

POLITIK PATRONASE DAN KLIENTELISME MUHTAROM DAN ISWANTO PADA PILKADA TAHUN 2013 DI KABUPATEN MADIUN

Ferry Al Ghofiqi

Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Brawijaya

Ferryalghofiqi@yahoo.co.id

Politik Patronase dan Klientelisme Muhtarom dan Iswanto Pada Pilkada Kabupaten Madiun Tahun 2013.

ABSTRAK

Penelitian ini terfokus pada pembahasan politik patronase dan klientelisme yang dilakukan Muhtarom dan Iswanto pada Pilkada Kabupaten Madiun Tahun 2013. Politik patronase merupakan salah satu fenomena politik, yang sering terjadi pada penyelenggaraan pemilihan umum di Indonesia. Berbagai bentuk pemberian keuntungan dari kandidat kepada pemilih, menjadi bukti tentang fenomena tersebut masih terjadi di masyarakat Kabupaten Madiun. Pemberian keuntungan berupa barang dan uang serta bentuk kebijakan yang mengarah pada mobilisasi pemilih yang melibatkan tim sukses yang merupakan kepanjangan tangan dari kandidat masih terjadi di Kabupaten Madiun. Teori yang digunakan untuk penelitian tentang praktik patronase dalam riset ini, menggunakan teori patronase dan klientelisme dari James Scott. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik politik patronase Muhtarom dan Iswanto dilakukan dengan sangat beragam, dimulai dari pemberian uang kepada pemilih, pemberian barang-barang yang menysasar kepada kelompok tani maju, makmur, kelompok pengajian, dan perguruan silat SH Winongo dan SH Terate, pemberian-pemberian individu, serta penggunaan program pemerintah dalam hal ini adalah BST untuk menysasar daerah-daerah yang menjadi basis massa dari kandidat. Selain itu, Muhtarom dan Iswanto selaku petahana juga menggunakan jaringan klientelisme pada saat pendistribusian patronase. Elite desa, SKPD, tokoh masyarakat, kyai, sesepuh dan perguruan silat tunas muda Winongo dan Terate merupak jaringan klientelisme Muhtarom dan Iswanto.

Kata kunci : Pilkada 2013, patronase, klientelisme, perguruan silat tunas muda winongo dan terate.

repository.ub.ac.id

The Practice of Political Patronage and Clientelism Muhtarom and Iswanto on executive election of Madiun Regency 2013.

ABSTRACT

This study focused at a discussion political patronage muhtarom and Iswanto on executive election of Madiun regency 2013 .Political patronage is one of the phenomena political , often happens for the elections in indonesia .Of these practices shows that the holding of an election common in the era of reformasi , more reflect the political process transaksional .Various forms of advantage of candidates to voters , be a sign about this phenomenon still happens in the community of Madiun regency. The theory used for research on practices of patronage in this work , use the theory patronage and klientelisme of james scott. This research result indicates that the practice of political patronage muhtarom and he is done in a very diverse , started from granting money to voters , the provision of goods targeting to the farmers , pengajian funds , and martial , individual gift , and the use of government programs in this matter is BST to target areas the basis of the mass of candidates. In addition , muhtarom and Iswanto as petahana also use the network klientelisme at the time of the distribution of patronage .The village elite , skpd , community leaders , kyai , elders and martial young shoots winongo and terate merupak tissue klientelisme muhtarom and Iswanto.

Keywords : 2013 Election, Patronage, Clientelism, Martial young shoots winongo and terate.

PENDAHULUAN

Politik patronase merupakan sebuah pembagian keuntungan diantara politisi kepada pemilih dalam rangka mendapatkan dukungan politik dari pemilih¹. Politik Patronase di Indonesia sudah mulai muncul ke permukaan dengan praktik-praktik seperti politik uang yang dilakukan pada saat pemilihan umum. Pada sisi kontestasi pilkada, posisi petahana merupakan posisi yang menguntungkan. Hal ini dapat dibuktikan dengan terpilihnya kembali pada periode kedua kandidat petahana di berbagai daerah seperti Kabupaten Kebumen, Kota Surabaya, dan Kota Manado².

Ketika berbicara masalah keuntungan yang dimilikinya tentu tidak sedikit. Posisi tawar politik yang tinggi merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari petahana. Posisi calon yang berasal dari petahana juga memiliki jaringan yang kuat yang sudah dibangun sejak periode pertama. Jaringan-jaringan tersebut berasal dari berbagai kalangan dan kelompok seperti kyai, sesepuh, kelompok pengajian dan bahkan kelompok silat yang ada di daerah khususnya kabupaten

¹ Edward Aspinall dan Mada Sukmajati, *Politik Uang di Indonesia*, Yogyakarta, PolGov, 2015, hlm 3

² Seknas Fitra, *Kebijakan Anggaran Pemilihan Umum Kepala Daerah Efisien dan Demokratis*, Naskah Rekomendasi, Sekretariat Nasional Forum Indonesia untuk Transparansi Anggaran, 2012 vol I hlm 8.

Madiun.³Selain itu, elektabilitas petahana merupakan faktor penting dalam pemilihan periode kedua. Elektabilitas petahana secara keseluruhan memang rata-rata diatas dari kandidat lain yang baru mencalonkan diri.

