

Relasi Politik Patron-Klien dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Cirebon Tahun 2024 di Kawasan Pesantren

Muhammad Ridho Hidayatullah^{1*}

¹Program Studi Sosiologi Agama, Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

ARTICLE INFO

Keywords:

*Cirebon, Patron-Klien,
Pilkada, Politik, Santri*

***Correspondence**

muhammadridhohidayatullahh
@gmail.com

ABSTRACT

Keterlibatan aktor non-formal dalam politik elektoral, seperti pengusaha, organisasi masyarakat, dan tokoh agama, semakin menonjol dalam kontestasi pemilihan kepala daerah. Salah satu aktor penting di wilayah santri adalah kyai, yang tidak hanya memiliki otoritas keagamaan, tetapi juga pengaruh politik. Penelitian ini bertujuan menganalisis praktik relasi patron-klien dalam pemilihan kepala daerah Kota Cirebon tahun 2024, khususnya di wilayah santri Kampung Palijati. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teori patron-klien dari James Scott yang mencakup tiga unsur utama: hubungan personal, kepatuhan, dan timbal balik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasangan calon kepala daerah menjalin relasi politik dengan kyai dan masyarakat melalui pendekatan personal, loyalitas, dan pertukaran kepentingan. Relasi ini membentuk struktur patronase berbasis piramida, di mana kyai berperan sebagai perantara sekaligus patron lokal terhadap masyarakat. Penelitian ini memberikan pemahaman baru tentang bagaimana kekuatan simbolik tokoh agama berperan dalam politik lokal, serta bagaimana relasi patron-klien bekerja dalam konteks wilayah berbasis keagamaan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pembahasan sosiologi politik dan perbaikan praktik pemilu yang lebih inklusif dan etis.

PENDAHULUAN

Keterlibatan aktor politik non-formal dalam pemilihan umum, baik di tingkat lokal maupun nasional, merupakan fenomena yang terus berlangsung. Aktor-aktor ini meliputi pengusaha, organisasi masyarakat, dan tokoh agama (Hartati et al., 2019). Mereka tetap eksis karena memiliki pemahaman mendalam tentang karakteristik pemilih di wilayah tertentu yang menjadi basis massa. Selain itu, mereka juga berperan dalam pendistribusian sumber daya politik agar lebih merata (Widyarini, 2022). Dalam komunitas Islam tradisional, santri dan kyai merupakan aktor penting

yang turut memperhatikan perkembangan politik di sekitarnya. Hal ini karena pilihan politik santri sering kali mencerminkan pandangan kyai, yang menunjukkan adanya pola hubungan patron-klien antara keduanya (Ilham, 2020).

Peran kyai dalam masyarakat kini tidak hanya terbatas pada bidang keagamaan, tetapi juga merambah ke isu-isu sosial dan politik. Sebagai contoh, dalam pemilihan Gubernur Jawa Timur, masyarakat Islam yang berada dalam lingkungan pesantren cenderung menyesuaikan pandangan politik mereka dengan kyai yang mereka ikuti. Di Jawa, kyai sering dianggap sebagai pemimpin informal yang nasihatnya lebih didengarkan dibanding tokoh lain karena dinilai memiliki wibawa dan keluhuran akhlak (Hamidah, 2019). Dalam konteks ini, keterlibatan kyai dalam politik bukan lagi hal yang tabu. Preferensi politik dibentuk melalui relasi personal dengan kyai, bahkan dalam beberapa kasus, politik praktis menjadi sarana untuk meraih keuntungan tertentu. Namun, fenomena ini juga menimbulkan persoalan, seperti pragmatisme politik di kalangan kyai. Misalnya, di Buntet, muncul pondok-pondok pesantren yang didirikan bukan semata untuk pendidikan agama, tetapi sebagai sarana kepentingan pribadi melalui politik, meskipun para pengasuhnya belum memiliki kapasitas keilmuan dan pengalaman memadai (Fikri et al., 2024).

Keterlibatan kyai dalam politik elektoral sering dimanfaatkan untuk mendulang suara sebanyak-banyaknya. Pesantren dan wilayah santri pun menjadi target utama politisi. Namun, tidak semua kyai terlibat dalam politik praktis. Penelitian (Fikri et al., 2024), menunjukkan bahwa salah satu pondok pesantren terkenal di Cirebon, menjadi alat transaksi politik yang bersifat pragmatis. Keuntungan-keuntungan dari politisi diterima oleh pesantren sebagai bentuk balas jasa, tetapi tidak selalu berpihak pada kepentingan masyarakat secara luas.

