E-ISSN: 3025-0994
Halaman 4935-4948
Volume 4 Nomor 2 Tahun 2026

Strategi Mobilisasi Politik dan Jaringan Klientelisme dalam Pilkada Ulang: Studi Kasus di Kota Pangkalpinang dan Kabupaten Bangka

Annisa Aulia[1], Diana Lestari[2], Erlangga Amirro Hakim[3], Pili Ganda[4]

[1,2,3,4] Program Studi Ilmu Politik, Universitas Bangka Belitung
e-mail: annisaauliaxll@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi mobilisasi politik dan jaringan klientelisme dalam Pilkada Ulang di Kota Pangkalpinang dan Kabupaten Bangka pada 27 Agustus 2025, yang merupakan konsekuensi kemenangan kotak kosong dalam Pilkada Serentak 2024. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan terhadap tim pemenangan dan tokoh masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mobilisasi elektoral berlangsung secara hierarkis melalui struktur partai dari tingkat DPD, DPC, hingga ranting desa, dengan strategi utama berupa kunjungan door to door dan distribusi atribut kampanye secara terstruktur. Jaringan klientelisme melibatkan tokoh agama dan tokoh pemuda sebagai broker patronase yang efektif. Praktik klientelisme hadir tidak hanya dalam bentuk uang tunai, tetapi juga melalui distribusi barang kelompok dan pertukaran relasional berbasis loyalitas. Partisipasi pemilih mencapai 61,14 persen, mengindikasikan kepercayaan publik yang masih terjaga meskipun terdapat kejenuhan pemilih akibat frekuensi pemilihan yang tinggi. Temuan ini menegaskan bahwa klientelisme dalam pilkada lokal Indonesia beroperasi melalui jalur yang halus dan berlapis, serta menunjukkan ambivalensi demokrasi lokal yang secara prosedural demokratis namun secara substantif masih didominasi pola patronase.

Kata Kunci: Mobilisasi Politik, Klientelisme, Patronase, Pilkada Ulang, Demokrasi Lokal

Abstract

This study analyzes political mobilization strategies and clientelism networks in the Re-election (Pilkada Ulang) in Pangkalpinang City and Bangka Regency on August 27, 2025, which resulted from the empty box victory in the 2024 Simultaneous Regional Elections. Using a qualitative approach with a case study design, data were collected through in-depth interviews and field observations with winning teams and community leaders. The findings reveal that electoral mobilization operated hierarchically through party structures from the provincial DPD to the district DPC down to village-level branches (ranting), with door-to-door visits and structured distribution of campaign materials as the primary strategies. Clientelism networks relied on religious figures and youth leaders as effective patronage brokers. Clientelistic practices manifested not only as cash transfers but also through the distribution of club goods

and loyalty-based relational exchanges. Voter turnout reached 61.14 percent, indicating sustained public trust despite voter fatigue from the high frequency of elections. These findings confirm that clientelism in Indonesian local elections operates through subtle and layered channels, reflecting the fundamental ambivalence of local democracy that is procedurally democratic yet substantively still dominated by patronage patterns.

Keywords : Political Mobilization, Clientelism, Patronage, Re-Election, Local Democracy

LATAR BELAKANG

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) adalah instrumen utama demokrasi lokal di Indonesia, di mana rakyat secara langsung memilih pemimpin daerah. Sejak diterapkannya sistem pemilihan langsung melalui UU Nomor 32 Tahun 2004, Pilkada telah menjadi ajang pertarungan politik yang rumit, tidak hanya menyangkut persaingan visi-misi kandidat, tetapi juga mobilisasi jaringan sosial, distribusi sumber daya, serta praktik patronase yang mengakar dalam budaya politik lokal. Dalam beberapa tahun terakhir, kompleksitas ini semakin terlihat dengan munculnya fenomena calon tunggal yang berhadapan dengan kotak kosong sebagai akibat dari koalisi pragmatis partai-partai besar yang meminimalkan kompetisi elektoral (Aspinall & Berenschot, 2019).

Fenomena paling menarik dalam Pilkada Serentak 2024 adalah kemenangan kotak kosong di Kota Pangkalpinang dan Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Kotak kosong meraih 57,98 persen suara di Pangkalpinang dan 57,25 persen di Kabupaten Bangka, mengalahkan pasangan calon tunggal petahana di kedua daerah tersebut (Ricky, 2024). Kedua daerah ini menjadi satu-satunya wilayah dari 37 daerah calon tunggal se-Indonesia yang dimenangkan oleh kotak kosong pada Pilkada 2024. Kemenangan ini dipandang sebagai ekspresi perlawanan rakyat terhadap oligarki partai yang mengabaikan aspirasi publik dalam proses pencalonan (Sugito, 2025).

Kemenangan kotak kosong tersebut mengandung pesan demokrasi yang kuat karena masyarakat menolak kandidat yang tidak sesuai dengan aspirasi mereka bahkan ketika tidak ada alternatif pilihan lain. Fenomena ini mencerminkan meningkatnya kesadaran politik warga dan keberanian untuk mengekspresikan ketidakpuasan melalui mekanisme konstitusional. Berdasarkan amanat Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pilkada dan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 126/PUU-XXII/2024, KPU RI menetapkan Pilkada Ulang di kedua daerah tersebut pada 27 Agustus 2025. Pilkada Ulang ini menghadirkan arena kompetisi baru dengan lebih dari satu pasangan calon yang berkontestasi, sehingga memberikan masyarakat pilihan yang lebih beragam dibandingkan dengan Pilkada 2024.

Pilkada Ulang menghadirkan dinamika mobilisasi yang berbeda dari pilkada biasanya. Kejenuhan pemilih yang telah mengikuti Pilkada Serentak 2024 hanya sekitar delapan bulan sebelumnya ditambah dengan meningkatnya jumlah kandidat dan persaingan antarkoalisi yang lebih terbuka, mendorong setiap tim pemenangan membangun strategi yang lebih intensif dan terstruktur. Hal ini, jaringan patronase dan praktik klientelisme menjadi instrumen krusial yang tidak dapat diabaikan dalam upaya konsolidasi dukungan pemilih.

