

## **DIBALIK KEKALAHAN PETAHANA : NARASI POLITIK NEGOSIASI MASYARAKAT**

Libertus Renaldi

Alumni Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD”

libertusrenaldi3@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji aktor yang menang dalam kontestasi Pilkades di Desa Sudimoro, Kecamatan Srumbung, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam dengan kandidat yang menang, BPD, tim sukses serta masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kemenangan aktor dalam kontestasi Pilkades dilatarbelakangi oleh beberapa faktor seperti trah/keluarga yang banyak, relasi yang baik dengan masyarakat dan dukungan dari tokoh masyarakat dan ini merupakan tradisi, dan kebiasaan hidup orang desa. Selain itu, praktik politik uang atau orang kuat lokal yang dimaknai sebagai bentuk negosiasi dari masyarakat karena absennya pemerintah dalam penyediaan fasilitas publik yang bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat.

**Kata Kunci:** *Pilkades, Patronase, Local Strongman*

### **ABSTRACT**

*This study examines the actors who won the Pilkades contest in Sudimoro Village, Srumbung District, Magelang Regency, Central Java. This research uses qualitative methods by collecting data through observation, documentation and in-depth interviews with the winning candidates, BPD, the success team and the community. The results showed that the victory of the actors in the Pilkades contest was motivated by several factors such as many breeds / families, good relations with the community and support from community leaders and this is the tradition and life habits of the village people. In addition, the practice of money politics or local strongmen is interpreted as a form of negotiation from the community due to the absence of the government in providing public facilities that can be enjoyed by all levels of society.*

**Keywords:** *Pilkades, Patronage, Local Strongman*

## PENDAHULUAN

Penerapan demokrasi liberal dalam konteks Pemilihan Kepala Desa menimbulkan problema yang serius, karena hal ini bertolakbelakang dengan kebiasaan masyarakat desa. Budaya politik masyarakat desa yang mengutamakan musyawarah dan gotong royong digantikan dengan budaya pemilihan langsung (*individual*). Hal ini mewujud dengan penerapan pasal 31 ayat (1) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa berbunyi pemilihan Kepala Desa dilaksanakan secara serentak di seluruh wilayah Kabupaten/Kota. Demokrasi liberal memiliki kecenderungan individualistik, karena menerapkan sistem *one person, one vote, one value*. Tentu hal ini berbeda dengan demokrasi lokal di desa yang lebih mengedepankan musyawarah untuk mufakat, gotong royong, dan kebersamaan.

Implikasi dari penerapan demokrasi liberal dalam Pilkadaes menghadirkan berbagai problema di desa. Problema itu diantaranya maraknya politik uang (*money politics*), patronase-klientelisme, hingga *local strongman* menjadi banyak disoroti dalam kontestasi Pilkadaes. Merujuk pada Firdaus (2020) fenomena politik yang demikian merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam membentuk pemerintahan. Oleh karenanya, seseorang yang akan mendapatkan jabatan dalam pemerintahan atau menjadi Kepala Desa akan melewati problema dan dinamika politik.

Dalam konteks Pilkadaes, sebagaimana kajian yang dilakukan oleh Fitriyah (2015), Kazali, dkk (2020), Rozy, dkk (2020), dan Erviantono (2017 )- mereka memaparkan bahwa politik uang marak terjadi, karena semakin besar dan semakin banyak kandidat memberikan uang atau barang kepada konstituen - semakin besar juga peluang kandidat tersebut untuk menang dalam pertarungan politik (Pilkades). Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Basri (2020) menemukan bahwa dalam kontestasi Pilkadaes *local strongman* mampu mengubah preferensi politik masyarakat. Namun para peneliti tersebut tidak melihat lebih jauh makna dibalik fenomena politik yang terjadi. Apa penyebab dan mengapa semua terjadi secara berulang-ulang menjelang pemilihan terutama Pilkadaes (?). Peneliti perlu mengkaji kembali faktor penyebab politik uang dan patronase yang memengaruhi perilaku masyarakat, karena hal ini bukanlah moralitas yang melihat manusia dari sudut pandang malaikat sebagaimana dituturkan oleh Yunanto dan Tjahjoko (2020).

Kajian ini dilakukan di Desa Sudimoro Kabupaten Magelang Jawa Tengah dengan studi kasus seorang kandidat (baru ) yang berhasil menang melawan

*incumbent*/petahana dan seorang kandidat lain dalam kontestasi Pilkades tahun 2019. Penelitian ini dipandu dengan pertanyaan bagaimana kandidat menginstrumentasi patronase dalam kemenangan Pilkades ?. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan kemenangan yang diraih oleh kandidat dalam kontestasi Pilkades dalam usaha membentuk pemerintah desa dan memberikan pandangan lain terhadap fenomena politik yang marak terjadi dalam kontestasi Pilkades.

## **PATRONASE DAN LOCAL STRONGMAN**

Merujuk pada pandangan Scott, patronase merupakan hubungan/relasi antara dua orang yang memiliki perbedaan status (patron-klien), yang dimana dalam hubungan tersebut terjadi proses pemberian uang, barang dan jasa (Tjahjoko, 2016:10). Lebih lanjut dijelaskan, biasanya sang patron ini berasal dari kalangan bangsawan atau tuan tanah. Oleh karena patron memiliki pengaruh yang sangat besar di masyarakat, lalu ia bisa menjadi sosok pelindung dan pemerhati dengan menyediakan tanah, memberi pinjaman uang, dan menyediakan alat pertanian kepada sang klien. Sedangkan klien dari kalangan kelas sosial yang lebih rendah dari patron sehingga sang klien hanya menerima pemberian itu lalu membalas jasa baik patron dengan cara setia kepadanya atau loyalitas.