Transaksi antara kyai dan politisi ini merupakan bentuk dari relasi patron-klien. (Scott, 1972), menjelaskan bahwa hubungan ini muncul ketika terdapat ketimpangan sosial dan ekonomi antara patron dan klien. Patron menyediakan barang dan jasa agar kebutuhan klien terpenuhi, sementara klien memberikan loyalitas dan dukungan. Dalam politik, patronase muncul ketika politisi memberikan sumber daya material demi dukungan elektoral. Sementara itu, klien adalah individu atau kelompok dengan posisi sosial lebih rendah yang merespons dengan memberikan dukungan politik (Aspinall & Sukmajati, 2015).

Penelitian serupa dilakukan oleh Fadiyah (2012) yang menganalisis hubungan patron-klien dalam Pilkada DKI Jakarta 2012 antara pasangan calon Foke-Nara

dengan organisasi masyarakat Forkabi. Dalam penelitian tersebut ditemukan adanya transaksi ekonomi dan politik yang berdampak pada relasi sosial. Foke-Nara, sebagai patron, memberikan perlindungan bagi Forkabi, sementara Forkabi memberikan dukungan politik sebagai imbalannya. Namun, berbeda dengan penelitian ini, fokus yang diambil adalah relasi patron-klien antara calon kepala daerah dan komunitas keagamaan (kyai dan santri) di wilayah santri.

Melihat temuan sebelumnya di salah satu pesantren di Kabupaten Cirebon, terdapat potensi bahwa praktik serupa juga terjadi di sebuah kawasan pesantren lain yang secara geografis berdekatan dan memiliki karakteristik sosial yang serupa. Berdasarkan klasifikasi Geertz (1989), kawasan ini termasuk dalam kategori wilayah santri karena memiliki konsentrasi lembaga pendidikan Islam serta pola kehidupan keagamaan yang kuat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis kemungkinan adanya praktik relasi politik patron-klien dalam pemilihan kepala daerah tahun 2024 di salah satu wilayah santri di Kota Cirebon yang oleh peneliti telah dianonimkan menjadi Pesantren Arumjati.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan secara rinci suatu peristiwa sosial-politik berdasarkan pengalaman dan pandangan para pelaku di lapangan. Menurut Creswell (2013), pendekatan deskriptif bertujuan untuk menguraikan secara sistematis berbagai fenomena yang berkaitan dengan pengalaman manusia dalam konteks sosial tertentu.

Lokasi penelitian berada di sebuah kawasan komunitas santri di Kota Cirebon yang dalam tulisan ini disamarkan sebagai Pesantren Arumjati. Selain itu nama daerahnya telah disamarkan menjadi Kampung Palijati. Wilayah ini dipilih karena memiliki karakteristik khas komunitas Islam tradisional yang menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan serta memiliki keterikatan yang kuat dengan struktur sosial-keagamaan lokal. Kawasan ini termasuk kategori "santri" karena ditandai dengan banyaknya lembaga pendidikan Islam serta praktik keagamaan yang kolektif dalam kehidupan sehari-hari masyarakatnya.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus dan tujuan penelitian. Menurut (Creswell, 2013), *purposive sampling* memungkinkan peneliti memilih subjek yang memiliki pengetahuan atau pengalaman langsung terhadap isu yang dikaji. Informan dalam penelitian ini terdiri dari tokoh

masyarakat, santri, warga sekitar Pesantren Arumjati, serta pihak yang dianggap mengetahui atau terlibat dalam praktik relasi politik antara kyai dan aktor politik pada pemilihan kepala daerah tahun 2024.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi dari para informan terkait praktik patronase politik, bentuk relasi antara kyai dan pasangan calon, serta persepsi masyarakat terhadap keterlibatan pesantren dalam proses politik elektoral. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap lingkungan sosial di sekitar Pesantren Arumjati, dengan mencermati interaksi antara tokoh agama dan masyarakat, serta dinamika sosial-politik yang muncul selama tahapan pemilihan kepala daerah berlangsung. Dokumentasi digunakan sebagai data pelengkap, dengan mengumpulkan berbagai bukti tertulis, foto, catatan lapangan, dan rekaman audio yang relevan dengan fokus penelitian.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis secara tematik, dengan menggunakan teori patron-klien dari James Scott sebagai kerangka analisis. Teori ini digunakan untuk mengkaji bagaimana hubungan personal, kepatuhan, dan ketergantungan antara patron (kyai atau tokoh agama) dan klien (masyarakat atau pemilih) terbentuk, serta bagaimana relasi tersebut dimanfaatkan dalam konteks kontestasi politik elektoral di lingkungan pesantren.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Palijati sebagai Kawasan Pesantren