Kajian terdahulu menunjukkan bahwa mobilisasi elektoral di Indonesia sering kali bertumpu pada jaringan patronase dan praktik klientelisme. Penelitian di Kabupaten Ogan Komering Ilir menemukan lima bentuk patronase yang terbukti efektif meningkatkan peluang kemenangan melalui mobilisasi dukungan masyarakat (Safitri et al., 2025). Penelitian serupa di Provinsi Lampung mengkonfirmasi bahwa klientelisme dengan modus distribusi material telah menjadi masalah utama dalam demokrasi elektoral Indonesia (Putra et al., 2022). Kajian tentang jaringan patronase dalam konteks lokal Kalimantan Selatan memperlihatkan bahwa sumber daya material digunakan sebagai instrumen untuk membangun jaringan kekuasaan yang terstruktur (As'ad et al., 2023). Studi netralitas birokrasi dalam pemilu di Kota Pangkalpinang sendiri mengungkap adanya tekanan struktural pada aparatur negara selama proses elektoral (Ansyari & Fernanda, 2026)

Literatur ilmu politik membedakan antara dua bentuk utama mobilisasi elektoral yaitu programmatic politics dan clientelism. Programmatic politics merujuk pada kompetisi yang didasarkan pada kebijakan publik yang ditawarkan kandidat kepada semua pemilih secara kolektif, sementara klientelisme melibatkan pertukaran langsung antara kandidat dan pemilih dalam bentuk barang atau jasa yang bersifat individual atau kelompok (Kitschelt, 2007). Di Indonesia, kedua mode ini seringkali berjalan beriringan, namun klientelisme tetap mendominasi khususnya pada level pemilihan lokal di mana kontrol sosial dan kedekatan personal antara tim pemenangan dan pemilih lebih mudah dijaga (Muhtadi, 2019).

Meski kajian klientelisme dan mobilisasi politik di Indonesia cukup berkembang, studi yang secara khusus mengkaji konteks Pilkada Ulang akibat kemenangan kotak kosong masih sangat terbatas. Pilkada Ulang di Pangkalpinang dan Kabupaten Bangka merupakan kasus yang langka dan memiliki keunikan tersendiri, berlangsung setelah penolakan massal terhadap calon petahana dan melibatkan lebih banyak kandidat baru yang berlangsung di tengah skeptisisme publik yang tinggi. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya menganalisis secara empiris bagaimana aktor-aktor politik membangun ulang jaringan patronase dan strategi klientelisme dalam kondisi Pilkada Ulang yang belum banyak diteliti sebelumnya. Penelitian ini juga berkontribusi pada perdebatan teoritis mengenai relasi antara klientelisme, partisipasi pemilih, dan kualitas demokrasi lokal di negara berkembang.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi mobilisasi politik yang digunakan oleh tim pemenangan dalam Pilkada Ulang di Kota Pangkalpinang dan Kabupaten Bangka, mengidentifikasi pola jaringan klientelisme dan patronase yang berkembang dalam konteks Pilkada Ulang dan menjelaskan implikasi pola mobilisasi tersebut terhadap kualitas demokrasi lokal Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (case study research) yang bersifat deskriptif-analitis. Pemilihan pendekatan kualitatif didasarkan pada kebutuhan untuk memahami secara mendalam dinamika mobilisasi politik dan jaringan klientelisme yang berlangsung dalam konteks Pilkada Ulang sebuah fenomena yang masih sangat jarang diteliti sehingga membutuhkan eksplorasi yang mendalam daripada pengujian hipotesis secara kuantitatif (Creswell & Poth, 2018).

Lokasi penelitian adalah Kota Pangkalpinang dan Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, dengan fokus pada Pilkada Ulang yang berlangsung pada 27 Agustus 2025. Pemilihan kedua daerah ini didasarkan pada keunikan fenomenanya sebagai satu-satunya daerah di Indonesia yang mengalami Pilkada Ulang akibat kemenangan kotak kosong pada Pilkada Serentak 2024 (Ricky, 2024).

Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam (in-depth interview), observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan terhadap informan kunci yang dipilih secara purposif, terdiri dari tim pemenangan partai politik dan tokoh masyarakat yang terlibat dalam proses kampanye. Observasi lapangan dilakukan untuk mengamati secara langsung praktik-praktik mobilisasi kampanye di lapangan, sementara studi dokumentasi mencakup data resmi peraturan perundang-undangan terkait, artikel ilmiah, dan pemberitaan media lokal tentang Pilkada Ulang.

Analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles & Saldana (2014) yang mencakup empat tahap yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Proses kondensasi data dilakukan melalui pengkodean tematik (thematic coding) yang menghasilkan tema-tema analitik tentang strategi mobilisasi, struktur jaringan patronase, dan bentuk-bentuk klientelisme (Sugiyono, 2022). Keabsahan data dijamin melalui empat kriteria kredibilitas melalui triangulasi sumber dan member checking, transferabilitas, deskripsi mendalam konteks penelitian, dependabilitas melalui audit trail proses penelitian, dan konfirmabilitas melalui refleksivitas peneliti. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari informan yang berbeda tim pemenangan dan tokoh masyarakat untuk memperoleh gambaran yang komprehensif dan valid tentang fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konteks Pilkada Ulang di Pangkalpinang dan Kabupaten Bangka

Pilkada Ulang di Kota Pangkalpinang dan Kabupaten Bangka pada 27 Agustus 2025 merupakan peristiwa bersejarah dalam demokrasi lokal Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Pilkada ini berlangsung sebagai konsekuensi langsung dari kemenangan kotak kosong dalam Pilkada Serentak 27 November 2024, yang mencerminkan penolakan massal masyarakat terhadap pasangan calon tunggal yang diusung oleh koalisi besar partai-partai di kedua daerah tersebut. Di Kota Pangkalpinang, pasangan calon Maulan Aklil-Masagus Hakim hanya memperoleh 42,02 persen suara, sementara di Kabupaten Bangka, pasangan Mulkan-Ramadian hanya meraih 42,75 persen suara (Ricky, 2024).