Pandangan Scott memperlihatkan bahwa adanya perbedaan posisi antara patron dan klien. Semakin banyak pemberian dari patron, maka klien akan merasa semakin besar berhutang sehingga tertutup kemungkinan untuk membalas budi baik pada patron. Berbeda dengan Scott, Tjahjoko (2016) melihat patronase dengan cara yang berbeda. Tjahjoko berpandangan; *Pertama*, relasi patronase itu bukan sebuah keharusan dua orang yang memiliki perbedaan status serta membentuk kluster, akan tetapi, relasi patronase dapat berlangsung dengan orang yang memiliki kesamaan status serta hubungannya bukan bermula dari kesenjangan sosial. *Kedua*, relasi patronase dapat terjadi karena patron hanya membutuhkan legitimasi dari klien. Misalnya digambarkan, patron memberikan materi dan non-materi. Pemberian tersebut dianggap sebagai suatu kehormatan dan klien membalasnya dengan cara memberi materi juga non-materi. Dalam relasi patron-klien tersebut terjadi kesetaraan pemberian meskipun berbeda status. Apabila klien memberi hasil panen kepada patron, maka klien menganggap tanggungjawabnya sudah selesai. *Ketiga*, relasi patronase hanya bersifat investasi kebaikan yang seiring berjalannya waktu akan dimanfaatkan oleh setiap patron, sebagai contoh misalnya patron A menjalin hubungan dengan patron B dan patron C, namun

hubungan tersebut tidak langsung berpengaruh kepada klien A, begitu sebaliknya. Jadi pada posisi ini hubungan antar patron A, B dan C hanya sebatas hubungan pertemanan yang tidak memiliki kaitan dengan klien tetapi dimanfaatkan pada waktu tertentu. *Keempat*, patronase multi-piramida. Pada konteks ini, Scott berfokus pada relasi patron-klien dengan memperluas jangkauan patron terhadap klien. Sedangkan Tjahjoko menunjukkan bahwa relasi dua arah yang dibangun oleh patron untuk memperluas jangkauan patron itu sendiri.

Berbeda dengan Scott dan Tjahjoko, Aspinal dan Sukmajati (2015) mengungkapkan bahwa patronase itu sama dengan politik uang (*money politics*) yang didefinisikan, patronase adalah pertukaran keuntungan demi mendapatkan dukungan politik. Aspinal dan Sukmajati melihat pertukaran dalam patronase ini terdapat problematika. Masalahnya adalah kandidat yang memberikan hadiah atau membayar pemilih tidak yakin bahwa pemilih tersebut akan berbuat yang sesuai keinginan kandidat. Artinya, dengan kandidat membayar pemilih, maka masih ada kemungkinan terbuka lebar peluang bagi pemilih untuk tetap tidak akan memilih kandidat tersebut. Oleh karenanya, untuk mengatasi permasalahan yang muncul maka kandidat membalut pemberian tersebut dengan cara yang menimbulkan kedekatan emosional antara pemilih dengan kandidat. Misalnya, memberikan sesuatu sebagai amal sehingga menimbulkan sanksi religius atau semacam kemurahan hati dengan melibatkan tokoh orang kaya dan bermartabat di dalamnya.

Selaras dengan itu, Aspinal dan Sukmajati (2015) membagi patronase ke dalam lima bentuk, yakni: (1) pembelian suara (*vote buying*), (2) pemberian-pemberian pribadi (*individual gifts*), (3) pelayanan dan aktivitas (*services and activities*), (4) barang-barang kelompok (*club goods*) dan (5) proyek-proyek gentong babi (*pork barrel projects*). Kelima bentuk patronase ini pada dasarnya merujuk kepada uang yang hendak disalurkan kepada masyarakat, tetapi dalam bentuk yang berbeda. Dalam upaya untuk membentuk relasi dengan masyarakat, tentu sulit dilakukan seorang diri. Oleh sebab itu, cara yang ditempuh ialah dengan membentuk jaringan perantara seperti partai politik, jaringan-jaringan sosial atau tim sukses yang Aspinal dan Sukmajati (2015) sebut sebagai *broker* atau sistem klientelisme.

Selain itu, yang menjadi kajian peneliti adalah *local strongman* atau orang kuat lokal. Secara konsep, orang kuat lokal merupakan kekuatan non-formal seperti kepala suku, kepala agama, panglima suku, tuan tanah, petani kaya, bos tambang atau yang lainnya, yang memiliki pengaruh besar dan berusaha untuk memonopoli kontrol atas

masyarakat dalam cakupan wilayah tertentu. Semakin luas cakupan wilayah yang dikontrolnya, maka semakin berpengaruh pula dalam penentuan keputusan terhadap hajat hidup orang banyak.

Merujuk pada Migdal dalam Nurcholis (2016) ada beberapa faktor yang membuat orang kuat lokal muncul. *Pertama*, orang kuat lokal tumbuh subur pada masyarakat yang serupa dengan jejaring. *Kedua*, orang kuat lokal melakukan kontrol sosial dengan cara memanfaatkan komponen penting yang dipercaya masyarakat sebagai strategi bertahan hidup. *Ketiga*, orang kuat lokal secara langsung atau tidak langsung sudah berhasil membatasi kapasitas lembaga negara, sehingga menimbulkan dampak pemerintah menjadi lemah. Penekanan pada lemahnya kapasitas negara bagi Migdal dipengaruhi oleh sulitnya negara dalam melakukan kontrol sosial pada masyarakat.

Berbeda dengan Migdal, John T. Sidel (2005) dalam teorinya *bossism* berusaha untuk mengungkap kelemahan *local strongman* dari Migdal. Bagi Sidel, hadirnya orang kuat lokal merupakan penggabungan antara negara dan sistem pasar. Negara mempunyai peran untuk menciptakan, mereproduksi serta mengembangkan orang kuat lokal. Sidel mendefinisikan bahwa orang kuat lokal ialah mereka para bos lokal yang telah berhasil menjaga dan memelihara jejaring politik serta memiliki akses terhadap monopoli kontrol sosial di masyarakat dengan cara menguasai sumber-sumber ekonomi dan penguasaan terhadap tindak kekerasan yuridis teritori mereka.

Dalam konteks dinamika politik lokal di Indonesia, orang kuat lokal dapat ditemui melalui keanekaragaman budaya yang ada. Artinya setiap wilayah mempunyai ciri khasnya tersendiri. Oleh karenanya, penyebutan nama orang kuat lokal pun menjadi beragam, seperti dalam kajian Tito Handoko, dkk (2020) menyebutnya dengan sebutan nama *blater* di Riau atau *Jawara* di Banten dan lain sebagainya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus yang dilakukan di Desa Sudimoro, Kecamatan Srumbung, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Penelitian dilakukan selama lima bulan, terhitung mulai pada bulan September 2020 – Januari 2021. Sebelum melakukan penelitian, penulis terlebih dahulu mencari literatur yang relevan dengan penelitian ini. Studi literatur digunakan sebagai referensi bagi penulis untuk memformulasikan konsepsi guna membedah topik penelitian ini yang bersumber dari buku-buku dan jurnal-jurnal.