Kampung Palijati merupakan salah satu wilayah di Kota Cirebon. Lanskap wilayahnya mencakup kawasan pemukiman, sebagian kecil area pertanian, serta aktivitas pertambangan pasir yang menjadi salah satu mata pencaharian warga. Secara ekonomi, mayoritas penduduknya bekerja sebagai pedagang dan buruh tambang pasir. Meskipun wilayah ini memiliki fasilitas pendidikan formal yang lengkap, mulai dari tingkat SD hingga SMA, serta lembaga pendidikan nonformal seperti PAUD dan pesantren, tidak semua warga memprioritaskan pendidikan formal. Di beberapa bagian wilayah, termasuk Kampung Palijati, pendidikan nonformal justru lebih diutamakan. Hal ini terlihat dari kecenderungan orang tua untuk tidak melanjutkan anak-anak mereka ke jenjang sekolah menengah setelah lulus SD, dan lebih memilih memasukkan mereka ke pondok pesantren. Pemahaman

masyarakat setempat bahwa “yang penting bisa ngaji” menjadi alasan utama di balik keputusan tersebut.

Dari sisi kehidupan sosial-keagamaan, Kampung Palijati dikenal sebagai salah satu pusat kehidupan santri di Cirebon. Di kawasan ini terdapat Pesantren Arumjati, sebuah pesantren tradisional yang masih mempertahankan nilai-nilai keislaman klasik. Salah satu nilai utama yang dipegang teguh oleh masyarakat dan santri di wilayah ini adalah “dawuh kyai”, yaitu kepatuhan mutlak terhadap perintah atau nasihat kyai. Bagi para santri, dawuh kyai dipercaya membawa barokah dan menjadi pedoman dalam menjalani kehidupan sehari-hari, baik dalam hal ibadah maupun keputusan sosial lainnya. Nilai ini sekaligus menjadi landasan kuat bagi munculnya relasi patron-klien antara kyai dan masyarakat di wilayah tersebut, khususnya dalam konteks politik lokal.

Relasi Patron-Klien dalam Konteks Politik Lokal

Secara etimologis, istilah patron berasal dari bahasa Latin *patronus* atau *pater* yang berarti ayah. Dalam konteks sosial, patron merujuk pada seseorang yang memberikan perlindungan, dukungan, atau pelayanan kepada individu lain. Sementara itu, istilah klien berasal dari kata *cliens*, yang berarti pengikut. Dalam kajian ilmu sosial, relasi patron-klien menggambarkan hubungan antarindividu atau kelompok yang memiliki perbedaan dalam penguasaan sumber daya ekonomi, sosial, atau politik. Konsep patron tidak dapat berdiri sendiri tanpa keberadaan klien. Keduanya membentuk suatu hubungan timbal balik yang khas, yang dalam banyak kasus berkembang menjadi praktik *clientelism* (Hefni, 2009).

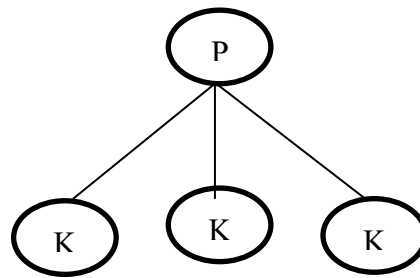
Penelitian ini mengacu pada teori relasi patron-klien yang dikembangkan oleh James Scott. Menurut Scott (1972) menjelaskan secara garis besar bahwa patron klien adalah hubungan yang memiliki ketergantungan keterkaitan satu sama lain. Patron secara posisi merupakan pihak yang kedudukannya lebih tinggi dan membantu klien, kemudian klien akan membalas dengan menawarkan jasanya kepada patron. Menurut Scott relasi patron-klien akan terjadi ketika kedudukan sosial dan ekonominya tidak sama, secara jelas Scott mengungkapkan bahwa patron bertindak sebagai pemasok barang dan jasa untuk kliennya dengan tujuan agar klien tersebut terpenuhi kebutuhannya dan hubungan patron-klien ditandai oleh adanya ketergantungan dan keterkaitan timbal balik antara dua pihak yang memiliki posisi sosial-ekonomi yang tidak setara. Patron, sebagai pihak yang memiliki sumber daya lebih besar, memberikan bantuan dalam bentuk barang, jasa, atau akses kepada klien. Sebagai balasannya, klien memberikan dukungan atau jasa tertentu sesuai

harapan patron. Hubungan ini tidak selalu bersifat material, melainkan bisa berupa bentuk loyalitas sosial atau dukungan politik. Scott mengidentifikasi tiga ciri utama dari hubungan patron-klien:

1. Adanya hubungan personal yang bersifat langsung dan berkelanjutan, tidak semata-mata didasarkan pada keuntungan praktis, tetapi juga mengandung unsur kepercayaan dan kedekatan emosional;
2. Adanya kesetiaan dan kepatuhan timbal balik antara patron dan klien; dan
3. Adanya hubungan resiprositas, yakni pertukaran yang saling menguntungkan meskipun bersifat tidak setara.

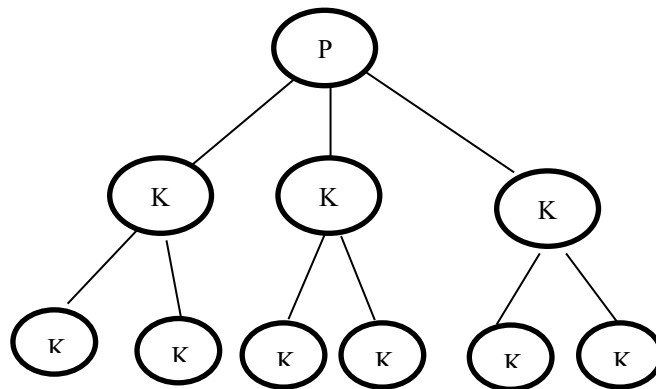
George C. Homans menambahkan bahwa hubungan sosial yang dilandasi oleh kesenjangan status atau kekuasaan sering kali melibatkan pertukaran yang bermuatan material, kekuasaan, atau kehormatan (Nastain & Nugroho, 2022). Salah satu bentuk kesenjangan utama dalam relasi patron-klien adalah kekuasaan. Louis Althusser menjelaskan bahwa kekuasaan seringkali bekerja secara halus melalui apa yang ia sebut sebagai aparat ideologis, seperti pendidikan dan agama. Melalui perangkat seperti guru, dosen, kyai, atau tokoh agama lainnya, relasi patron-klien dapat berlangsung tanpa kesan paksaan langsung, tetapi tetap menghasilkan ketaatan dari klien (Nastain & Nugroho, 2022). Dalam kerangka ini, tokoh agama seperti kyai dapat menjadi patron yang efektif karena memiliki legitimasi moral dan simbolik di mata masyarakat.

Scott juga membagi relasi patron-klien dalam dua model: kluster dan piramida. Dalam model kluster, hubungan bersifat langsung antara patron dan klien, di mana patron menjadi pusat kekuasaan yang berinteraksi secara vertikal dengan setiap klien. Sementara itu, dalam model piramida, relasi menjadi lebih kompleks karena klien dari patron utama dapat berperan sebagai patron bagi klien lain di bawahnya. Dalam struktur ini, terjadi mata rantai patron-klien yang berlapis dan saling terhubung, di mana klien tingkat kedua tetap menjaga kesetiaan terhadap patron utama melalui loyalitas patron antara.



Gambar 1. Relasi Patron-Klien (Patron sebagai Pusat)

Gambar 1 di atas adalah pengelompokan yang didasarkan pada relasi langsung antara patron selaku pusat dengan klien, maka disebut sebagai kluster. Pada relasi ini bersifat vertikal yakni patron di atas klien. Selanjutnya terdapat pengelompokan yang berbeda yakni satu patron sebagai pusat lalu diikuti oleh klien yang turut juga menjadi "patron" dari "klien" nya masing-masing. Maka dari itu pengelompokan selanjutnya diberi nama piramida, pada pengelompokan ini memiliki relasi respirositas yang berbeda karena klien mempunyai "klien". Dalam praktiknya hal ini bisa terjadi ketika saat menghadapi klien, ia akan menjadi patron yang masih berhubungan dengan patron pusat dan memperlakukan sesuai kehendak dari patron pusat. Berikut adalah ilustrasi relasi patron klien piramida:



Gambar 2. Relasi Patron-Klien Piramida

Dalam konteks Indonesia, khususnya di Jawa, Geertz (1989) membagi masyarakat menjadi tiga kategori: priyayi, abangan, dan santri. Kelompok santri dicirikan oleh kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam, terutama dalam moralitas dan perilaku sosialnya. Geertz mencatat bahwa kelompok ini memiliki keterkaitan erat dengan struktur ekonomi rakyat kecil seperti pedagang, petani, dan buruh. Effendi (2020) menafsirkan bahwa kelompok santri cenderung memprioritaskan kesalehan

berdasarkan ajaran agama dan memiliki keterikatan yang kuat terhadap komunitas keagamaannya.