Fenomena kemenangan kotak kosong ini dipicu oleh beberapa faktor struktural. Pertama, koalisi pragmatis antarpartai yang mengabaikan kehendak publik dalam proses pencalonan dimana partai-partai besar membentuk koalisi gemuk yang mendukung figur yang di usung, tanpa memberikan ruang bagi kandidat alternatif yang dikehendaki sebagian besar masyarakat. Kedua, persepsi publik yang negatif terhadap kinerja pemerintahan daerah yang dianggap kurang memperhatikan kepentingan rakyat. Ketiga, gerakan sosial yang terorganisir untuk memilih kotak kosong sebagai bentuk protes demokratis yang sah. Keempat, lemahnya komunikasi politik antara kandidat dan konstituen sehingga tidak terbangun ikatan emosional

yang cukup kuat untuk mendorong pemilih memberikan suaranya kepada pasangan calon (Sugito, 2025).

Pada Pilkada Ulang 2025, suasana kompetisi berubah secara signifikan. Dengan hadirnya lebih dari satu pasangan calon yang berkontestasi, dinamika kampanye menjadi jauh lebih hidup dan kompetitif. Partai-partai yang sebelumnya berkoalisi kini terpecah dalam mendukung kandidat-kandidat yang berbeda, sehingga persaingan berlangsung secara lebih terbuka. Masyarakat yang sebelumnya memilih kotak kosong karena tidak puas dengan pilihan yang tersedia kini memiliki alternatif nyata untuk dipilih, sehingga motivasi untuk berpartisipasi meningkat. Partisipasi pemilih mencapai 61,14 persen sebuah angka yang dinilai positif mengingat potensi kejenuhan pemilih yang sangat tinggi setelah dua kali mengikuti proses pemilihan dalam rentang waktu kurang dari satu tahun.

Narasumber menyatakan bahwa angka partisipasi di atas 50 persen mencerminkan masih tingginya kepercayaan masyarakat terhadap proses demokrasi "Tidak juga, dilihat dengan partisipasi masyarakat masih tinggi dalam mengikuti hajatan demokrasi tersebut, 61,14 persen, lebih dari 50 persen". Capaian ini juga mengindikasikan bahwa sosialisasi yang dilakukan penyelenggara berjalan cukup efektif, meskipun tantangan berupa money politik dan kejenuhan pemilih tetap menjadi hambatan yang diakui secara terbuka oleh pihak penyelenggara.

2. Strategi Mobilisasi Politik Tim Pemenangan

Hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan bahwa strategi mobilisasi yang digunakan tim pemenangan dalam Pilkada Ulang bersifat berlapis, sistematis, dan terstruktur secara hierarkis. Analisis berikut mengidentifikasi empat komponen utama dalam strategi mobilisasi yang diterapkan.

1) Struktur Hierarkis Tim Pemenangan

Tim sukses PDI Perjuangan membangun jaringan mobilisasi berjenjang dari tingkat DPD (Dewan Pimpinan Daerah) di tingkat provinsi, turun ke DPC (Dewan Pimpinan Cabang) di tingkat kabupaten/kota, lalu ke tingkat ranting di setiap desa. Narasumber menjelaskan struktur ini "Kalau kita ada strukturnya, untuk tingkat kecamatan ada DPAC lalu turun lagi ke bawah tingkat ranting namanya, jadi sebagai akar rumputnya yang bergerak dan berkembang kepada masyarakat, sesuai dengan tingkatnya". Struktur ini mencerminkan apa yang dalam teori Patron-Client Scott (1972) disebut sebagai jaringan vertikal yang mengalir dari elite partai ke basis massa.

Koordinasi lintas tingkatan dilakukan secara intensif, dengan setiap level memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas. DPD bertanggung jawab atas koordinasi strategis di tingkat provinsi DPC mengelola kampanye di tingkat kabupaten/kota termasuk pembuatan dan distribusi jadwal kampanye, sementara ranting dan tim akar rumput bertanggung jawab atas mobilisasi langsung di tingkat desa dan komunitas. Pola gotong royong antarlevel ini memungkinkan sumber daya manusia dan material didistribusikan secara efisien ke seluruh wilayah yang menjadi target kampanye.

Sistem rekrutmen kader tim pemenangan dilakukan secara selektif dengan penekanan pada potensi dan kemampuan, bukan semata-mata berdasarkan jaringan personal. Narasumber menyebutkan bahwa generasi muda secara aktif direkrut dan disaring setiap lima tahun sekali "Setiap orang berbeda terus, selalu ada orang baru, kita juga penyaringan di

mana generasi muda diambil yang berpotensi, penyaringan tetap dilakukan 5 tahun sekali yang pelantikannya di bulan Juni atau Juli". Mekanisme regenerasi berkelanjutan ini memastikan tim pemenangan selalu memiliki energi dan kreativitas yang diperbarui dalam setiap siklus pemilihan.

2) Strategi Door to Door sebagai Metode Mobilisasi Utama

Strategi utama mobilisasi yang digunakan adalah pendekatan door to door, yakni tim turun langsung ke rumah-rumah warga membawa atribut dan alat kampanye, menjelaskan visi-misi kandidat, serta memberikan informasi tentang program yang akan dijalankan jika terpilih. Narasumber menjelaskan "Strateginya kita sistem door to door datang langsung ke rumah membawa ATK, kertas suara, memberitahu program apa yang mereka dapat, menjelaskan visi misi dari pencalon kepada masyarakat".

Pendekatan door to door dipilih karena sejumlah alasan strategis. Pendekatan ini membangun hubungan personal yang lebih kuat dan langsung antara tim pemenangan dan pemilih dibandingkan dengan kampanye terbuka atau iklan media. Interaksi tatap muka memungkinkan tim untuk membaca dan merespons kekhawatiran spesifik pemilih secara langsung, sehingga pesan kampanye dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan aspirasi individu. Kunjungan rumah ke rumah ini juga menciptakan kesan perhatian personal dari kandidat terhadap setiap pemilih yang dalam budaya patronase Indonesia memiliki nilai simbolik yang signifikan.

Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Amrullah et al. (2023) yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang dilakukan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik masyarakat, dengan perilaku pemilih sebagai faktor yang memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut. Pada Pilkada Ulang di mana sebagian pemilih mengalami kejenuhan pascapilkada 2024, pendekatan personal seperti door to door dinilai mampu membangkitkan kembali minat dan antusiasme pemilih yang mungkin telah apatis. Hal ini sejalan dengan temuan Rahmawati et al. (2024) dalam kajian Pilkada Jawa Tengah 2024 yang menegaskan bahwa komunikasi politik tradisional berbasis tatap muka tetap memiliki keunggulan dibandingkan komunikasi digital semata, karena interaksi langsung memungkinkan tim kampanye untuk merespons secara nyata permasalahan serta aspirasi yang dirasakan masyarakat.