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dan dokumentasi. *Pertama*, penulis melakukan observasi lapangan pada bulan Agustus 2020 sekaligus melakukan pendekatan dengan pemerintah desa tentang apakah bisa melakukan penelitian, sebab Indonesia sedang dilanda pandemi Covid-19. Observasi lapangan berfokus pada dinamika kehidupan masyarakat setempat seperti pekerjaan masyarakat, hubungan antara pemerintah desa dengan masyarakat, serta kondisi geografis desa.

*Kedua*, wawancara mendalam. Teknik ini ditempuh melalui pertemuan tatap muka dengan informan yang dilakukan di jalan, balai desa, dan rumah informan dengan cara membuat janji terlebih dahulu dan langsung melakukan pertemuan. Pada tahapan ini, penulis dibantu dengan adanya panduan wawancara yang telah disiapkan, alat tulis, *recorder* dan dokumentasi berupa foto. Hal ini bertujuan supaya data yang telah dikumpulkan tidak hilang, sehingga nantinya akan memudahkan penulis dalam menganalisis data. Adapun narasumber yang penulis temui berjumlah 8 (delapan) orang yang terdiri dari kandidat kepala desa, keluarga kandidat, BPD, tim sukses serta masyarakat. Hal ini penulis lakukan supaya dapat memperkuat argumentasi dalam penulisan dan merupakan sebuah keharusan karena penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Secara khusus, peneliti dalam menganalisis data dipandu menggunakan teknik analisis kualitatif. Analisis data dilakukan saat berlangsungnya pengumpulan data sampai selesai pengumpulan data pada periode tertentu. Merujuk Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2017) proses analisis data dilakukan secara terus menerus sampai data tersebut terpenuhi. Setelah selesai, tahap selanjutnya penulis menginterpretasikan sajian data-data yang telah dikumpulkan, sehingga menghasilkan temuan-temuan baru, baik praktik aktor lokal maupun masyarakat desa dalam dinamika pemilihan kepala desa.

## **KONTEKS DESA DALAM PILKADES**

Secara administratif, Desa Sudimoro berbatasan dengan Desa Kamongan Kecamatan Srumbung (bagian utara), Desa Sucen Kecamatan Salam dan Desa Jerukagung Kecamatan Srumbung (bagian selatan), Desa Salam Kecamatan salam (bagian Barat) dan Desa Nglumut dan Daerah Istimewa Yogyakarta (bagian Timur). Selanjutnya, Desa Sudimoro memiliki 9 dusun diantaranya Dusun Jombong, Sudimoro, Kemukus, Argopeni, Dersanan, Banaran, Kranggan Lor, Kranggan Kidul dan Sempon. Wilayah di Desa Sudimoro ini berbentuk memanjang menyusuri ruas jalan Kabupaten

Magelang. Oleh sebab itu, apabila berkunjung ke Desa Sudimoro maka akan tampak masyarakat desa yang tinggal disana sedikit. Meskipun begitu, sebenarnya di tahun 2020 penduduk Desa Sudimoro berjumlah 3.510 jiwa dengan rincian 1.758 jiwa laki-laki dan 1.752 jiwa perempuan.

Pada konteks Pilkades tahun 2019, Desa Sudimoro memiliki 3 (tiga) orang kandidat yang maju dalam Pilkades, yakni: (1) Suparno, (2) Rubiyati (*incumbent*) dan (3) Muh Rofie. Kemudian dari jumlah penduduk yang berhak memilih sebanyak 2.358 orang, hanya sejumlah 2.075 penduduk yang menggunakan hak pilihnya untuk memilih calon kepala desa. Karena jumlah pemilih banyak, maka supaya lebih efisien dalam pemungutan suara, panitia pemilihan membagi wilayah pemungutan suara menjadi dua, tetapi tetap dalam satu tempat pemungutan suara. Wilayah satu terdiri dari Dusun Jombang, Sudimoro, Kemukus dan Argopeni sedangkan wilayah dua terdiri dari Dusun Banaran, Dersanan, Kranggan Kidul, Kranggan Lor dan Sempon.

Apabila dirunut dari sejarah Desa Sudimoro, maka Pilkades 2019 merupakan kontestasi Pilkades yang ke-10 (sepuluh) yang dimulai sebelum Indonesia merdeka tepatnya pada tahun 1932. Artinya sampai saat ini, Desa Sudimoro sudah memiliki 10 orang Kepala Desa yang memimpin desa, yakni : (1) Somo Wiharjo (Dusun Sudimoro, mulai menjabat dari tahun 1932-1933), (2) Pawiro Diharjo (Dusun Kranggan, 1933-1942), (3) Harjo Wiyono (Dusun Sempon, 1942-1943), lalu kembali lagi di jabat oleh (4) Pawiro Diharjo (Dusun Kranggan, 1946-1967), (5) R Prpto Sunaryo (Dusun Kranggan, 1967-1988), (6) Sarimin (Dusun Sudimoro, 1989-1998), (7) Hj Rubiyati, AMK (Dusun Sudimoro, 1998-2007), (8) Suroto (Dusun Argopeni, 2007-2013), (9) Hj Rubiyati, AMK (Dusun Sudimoro, 2014-2019) dan (10) Muh Rofie (Dusun Argopeni, 2020-2026).

## **PEMBENTUKAN IMAGE POLITIK**

Upaya yang dilakukan setiap aktor politik dalam kontestasi, baik itu pemilu atau Pilkades pasti mem-*branding* dirinya sendiri supaya dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini bertujuan agar rakyat sebagai pemilih dapat mengenal sehingga harapannya kandidat tersebut dipilih. Oleh karenanya, setiap kandidat mengeksplorasi berbagai bentuk strategi supaya kemenangan di pemilihan dapat tegak lurus dengan cita-cita yang diharapkan. Strategi dan cara jitu tersebut tentunya memanfaatkan marketing politik sebagai sarana mem-*branding* diri kandidat.

Merujuk pada Firmanzah (2012) marketing politik merupakan sebuah konsep yang dilakukan oleh kandidat secara terus menerus dalam membangun kepercayaan melalui proses yang panjang atau yang Heywood (2014) sebut sebagai komunikasi politik. Proses panjang marketing politik lalu bertransformasi menjadi kampanye politik bukan kampanye pemilu, tujuannya ialah untuk membentuk image politik dan hubungan yang terjadi antara kandidat dengan pemilih bersifat relasional bukan pragmatis/transaksi. Kampanye politik inilah yang terjadi dalam Pilkades di Desa Sudimoro. Hubungan yang terjadi bersifat relasional dan tentu saja hal itu biasa terjadi, sebab masyarakat desa sangat dikenal dengan kehidupan yang komunal antara satu dengan yang lainnya.