Peneliti memiliki argumen dalam pengangkatan tema politik patronase dan klientelisme ini. *Pertama*, Muhtarom dan Iswanto merupakan pasangan petahana (*incumbent*), pasangan yang merupakan bupati dan wakil bupati sebelumnya. Dengan dilihat dari sisi tersebut, posisi *incumbent* menguntungkan bagi Muhtarom dan Iswanto untuk melakukan berbagai bentuk praktik patronase. *Kedua*, Kabupaten Madiun merupakan pusat perguruan pencak silat yang mempunyai basis massa yang sangat besar. Tidak bisa dipungkiri bahwa peta kekuatan politik di Kabupaten Madiun berasal dari tiga poros yaitu Perguruan silat SH Winongo, Perguruan silat SH Terate, dan kiai⁴. *Ketiga*, Kemenangan Muhtarom dan Iswanto tidak lepas dari sosok Muhtarom itu sendiri. Muhtarom yang dikenal religius dari kaum santri tradisional dan diusung oleh PKB dinilai mampu menyedot suara masyarakat Kabupaten Madiun. Pengaruh tokoh kharismatik sebagai seorang yang mempunyai latar belakang islami di kalangan umat Islam Kabupaten Madiun sampai sekarang masih tampak kokoh.

Berbagai permasalahan diatas menunjukkan atau menggambarkan tentang patronase terjadi di Indonesia, khususnya wilayah Kabupaten Madiun ketika Pilkada tahun 2013 dan penulis tertarik mengambil judul “Politik Patronase dan Klientelisme Muhtarom dan Iswanto pada Pilkada 2013 di Kabupaten Madiun” dengan studi kasus kandidat dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB).

Teori Patronase

Menurut James Scoot hubungan patron-klien adalah,

“Suatu kasus khusus hubungan antar 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 kedua-duanya kepada orang yang lebih rendah kedudukannya (klien), yang pada gilirannya membalas pemberian tersebut dengan memberikan dukungan yang umum dan bantuan, termasuk jasajasa pribadi kepada patron⁵”

Hubungan ini dapat berjalan sesuai dengan tujuan relasi patronase ada beberapa unsur yang menjadi ciri khas dari bentuk relasi ini menurut James Scott. Bertujuan saling memenuhi kebutuhan yang dijelaskan dalam definisi bahwa relasi patron-klien lebih mengarah pada pertemanan yang dijalin karena saling melengkapi kebutuhan bukan melalui dasar paksaan dan mungkin hal ini

³ Hasil wawancara dengan Mukharomain, pada tanggal 18/4/2016, pukul 19.30 WIB

⁴ Hasil wawancara dengan Heru Kuncayono anggota LSM Pentas Gugat Indonesia, pada tanggal 9/4/2016, pukul 19.30 WIB

⁵ James Scoot, Patron-Client Politics and Political Change in Southeast Asia. *The American Political Science Review*, Vol. 66, No. 1 (Maret., 1972), hlm 92

yang membedakan dengan perbudakan. Adanya balas budi secara timbal balik dari hubungan patron-klien, yang diuntungkan tidak hanya dari pihak patron namun juga pihak klien.

Disisi lain untuk menunjang penelitian ini penulis juga menggunakan kajian teori patronase dalam hal pendistribusian berbagai bentuk patronase. Penulis membagidalam pembagian variasi bentuk patronase yang diungkapkan oleh Edward Aspinall dan Mada Sukmajati mencakup 5 bentuk, yaitu pembelian suara (*vote buying*), pemberian-pemberian pribadi (*individual gift*), pelayanan dan aktivitas (*service and activities*), barang-barang kelompok (*club goods*), dan proyek-proyek gentong babi (*pork barrel project*).

Teori Klientelisme

Jonathan Hopkin mengartikan klientelisme sebagai bentuk pertukaran *dyadic* dan personal yang biasanya ditandai dengan perasaan berkewajiban, dan sering juga oleh keseimbangan kekuasaan yang tidak setara antar mereka yang terlibat.⁶ Lebih lanjut dalam pemaparan Aspinall dan Sukmajati tentang klientelisme ini, Aspinall dan Sukmajati mengaitkan relasi yang bersifat klientelistik dalam bentuk jaringan broker suara yang biasa digunakan di Indonesia yaitu Tim Sukses, Jaringan Sosial, dan Partai Politik⁷.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dalam pelaksanaannya menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pengertian tentang penelitian kualitatif juga di definisikan oleh Lexy J. Moleong yang menyatakan bahwa Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah⁸.

