

RINGKASAN

Pola patronase dan pertukaran klientelistik merupakan suatu metode dalam mencari suara massa pada pemilihan umum. Metode ini biasa digunakan paling sering dijumpai dengan menggunakan jasa *broker* sebagai perantara antara pihak patron yang merupakan kader dari partai Gerindra dan masyarakat Desa Mlayang. Pola patronase yang menggunakan jasa *broker* dijadikan model dalam memperoleh suara massa di Desa Mlayang, hal ini digunakan untuk menjangkau massa yang tidak dapat dijangkau langsung oleh kandidat yang terlibat langsung dalam pemilihan, sehingga partai menggunakan jasa *broker* untuk memperoleh suara di level *grass root*. Penggunaan jasa *broker* juga tidak lepas dari adanya transaksi politik yang terjadi langsung sebagai biaya operasional *broker* dalam kampanye dan pendekatan yang dilakukan oleh *broker* untuk mengumpulkan dukungan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh *broker* dalam Pemilihan Presiden tahun 2019 di Desa Mlayang memberikan hasil yang dapat memenangkan pasangan calon Prabowo-Sandiaga Uno. Pemenangan suara pasangan calon nomor urut 02 tersebut hanya unggul dengan selisih 90 suara. Hal ini terjadi pada masyarakat yang secara kultur masih homogen yang berlatar belakang *nadhliyin*.

Dalam strategi *broker* untuk menjangkau masyarakat Desa Mlayang, *broker* memiliki kedekatan dengan organisasi olah raga bola voli di desa dan juga memiliki koneksi yang dekat dengan warga desa secara umum, oleh karena itu pendekatan dapat menjalar kepada tokoh lokal yang berada di Desa Mlayang, salah satunya adalah pimpinan NU Desa Mlayang. Sehingga pendekatan yang dilakukan *broker* tidak hanya terpaku pada tokoh elit saja, namun juga warga Desa Mlayang secara umum. Oleh karena itu, pola patronase dapat terbentuk dengan modal sosial yang kuat. Para *broker* ini bekerja dengan sistem klientelistik, dimana para *broker* diberikan hadiah yang berupa uang dan barang bahkan bantuan untuk bekerja di luar kota. Sehingga pola patronase ini menjadi *triad* atau tiga aktor yang terlibat, dimana patron dari partai Gerindra menggunakan perantara yaitu *broker* sebagai penjemabatan agar mencapai konstituen di Desa Mlayang.

Sehingga penelitian ini menjawab pertanyaan bagaimana jasa *broker* digunakan pada Pemilihan Presiden tahun 2019 di Desa Mlayang. Pola patronase yang terbentuk antara kader partai Gerindra yang juga merupakan anggota legislatif Kabupaten Brebes dan warga Desa Mlayang dapat terbentuk karena adanya *broker* yang menjadi perantara dalam memenangkan pasangan calon Prabowo-Sandiaga Uno. Selain itu, penelitian ini juga mendeksripsikan pertukaran klientelistik yang dilakukan patron kepada *broker* sebagai harga dari penggunaan jasa *broker* di Desa Mlayang.

Kata Kunci : *Broker*, Patronase, Klientelistik, Pemilihan Presiden.

SUMMARY

Patronage patterns and clientelistic exchanges are a method of seeking mass votes in general elections. This method is most commonly used by using brokerage services as a bridge between the patron who is a cadre from the Gerindra party and the people of Mlayang Village. Patronage patterns that use brokerage services are used as a model in gaining mass votes in Mlayang Village, this is used to reach masses who cannot be directly reached by candidates who are directly involved in the election, so that parties use brokerage services to get votes at the grass root level. The use of brokerage services is also inseparable from the existence of political transactions that occur directly as broker's operational costs in the campaign and the approach taken by brokers to gather support.

This study uses a qualitative research method with a case study approach. The results of this study indicate that the influence of brokers in the Presidential Election at 2019 in Mlayang Village provides results that can win the Prabowo-Sandiaga Uno candidate pair. The candidate pair number 02 won only 90 votes. This happens to people who are culturally still homogeneous with a nadhliyin background.

Broker's strategy to reach out to the people of Mlayang Village, the broker has close ties with volleyball sports organizations in the village and also has close connections with villagers in general, therefore the approach can spread to local leaders in Mlayang Village, one of which is the leadership of the NU of Mlayang village. So that the approach taken by the broker is not only fixated on elite figures, but also Mlayang Village residents in general. Therefore, patronage patterns can be formed with strong social capital. These brokers work with a clientelistic system, where brokers are given gifts in the form of money and goods and even assistance to work another city in order to take more jobs. So that this patronage pattern becomes a triad or three actors involved, where the patron from the Gerindra party uses an intermediary, namely a broker as a bridge to reach the constituents in Mlayang Village.

So this research answers the question of how brokerage services are used in the Presidential Election at 2019 in Mlayang Village. The patronage pattern formed between Gerindra party cadres who are also members of the Brebes Regency legislature and residents of Mlayang Village was formed because of a broker who became an intermediary in winning the Prabowo-Sandiaga Uno candidate pair. In addition, this study also describes clientelistic exchanges carried out by patrons to brokers as the price of using brokerage services in Mlayang Village.

Keywords : Broker, Patronage, Clientelistic, President Election.