Kandidat dalam usahanya untuk mendapatkan dukungan politik dari masyarakat, sebelum itu sudah dikenal sebagai seorang yang memiliki kepribadian yang baik atau tumbuhnya kepekaan sosial dalam hidup bermasyarakat. Jiwa sosial yang kuat memudahkan kandidat dalam proses pencapaian menjadi kepala desa. Dalam kehidupan masyarakat desa, sudah dikenal yang namanya budaya kekeluargaan, gotong-royong, kesederhanaan dan saling menghargai satu sama lainnya. Kebiasaan hidup orang desa yang demikian merupakan ciri khas yang menjadi pembeda antara orang kota dengan orang desa. Hidup komunal sudah mendarah daging dalam diri orang desa, contohnya: menghadiri acara yang dibuat oleh masyarakat, ringan tangan membantu orang lain yang sedang kesusahan, tidak sombong, dan pada intinya timbul kepekaan sosial dalam hidup bermasyarakat.

Selain jiwa sosial, kandidat juga unggul pada sisi umur. Pada kontestasi yang telah digelar yang diikuti 3 (tiga) orang kandidat, menunjukkan bahwa MR unggul dari sisi umur yang lebih muda dari dua orang kandidat sebelumnya. Slogan yang pendek dan mudah untuk dihafalkan membuat masyarakat selalu mengingat dirinya dalam Pilkades yang digelar beberapa tahun yang lalu. Slogan yang berbunyi; "*yang muda yang berkarya*" ingin menunjukkan kepada seluruh lapisan masyarakat bahwa desa ini perlu pembaharuan kepemimpinan yang haus akan perubahan. MR juga ingin menunjukkan bahwa orang muda juga layak menjadi pemimpin dan sudah sewajarnya diberi kesempatan untuk mengekspresikan diri.

Keberhasilan kandidat dalam menarik perhatian masyarakat sebagai konstituen juga tidak terlepas dari kegagalan lawan politiknya menarik perhatian masyarakat. SP misalnya yang juga salah seorang kandidat gagal menang, sebab banyak masyarakat yang tidak mengetahui dirinya. Kurang terkenal SP ini tentu saja akibat dari



aktivitas kesehariannya yang sering berada di luar desa untuk menjalankan tugas sebagai anggota TNI dan ini diperparah dengan kurangnya melakukan pendekatan dengan masyarakat luas dan hanya mengandalkan keluarga serta tetangga sekitar rumahnya saja sebagai basis pendukung dirinya.

Sedangkan *incumbent* gagal mempertahankan kedudukannya, karena masalah umur yang sudah tua yang menyebabkan kesehatannya sering menurun. Anggota BPD bertutur begini “*Nek incumbent bisa kalah kemarin karna pengaruh usia. Nek kalo ini karna memang bisa dikatakan karna kesehatannya juga kurang mendukung. Diakan pernah koma. Masyarakat takutnya disitu*”. (Wawancara dengan Heri Purnomo, 01 Oktober 2020).

### **MENELAAH DINAMIKA KEMENANGAN KANDIDAT**

Merujuk pandangan Firmanzah (2012), kemenangan kandidat tidak terlepas dari usaha yang telah dilakukan jauh hari sebelum dia maju dalam kontestasi Pilkadaes (kampanye politik). Tujuan kandidat bersosialisasi ialah untuk membentuk image politik yang baik dimata masyarakat. Image politik yang baik ini kemudian berhasil diakumulasikan ke dalam bentuk dukungan dari para tokoh masyarakat. Hal ini dibuktikan dari pernyataan oleh kandidat yang bertutur, “*Tokoh masyarakat yang mendukung itu ada yang dari kelembagaan LKMD, ada yang sesepuh yang dulu mantan-mantan perangkat. Ada satu pak Sekdes mantan, kasi pemerintahan itu sudah pensiun, trus pak Kadus Jombang, mantan kadus Dersanan*”(Wawancara Muh Rofie 21 September 2020).

Senada dengan itu, landasan utama dalam dinamika kemenangan kandidat adalah dengan menerapkan strategi MLM (*Multi Level Marketing*) atau kerja berantai. Bagi Muh Rofie (kandidat yang menang), MLM ini dianggap strategi yang efektif, alasannya karena semua komponen yang ada saling bekerja untuk mendulang dukungan suara dari masyarakat. Strategi MLM tampak sederhana, tetapi punya sisi kolektivitas yang tinggi sehingga mempunyai daya dobrak yang kuat untuk memobilisasi masyarakat. Cara tersebut juga didukung oleh beberapa faktor, diantaranya; *pertama*, keluarga/*trah*. Kandidat memiliki banyak keluarga yang tinggal di Desa Sudimoro. Pada satu sisi, keunggulan keluarga digunakan untuk meminta dukungan politik dalam Pilkadaes, sebagaimana disampaikan oleh keluarganya sendiri yang bertutur : “*Bantuan ya lantaran keluarga banyak aja, misalnya dimintai tolong besok nyoblos saya gitu aja kan, trus jadi kontak batin kan, ya gitu aja. Keluarga pak Rofie banyak disini*”

(Wawancara dengan Margono, 07 Januari 2021). Pada sisi lain keluarga juga diberdayakan untuk mengkampanyekan dirinya kepada masyarakat yang lain atau media penyambung lidah antara kandidat dengan masyarakat desa supaya mau mendukungnya secara politik.

Kekompakkan keluarga dalam kontestasi Pilkades dapat dilihat dari keluarga yang bersatu padu untuk menyiapkan jamuan terhadap masyarakat. Temuan ini serupa dengan temuan yang dilakukan oleh Endik dkk (2016 & 2018) di Kediri yang mengungkapkan strategi kandidat yang menang dalam kontestasi Pilkades karena menggunakan strategi spiritual seperti *pitou* (jasa dukun), *laku ngelmu* (bertapa), *ngebosi* (menjamu dengan makanan) hingga politik uang.