Dalam sebuah penelitian kualitatif, data merupakan instrumen penting karena menjadi kumpulan keterangan tentang objek yang sedang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, data utama atau primer yang digunakan merupakan data wawancara dari berbagai narasumber terkait yang berhubungan dengan tema penelitian ini, semisal dalam hal ini Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Madiun Tahun 2013, Kandidat Bupati dan Wakil Bupati yang bersaing pada pilkada 2013, PKB, Tim sukses, serta masyarakat umum. Jenis data sekunder yang didapatkan dari internal dalam hal penelitian ini bisa berupa arsip-arsip lembaga birokrasi pemerintah

⁶ Jonathan Hopkin, "Klientelisme dan Partai Politik", dalam Richard S. Katz dan William Crotty (ed.) (Ahmad Asnawi pent.), *Handbook Partai Politik (Handbook of Party Politics)*, Bandung: Nusa Media, 2014, hlm 670

⁷ Edward Aspinall dan Mada Sukmajati, *Politik Uang di Indonesia*, Yogyakarta, PolGov, 2015, hlm 33

⁸ Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Gramedia, 1991, hlm 7-8

Kota Blitar, arsip-arsip resmi dari instansi PDI Perjuangan, dan masih banyak lagi data sejenis tersebut yang tentunya berkaitan dengan penelitian ini.

Metode wawancara merupakan metode yang mencakup cara yang dipergunakan kalau seseorang untuk tujuan tugas tertentu mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari seorang responden, dengan bercakap-cakap berhadapan muka dengan orang itu⁹. Dalam kaitan penelitian ini, penulis menggunakan model atau jenis wawancara tak terstruktur untuk mengulas tentang tema penelitian ini

PRAKTIK POLITIK PATRONASE

a. Pembelian Suara (*Vote Buying*)

Khususnya di Kabupaten Madiun, pemberian uang pada masa menjelang pemungutan suara sering di bahasakan sebagai “*serangan fajar*” atau “*sangu numpak becak*”. Sangu numpak becak ini berkisar antara 20 ribu sampai 25 ribu dari Muhtarom dan Iswanto¹⁰. Nominal tersebut berbeda beda di setiap daerah pemilihan. Ada juga yang menerima 15 ribu sampai 20 ribu per kepala. Tim Sukses dari Muhtarom dan juga Iswanto juga berusaha mendorong tentang adanya kewajiban personal seseorang dengan meminta KTP dari para pemilih yang diberikan uang¹¹.

Selain pemberian dalam bentuk uang, pemberian dalam bentuk barang juga banyak sekali dilakukan oleh para kandidat kepada pemilih. Dalam melakukan pemberian barang-barang tertentu kepada masyarakat, dan tentunya barang yang diberikan biasanya yang dianggap berguna bagi masyarakat seperti kaos, kalender, al-qur'an, sembako. Praktik pemberian uang dan barang yang sedikit berbeda dari bentuk barang-barang kecil maupun barang-barang yang memiliki makna sembakoseperti yang dicontohkan di atas, yaitu adanya pemberian bahan makanan untuk makan bersama atau yang lebih banyak dikenal sebagai “*Rembukan*”¹².

Muhtarom dan Iswanto yang merupakan petahana dan terpilih kembali juga memberikan bantuan berupa kalender, kaos dan jam dinding bergambar dirinya dan pak iswanto¹³, yang memang tujuannya untuk menjaring suara dan membeli suara pemilih.

b. Pemberian Barang Publik (*Club Goods*)

Pemberian barang publik merupakan bentuk praktik politik patronase berupa pemberian barang yang ditujukan kepada kelompok-kelompok yang

⁹ Koentjaraningrat, *Op.Cit.*, hlm 129

¹⁰ Merujuk pada wawancara dengan masyarakat umum dapil IV, pada tanggal 30 Mei 2016 pukul 10.15 WIB

¹¹ Merujuk pada wawancara dengan Harno anggota relawan muis dapil III, pada tanggal 9 Agustus 2016 pukul 10.00 WIB

¹² Merujuk pada wawancara dengan Dibyo, pada tanggal 28 November 2016 pukul 10.00

¹³ Merujuk pada wawancara dengan masyarakat Dapil II, pada tanggal 30 November 2016 pukul 14.10 WIB

memang disasar oleh kandidat peserta pilkada. Praktik pemberian barang publik sudah menjadi bagian dari penyaluran keuntungan jangka panjang, karena sifatnya yang diberikan secara intens dan rutin dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Mengutip yang disampaikan oleh kordinator tim sukses kecamatan dapil III sekaligus anggota DPRD kabupaten Madiun, banyak kelompok pertanian dan ketika tim sukses atau kandidat masuk kedalam kelompok tersebut dan meminta kebutuhan mereka melalui ketua kelompok tani dan hal ini juga direspon oleh tim sukses yang selanjutnya disampaikan kepada kandidat dengan memberikan apa yang mereka butuhkan seperti halnya traktor.¹⁴

Perguruan Setia Hati Winongo melalui ketua sub ranting desa Bangunsari mendapatkan sebidang tanah untuk tempat latihan. Selain kelompok silat, bentuk pemberian juga diberikan kepada kelompok ibu-ibu pengajian, seperti halnya peralatan seperti sound, peralatan *hadroh*, dan juga bentuk-bentuk pakaian seperti halnya kerudung atau mukena¹⁵. Beberapa contoh bentuk patronase dalam pemberian barang publik dari kandidat ini kepada kelompok-kelompok agama, yang menempatkan situasi sebagai kemurahan hati dari kandidat :

“kalo contohnya mungkin mbah tarom banyak (pemberian barang-barang kelompok), yang bisa saya contohkan misalnya secara agama, ya bisa kita lakukan misalkan membantu membangun sarana ibadah. Secara kegiatan sosial banyak, gotong royong, kegiatan-kegiatan di masyarakat. Khususnya di desa sini mas, kan desa kuncen ini merupakan desa yang juga bisa dikatakan desa makam, karena sebagian besar wilayahnya berupa makam, dan mbah tarom juga sering nyekar kesini bersama rombongannya. Disisi lain warga juga meminta mbah tarom waktu kesini dulu untuk memperbaiki mushola disini. Secara kan mbah tarom religiusnya sangat kuat. Dan disini suaranya tidak bisa dipecah oleh kandidat lain.”