Di kawasan santri, seperti yang dijumpai di Kampung Palijati, khususnya Pesantren Arumjati, relasi sosial dibentuk oleh elemen-elemen khas seperti pondok pesantren, masjid, santri, kyai, dan kitab kuning. Salah satu norma yang menonjol adalah penghormatan terhadap kyai (*takzim*), yang tidak hanya berlaku bagi santri, tetapi juga masyarakat sekitar. Kedudukan sosial kyai sebagai pemimpin spiritual menjadikannya figur sentral dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam urusan politik. Dalam banyak kasus, masyarakat mengikuti arahan kyai, karena diyakini membawa keberkahan. Situasi ini menciptakan ruang bagi terbentuknya relasi patron-klien dalam bentuk yang khas: kyai sebagai patron dan masyarakat (termasuk santri) sebagai klien yang loyal secara ideologis dan politik.

Hubungan Personal dalam Relasi Patron-Klien

Pasangan calon Wali Kota dan Wakil Wali Kota Cirebon pada Pilkada 2024 bukanlah figur baru bagi masyarakat. Keterlibatan mereka dalam politik lokal sudah berlangsung cukup lama dan berdampak pada penguatan hubungan personal dengan berbagai kalangan, termasuk masyarakat di wilayah santri seperti Kampung Palijati. Secara khusus, calon Wakil Wali Kota nomor urut 01, FP, sebelumnya menjabat sebagai anggota DPRD Kota Cirebon selama dua periode. Sementara itu, EH, yang kini maju sebagai calon Wali Kota, pernah menjabat sebagai Wakil Wali Kota Cirebon periode 2018–2023. Riwayat panjang keterlibatan mereka dalam pemerintahan daerah menjadikan hubungan mereka dengan masyarakat tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga sosial dan emosional.

Menurut Scott (1972), salah satu ciri relasi patron-klien adalah adanya hubungan personal yang bersifat langsung dan berkelanjutan. Dalam konteks politik elektoral, hubungan semacam ini terbentuk melalui interaksi yang terus berlangsung, baik secara formal maupun informal. Hubungan tersebut tidak semata-mata berlandaskan pertukaran materi, tetapi juga melibatkan unsur kepercayaan dan kedekatan emosional antara patron (dalam hal ini calon kepala daerah) dan klien (masyarakat). Dalam kasus ini, relasi antara FP dan masyarakat di wilayah santri menunjukkan pola patron-klien yang kuat, mengingat hubungan itu telah berlangsung hampir 15 tahun sejak ia pertama kali duduk di kursi legislatif.

Hubungan personal dengan tokoh agama menjadi salah satu aspek penting dalam membangun patronase politik. Salah satu bentuk nyata terlihat dari upaya FP menjalin kedekatan dengan Kyai UM, seorang tokoh agama berpengaruh di

Kampung Palijati dan pengasuh Pesantren Arumjati. Berdasarkan keterangan warga, kunjungan tersebut dilihat sebagai upaya FP untuk mendapatkan dukungan dari tokoh agama yang memiliki legitimasi sosial di tengah masyarakat. Seorang warga, Jaenab, menyampaikan bahwa FP datang untuk menemui Kyai UM melalui jalur kekerabatan. Informasi ini diperkuat oleh warga lainnya, Musarofah, yang mengaku pernah mengikuti pertemuan yang diadakan seusai salat zuhur di rumah salah satu warga. Dalam pertemuan itu, Kyai UM memperkenalkan FP kepada masyarakat sebagai calon wakil wali kota, lalu membuka ruang dialog tentang harapan dan kebutuhan warga sekitar.

Kehadiran FP bersama Kyai UM dalam forum semacam itu memperkuat ikatan emosional dengan masyarakat. Masyarakat menganggap calon yang datang bersama kyai sebagai sosok yang bisa dipercaya, karena diasosiasikan dengan nilai-nilai keagamaan dan kebaikan moral yang melekat pada tokoh pesantren. Dalam relasi ini, Kyai UM tidak hanya berperan sebagai pendamping simbolik, tetapi juga sebagai patron utama yang menjembatani hubungan antara elite politik dan masyarakat.