3) Distribusi Atribut Kampanye sebagai Instrumen Kedekatan

Distribusi atribut kampanye berupa baju, gelas, dan perlengkapan lainnya kepada masyarakat merupakan komponen penting dari strategi mobilisasi yang digunakan tim pemenangan. Narasumber menjelaskan bahwa bantuan dalam kampanye diberikan dalam bentuk alat untuk kampanye, seperti baju ataupun gelas yang menjadi bentuk bantuannya sambil memberikan visi dan misi agar masyarakat tahu program dari pasangan calon yang akan datang. Distribusi ini dijadwalkan secara terstruktur di berbagai kecamatan dan desa dengan koordinasi dari ketua DPC masing-masing wilayah "Untuk jadwal yang tertentu misalnya kita hari ini di Kecamatan Merawang, misalnya Senin nanti di kecamatan ini ataupun di desa ini, lalu hari berikutnya lagi seperti itu, jadwalnya sudah terstruktur".

Distribusi atribut kampanye ini dapat dianalisis melalui dua lensa teoritis yang berbeda. Dari perspektif kampanye konvensional, distribusi baju dan gelas bergambar kandidat merupakan praktik promosi yang umum dan sah dalam demokrasi elektoral. Namun dari

perspektif teori klientelisme, distribusi barang kepada pemilih meskipun bernilai rendah mengandung dimensi pertukaran sosial yang menciptakan rasa kewajiban timbal balik (reciprocity obligation) pada penerimanya. Kitschelt (2007) mengategorikan pola ini sebagai targeted goods distribution yang membedakannya dari public goods karena barang diberikan secara selektif kepada kelompok pemilih tertentu.

Pada waktu wawancara narasumber secara eksplisit membingkai distribusi atribut ini sebagai media kampanye dan sosialisasi program, bukan sebagai transaksi suara secara langsung. Tetapi pada budaya patronase yang mengakar di Indonesia, bahkan pemberian barang bernilai rendah dapat berfungsi sebagai sinyal komitmen patron kepada klien dan membangun rasa kedekatan afektif yang berpotensi memengaruhi pilihan suara. Safitri et al. (2025) dalam penelitiannya di Kabupaten Ogan Komering Ilir mengkategorikan pola serupa sebagai pemberian barang kelompok club goods yang efektif dalam memobilisasi dukungan kolektif dalam pemilihan legislatif.

4) Adaptasi Strategi dari Kekalahan 2024

Perbandingan antara Pilkada 2024 dan Pilkada Ulang 2025 mengungkap pembelajaran penting yang diterapkan oleh tim pemenangan. Narasumber mengakui bahwa kekalahan pada Pilkada 2024 di mana kandidat yang didukung partainya kehilangan suara karena kotak kosong disebabkan oleh kelalaian strategis akibat rasa percaya diri yang berlebihan. Ketiadaan lawan nyata dalam Pilkada 2024 menciptakan rasa aman yang justru kontraproduktif "Perbedaannya sih ada, waktu itu kalau di kotak kosong karena kita merasakan adanya kelalaian, karena merasa tidak ada lawan lagi, itulah menjadi kelalaian dari kami, jadi pergerakan yang dilakukan pun kurang. Ketika kita ulang lagi dengan strategi yang kedua ini alhamdulillah berhasil daripada yang sebelumnya". Dalam Pilkada Ulang, strategi diperketat dengan mobilisasi yang lebih intensif di semua level struktur partai. Hasilnya adalah kemenangan dengan perolehan 57 persen suara, melampaui hasil Pilkada 2024.

3. Jaringan Klientelisme dan Patronase dalam Pilkada Ulang

Jaringan klientelisme dalam Pilkada Ulang di Pangkalpinang dan Kabupaten Bangka termanifestasi dalam beberapa bentuk yang dapat diidentifikasi secara empiris dari data lapangan. Analisis berikut memetakan tiga lapisan utama dari jaringan patronase yang beroperasi dalam konteks ini.

1) Tokoh Agama dan Tokoh Pemuda sebagai Broker Patronase

Keterlibatan tokoh agama dan tokoh pemuda sebagai perantara (broker) antara kandidat dan pemilih merupakan fitur yang paling mencolok dari jaringan patronase dalam Pilkada Ulang ini. Narasumber menyebutkan peran spesifik tokoh agama "Peran tokoh agama ada, peran pemuda ada juga, untuk masalah peran-peran kita akur semua, siapapun yang mau bergabung kita persilahkan, tokoh agama, tokoh masyarakat ataupun tokoh pemuda". Lebih khusus, ia menyebut tokoh agama sebagai figur berpengaruh yang berhasil direkrut dalam jaringan mobilisasi partai.

Peran broker dalam jaringan klientelisme pada penelitian Misra et al. (2021) yang mengungkap bahwa pilkada di Indonesia, relasi klientalistik dibangun melalui perantara yang memiliki pengetahuan mendalam tentang komunitas lokal, kepercayaan dari kedua belah pihak, serta kemampuan mendistribusikan sumber daya kepada pemilih. Tokoh agama yang di nilai memenuhi ketiga kriteria tersebut mereka mengenal anggota jemaatnya secara

personal, dipercaya oleh komunitas karena otoritas religiusnya, dan melalui partisipasi dalam tim pemenangan, mendapatkan akses terhadap sumber daya kampanye yang dapat dibagikan kepada pengikutnya. Rohmah (2023) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa praktik patronase dalam pemilu di Indonesia dilanggengkan melalui pemanfaatan tokoh-tokoh berpengaruh yang menjadi jembatan antara kandidat dan basis pemilih, sehingga melemahkan kredibilitas demokrasi elektoral secara keseluruhan.