Temuan diatas tentang barang publik yang didistribusikan oleh Muhtarom dan Iswanto dapat dilihat melalui dua bentuk yakni yang pertama, lahirnya patronase dari kebutuhan kelompok masyarakat yang memanfaatkan momen Pilkada pada tahun 2013. Kebutuhan tersebut sudah tergambar jelas dalam sub bab ini yang dimulai dari keadaan kelompok yang membutuhkan barang dan menemukan momen yang sesuai dengan pesta demokrasi. Selanjutnya ketua dan anggota berkoordinasi untuk siap mendukung kandidat memperoleh suara maksimal dengan harapan ada timbal balik.

¹⁴Opcit, Narto, pada tanggal 17 April 2016 pukul 18.30 WIB

¹⁵Merujuk pada wawancara dengan Pamudji (kepala desa kuncen dapil II) , pada tanggal 28 November 2016 pukul 10.15

c. **Penyaluran Keuntungan Bentuk Khusus (*Pork Barrel*)**

Proyek *pork barrel* yang dimaksud dalam penelitian ini, lebih merujuk pada definisi tentang proyek-proyek pemerintah yang ditujukan untuk wilayah geografis tertentu¹⁶. Karakter utama dari *pork barrel* adalah bahwa kegiatan ini ditujukan kepada publik dan didanai dengan dana publik dengan harapan publik akan memberikan dukungan politik kepada kandidat tertentu¹⁷. Dalam hal ini Muhtarom dan Iswanto selaku petahana yang banyak memberikan bantuan dengan dalil program pemerintah untuk tujuan politiknya menjelang pilkada. Hal ini terbukti dengan pernyataan dari anggota DPRD kabupaten Madiun dari PKB¹⁸,

“ Untuk bantuan masyarakat, kandidat petahana juga mengadakan program yang memang untuk masyarakat, seperti program pengaspalan jalan didesa-desa yang jalanya masih belum bagus, akan tetapi didahulukan untuk wilayah yang memang masyarakatnya dulu banyak memilih mbah tarom, seperti halnya didaerah Kebonsari dan Dolopo yang mendapat bantuan berupa pengaspalan jalan dan berbagai bentuk bantuan lainya ”

Daerah basis massa kandidat menjadi target dalam penyaluran dana bantuan oleh kandidat, dalam temuan penelitian ini juga menemukan bentuk *pork barrel* untuk daerah basis massa yakni bantuan tidak diberikan kepada organisasi sosial atau jaringan, tetapi diberikan kepada target kewilayahan (*geographic targeting*)¹⁹. Menjelang masa-masa kampanye maupun sesudah kampanye dalam pilkada kabupaten Madiun tahun 2013, kandidat petahana dalam hal ini menggunakan anggaran daerah untuk BST (Bantuan Sosial Terpadu) demi kepentingan membangun ikatan klientelisme dengan pemilih demi kepentingan mobilisasi dukungan suara.

Seperti halnya yang terjadi didesa pandean yang merupakan basis massa dari Sukiman pasangan calon bupati nomor 3, salah satu tokoh masyarakat pandean mengatakan bahwasanya mereka membutuhkan bantuan pengaspalan jalan yang rusak karena memang kerap dilintasi truk, akan tetapi sampai saat ini juga tidak segera direalisasikan²⁰. Hal ini berbeda dengan pengakuan dari kepala desa Durenan yang mengatakan bahwa untuk pengaspalan jalan, pada saat BST dulu sebelum pilkada kepala daerah mengajukan langsung proposal permohonan tentang pengaspalan jalan dan pembangunan jembatan dan sesudah Muhtarom kembali terpilih seluruh jalan di desa durenan sudah semua diaspal, karena daerah ini merupakan daerah pendukung dari Muhtarom dan Iswanto²¹. Pernyataan ini menjadi bukti

¹⁶ Edward Aspinal dan Mada Sukmajati, *Op.Cit*, hlm 28

¹⁷ *Ibid*,

¹⁸ Merujuk pada wawancara Sunarto Jembling, pada tanggal 17 April 2016, pukul 19.15 WIB

¹⁹ *Op.cit* Aspinal dan Mada hlm 31

²⁰ Merujuk pada wawancara masyarakat dapil III, pada tanggal 29 mei 2016, pukul 20.00 wib

²¹ *Op.cit*, Sutikno, pada tanggal 30 mei 2016, pukul 15.30 wib

bahwasanya daerah pendukung setia atau basis massa akan mendapatkan prioritas utama dibandingkan dapil yang tidak mendukung kandidat pada pilkada 2013.