Situasi ini mencerminkan struktur relasi patron-klien yang khas di wilayah santri. Figur kyai berperan penting dalam memberi legitimasi politik kepada calon, sementara masyarakat merespons dengan loyalitas, sebagai bentuk balas jasa terhadap perhatian dan bantuan kyai selama ini. Kehadiran tokoh agama dalam momen politik bukan hanya simbol dukungan, tetapi juga menjadi kunci dalam membangun dan menjaga hubungan sosial yang bersifat timbal balik antara masyarakat dan elite politik.

Hubungan Kesetiaan dan Kepatuhan

Kesetiaan dan kepatuhan merupakan elemen kunci dalam relasi patron-klien, sebagaimana dijelaskan oleh James Scott (1972). Dalam hubungan ini, klien tidak selalu membalas dukungan patron dengan materi, melainkan dengan bentuk jasa atau dukungan yang diinginkan oleh patron. Hubungan ini berlangsung dalam kerangka pertukaran yang tidak selalu setara—patron memenuhi kebutuhan klien, sementara klien membalas dengan ketaatan atau dukungan, sering kali dalam bentuk politik. Relasi tersebut biasanya muncul dari ketimpangan status sosial, ekonomi, atau kekuasaan antara patron dan klien.

Dalam konteks Pilkada Kota Cirebon 2024, hubungan kesetiaan dan kepatuhan terlihat jelas di wilayah santri seperti Kampung Palijati, terutama dalam kaitannya dengan figur Kyai UM (nama anonim) dari Pesantren Arumjati.

Kedudukan sosial Kyai UM di tengah masyarakat tidak hanya bersumber dari otoritas keagamaan, tetapi juga dari peran aktifnya dalam membantu kebutuhan warga. Hal ini menjadikannya sebagai sosok yang tidak hanya dihormati, tetapi juga diikuti dalam berbagai keputusan, termasuk keputusan politik.

Salah satu warga, JB, menggambarkan bentuk kepatuhan tersebut:

"...Ya karena Kyai UM ngomong begitu ya jadi saya nurut aja, karena Kyai UM saling bantu ke masyarakat, itu Kyai UM tu siang malam untuk masyarakat...Misalnya kaya pak Kyai UM lagi buat apa-apa, terus minta bantuan ke masyarakat, kita warga ya ayo lah langsung bantu"

Kutipan ini menunjukkan bahwa loyalitas terhadap kyai dibangun dari pengalaman sehari-hari masyarakat terhadap komitmen dan kepedulian kyai. Ketika kyai membutuhkan bantuan, masyarakat akan langsung merespons tanpa pamrih, bahkan tanpa mengharapkan imbalan. Sikap ini menunjukkan bahwa hubungan patron-klien tidak hanya bersifat transaksional dalam arti sempit, melainkan juga dibangun atas dasar nilai, rasa hormat, dan pengalaman kolektif.

Hal yang sama berlaku dalam konteks pilihan politik. Masyarakat di wilayah santri seperti Kampung Palijati cenderung mengikuti arahan kyai dalam menentukan pilihan, bukan semata karena pertimbangan rasional atau politis, tetapi sebagai bentuk loyalitas dan penghargaan terhadap peran kyai di kehidupan mereka. Dalam hal ini, anjuran dari Kyai US mengenai calon tertentu tidak dianggap sebagai paksaan, tetapi sebagai bagian dari bimbingan moral yang layak diikuti.

Hubungan Resiprositas (Saling Ketergantungan dan Menguntungkan)

Ciri khas dari relasi patron-klien adalah adanya ketimpangan kekuasaan yang melahirkan bentuk pertukaran atau transaksi antar dua pihak dengan posisi sosial yang tidak seimbang. Dalam konteks ini, patron yang memiliki kekuasaan, akses, atau sumber daya lebih besar, menawarkan sesuatu yang dibutuhkan klien. Sebagai balasannya, klien memberikan dukungan atau jasa sesuai dengan keinginan patron. Meskipun hubungan ini bisa menguntungkan kedua belah pihak, ia juga menciptakan ketergantungan yang berkelanjutan. Dalam kondisi tertentu, ketergantungan tersebut bisa melahirkan anomali, yaitu ketika politisi sebagai patron bersedia mengorbankan kepentingan umum demi meraih loyalitas elektoral dari individu atau kelompok masyarakat (Nastain & Nugroho, 2022)..