Pola serupa ditemukan dalam studi tentang peran tokoh agama dalam pilkada di berbagai daerah di Indonesia. Sufaidi et al. (2023) mendokumentasikan bagaimana kiai dan ulama di Kabupaten Sumenep berfungsi sebagai rujukan utama dalam menentukan preferensi politik komunitas pesantren, di mana kepatuhan santri kepada kiai menjadi mekanisme mobilisasi suara yang efektif bagi kandidat yang berhasil merekrut dukungan mereka. Barokah & Kurniawan (2024) dalam kajiannya tentang Pilkada Lampung Selatan menemukan bahwa jaringan pesantren dan otoritas keagamaan lokal telah diintegrasikan ke dalam mesin politik elektoral, dengan kiai berperan sebagai patron politik yang preferensinya menentukan arah suara komunitas santri secara sistematis. Dalam konteks Bangka Belitung, di mana komunitas Muslim merupakan mayoritas dengan struktur komunitas yang relatif kohesif, peran tokoh agama sebagai broker memiliki efektivitas mobilisasi yang signifikan.

2) Distribusi Material Selektif sebagai Klientelisme Relasional

Praktik distribusi atribut kampanye yang diidentifikasi sebelumnya dapat juga dibaca sebagai bentuk klientelisme relasional yang berfungsi membangun dan memelihara ikatan loyalitas antara tim pemenangan dan pemilih. Meskipun tidak identik dengan money politics dalam pengertian transaksi suara secara langsung, pemberian barang seperti baju dan gelas berlogo kandidat menciptakan hubungan pertukaran sosial yang halus namun efektif dalam konteks budaya patronase Indonesia.

Muhtadi (2019) membedakan antara programmatic clientelism di mana distribusi barang ditujukan kepada seluruh pemilih tanpa diskriminasi dengan partisan clientelism di mana distribusi ditargetkan hanya kepada pemilih yang didentifikasi sebagai pendukung atau setidaknya dapat dipengaruhi. Distribusi berjadwal yang terstruktur per kecamatan dan desa sebagaimana dideskripsikan oleh narasumber lebih mengarah pada pola programmatic clientelism yang bertujuan membangun kehadiran dan visibilitas kandidat secara merata, daripada targeting partisan yang lebih selektif. Faktanya bahwa distribusi dikoordinasikan melalui struktur partai yang hierarkis dari DPC ke ranting desa menunjukkan adanya selektivitas berbasis jaringan. Pemilih yang terjangkau oleh distribusi ini adalah mereka yang berada dalam radius jaringan partai, yang cenderung sudah memiliki afiliasi atau simpati terhadap partai. Dengan demikian, distribusi ini berfungsi untuk mengonsolidasikan dukungan yang sudah ada (base mobilization) sekaligus menjangkau pemilih yang belum memiliki preferensi yang kuat (persuasion).

3) Relawan Sukarela dan Reproduksi Jaringan Patronase

Temuan menarik dari penelitian ini adalah klaim narasumber bahwa anggota tim sukses PDI Perjuangan bekerja secara sukarela tanpa kompensasi finansial "Kalau kompensasi kita itu tidak dapat apa-apa, kalau dari PDI kita itu sukarela menjadi relawan, yang penting kita untuk menjadi kemenangan, jadi tidak perlu dibayar apapun itu". Pernyataan ini menarik karena tampaknya bertentangan dengan asumsi dasar dalam teori klientelisme

bahwa pertukaran politik selalu melibatkan imbalan material. Analisis lebih dalam motivasi nonmateri seperti kebanggaan jika kandidat menang, solidaritas ideologi partai, dan harapan akan mendapatkan akses ke sumber daya dan pengaruh pascapilkada tetap merupakan bagian dari pertukaran relasional yang membentuk ikatan patron-klien. Teori Social Exchange Blau (1964) menegaskan bahwa tidak semua pertukaran sosial melibatkan imbalan material langsung pertukaran dapat mencakup rasa hormat, status sosial, dan harapan akan imbalan di masa depan (Ahmad et al., 2023). Partai politik, kader yang bekerja keras selama kampanye akan mendapatkan pengakuan, peningkatan status dalam hierarki partai, dan potensi akses ke jabatan atau kontrak jika kandidat menang semua merupakan bentuk pertukaran nonmoneter yang tetap bermakna dalam kerangka teori patronase.

Sistem rekrutmen dan penyaringan kader berbasis potensi yang dilakukan setiap lima tahun sekali juga perlu dianalisis sebagai mekanisme reproduksi jaringan patronase jangka panjang. Dengan merekrut generasi muda yang berpotensi ke dalam struktur partai, tim pemenangan tidak hanya membangun kapasitas mobilisasi untuk pemilihan saat ini, tetapi juga menginvestasikan dalam pembangunan jaringan loyalitas yang akan terus berkembang dan diperkuat dalam siklus-siklus pemilihan berikutnya. Pola ini mencerminkan bagaimana relasi kuasa antara elit politik dengan pemilih dijembatani oleh jaringan agen-agen lokal yang secara aktif menjaga loyalitas konstituen dari satu siklus pilkada ke siklus berikutnya sebuah mekanisme yang diidentifikasi Nastain & Nugroho (2022) sebagai inti dari langgengnya politik patron-klien dalam demokrasi lokal Indonesia. Partai politik, praktik patronase yang mencakup pemberian barang, janji-janji politik, hingga pemanfaatan jabatan berfungsi membangun dan mempertahankan ikatan loyalitas antara elite partai dengan kader dan pemilihnya, sekaligus berdampak signifikan terhadap kredibilitas demokrasi Rohmah (2023).

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Pemilih

Perspektif tokoh masyarakat , narasumber mengidentifikasi lima faktor utama yang mempengaruhi tinggi-rendahnya partisipasi masyarakat dalam Pilkada Ulang, pertama massivitas sosialisasi yang dilakukan penyelenggara Kedua citra atau elektabilitas calon, ketiga keberagaman pilihan kandidat yang variatif, keempat praktik money politik, dan kelima kejenuhan atau kelelahan pemilih akibat frekuensi pemilihan yang tinggi. Kelima faktor ini secara analitis dapat dikelompokkan menjadi faktor supply-side yang berkaitan dengan kualitas pilihan yang ditawarkan dan faktor yang mengurangi partisipasi yang berpotensi mendistorsi proses demokrasi.