JARINGAN KLIENTELISME

a. Tim Sukses sebagai Perpanjangan Tangan Muhtarom dan Iswanto.

Jaringan mobilisasi pemilih yang pada umumnya digunakan oleh para kandidat ketika momen pemilihan umum adalah tim sukses. Jaringan tim sukses merupakan jaringan yang dibentuk secara personal oleh masing-masing kandidat, yang bertugas sebagai kepanjangan tangan atau orang yang bergerak dilapangan atas nama kandidat. Bentuk jaringan tim sukses yang dibentuk oleh Muhtarom dan Iswanto dikatakan memiliki relasi yang bersifat klientelistik, berbeda dengan praktik patronase yang mempunyai permasalahan tentang timbal balik, dimana kandidat tidak punya jaminan atas timbal balik dukungan dari para penerima keuntungan yang diberikan yaitu dari calon pemilih.

Tim sukses merupakan faktor kunci dari penentu sukses atau tidaknya strategi patronase. Tentu dalam hal ini, jaringan tim sukses yang digunakan mendapatkan suatu bentuk penghargaan yang berupa upah ini sering disebut sebagai *imbalan* atas pekerjaan yang dilakukannya untuk pemenangan kandidat. Berbagai istilah yang digunakan untuk menyebut imbalan dari kandidat kepada tim sukses di kabupaten Madiun sering disebut sebagai *duwek bensin* (uang bensin)²².

Penggunaan jasa tim sukses yang dilakukan oleh pasangan Muhtarom dan Iswanto benar-benar terkoordinir secara rapi, yang terdapat dari tataran Ketua Tim Sukses dan Relawan Muis yang mengkoordinir keseluruhan kerja Relawan Muis. Dimulai dari setiap dapil yang terdiri dari 2-3 kecamatan per dapil yang diketuai 1 orang yang bertanggung jawab atas dapil tersebut. Kemudian ketua Relawan Muis menunjuk 1-2 orang perkecamatan untuk mengkoordinir satu kecamatan tersebut. Selanjutnya koordinator tiap kecamatan ini menggunakan 1-5 orang masyarakat yang dianggap mempunyai pengaruh didesanya masing-masing. 1-5 orang ini nantinya akan bertindak sebagai broker yang bakal memberikan masukan kepada koordinator kecamatan tentang situasi yang ada dilapangan .

Ada strategi yang menarik yang digunakan oleh tim sukses dari Muhtarom dan Iswanto, penggunaan strategi 10K. 10K adalah strategi yang digunakan oleh tim sukses dari Muhtarom yang ada di tingkat RT disetiap desa di kabupaten Madiun. disisi lain Muhtarom dan Iswanto juga mengikutsertakan

²²Merujuk pada wawancara dengan Narto (Anggota DPRD dari PKB serta Koordinator Relawan Muis dapil III), pada tanggal 17April 2016 pukul 18.30

lurah dan kepala desa dalam Tim suksesnya. Selain itu kyai, Tokoh masyarakat, dan sesepuh merupakan faktor kunci keberhasilan Muhtarom dan Iswanto meraih suara banyak. Tataran paling atas dalam susunan tim sukses yaitu ketua tim sukses sebagai pemegang komando tim sukses atas nama kandidat. Kemudian di tataran kecamatan diisi oleh orang yang mempunyai pengaruh di tingkat kecamatan dan bahkan berasal dari lingkungan SKPD seperti halnya sekretaris daerah bahkan DPRD²³.

b. Jaringan Sosial

Selain jaringan tim sukses yang biasanya dibuat secara personal oleh para kandidat dan ditempatkan berdasarkan kategori teritorial tertentu, jaringan sosial yang ada di masyarakat juga sering digunakan oleh para kandidat sebagai jaringan mobilisasi pemilih yang memiliki sifat klientelistik dalam relasi hubungannya dengan kandidat. Jaringan sosial yang paling umum digunakan yaitu para tokoh yang berpengaruh di tengah-tengah masyarakat. Para tokoh masyarakat ini seringkali memiliki jabatan formal dalam sebuah institusi pemerintahan, misalnya dalam unit-unit pemerintah terendah seperti kepala desa, kepala dukuh, RT atau RW, atau pemimpin dari asosiasi-asosiasi formal, misalnya, kelompok keagamaan, organisasi etnis, dan klub-klub olahraga²⁴.

Untuk kandidat nomor satu dari Partai Kebangkitan Bangsa dan Demokrat, dalam memandang para tokoh masyarakat yang ada di sekitar lingkungannya punya peran masing-masing yang sesuai dengan porsinya. Pentingnya tokoh masyarakat yang dalam hal ini biasa disebut dalam bahasa relawan muis kyai ataupun sesepuh sangat menunjang untuk memobilisasi para masyarakat. Seperti pernyataan dengan salah satu tokoh masyarakat yang merupakan ketua Forum Kerukunan Umat Beragama kabupaten Madiun yang mengindikasikan bahwa adanya hubungan jangka panjang antara Muhtarom dengan para tokoh agama.