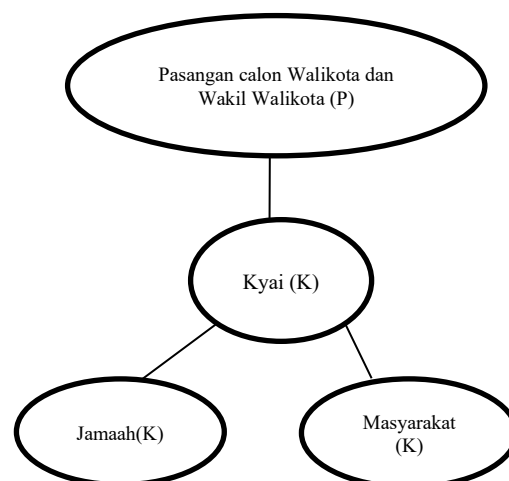
Di wilayah santri seperti Kampung Palijati, bentuk resiprositas semacam ini tampak dalam pertemuan antara masyarakat dan FP (salah satu calon Wakil

Walikota). Pertemuan tersebut difasilitasi oleh Kyai UM dari Pesantren Arumjati. Dalam forum tersebut, masyarakat menyampaikan berbagai kebutuhan konkret, salah satunya terkait infrastruktur jalan. Seorang warga, MS, mengungkapkan:

“...Kalo ibu nanya mau apa, ya saya mau dibenerin tuh jalan yang di depan sebelum masuk, saya bilang gitu mas waktu pertemuan itu, kasian tuh misal ibu hamil atau orang sakit lewat jalan situ”.

Pernyataan ini mencerminkan dinamika hubungan timbal balik, di mana masyarakat sebagai klien menyampaikan aspirasi kepada patron dengan harapan mendapatkan perhatian dan pemenuhan kebutuhan. Dalam hal ini, FP tidak hanya datang membawa program, tetapi juga menyimak dan mencatat harapan warga sebagai bentuk tawar-menawar simbolik dalam proses dukungan politik.

Sebaliknya, FP sebagai calon wakil wali kota juga menyampaikan permintaan dukungan secara langsung kepada masyarakat Kampung Palijati, terutama di RW 11. Ia meminta agar masyarakat memberikan hak suaranya untuk pasangan nomor urut 01, yaitu DM–FP. Walaupun secara keseluruhan pasangan ini tidak menang dalam kontestasi Pilkada Kota Cirebon 2024, hasil suara di TPS 35 RW 11 menunjukkan bahwa mereka memperoleh dukungan yang cukup signifikan, yaitu berada di posisi kedua dengan 217 suara. Jumlah ini berada di bawah pasangan nomor urut 03 yang memperoleh 402 suara, dan di atas pasangan nomor urut 02 yang mendapat 185 suara.



Gambar 3 Relasi Patron-Klien Pilkada Kota Cirebon 2024

Struktur hubungan ini mencerminkan pola piramida patron-klien. Dalam skema ini, patron utama berada di puncak—dalam hal ini pasangan calon wali kota dan wakil wali kota—kemudian didukung oleh patron sekunder seperti Kyai UM. Mereka berfungsi sebagai perantara antara elite politik dan basis masyarakat. Dalam praktiknya, patron sekunder ini menjadi jembatan yang menjangkau lapisan masyarakat bawah, sekaligus menyampaikan kehendak dari patron pusat.

Dengan posisi tersebut, kyai: mereka adalah klien dari pasangan calon, tetapi juga menjadi patron bagi masyarakat di lingkungannya. Mereka menyampaikan pesan dan arahan politik kepada jamaah atau warga sebagai bentuk loyalitas terhadap patron utama, namun pada saat yang sama juga memperjuangkan kepentingan masyarakat kepada politisi sebagai bentuk pertukaran. Relasi ini berjalan secara vertikal dan hierarkis, namun tetap memuat unsur saling menguntungkan dan saling membutuhkan.

SIMPULAN

Pemilihan kepala daerah merupakan bagian dari proses demokratisasi di Indonesia yang dibentuk melalui kebijakan desentralisasi. Tujuannya adalah mendorong regenerasi kepemimpinan di tingkat nasional maupun daerah. Namun, dalam pelaksanaannya, desentralisasi politik juga memunculkan dinamika baru, salah satunya adalah dominasi elite lokal dalam proses elektoral. Di Kota Cirebon, wilayah seperti Kampung Palijati menunjukkan gejala tersebut. Tokoh agama seperti kyai memiliki pengaruh signifikan, dan posisinya tidak setara dengan masyarakat umum, baik dari segi sosial, ekonomi, maupun kekuasaan simbolik.