Faktor kejenuhan pemilih (voter fatigue) merupakan tantangan khas Pilkada Ulang yang tidak dijumpai pada pilkada reguler. Masyarakat yang baru saja mengikuti Pilkada Serentak 2024 harus kembali dimobilisasi kurang dari satu tahun kemudian. Riset tentang voter fatigue menunjukkan bahwa frekuensi pemilihan yang tinggi dalam rentang waktu yang singkat dapat menurunkan motivasi warga untuk berpartisipasi, terutama ketika pemilih mempersepsikan pemilihan sebagai pengulangan yang tidak menghasilkan perubahan nyata (Putra et al., 2022). Di Pangkalpinang dan Bangka, risiko voter fatigue sangat nyata mengingat banyak warga yang baru saja mengeluarkan waktu dan energi untuk mengikuti Pilkada 2024.

Hadirnya lebih banyak kandidat pada Pilkada Ulang justru meningkatkan antusiasme sebagian pemilih yang sebelumnya memilih kotak kosong karena tidak puas dengan pilihan yang tersedia. Faktor variasi kandidat (electoral choice) terbukti secara konsisten dalam

literatur ilmu politik sebagai prediktor positif partisipasi pemilih ketika pemilih merasa ada kandidat yang benar-benar mewakili aspirasi mereka, mereka lebih termotivasi untuk memberikan suara (Rosianawati, 2024). Pilkada Ulang di Bangka Belitung, faktor ini berhasil mengimbangi efek negatif voter fatigue, sehingga partisipasi tetap berada di atas 61 persen.

Money politik diidentifikasi sebagai faktor yang juga berpengaruh terhadap partisipasi meskipun dalam konteks yang ambigu apakah money politik meningkatkan partisipasi karena pemilih yang menerima uang merasa "berkewajiban" untuk datang ke TPS atau justru mendistorsi kualitas partisipasi karena pilihan suara dipengaruhi oleh uang, bukan preferensi sejati. Muhtadi (2019) menunjukkan bahwa di Indonesia, penerimaan uang dari kandidat tidak selalu berdampak pada perubahan pilihan suara karena pemilih seringkali mengambil uang dari semua kandidat tetapi tetap memilih sesuai preferensinya sendiri sebuah fenomena yang disebut "ambil uangnya, coblos pilihanmu sendiri". Fenomena ini menunjukkan bahwa agensi pemilih tidak dapat diabaikan bahkan dalam konteks klientelisme yang intensif.

5. Legitimasi Proses dan Kepercayaan Publik

Salah satu pertanyaan kritis dalam penelitian ini adalah sejauh mana Pilkada Ulang berhasil memulihkan kepercayaan publik terhadap proses demokrasi yang sempat terguncang akibat kemenangan kotak kosong. Narasumber menegaskan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggara tidak menurun "Tidak juga, dilihat dengan partisipasi masyarakat masih tinggi dalam mengikuti hajatan demokrasi tersebut, 61,14 persen, lebih dari 50 persen". Pernyataan ini didukung oleh fakta empiris bahwa partisipasi 61,14 persen dalam Pilkada Ulang secara absolut lebih tinggi dari rata-rata partisipasi pilkada di banyak daerah lain di Indonesia.

Legitimasi proses pemilihan sangat bergantung pada kepercayaan publik terhadap netralitas dan profesionalisme penyelenggara. Penyelenggara KPU menekankan bahwa mekanisme Pilkada Ulang telah dilaksanakan sesuai dengan ketentuan PKPU (Peraturan KPU) dan diawasi oleh Bawaslu berdasarkan Perbawaslu yang berlaku. Kerangka regulasi yang kuat dan pengawasan yang melekat ini merupakan landasan prosedural bagi legitimasi proses. Kekurangan dalam hal ini berpotensi menurunkan kepercayaan publik dan partisipasi pemilih secara drastis; apabila pemilu dianggap tidak berintegritas, kepercayaan publik akan melemah dan pemerintah yang terpilih akan kekurangan legitimasinya (Iqbal et al., 2020). Lebih lanjut, partisipasi dalam proses pemilihan menghadapi risiko besar hilangnya legitimasi akibat rendahnya jumlah pemilih yang menggunakan hak pilih, sehingga strategi penyelenggara untuk menjaga kepercayaan dan mendorong partisipasi masyarakat menjadi faktor penentu kualitas demokrasi lokal.

Narasumber juga menegaskan bahwa tugasnya terbatas pada memastikan proses berjalan sesuai aturan dan meningkatkan partisipasi, bukan pada menilai narasi politik yang berkembang di masyarakat. Narasumber menyatakan "Tugas penyelenggara tidak sampai dengan memahami narasi politik tapi melaksanakan ketentuan yang sudah menjadi kewajiban". Sikap netral ini merupakan prinsip yang dijunjung tinggi dalam penyelenggaraan pemilu demokratis, meski dalam praktiknya selalu ada tegangan antara netralitas prosedural dan kenyataan bahwa keputusan penyelenggara memiliki dampak substantif terhadap distribusi kekuasaan politik.

6. Implikasi terhadap Kualitas Demokrasi Lokal

Fenomena Pilkada Ulang di Pangkalpinang dan Bangka menyiratkan dua sisi yang kontradiktif dalam demokrasi lokal Indonesia yang perlu dipahami secara bersamaan. Di satu sisi, kemenangan kotak kosong pada 2024 membuktikan kapasitas pemilih untuk mengekspresikan ketidakpuasan secara kolektif melalui mekanisme konstitusional yang tersedia. Ini adalah ekspresi kedaulatan rakyat yang autentik bukti bahwa demokrasi tidak hanya sekadar ritual formal pemungutan suara, tetapi juga arena di mana kehendak publik benar-benar dapat mengalahkan kekuatan oligarki partai. Dari perspektif ini, fenomena kotak kosong dan Pilkada Ulang yang mengikutinya justru merupakan indikator kesehatan demokrasi, bukan tanda disfungsinya. Pilkada Ulang kembali menampilkan pola mobilisasi berbasis jaringan patronase dan klientelisme yang mengakarmsebagaimana telah dianalisis dalam bagian-bagian sebelumnya. Meski regulasi secara tegas melarang berbagai bentuk money politics dan praktik klientelisme, implementasi dan penegakan aturan tersebut masih memiliki keterbatasan yang signifikan. Penyelenggara memang menegaskan bahwa aturan harus ditegakkan secara adil dan berimbang, namun dalam praktiknya, batas antara kampanye yang sah dan klientelisme yang terlarang seringkali kabur dan sulit untuk dibuktikan.