“Ya memang mbah Tarom dikenal juga seorang yang religius, kyai NU, tidak heran apabila massa ataupun timses dan jaringan pada saat mau maju menjadi bupati lagi massa yang paling sulit dipecah adalah kelompok pengajian. Hubungan mbah Tarom dengan kyai di kabupaten Madiun sangat erat dan mbah Tarom juga memberikan bantuan yang memang dibutuhkan kyai ataupun kelompok pengajian apabila diminta bantuan. Kan Bu Tarom merupakan ketua kelompok pengajian di kabupaten Madiun”

Muhtarom dan Iswanto ini yang memang banyak melakukan pembinaan ke masyarakat terutama masalah pembinaan bidang agama, banyak memiliki relasi klientelistik dengan para tokoh agama. Selain itu, pemanfaatan jaringan sosial juga menggunakan Perguruan Silat yaitu PSHW (Winongo) dan PSHT

²³Merujuk pada wawancara dengan Sumardi (*Calon Bupati nomor urut 2*), pada tanggal 17 September 2016 pukul 19.15

²⁴Edward Aspinall dan Mada Sukmajati, *Op.Cit*, hlm 38

(Terate). Pada pemilihan umum kepala daerah tahun 2013 di Kabupaten Madiun banyak ditemukan elit politik yang melakukan pertemuan secara berlanjut dengan elit informal. Elit informal tersebut merupakan organisasi masyarakat yang memiliki kekuatan pengaruh dalam proses politik. Elit informal memiliki pengaruh dalam proses politik karena memiliki jumlah anggota dan nilai nilai yang harus di perjuangkan untuk kehidupan yang lebih baik. Salah satu kriteria elit informal yang menjadi pilihan elit formal adalah elit informal yang memiliki jumlah massa besar dan memiliki loyalitas yang tinggi.

Dalam praktiknya, pemanfaatan jaringan sosial melalui Perguruan silat ini merupakan hubungan klientelisme yang berlanjut antara kandiad dan elit perguruan. Seperti pernyataan dari Dibyo selaku Ketua Ranting Sub-Bangunsari Setia Hati Tunas Muda Winongo .²⁵

"Dalam hubungannya dengan mbah tarom, peran elit Persaudaraan setia hati tunas muda winongo memang dibutuhkan oleh beliau. Hubungan seperti ketika menjelang pemilu, kita dari anggota perguruan winongo selalu diminta untuk mengamankan atau menjaga wilayah mbah tarom ketika ada kunjungan atau kampanye, meskipun sudah ada Banser juga dari NU. Disisi lain, ada beberapa anggota STK (sebutan lain winongo) yang direkrut sebagai jasa pengamanan pribadi oleh mbah tarom beserta keluarganya. Nah, untuk ketika mendekati masa-masa coblosan, ada elit perguruan winongo yang memobilisasi para anggota STK untuk mencoblos mbah tarom. Dan ketika sudah terpilih lagi hasilnya kita untuk sub-ranting Bangunsari mendapat tanah yang digunakan untuk pusat latihan sub-ranting Bangunsari "

Dalam pemanfaatan kedua perguruan silat ini, tidak serta merta untuk mengikutsertakan anggota silat yang hanya berada pada tataran bawah melainkan pada elite-elite tokoh silat yang ada di masing-masing kecamatan. Tidak bisa dipungkiri bahwasannya jaringan sosial yang dimiliki oleh pasangan petahana ini sangat kuat dan komplit dari berbagai aspek. Selain dari perguruan pencak silat seperti peneliti jelaskan diatas, lawak juga digunakan sebagai sarana untuk menjaring suara dan memobilisasi mayarakat kabupaten Madiun. Kedekatan Muhtarom dengan salah satu pelawak srimulat terkenal yaitu Kirun dinilai sebagai nilai lebih tersenderi dalam jajaran tim sukses Muhtarom dan Iswanto²⁶.

Pemanfaatan Kirun dengan mengikutsertakan dalam kampanye bahkan *sowan* ke desa-desa dengan berbagai bentuk kegiatan yang ada di kabupaten Madiun tentunya tidak bisa dipungkiri bahwa sosoknya sebagai tokoh yang

²⁵Wawancara dengan Dibyo selaku anggota relawan muis dapil I dan Ketua Persaudaraan Setia Hati Tunas Muda Winongo Sub-Ranting Bangunsari , pada tanggal 18April 2016 pukul 18.55

²⁶*Opcit*, pada tanggal 18April 2016 pukul 19.10

dihormati, secara tidak langsung dapat mempengaruhi masyarakat yang mempunyai legitimasi kuat di masyarakat. Dinamika jaringan sosial yang kuat selalu dimanfaatkan oleh kandidat untuk meraih dukungan suara kepada masyarakat. Kekuatan jaringan sosial tidak serta merta didapatkan dan dibentuk begitu saja melainkan melalui proses yang lama dan panjang. Pendekatan kepada masyarakat tidak hanya dilakukan menjelang pemilu tapi bertahun-tahun sebelum mencalonkan diri sebagai kandidat.

c. Mesin Partai Politik

Partai Politik dalam pemilihan umum kepala daerah menjadi sarana bagi calon kepala daerah untuk proses penyeleksian dan pencalonan serta mesin politik yang diharapkan memenangkan sebagai kepala daerah. Dalam upaya memenangkan calon kepala daerah menunjukkan bahwa semua koalisi partai politik berupaya maksimal meraih dukungan suara di tingkat pendukungnya²⁷. Seperti halnya peran kepala desa yang sangat dominan ketika melihat desa yang dipimpinnya mendapatkan banyak bantuan baik berupa pembangunan fisik maupun pembangunan Sumber Daya Manusia. Bentuk bantuan yang diberikan kandidat dari Partai Kebangkitan Bangsa dengan Muhtaromnya sangat membantu karena dengan adanya bantuan dari mereka masyarakat dapat merasakan fasilitas umum. Hal ini dibuktikan dengan salah satu pernyataan Kepala Desa Durenan²⁸.

