JURNAL ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

2025-08-08, Vol 7. No. 1: 54 – 75

e-ISSN: 2722-6107 / p-ISSN: 0216-6984

Journal Homepage:

https://journal.stisipolrajahaji.ac.id/index.php/jisipol

https://doi.org/10.56552/jisipol.v7i1.308

Strategi Politik Partai Nasdem Dalam Meningkatkan Elektabilitas Di Daerah Pemilihan IV DPRD Kabupaten Sidenreng Rappang

[1)]Muhammad Ardiansyah, [2)]Ahmad Mustanir, [3)]Barisan

[1,2,3] Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang,Sidenreng Rappang, Indonesia

Corresponding Author : [1]ardy4910@gmail.com,

Abstract

This study is motivated by the significant increase in NasDem Party's seats in Electoral District IV of the Sidenreng Rappang Regency DPRD, from one seat in 2019 to four seats in 2024. This phenomenon indicates the effectiveness of the party's political strategies in a local context colored by patronage, clientelism, and campaign modernization. This study aims to analyze the political strategies and their implementation in increasing electability. A descriptive qualitative approach was used, employing in-depth interviews, observation, and documentation. The results show that NasDem's success was influenced by a modernized patron-client strategy through local political brokers, selective distribution of aid, use of development issues, and close social ties with the community. This approach is strengthened by careful socio-political mapping and strengthening of grassroots party structures. These findings imply that adaptive strategies that consider local context and social relationships can significantly improve a party's electability at the regional level. This research contributes theoretically to the development of local political strategy theory and provides practical recommendations for contextual and effective electoral strategies.

Keywords: *Political Strategy, Electability, Patronage, Clientelism, Political Broker*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keberhasilan signifikan Partai NasDem dalam meningkatkan perolehan kursinya di Daerah Pemilihan (Dapil) IV DPRD Kabupaten Sidenreng Rappang, dari satu kursi pada Pemilu 2019 menjadi empat kursi pada Pemilu 2024. Fenomena ini menunjukkan efektivitas strategi politik partai dalam konteks politik lokal yang diwarnai patronase, klientelisme, serta modernisasi kampanye. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi politik dan implementasi Partai NasDem dalam meningkatkan elektabilitasnya. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan NasDem dipengaruhi oleh strategi patron-klien yang dimodernisasi melalui peran broker politik lokal, distribusi bantuan selektif,

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

pemanfaatan isu pembangunan, serta kedekatan sosial dengan masyarakat. Strategi ini diperkuat melalui pemetaan sosial-politik yang cermat dan penguatan struktur partai di akar rumput. Temuan ini menegaskan bahwa strategi yang adaptif terhadap konteks lokal, berorientasi pada relasi sosial, dan memperhatikan dinamika pemilih dapat secara signifikan meningkatkan elektabilitas partai di tingkat daerah. Penelitian ini memberi kontribusi teoretis pada pengembangan strategi politik lokal serta rekomendasi praktis bagi partai politik dalam merumuskan strategi pemenangan yang kontekstual dan efektif.

Kata Kunci: Strategi Politik, Elektabilitas, Patronase, Klientelisme, Broker Politik

PENDAHULUAN

Pemilu legislatif merupakan salah satu manifestasi utama demokrasi elektoral yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi langsung dalam menentukan arah kebijakan dan pembangunan di tingkat nasional maupun daerah. Transformasi politik pasca-reformasi telah mendorong semakin kompleksnya dinamika politik lokal, yang memadukan pendekatan tradisional berbasis relasi patron-klien dengan strategi kampanye modern berbasis isu (Aspinall & Sukmajati, 2015). Dalam konteks ini, Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap), Sulawesi Selatan, menjadi salah satu daerah yang menarik dikaji, mengingat karakter sosial-budayanya yang masih kental dengan nilai tradisi, tetapi mulai terbuka terhadap inovasi politik modern. Fenomena meningkatnya perolehan kursi Partai NasDem di Daerah Pemilihan (Dapil) IV DPRD Sidrap, dari satu kursi pada Pemilu 2019 menjadi empat kursi pada Pemilu 2024, menjadi indikasi kuat keberhasilan strategi politik yang kontekstual dan adaptif. Hal ini memperlihatkan bagaimana partai politik mampu memadukan narasi pembangunan, pendekatan emosional, serta inovasi kampanye untuk mendongkrak elektabilitas(CHALID, 2017).

Tabel 2. Perolehan Kursi Partai NasDem Dapil IV DPRD Sidrap

Tahun Pemilu	Jumlah Kursi	Total Suara
2019	1 kursi	± 8.000
2024	4 kursi	± 23.349

Sumber: KPU Kabupaten Sidenreng Rappang, 2024

Permasalahan mendasar yang muncul kemudian adalah bagaimana Partai NasDem merancang strategi politik yang efektif hingga mampu meningkatkan

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

perolehan suara secara signifikan di Dapil IV Sidrap, sebuah wilayah dengan struktur sosial yang heterogen dan kental akan praktik patronase. Dalam banyak kasus, keberhasilan politik lokal tidak hanya ditentukan oleh popularitas figur atau program kerja yang diusung, melainkan juga oleh keberhasilan partai dalam membangun jaringan sosial, memperkuat infrastruktur organisasi hingga ke tingkat akar rumput, dan memanfaatkan broker politik lokal sebagai mediator antara partai dan masyarakat (Rahman & Mahfud, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk menjawab pertanyaan utama: strategi politik apa yang digunakan Partai NasDem, dan bagaimana implementasi strategi tersebut dalam meningkatkan elektabilitasnya di Dapil IV Sidrap?