Implikasi teoritis dari temuan ini bersinggungan dengan perdebatan lama dalam ilmu politik tentang kompatibilitas klientelisme dan demokrasi. Beberapa sarjana berpendapat bahwa klientelisme sebenarnya dapat berfungsi sebagai mekanisme akuntabilitas informal yang menghubungkan pemilih miskin dengan elite politik dalam konteks di mana akuntabilitas formal melalui program kebijakan tidak berjalan efektif (Safitri et al., 2025).

Temuan penelitian ini meskipun partisipasi pemilih dalam Pilkada Ulang terbilang tinggi (61,14 persen), kualitas partisipasi tersebut perlu dipertanyakan jika sebagian signifikan dari mobilisasi pemilih lebih didasarkan pada distribusi material selektif dan ikatan loyalitas patronase daripada evaluasi program dan kinerja yang rasional. Demokrasi yang berkualitas tidak hanya memerlukan partisipasi yang kuantitaif tinggi, tetapi juga kualitas deliberasi publik dan akuntabilitas program yang memadai (Ansyari & Fernanda, 2026).

Temuan penelitian ini selaras dengan pola umum yang ditemukan dalam studi mobilisasi elektoral di berbagai daerah di Indonesia. Berbagai penelitian secara konsisten menemukan bahwa kombinasi antara jaringan partai yang hierarkis, broker lokal berbasis tokoh agama dan komunitas, serta distribusi barang selektif merupakan formula mobilisasi yang paling umum dan efektif dalam konteks demokrasi patron-klien di Indonesia (As'ad et al., 2023). Konteks Pilkada Ulang di Bangka Belitung tidak menyimpang dari pola umum ini, meskipun memiliki karakteristik unik yang terkait dengan latar belakang kemenangan kotak kosong.

7. Implikasi Kebijakan dan Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa implikasi kebijakan yang relevan bagi penyelenggara pemilu, partai politik, dan pemangku kebijakan yang ingin memperkuat kualitas demokrasi lokal Indonesia. Pertama, penegakan aturan kampanye perlu diperkuat tidak hanya pada level regulasi formal, tetapi juga pada mekanisme pengawasan berbasis komunitas yang dapat mendeteksi praktik klientelisme halus yang sulit dibuktikan melalui pengawasan formal Bawaslu. Pengembangan kapasitas pengawas pemilu di tingkat desa dan

kelurahan merupakan investasi penting dalam hal ini. Kedua, pendidikan politik pemilih perlu ditingkatkan kualitasnya tidak hanya sebatas sosialisasi prosedur teknis pemilihan, tetapi juga mencakup penguatan kapasitas pemilih untuk mengevaluasi kandidat berdasarkan rekam jejak dan program kebijakan, bukan berdasarkan kedekatan personal atau penerimaan materi kampanye. Investasi dalam literasi politik jangka panjang merupakan strategi yang paling efektif untuk mengurangi ketergantungan pada klientelisme sebagai mekanisme mobilisasi utama. Ketiga, partai politik perlu melakukan reformasi internal untuk mengurangi ketergantungan mereka pada jaringan patronase sebagai sumber legitimasi dan mobilisasi. Pengembangan program kebijakan yang substansif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat sebagai alternatif dari klientelisme relasional merupakan jalur yang lebih berkelanjutan untuk membangun dukungan pemilih yang loyal. Keempat, sistem Pilkada perlu dievaluasi secara menyeluruh untuk meminimalkan kemungkinan terulangnya kasus calon tunggal yang memunculkan kebutuhan akan Pilkada Ulang, dengan memastikan bahwa proses pencalonan memberikan ruang yang cukup bagi munculnya kandidat alternatif yang representatif.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi mobilisasi politik dalam Pilkada Ulang di Kota Pangkalpinang dan Kabupaten Bangka dijalankan melalui mekanisme yang berlapis dan terstruktur secara hierarkis. Tim pemenangan membangun jaringan mobilisasi yang mengalir dari struktur partai tingkat provinsi (DPD) ke tingkat kabupaten/kota (DPC) hingga ke akar rumput di level desa (ranting), dengan strategi utama berupa kunjungan door to door dan distribusi terstruktur atribut kampanye. Struktur hierarkis ini memungkinkan koordinasi yang efisien dan jangkauan yang luas ke seluruh wilayah target kampanye. Jaringan patronase dalam Pilkada Ulang ini melibatkan tokoh agama, tokoh pemuda, dan kader partai sebagai broker yang menjembatani kandidat dengan pemilih. Ketiga kategori broker ini memiliki modal sosial yang berbeda namun saling melengkapi tokoh agama membawa otoritas spiritual dan kepercayaan komunitas tokoh pemuda membawa energi dan jaringan informal sementara kader partai membawa struktur organisasi dan disiplin mobilisasi. Kombinasi ketiganya menciptakan jaringan patronase yang komprehensif dan berlapis.

Praktik klientelisme dalam Pilkada Ulang meski tidak selalu berupa transaksi uang tunai secara langsung tetap hadir dalam bentuk distribusi barang selektif (atribut kampanye) dan pertukaran relasional berbasis loyalitas. Pola ini sesuai dengan konseptualisasi klientelisme sebagai targeted goods distribution yang mengandung dimensi resiprokal implisit, sebagaimana dianalisis melalui kerangka teori klientelisme elektoral. Temuan ini menegaskan bahwa klientelisme dalam pilkada Indonesia tidak berhenti di level money politics yang eksplisit, tetapi juga beroperasi melalui jalur-jalur yang lebih halus dan sulit terdeteksi oleh mekanisme pengawasan formal. Konteks Pilkada Ulang memberikan dimensi analitis baru dalam studi mobilisasi elektoral di Indonesia. Tekanan kompetisi yang lebih tinggi akibat hadirnya kandidat yang lebih variatif dan pelajaran dari kekalahan Pilkada 2024 mendorong intensifikasi strategi mobilisasi yang pada akhirnya terbukti efektif dalam meraih kemenangan 57 persen. Kejenuhan pemilih yang khas dari konteks Pilkada Ulang berhasil diatasi melalui sosialisasi yang massif dan daya tarik kandidat yang lebih beragam. Partisipasi pemilih 61,14