” Untuk bentuk bantuan disini dan masyarakat taunya itu berupa bantuan fisik secara langsung mas, seperti halnya pembangunan jembatan kan masyarakat tau bahwasanya mbah tarom yang membantu beserta partainya. Itupun sebenarnya juga melalui prosedur dulu akan tetapi bila melalui kepala desa seperti saya yang kebetulan adik saya juga merupakan anggota partai PKB makanya segera direalisasikan. Kalau untuk bantuan ke kelompok-kelompok ya memang sering disini ikut serta dan memberi bantuan”

Hal ini menunjukkan bahwasanya mesin partai bergerak secara dinamis dimulai dari hubungan adik kakak yang digunakan untuk memberikan bantuan secara tepat waktu. Ketika calon berasal dari partai PKB yang notabene adik dari kepala desa merupakan anggota partai otomatis bantuan yang ditujukan kepada masyarakat atas nama partai juga digunakan. Begini cara mesin partai politik yang digunakan oleh Muhtarom dan Iswanto bergerak untuk memobilisasi melalui bantuan dari pihak kepala desa.

²⁷ Tri Joko Waluyo, *Partai Politik dan Pemilihan Kepala Daerah*, Fisip Riau, hlm 1

²⁸ *Opcit*, Sutikno, pada tanggal 30 Mei 2016 pukul 15.30 WIB

PENUTUP

Setelah keseluruhan pembahasan di atas, baik mengenai jaringan klientelistik yang biasa digunakan kandidat sebagai jaringan mobilisasi pemilih maupun bentuk dari praktik politik patronase dan penyalur praktik patronase dari kandidat kepada pemilih. Setidaknya memberikan beberapa poin kesimpulan yang dapat di tarik, dan beberapa poin rekomendasi baik bagi pelaksana pemilihan umum (dalam hal ini yang menangani tindak pelanggaran pemilu) maupun elemen-elemen masyarakat lainnya yang terlibat dalam konteks penyelenggaraan pemilihan umum.

Kesimpulan

Dari keseluruhan hasil penelitian tentang praktik politik patronase dan klientelisme Muhtarom dan Iswanto pada Pilkada Kabupaten Madiun tahun 2013 memberikan dua poin kesimpulan yang dapat diambil. *Pertama*, kebanyakan penyaluran berbagai bentuk dari praktik politik patronase ini di salurkan melalui jaringan klientelistik yang dibentuk oleh kandidat dan menjadi bagian dari jaringan mobilisasi pemilih untuk memenangkan kandidat.

Selain jaringan tim sukses, kandidat juga seringkali menggunakan jasa para mesin-mesin jaringan sosial dalam jaringan klientelistiknya dan sebagai jaringan mobilisasi pemilih. Berkaitan dengan jaringan sosial terutama para tokoh formal (SKPD) yang memiliki kedudukan di lingkup pemerintah terkecil, seperti RT/RW. Sebagai kandidat yang berangkat dari petahana memanfaatkan dan memasukan SKPD sebagai bagian dari kerangka tim sukses bentukan personal dari kandidat merupakan sesuatu strategi yang wajib dilakukan untuk mempermudah memobilisasi pemilih dan menjaring suara. Beberapa tokoh informal, seperti tokoh masyarakat, kyai, sesepuh di lingkup daerah tertentu, juga kerap digunakan sebagai bagian dari tim sukses.

Kedua, pemberian berbagai bentuk keuntungan yang dilakukan oleh Muhtarom dan Iswanto sangat jelas terjadi dalam praktik pembelian suara (*vote buying*) baik bentuk uang maupun barang. Selain pemberian dalam bentuk uang oleh kandidat bentuk barang pribadi menjadi alat untuk memobilisasi masa pada saat kampanye. Barang individu itu termasuk salah satunya pemberian kaos, kalender, dan sembako kepada anggota kelompok maupun masyarakat.

Praktik selanjutnya yakni pemberian barang publik kepada masyarakat oleh Muhtarom dan Iswanto. Pemberian barang public ini banyak menyasar kelompok masyarakat yang berada didaerah pemilihan kandidat. Bentuk pendistribusian barang public yang dilakukan oleh Muhtarom dan Iswanto memiliki dua kemasan yakni pertama, dikemas sebagai program dari kandidat untuk kelompok masyarakat seperti halnya pemberian alat pertanian kepada kelompok tani di daerah pemilihan kandidat. Selanjutnya yang kedua, barang public ini di usulkan oleh masyarakat karena ingin memanfaatkan kandidat sebagai petahana yang mencari masa pada pilkada 2013.