Namun yang menjadi pembedanya ialah kemenangan kandidat MR tidak menggunakan spiritual seperti *laku ngelmu* atau *pitou*. Hal ini juga berbeda dengan Anderson (2000) yang berpandangan bahwa konsep Barat tentang kekuasaan berbeda dengan konsep kekuasaan dalam tradisi Jawa, dimana tradisi Jawa mempercayai kekuasaan itu konkret, sehingga jalan yang ditempuh menggunakan strategi spiritual. Asumsi demikian mestinya perlu ditelaah sebab setiap tempat memiliki ciri khasnya masing-masing terutama Sudimoro sendiri dan dibuktikan dengan salah seorang tim sukses kandidat yang bertutur begini; “*Ya istilahnya Dia cuma mengerjakan sifatnya syukuran setelah jadi itu ada, kalo yang lain sepertinya tidak. Sebagai orang Jawa saya pun sudah tidak terlalu pasif masalah kalo punya kegiatan istilahnya lewat dukun, lewat ritua Islam saya sendiri sudah tidak tertarik mas*” (Wawancara dengan Supardi, 01 Oktober 2020).

*Kedua*, perkumpulan kelembagaan. Perkumpulan kelembagaan disini sebenarnya lebih mengarah kepada upaya kandidat untuk membentuk tim sukses, dengan harapan bisa semakin memperluas relasi kepada masyarakat sehingga dapat membantu jejaring *trah* yang memang dimiliki oleh kandidat. Pembentukan tim sukses dilakukan 2 (dua) bulan sebelum pemilihan, dimana digolongkan menjadi 3 (tiga) golongan; pria, wanita dan milenial. Golongan pria memiliki tugas khusus untuk mencari dukungan politik masyarakat yang pria, sedangkan wanita khusus untuk mencari dukungan politik yang wanita dan milenial bertugas untuk mendekati kaum milenial seperti pemuda atau remaja yang belum menikah.

Dalam pembentukan tim sukses ini, kandidat memiliki cara tersendiri untuk membentuk tim yang solid. Alur itu dimulai dari *door to door*, rekrutmen, deklarasi dan pengukuhan tim. *Door to door* hanya mengarah kepada orang-orang tertentu saja

untuk didatangi satu per satu atau dalam bahasa Muh Rofie “*sowan*”. Jadi pada titik ini, tidak semua masyarakat didatangi satu per satu melainkan hanya orang-orang tertentu saja yang dianggap berpengaruh atau tokoh masyarakat. Kemudian, pada tahapan rekrutmen Muh Rofie mengumpulkan semua masyarakat untuk dijadikan sebagai tim. Adapun tempat yang dituju oleh kandidat untuk melakukan pertemuan untuk membentuk tim ialah di cafe atau restoran. Lalu deklarasi yang bertujuan untuk mengumumkan kepada tim bahwa Muh Rofie siap untuk mencalonkan diri serta memberikan gambaran visi dan misi yang telah disusun.

Terakhir, pengukuhan tim, Muh Rofie meresmikan tim yang sudah ada dan siap bekerja mencari dukungan masyarakat. Dalam pengukuhan ini, setiap orang yang tergabung dalam tim, dikelompokkan berdasarkan kategori. Kategori satu ditempati tokoh-tokoh masyarakat yang mempunyai kapabilitas, berjumlah 9 (sembilan) orang dan disebut tim 9 (sembilan), sedangkan kategori dua berjumlah 10-15 orang per dusunnya. Perbedaan kategori satu dan dua, selain dari jumlahnya juga berbeda dari akomodasi yang diterima, dimana kategori satu mendapat uang jutaan rupiah, sedangkan kategori dua mendapat uang ratusan ribu.

Tim sukses yang dibentuk oleh kandidat tersebut keseluruhan berjumlah kurang lebih 145 orang. Tentunya jumlah ini terbilang fantastis karena secara umum diketahui bahwa jumlah tim sukses hanya kisaran puluhan orang saja. Selain jumlah orangnya yang banyak, tentu diikuti dengan jumlah uang yang dikeluarkan untuk ‘membayar’ anggota tersebut juga banyak. Implikasi dari banyaknya jumlah anggota tim sukses, pertemuan tim sukses hingga mempersiapkan jamuan untuk masyarakat merujuk pada besarnya anggaran yang dikeluarkan oleh kandidat. Selain itu, kandidat juga menyediakan perlengkapan yang diminta oleh masyarakat seperti *sound system* dusun, alat perlengkapan sarana bermain untuk burung dan alat kesenian. Pengurus kesenian bertutur begini, sebagai berikut: “*Ada ini tapi dari mas Rofie pribadi sendiri sebelum jadi lurah*” (Wawancara dengan Sastro Widodo, 07 Januari 2021). Keseluruhan uang yang dikeluarkan oleh kandidat dalam pembiayaan di Pilkades ini mencapai ratusan juta rupiah.

Sesungguhnya, proses kemenangan yang dicapai yang mengeluarkan banyak ‘uang’ tidak hanya berupa pembiayaan pertemuan tim sukses dan *ngebosi* saja, tetapi juga merujuk pada apa yang Aspinal dan Sukmajati (2015) sebut sebagai *vote buying* atau pembelian suara. Cara yang dilakukan kandidat dalam meraih dukungan suara, yakni memberikan uang tetapi pemaknaan uang itu yang berbeda. Perbedaannya terletak

pada waktu pemberian dimana Aspinal dan Sukmajati (2015) mengarah kepada ‘serangan fajar’ atau pemberian yang dilakukan menjelang pemilihan, sedangkan kandidat dalam penelitian ini memberikan uang setelah terpilih dan resmi dilantik. Pemberian yang dilakukan kandidat bukan dilakukan dengan cara mendatangi klien ke rumah secara langsung, melainkan dengan cara mengundang seluruh lapisan masyarakat datang ke rumah untuk mengadakan pesta acara makan bersama. Jadi pada posisi ini, bahwa pemaknaannya lebih merujuk kepada rasa terimakasih kepada masyarakat yang sudah memilihnya untuk menduduki jabatan politik sebagai Kepala Desa.

Hal ini berbeda dengan apa yang tuturkan Aspinal dan Sukmajati (2015) yang menurut hemat penulis lebih mengarah kepada pembelian suara. Hal ini dibenarkan oleh salah seorang tim sukses kandidat yang bertutur begini, “*Kemarin ada syukuran setelah jadi, bukan hanya yang milih dia aja sih tapi semua, karna kan namanya juga syukuran. Tapi tim sukseskan punya data, siapa-siapa yang diajak kemarin, nah itu ada perlakuan khusus lah. Maksudnya, misalnya yang lain 5 ribu kalo yang khususkan bisa 10 ribu gitu*” (Wawancara dengan Herman, 20 Oktober 2020).