persen menunjukkan bahwa kepercayaan publik terhadap proses demokrasi di kedua daerah masih terjaga, meskipun terdapat kekhawatiran tentang kualitas partisipasi yang didorong oleh mobilisasi patronase. Fenomena ini mencerminkan ambivalensi fundamental demokrasi lokal Indonesia: secara prosedural demokratis dan inklusif, namun secara substantif masih diwarnai oleh pola patronase dan klientelisme yang mengakar. Untuk memperkuat kualitas demokrasi lokal, diperlukan upaya sistematis dalam penguatan penegakan aturan kampanye, peningkatan literasi politik pemilih, dan reformasi internal partai politik menuju kompetisi yang lebih programmatik.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, R., Nawaz, M. R., Ishaq, M. I., Khan, M. M., & Ashraf, H. A. (2023). Social Exchange Theory: Systematic Review And Future Directions. In *Frontiers In Psychology* (Vol. 13). Frontiers Media S.A. Https://Doi.Org/10.3389/Fpsyg.2022.1015921

Amrullah, Umar, & Suharli, L. (2023). Pengaruh Strategi Komunikasi Politik Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Dengan Perilaku Pemilih Sebagai Variabel Moderasi Dalam Pemilihan Gubernur Nusa Tenggara Barat Tahun 2018 Di Kota Sumbawa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *6*(5). Http://Jiip.Stkipyapisdompu.Ac.Id

Ansyari, I., & Fernanda, A. (2026). NETRALITAS BIROKRASI DALAM PEMILU DAN PILKADA SEJAK TAHUN 2024 DI KOTA PANGKALPINANG. *Jurnal Papatung*, *9*(3).

As'ad, M. U., Barsihanor, B., Sobirin, S., & Hergianasari, P. (2023). Oligarki Dan Jaringan Patronase: Dinamika Kebijakan Pertambangan Batu Bara Di Kabupaten Tanah Bumbu. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, *14*(1), 1–17. Https://Doi.Org/10.14710/Politika.14.1.2023.1-17

Aspinall, E., & Berenschot, W. (2019). *Democracy For Sale: Pemilihan Umum, Klientelisme, Dan Negara Di Indonesia*. KILTV Leiden.

Barokah, F., & Kurniawan, C. R. (2024). PERILAKU POLITIK SANTRI PADA PILKADA LAMPUNG SELATAN TAHUN 2020: STUDI PADA PESANTREN TRADISONAL DAN PESANTREN MODERN. *Jurnal Wacana Politik*, *9*(1). Https://Doi.Org/10.24198/Jwp.V8i1.36326

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry And Research Design Choosing Among Five Approaches* (4th Edition). SAGE Publications.

Iqbal, M., Budi, S., & Wardhani, E. (2020). INTEGRITAS PENYELENGGARA PEMILU ADHOC, PRAKTIK ELECTORAL FRAUD OLEH PANITIA PEMILIHAN DI PROVINSI SUMATERA UTARA. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, *1*(2). Www.Journal.Kpu.Go.Id

Kitschelt, H. , & W. S. I. (2007). Patrons, Clients, And Policies: Patterns Of Democratic Accountability And Political Competition. *Cambridge University Press*.

Miles, M. B. , H. A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage, London.

Misra, F., Sudarmoko, S., Apriwan, A., Hakim, A., Ichsan Kabullah, M., & Rahman, F. (2021). Kontekstualisasi Pilkada Riau: Sosiokultural, Relasi Klientalistik Dan Indikasi Politik Uang. *Integritas : Jurnal Antikorupsi*, *7*(1), 43–56. Https://Doi.Org/10.32697/Integritas.V7i1.724

Muhtadi, B. (2019). *Vote Buying In Indonesia The Mechanics Of Electoral Bribery*.
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
Putra, G. A. P., Hertanto, H., & Warganegara, A. (2022). Fenomena Relawan Politik Dan Potensi Praktik Klientelisme Pada Pemilu 2024 Di Provinsi Lampung. *PERSPEKTIF*, *11*(4), 1387–1393. Https://Doi.Org/10.31289/Perspektif.V11i4.7204
Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 126/PUU-XXII/2024. (2024). *BPK RI*.
Rahmawati, N., Sari, Y. I., Aldi, M., Ananto, M., & Haris, D. Al. (2024). *Efektifitas Kader Muhammadiyah Dalam Membumikan Islam Rahmatan Lil Alamin Dengan Pendekatan Budaya*. *8*, 34046–34054.
Ricky, M. (2024). Kotak Kosong Menang Di Pilkada Bangka Dan Pangkalpinang 2024, Begini Regulasinya. *Espos.Id*.
Rohmah, E. I. (2023). Praktik Patronase Dalam Pemilu Dan Implikasinya Terhadap Kredibilitas Demokrasi Di Indonesia. *Jurnal Hukum Kenegaraan Dan Politik Islam*, *3*(1). Https://Doi.Org/10.21580/Jpw.2020.2.1.1996
Rosianawati, A. (2024). Klientelisme Pilkada 2024. *Rumah Pemilu*.
Safitri, E., Akhyar, T., & Apriani, R. (2025). Patronase Politik Dalam Pemilihan Umum Calon Anggota Legislatif Pada Daerah Pemilihan 5 Kabupaten Ogan Komering Ilir Tahun 2024. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, *3*(4). Https://Doi.Org/10.61104/Alz.V3i4.1864
Scott, J. C. (1972). Patron-Client Politics And Political Change In Southeast. In *Source: The American Political Science Review* (Vol. 66, Number 1).
Sufaidi, A., Yunike Putri, R., & Budiono, S. T. (2023). Perubahan Pola Perilaku Memilih Kaum Santri Dalam Pemilu Daerah Serentak 2020 Di Kabupaten Sumenep. *POLITEIA: Jurnal Ilmu Politik*, 169–183. Https://Talenta.Usu.Ac.Id/Politeia
Sugito. (2025). Belajar Dari Fenomena Kemenangan Kotak Kosong Pilkada Serentak 2024 Dalam Demokrasi Di Indonesia. *Antaranews BABEL*.
Sugiyono, D. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif.*
Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016. (N.D.).
UU Nomor 32 Tahun 2004. (N.D.). *BPK RI*.