

Broker Politik pada Pilkada : Loyalitas dan Peran Kepala Desa serta Botoh dalam kemenangan Syahri Mulyo-Maryoto Birowo di Pilkada Kabupaten Tulungagung Tahun 2018 = Political Broker on Local Election: Loyalty and Role of The Village Head and Botoh in the victory of Syahri Mulyo-Maryoto Birowo in Tulungagung Local Election 2018

Mohammad Darry Abbiyyu, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490152&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai loyalitas dan peran kepala desa serta botoh sebagai broker politik pada kemenangan Syahri Mulyo-Maryoto Birowo di Pilkada Kabupaten Tulungagung tahun 2018. Beberapa studi menjelaskan sebuah kelaziman bahwa seorang kandidat menggunakan jasa broker politik sebagai bagian dari strategi pemenangan pada pilkada di Indonesia (misalnya Aspinall 2014 ; Aspinall dan As`ad 2015 ; Tawakkal dan Garner 2017 ; dan Darwin 2017). Beberapa penulis seperti Tawakall dan Garner (2017) dan Aspinall dan As`ad (2015) masih melihat masalah itu dari satu aspek bahasan seperti klientelisme. Dengan menggunakan metode kualitatif yaitu dengan studi pustaka dan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam. Saya beragumen bahwa kemenangan Syahri Mulyo-Maryoto Birowo tidak dapat dilepaskan dari penggunaan kepala desa dan botoh sebagai broker politik karena posisi yang tidak menguntungkan dari kandidat disebabkan jumlah koalisi partai pengusung sedikit dan ditetapkannya Syahri Mulyo sebagai tersangka oleh KPK menjelang hari pemilihan. Penelitian ini bertujuan untuk membahas loyalitas broker politik kepada kandidat meskipun dalam posisi yang tidak menguntungkan dan peran broker dalam bagian strategi pemenangan kandidat. saya berpendapat bahwa loyalitas broker politik terhadap kandidat terjadi karena adanya kedekatan personal yakni jaringan kekerabatan dan juga sebagai bagian dari balas budi antara broker politik terhadap kandidat yang selama ini dianggap memiliki jasa kepada kepala desa dan botoh selain itu juga ada kedekatan emosional antara kandidat dengan broker politik menimbulkan semangat untuk memenangkan kandidat yang dalam istilah lokal disebut banteng ketaton karena ada anggapan bahwa kandidat merupakan korban politik setelah ditetapkan tersangka oleh KPK. Kemudian sebagai strategi pemenangannya kepala desa dan botoh sebagai broker politik ini memiliki tiga peranan yaitu berperan mempropaganda masyarakat mengenai kelebihan kandidat dan kekurangan kompetitor, melakukan mobilisasi massa, serta pembelian suara.

This study discusses the loyalty and role of the village head and botoh as a political broker in the victory of Syahri Mulyo-Maryoto Birowo in Tulungagung Local Election in 2018. Several studies explain the prevalence that a candidate uses the services of a political broker as part of the local election strategy in Indonesia (for example Aspinall 2014; Aspinall and As`ad 2015; Tawakkal and Garner 2017; and Darwin 2017). Some writers such as Tawakall and Garner (2017) and Aspinall and As`ad (2015) still see the problem from one aspect of discussion such as clientelism. By using qualitative methods, namely by literature study and collecting data through in-depth interviews. I argued that the victory of Syahri Mulyo-Maryoto Birowo could not be separated from the use of the village head and

botoh as a political broker because the unfavorable position of the candidate was due to the number of coalition party bearers and the stipulation of Syahri Mulyo as a suspect by the KPK before election day. This study aims to discuss the loyalty of political brokers to candidates even in unfavorable positions and the role of brokers in the part of the candidate winning strategy. I argue that the loyalty of political brokers to candidates occurs because of personal closeness, namely kinship networks and also as part of reciprocity between political brokers to candidates who have been considered to have services to village heads and *botoh* are also in addition to emotional closeness between candidates and political brokers. provoked enthusiasm to win candidates who in local terms were called *banteng ketaton* because there was an assumption that candidates were political victims after the KPK had named the suspect. Then as a strategy for winning the village head and body as a political broker this has three roles, namely the role of propagating the community regarding the advantages of candidates and lack of competitors, mass mobilization and vote buying.