## **TEORI DAN REALITAS YANG TERJADI**

Sesungguhnya patronase yang muncul lebih merujuk kepada Tjahjoko (2016) yang berpandangan bahwa patronase bukan hanya berasal dari relasi satu arah antara patron dan klien. Patron ternyata dapat memperluas jangkauan dari klien melalui patron yang lainnya. Hal ini tergambarkan melalui cara kerja yang dilakukan oleh kandidat yang juga memperlebar jangkauan kepada masyarakat melalui orang lain, dalam hal ini ialah tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh di masyarakat. Apabila mengikuti alur pikir Aspinal dan Sukmajati (2015), bahwa patronase itu identik dengan politik uang (*money politics*) nyatanya sulit untuk diterima secara langsung.

Selaras dengan hal itu, hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa relasi yang dibangun oleh kandidat dalam usahanya mendapatkan dukungan politik dari masyarakat tidak serta-merta merujuk pada pola patron-klien pragmatis yang mengandalkan “uang” dengan menjalankan strategi “serangan fajar” sebelum pemilihan berlangsung. Ada sisi lain yang juga mempengaruhi relasi yang dibangun antara patron dan klien (kandidat dan pemilih). Maksudnya ialah bukan hanya dilihat dari sisi nominal uang yang dikeluarkan untuk membentuk relasi antara patron-klien sehingga melahirkan hubungan yang pragmatis, tetapi relasi individu yang kemudian mempengaruhi dan membentuk jiwa sosial yang baik dalam kehidupan masyarakat juga menentukan relasi patron

dengan klien. Hal ini dikuatkan melalui penelitian yang dilakukan oleh Tjahjoko (2019) yang mengungkapkan kandidat dalam Pilkadaes menang karena dukungan keluarga, pendekatan hati nurani, serta sosialisasi intensif kepada masyarakat.

Pola patronase dari sudut pandang Aspinal dan Sukmajati (2015), apabila dihadapkan dengan desa perlu dicermati kembali. Desa mempunyai tradisinya tersendiri dan itu yang luput dari pandangan Aspinal dan Sukmajati. Cara berpikir serta berperilaku orang desa berbeda dengan orang kota, dimana orang kota kental dengan sisi individualis daripada orang desa yang menekankan sisi kebersamaan, kekerabatan, jiwa sosial, kedekatan emosional, sehingga bentuk hubungan yang terjalin bukan bersifat pragmatis transaksional, tetapi lebih kepada relasional. Hal-hal semacam inilah yang luput dari pandangan Aspinal dan Sukmajati.

Fenomena patronase yang berwujud politik uang dan bertransformasi ke dalam bentuk *vote buying* (pembelian suara), *individual gifts* (pemberian-pemberian pribadi), *services and activities* (pelayanan dan aktivitas), *club goods* (barang-barang kelompok) dan *pork barrel projects* (proyek-proyek gentong babi) dalam pemilihan (Pilkades) kerap kali dianggap fenomena yang buruk, amoral, dan menyebabkan merusak demokrasi. Ungkapan itu dapat dilacak dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andika (2017), Fitriyah (2015), Rozy dkk (2020), Kazali dkk (2020), yang menunjukkan bahwa keberhasilan dalam kontestasi Pilkadaes karena menggunakan uang untuk mendapat dukungan dari masyarakat, bahkan Magda Ilona dkk (2020) menemukan politik uang merupakan hal yang lumrah terjadi di masyarakat dalam kontestasi Pilkadaes.

Padahal dari sudut pandang lain politik uang merupakan bentuk negosiasi antara rakyat dengan elite politik, hal itu terlihat dimana rakyat dari hari ke hari tidak berhubungan dengan elite politik terutama pada aspek penghidupan atau dalam memperoleh penghasilan (Yunanto & Tjahjoko, 2020). Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh masyarakat yang bertutur, begini: “*Ah, sekarang kalo maju lurah nggak pake uang, nggak laku*” (Wawancara dengan Ponijo, 07 Januari 2021).

Pernyataan ini sederhana tetapi mengandung arti yang dalam, apabila ditelaah lebih jauh, hal tersebut hadir karena kegagalan pemerintah dalam menyediakan fasilitas publik terhadap masyarakat dan lebih parahnya lagi, fasilitas publik yang ada tidak dapat diakses dan dinikmati oleh kalangan masyarakat. Pada konteks ini negara hadir salah, tetapi kalau hadir keliru (Sutoro, dkk, 2017). Perbuatan pemerintah hadir enggan untuk mewujudkan kedaulatan rakyat, tetapi justru mengintervensi desa sehingga

membuat rakyat desa semakin terabaikan. Pada praktiknya, intervensi itu berwujud peraturan, administrasi yang berbelit-belit yang membuat pemerintah desa sibuk membuat laporan, bukan mengurus rakyat desa dengan program-program yang terlihat bagus, tetapi tidak lebih sebagai menara pasir bagi rakyat desa.

Senada dengan itu, desa bukan hanya sekedar ranah sosial tetapi juga ranah politik (Sutoro, dkk 2017), namun kehidupan politik masyarakat desa terabaikan karena absennya pendidikan politik terhadap masyarakat desa. Ini dapat dilacak dalam buku Ambardi (2009) dan Pamungkas (2011) yang menjelaskan partai politik hadir hanya untuk mencari kekuasaan, oleh karena itu partai politik disibukkan untuk berkoalisi mempertahankan kekuasaan dan lupa akan kesejahteraan rakyat atau yang Ambardi sebut sebagai “politik kartel”. Konsekuensi logis dari kemandekkan demokrasi dan anomali parpol dalam menyelenggarakan pendidikan politik, sehingga tokoh masyarakat dipercaya sebagai representasi rakyat dari sinilah muncul *local strongman* yang merupakan bagian dari cara menantang dominasi para elite. *Local Strongman* jangan dibaca dari kegagalan negara sebagaimana yang disampaikan oleh Migdal, tetapi itu bagian dari kehidupan orang desa yang berciri jiwa sosial yang tinggi, kebersamaan, gotong royong dan lain sebagainya.