Dalam perspektif James Scott, relasi patron-klien muncul ketika terdapat kesenjangan antara pihak-pihak yang terlibat, sehingga terjadi pertukaran kepentingan. Patron biasanya memiliki akses terhadap sumber daya atau kekuasaan, sementara klien bersandar pada dukungan yang diberikan oleh patron tersebut. Dalam konteks Pilkada Kota Cirebon 2024, penelitian ini menemukan adanya praktik relasi patron-klien antara pasangan calon wali kota dan wakil wali kota dengan tokoh agama seperti kyai, serta masyarakat di wilayah santri.

Relasi ini terwujud dalam bentuk hubungan personal antara calon dengan kyai, loyalitas masyarakat terhadap kyai, serta pertukaran dukungan dengan imbalan tertentu. Patron dalam hal ini yaitu pasangan calon meminta dukungan suara dari masyarakat melalui perantara tokoh agama. Sementara masyarakat atau klien mengharapkan pemenuhan kebutuhan konkret seperti perbaikan jalan. Hubungan ini menunjukkan bahwa patronase tidak hanya bersifat vertikal, tetapi

juga membentuk pola piramida. Dalam skema ini, pasangan calon berperan sebagai patron pusat, diikuti oleh kyai sebagai patron antara, yang selanjutnya menjadi penghubung dengan masyarakat sebagai klien akhir.

Penelitian ini menegaskan bahwa politik elektoral di wilayah santri tidak dapat dilepaskan dari dinamika sosial keagamaan yang dihidupi oleh komunitas lokal. Dalam banyak kasus, dukungan politik dibentuk bukan semata karena program atau visi calon, melainkan melalui jaringan personal dan kultural yang dibangun oleh tokoh agama yang dipercaya masyarakat. Oleh karena itu, memahami relasi patron-klien di wilayah seperti Kampung Palijati menjadi penting untuk membaca realitas demokrasi lokal yang kompleks, khususnya dalam konteks politik berbasis keagamaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aspinall, Edward., & Sukmajati, M. (2015). Politik Uang di Indonesia: Patronase dan Klientelisme pada Pemilu Legislatif 2014. In *PolGov*.
- Creswell, W. J. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Effendi, D. I. (2020). "The Religion of Jawa" Karya Clifford Geertz 1. *Digilib,Uinsgd.Ac.Id*.
- Fikri, S. A., Muhtadi, A. S., & Saiful, B. (2024). Kiai dan Komunikasi Politik Praktis di Pondok Pesantren : Studi Kasus di Pondok Buntet Pesantren Cirebon. *Jurnal Perspektif*, 8(2), 24–39.
- Geertz, C. (1989). *Abangan, Santri, Priyayi dalam Masyarakat Jawa, alih bahasa Aswab Mahasin*. Pustaka Jaya.
- Hamidah, R. (2019). Posisi Ulama dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur Perspektif Fiqh Siyasah. *Al-Qānūn: Jurnal Pemikiran Dan Pembaharuan Hukum Islam*, 22.
- Hartati, A., Nafisa, A. Y., & Hidayanti, T. (2019). Botoh dalam Pilkada: Studi Pola Kerja dan Transformasi Botoh dalam Pilkada Kudus 2018. *Journal PolGov*, 1(1), 121–156.
- Hefni, M. (2009). Patron-Client Relationship. *Karsa Journal of Social and Islamic Culture*.
- Ilham, M. (2020). Pemberdayaan Politik Santri pada Pilwali di Surabaya. *Al-Qānūn: Jurnal Pemikiran Dan Pembaharuan Hukum Islam*, 23(1).

- James Scott. (1972). Patron-client politics and political change in Southeast Asia. *American Political Science Review*, 66(1), 91–113.
- Nastain, M., & Nugroho, C. (2022). Relasi Kuasa dan Suara: Politik Patron Klien Pada Pilkada Langsung di Kabupaten Grobogan 2020. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 13(1), 167–184. <https://doi.org/10.14710/politika.13.1.2022.167-184>
- Widyarini, D. A. (2022). Brokerage Dalam Politik Lokal: *Karakteristik Patron Klien Wilayah Abangan Pada Pilkada Kabupaten Blitar Tahun Pendahuluan Partai politik dalam suatu negara demokrasi berfungsi sebagai penerjemah nilai serta kepentingan masyarakat menggunakan proses*. 1(2), 109–134.