Praktik porkbarrel juga terjadi di kabupaten Madiun yang dilakukan oleh Muhtarom dan Iswanto selaku petahana. Praktik inidilakukan oleh Muhtarom dan Iswanto yang menysasar daerah basis massa mereka dengan program yang dibuat oleh pemerintah daerah seperti halnya BST (Bantuan Sosial Terpadu).Bentuk pemberian bantuan seperti pembuatan jalan, jembatan dan yang dibutuhkan oleh masyarakat ini dikemas dalam bantuan porkbarrel.

Rekomendasi

- Perlunya sosialisasi pendidikan politik dalam konteks pemilu tidak hanya dilakukan pada saat menjelang pelaksanaan pemilu.
- Mempertegas peran Bawaslu dan Panwaslu selaku pihak yang dibentuk untuk pengawasan pemilu. Mulai dari Panwascam harus dibentuk untuk menjadikan pemilu sebagai ajang demokrasi yang bersih dan jujur.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Aspinall, Edward dan Mada Sukmajati (ed.). 2015. *POLITIK UANG DI INDONESIA; Patronase dan Klientelisme Pada Pemilu Legislatif 2014*, Yogyakarta: PolGov.

Ade Irawan, Donal Fariz, Abdullah Dahlan dan Almas Ghalia Putri. 2014. *Korupsi Pemilu*, Jakarta, Indonesian Corruption Watch.

Akhmad Setiawan. 1998. *Perilaku Birokrasi dalam Pengaruh Paham Kekuasaan Jawa* Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Katz, Richard S. dan William Crotty (ed.) (Ahmad Asnawi pent.). 2014. *Handbook Partai Politik (Handbook of Party Politics)*. Bandung: Nusa Media.

Koentjaraningrat. 1991. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.

Marsh, David dan Gerry Stoker (ed.) (Helmi Mahadi dan Shohifullah pent.). 2011. *Teori dan Metode Dalam Ilmu Politik (Theory and Methods in Political Science)*. Bandung: Nusa Media.

Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Niels Mulder. 2001. *Mistisisme Jawa; Ideologi di Indonesia*, ter. Noor Cholis Yogyakarta: LKiS

Salim, Agus. 2006. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Woodward. 2006. Mark R. *Islam Jawa Kesalehan Normatif Versus Kebatinan*. ter. Hairus Salim HS Yogyakarta: LKiS,

Penelitian dan Jurnal:

Aditya Nardeyoga ,Brihan, 2015*Peran Elit Organisasi Pencak Silat Persaudaraan Setia Hati Terate Dalam Proses Politik Pemilihan Legislatif 2014 Di Kabupaten Nganjuk (Studi Persaudaraan Setia Hati Terate Dalam Proses Politik Di Kabupaten Nganjuk)*, Jurnal Politik Muda, Vol. 4 No. 1, Januari - Maret, 39 -49

Kusuma, Lucky Dhandy Yudha. 2014. *Afiliasi Politik Kiai Nadhlatul Ulama dalam Pemenangan Pasangan Irsyad-Gagah pada Pilkada Kabupaten Pasuruan 2013. Jurnal Universitas Airlangga, Vol. 3 - No. 1 / 2014-01, hlm. 95-105*

Scott, James. 1992. Patron-Client Politics and Political Change in Southeast Asia. *The American Political Science Review, Vol. 66, No. 1 (Mar., 1972), pp.91-113.*

Nurfaizin. 2014. *Runtuhnya Hubungan Patronase Kiai-Santri Dalam Ruang Politik Lokal (Studi Pada Pemilukada Kabupaten Pamekasan Tahun 2013)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.

Romadhon, Firman. 2015. *Patronase dan Klientelisme Pada Pemilihan Umum Legislatif 2014 (Studi Kasus Kandidat DPRD Kota Cilegon dari Partai Golongan Karya)*. Malang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya

Nasution, Ardiansyah Hidayat. 2011. *Strategi Pemenangan Partai Golkar Pada Pemilu Legislatif 2009 Di Kabupaten Mandaling Natal (Studi Kasus: Masyarakat Kecamatan Lembah Sorik Marapi)*. Universitas Sumatera Utara

Ghaliya,Almas.2012, *Patronase Dalam Pencalonan Kepala Daerah (Studi kasus Patronase pencalonan RA.Imam dan Din Zein dalam pilkada bangkalan 2012)*, Universitas Airlangga

Allen Hicken, 2008. —How Do Rules and Institutions Encourage Vote Buying? dalam *Elections For Sale: The Causes and Consequences Of Vote Buying*, diedit Oleh Schaffer, F.C., 47-60. Colorado: Lynne Reinner

Harjanto, S.L. 2012. Pemilu, Politik Patronase dan Ideologi Parpol. *Jurnal AKP, Vol. 1, No. 2 , Agustus 2012*

Website

<http://www.kpu.go.id/>, Pada tanggal 29 Juli 2016, pukul 18.35 wib

[http:// www.RumahPemilu.com](http://www.RumahPemilu.com), pada tanggal 10 Agustus 2016, pukul 09.34