Dalam penelitian tentang Pilkades, *local strongman* mempunyai peranan yang penting dalam pengambilan keputusan politik. Penelitian oleh Saepudin dan Joni (2017), Ainilah (2016), Muhazir (2020) dan Yuningsih dan Subekti (2016) menunjukkan kemenangan kandidat dalam kontestasi Pilkades, karena mempunyai jaringan yang kuat terutama dari tokoh masyarakat yang mempunyai pengaruh di masyarakat atau penelitian yang dilakukan oleh Taqwandin (2020) di Aceh yang menunjukkan bahwa keberadaan orang kuat lokal mempunyai pengaruh dalam keputusan politik. Orang kuat lokal mempunyai peranan yang penting terutama dalam kehidupan masyarakat desa yang masih kental dengan adat/istiadatnya. Penelitian di Biak Numfor misalnya oleh Paraisu (2016) dan di Kuantan Singing oleh Handoko, dkk (2020) yang menampilkan keberhasilan seorang calon kandidat dalam Pilkades karena adanya *mambri* (kepala suku) dan *datuk* politik dalam memobilisasi massa.

Namun yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah dalam temuan penelitian ini menampilkan kemenangan kandidat bukan hanya berasal dari orang kuat lokal, melainkan sosok kandidat yang juga merupakan orang kuat itu sendiri yang didukung oleh keluarga/*trah* yang banyak di desa tersebut. Selain itu, kehidupan sosial masyarakat desa seperti gotong-royong, tolong menolong juga turut

mendukung kandidat sehingga masyarakat banyak yang mengenal secara baik dan mendukungnya secara politik. Atau dengan bahasa lain desa *mawacara* (desa dengan cara atau cara desa) yang memiliki makna desa mempunyai adat, budaya, kebiasaan, prakarsa lokal dan kearifan lokal (Sutoro *et al.*, 2017).

Berangkat dari situ, jelas bahwa terdapat beberapa faktor yang melandasinya faktor pertama karena kandidat diuntungkan dengan memiliki banyak saudara, sehingga hal ini dimanfaatkan kandidat untuk membentuk jejaring lewat keluarga. Kemudian membentuk jejaring terhadap tokoh masyarakat untuk membantu memobilisasi massa. Faktor kedua lebih mengarah kepada kepercayaan masyarakat kepada kandidat bahwa kandidat tidak akan melakukan penyelewengan, karena menganggap kandidat termasuk orang kaya, sebagaimana disampaikan oleh salah seorang kepala dusun yang bertutur begini: *“Kalo menurut saya, disamping masyarakat itu yang tadinya pengen perubahan, itu seperti pak Rofie itu background-nya itu kan orang kaya, jadi kemungkinan untuk bermain di belakang dalam artian, bermain uang itu kemungkinan kecil. Maksudnya, kemungkinan untuk korupsi itu kecil gitu lho. Kan dia udah orang mapan”* (Wawancara dengan Tri Ahmad, 24 September 2020). Sedangkan pada faktor ketiga, dalam konteks Pilkades, kandidat bukan berusaha untuk mengintervensi lembaga-lembaga negara, melainkan lebih kepada menembus lapisan masyarakat dengan pendekatan sosial juga pendekatan ekonomi. Pendekatan sosial merujuk pada *trah* atau jaringan keluarga di dalamnya serta kearifan lokal yang turut bekerja pada proses jauh sebelum berlangsungnya Pilkades, sedangkan pendekatan ekonomi merujuk pada upaya untuk menggerakkan tim sukses supaya bisa bekerja secara maksimal untuk mencari dukungan politik dari masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Patronase atau relasi patron-klien yang merujuk pada politik uang seperti yang dipaparkan oleh Aspinal dan Sukmajati (2015) penting untuk dikritisi kembali. Berpijak pada temuan dalam penelitian ini, memperlihatkan bahwa aktor (patron) yang berhasil menang dalam kontestasi Pilkades, dalam usahanya membangun relasi dengan masyarakat (klien) bukan berlandaskan pada uang semata. Ada hal lain yang mempengaruhinya, sehingga membuat relasi yang dibangun antara aktor dengan masyarakat menjadi lebih dekat. Faktor utama yang melandasinya adalah hidup komunal.

Penelitian ini hadir untuk mengkritisi pandangan Aspinal dan Sukmajati yang melihat hubungan atau relasi yang dibangun antara patron dan klien dilandasi pada uang, itu sebenarnya mencirikan budaya barat yang bersifat individualistik. Oleh karena sifat yang individualis, setiap orang menjadi masa bodoh terhadap orang lain dan hanya mementingkan dirinya sendiri. Sedangkan kebiasaan atau budaya Indonesia lebih mengarah kepada budaya kekerabatan (komunal). Kebiasaan hidup komunal di masyarakat terkhusus di desa sudah terbiasa untuk saling menghargai, tolong-menolong, berbagi dan lain sebagainya. Artinya relasi yang dibangun di tengah masyarakat sudah terjalin erat sejak dahulu.

Fenomena politik uang atau munculnya orang kuat lokal yang kerap hadir dalam kontestasi Pilkadaes, bukan dimaknai menjadi kemunduran demokrasi pada aras lokal. Tetapi perlu disadari bahwasanya hal tersebut merupakan bentuk negosiasi dari masyarakat karena dalam kesehariannya jarang bertemu dengan pemerintah. Ini menjadi bukti absennya pemerintah dalam penyediaan fasilitas publik yang bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Benedict R. O'G. (2000). *Kuasa Kata: Jelajah Budaya-Budaya Politik di Indonesia*. Yogyakarta: Mata Bangsa.
- Ambardi, Kuskridho. (2009). *Mengungkap Politik Kartel*. Jakarta: PT Gramedia.
- Andhika, Lesmana Rian. (2017). Bahaya Patronase dan Klientelisme dalam Pemilihan Kepala Desa Serentak. *Jurnal Kajian*, Vol 22 No 3, September.
- Ainillah, Siti Rohmatul. (2016). Elite Politik Dalam Kontestasi di Desa Dengan Menggunakan Studi Peran Blater Dalam Pilkadaes di Desa Banjar, Galis, Bangkalan Madura. *Jurnal Politik Muda* Vol 5 No 3 Agustus.
- Aspinal, Edward & Mada Sukmajati. (2015). *Politik Uang di Indonesia: Patronase Klientelisme Pada Pemilu Legislatif 2014*. Yogyakarta: PolGov
- Basri, Hasan. (2020). Pola Praktik Penggunaan Politik Uang Dalam Pilkadaes di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Setia Pancasila*, Vol 1 No 1.
- Eko, Sutoro., Barori, M., & Hastowiyono.(2017). *Desa Baru Negara Lama*. Yogyakarta: Pascasarjana STPMD"APMD".
- Erviantono, Tedi. (2017). Bahaya Politik, Uang dan Pilkada. *Jurnal Transformative*, Vol 3 No 2, September.



