata dalam Pilkada Kota Tasikmalaya 2024. Di sini dipertegas bahwa keputusan yang lahir bukan lagi sekadar pilihan pribadi yang terpecah-pecah, melainkan sebuah gerakan satu suara yang bulat dan terorganisir yang digerakkan oleh mesin paguyuban.