- Firdaus, Mohamad (2020). Menghidupkan Kembali Spirit Politik Ilmu Pemerintahan. *Jurnal Ilmu pemerintahan Semesta (Governabilitas) Volume 1 Nomor 2 Desember, STPMD "APMD" Yogyakarta.*
- Firmanzah. (2012). *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas.* Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Fitriyah. (2015). Cara Kerja Politik Uang. *Jurnal Politika, Vol 6 No 2, Oktober: 101-111.*
- Handoko, Tito, Ramlan Darmansyah, dan Syofian. (2020). Fenomena Local Strongman (Studi Kasus Pengaruh Sukarmis Dalam Mendukung Kemenangan Andi Putra Sebagai Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kuantan Singing. *Jurnal Moderat, Vol 6 No 3, Agustus.*
- Hidayat, Endik., Prasetyo, Budi., dan Yuwana, Setya. (2016). Praktik Politik Oligarki dan Mobilisasi Sumber Daya kekuasaan di Pilkades Desa Sitimerto Pada Tahun 2016. *Jurnal Sospol, Vol 4 No 2, Juli-Desember: 124-151.*
- Hidayat, Endik., Prasetyo, Budi., dan Yuwana, Setya. (2018). Runtuhnya Politik Oligarki Dalam Pemilihan Kepala Desa: Kekalahan Incumbent Pada Pilkades Tanjung Kabupaten Kediri. *Jurnal Politik, Vol 4 No 1, Agustus.*
- Handoko, Tito, Ramlan Darmansyah, dan Syofian. (2020). Fenomena Local Strongman (Studi Kasus Pengaruh Sukarmis Dalam Mendukung Kemenangan Andi Putra Sebagai Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kuantan Singing. *Jurnal Moderat, Vol 6 No 3, Agustus.*
- Heywood, Andrew. (2014). *Politik : Edisi keempat.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kazali, Revi, Endang, Rochmiatun, dan Nico, Oktario, Adytyas. (2020). Pengaruh Money Politics Terhadap Pilihan Masyarakat Pada Pilkades Serentak di Kabupaten Muara Enim Tahun 2017 (Studi Kasus di Desa Teluk Limau Kecamatan Gelumbang). *Jurnal Ampera: A Research Journal on Politics and Islamic Civilization, Vol. 1 No. 2, April.*
- Magda Ilona Dwi Putri, Nahdia Arifani, Dela Ratnasari, Aurelia Vidiara Auliavia, Sinta Nuriyah, Agus Mahfud Fauzi. (2020). Politik dan Tradisi: Politik Uang Dalam Pemilihan Kepala Desa. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol 17 No 2, 2020.*
- Muhazir, Alfian. (2020). Strategi Political Marketing Kandidat Dalam Pilkades Serentak Periode III di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 1 No 1, Juli.*
- Nurcholis, Ahmad. (2016). "Orang Kuat Dalam Dinamika Politik Lokal Studi Kasus: Kekuasaan Politik Fuad Amin di Bangkalan". Skripsi. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Pamungkas, Sigit. (2011). *Partai Politik; Teori dan Praktik di Indonesia.* Yogyakarta: Institute For Democracy and Welfarism.
- Paraisu, Ratnasari. (2016). Peran Local Strongman Dalam Pilkades Ramdori, Kecamatan Swandiwe, Kabupaten Biak Numfor. *Jurnal Lyceum, Vol 4 No 1, Januari.*

- Rozy Fathur, Aditya R Pratama, Rachmad Febriansyah, Fandi Ahmad F, Amarul Ilham R, dan Agus Machfud Fauzi. (2020). Praktik Politik Uang Dalam Proses Pemilihan Kepala Desa Sumberingin Kidul Tahun 2019. *Jurnal Socius: Journal Of Sociology Research And Education*, Vol 7 No 1, 2020.
- Saepudin, dan Joni Firmansyah. (2017). Jawara dan Pemilu: Peran Jawara Sebagai Identitas Politik di Dalam Pilkada Banten. *Jurnal BAWASLU*, Vol 3 No 2.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. Bandung: ALAFABETA.
- Taqwandin, Danil Akbar. (2020). Dinamika Elit Lokal Di Aceh Terhadap Penguasa(Konstruksi, Legitimasi dan Eksistensi). *Jurnal AL-IJTIMA`I:International Journal of Government and Social Science*, Vol 5 No 2 April, 2020.
- Tjahjoko, Guno Tri. (2016). *Politik Ambivalensi: Nalar Elit di Bnalik Pemenangan Pilkada*. Yogyakarta: PolGov.
- Tjahjoko, Guno Tri. (2019). Demokrasi Desa Tanpa Politik Uang. *Jurnal Pemerintahan Daerah dan Desa Indonesia*, Vol 1 No 1, Juni.
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa.
- Yuningsih, Neneng Yani dan Valina Singka Subekti. (2016). Demokrasi Dalam Pemilihan Kepala Desa? Studi Kasus Desa Dengan Tipologi Tradisional, Transisional, dan Modern di Provinsi Jawa Barat Tahun 2008-2013. *Jurnal Politik*, Vol 1 No 2, Februari.
- Yunanto, Sutoro Eko & Tjahjoko, Guno Tri. (2020). Menyingkap Kabut Tebal Kedaualatan. *Jurnal Ilmu pemerintahan Semesta (Governabilitas) Volume 1 Nomor 2 Desember, STPMD "APMD" Yogyakarta*.

Wawancara dengan Muh Rofie, 21 September 2020

Wawancara dengan Tri Ahmad, 24 September 2020

Wawancara dengan Heri Purnomo, 01 Oktober 2020

Wawancara dengan Herman, 20 Oktober 2020

Wawancara dengan Supardi, 01 Oktober 2020

Wawancara dengan Ponijo, 07 Januari 2021

Wawancara dengan Margono, 07 Januari 2021

Wawancara dengan Sastro Widodo, 07 Januari 2021