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah banyak membahas strategi kampanye politik, sebagian besar cenderung fokus pada pendekatan individual kandidat atau konteks nasional yang lebih luas(Nugroho & Suryana, 2023). Penelitian yang secara khusus mengulas kombinasi strategi kolektif partai di tingkat daerah pemilihan yang mengintegrasikan patronase, klientelisme, peran broker politik, serta inovasi kampanye modern masih sangat terbatas. Padahal, di daerah seperti Sidrap yang memiliki karakter sosial-budaya khas, strategi politik yang hanya mengandalkan pendekatan rasional-modern tanpa mempertimbangkan dimensi sosial tradisional cenderung kurang efektif. Celah penelitian ini memperlihatkan pentingnya analisis mendalam mengenai strategi hybrid yang memadukan berbagai pendekatan untuk mencapai efektivitas maksimal dalam kontestasi elektoral(Nastain & Nugroho, 2022).

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami strategi politik yang kontekstual dan adaptif dalam menghadapi dinamika demokrasi elektoral di tingkat lokal, khususnya di wilayah dengan karakter sosial-budaya yang kompleks seperti Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap). Dalam konteks ini, peningkatan signifikan perolehan kursi Partai NasDem di Dapil IV Sidrap menjadi indikasi keberhasilan penerapan strategi politik hybrid yang menggabungkan pendekatan tradisional berbasis patron-klien dengan kampanye modern berbasis isu pembangunan(Asri & Fernandes, 2024). Meskipun demikian, kajian akademik yang secara spesifik mengulas strategi kolektif partai dalam konteks lokal yang memadukan kekuatan jaringan sosial, peran broker politik, dan inovasi kampanye masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting tidak hanya untuk mengisi kekosongan literatur mengenai strategi politik lokal, tetapi juga untuk memberikan kontribusi praktis bagi partai politik lain dalam merancang strategi yang responsif terhadap realitas sosial daerah. Penelitian ini juga merefleksikan urgensi

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

pengembangan model strategi yang mampu menjawab tantangan kontestasi elektoral yang semakin kompetitif di era demokrasi pasca-reformasi, dengan menekankan pentingnya adaptasi terhadap struktur sosial lokal dan pemberdayaan infrastruktur partai hingga ke tingkat akar rumput (Suhardi & Riaty Raffiudin, 2023).

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Politik dan Elektabilitas

Strategi politik merupakan serangkaian tindakan yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan politik tertentu, termasuk meningkatkan dukungan pemilih dalam pemilihan umum (Nugroho & Suryana, 2023). Dalam konteks demokrasi elektoral, strategi politik berperan penting dalam memengaruhi persepsi publik dan memperkuat basis sosial partai (Nastain & Nugroho, 2022). Elektabilitas sendiri didefinisikan sebagai tingkat keterpilihan seseorang atau partai politik di mata pemilih, yang ditentukan oleh citra publik, kinerja, dan efektivitas komunikasi politik.Banyak penelitian menunjukkan bahwa peningkatan elektabilitas tidak hanya bergantung pada kekuatan materi kampanye, tetapi juga pada kemampuan partai atau kandidat dalam memahami konteks sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat setempat (Elis Mardianti, 2024). Oleh karena itu, strategi politik yang adaptif dan kontekstual menjadi kunci utama keberhasilan dalam meraih dukungan elektoral, khususnya di daerah yang memiliki heterogenitas sosial tinggi seperti Kabupaten Sidenreng Rappang(Rahman & Mahfud, 2022).

Teori Patronase dan Klientelisme

Hubungan patron-klien merupakan hubungan pertukaran antara dua individu yang banyak melibatkan persahabatan fungsional, di mana seorang individu dengan status sosial ekonomi lebih tinggi (Patron) memanfaatkan pengaruh dan sumber daya yang dimiliki untuk memberikan perlindungan atau manfaat kepada individu berstatus lebih rendah (klien) yang kemudian membalas layanan tersebut dengan dukungan dan bantuan, termasuk jasa pribadi kepada Patron. Dalam hubungan patron-klien, terdapat pihak yang lebih unggul (patron) dengan status sosial dan ekonomi yang lebih tinggi, serta pihak yang lebih rendah (klien) akibat status sosial dan ekonomi yang lebih rendah. Individu yang berada dalam posisi inferior tidak mampu memenuhi kebutuhannya sendiri sehingga memerlukan dukungan orang lain untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam keadaan seperti ini, sang patron berperan dalam memenuhi kebutuhan kliennya melalui status dan sumber daya yang dimilikinya. Patron diharapkan melindungi kliennya dan memenuhi kebutuhan

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

material, sementara klien memberikan tenaga kerja dan loyalitas sebagai balasannya(Aspinall & Sukmajati, 2015).

Peran Broker Politik

Broker Politik merujuk pada peran perantara dalam sistem patron-klien, di mana broker bertindak sebagai penghubung antara patron (aktor politik, partai, atau kandidat) dan klien (masyarakat atau pemilih) untuk memastikan distribusi manfaat dan mobilisasi dukungan politik.(Aspinall & Berenschot, 2019)dalam Democracy for Sale menjelaskan bahwa broker sering kali adalah tokoh masyarakat lokal, seperti kepala desa, tokoh adat, pemimpin agama, atau individu berpengaruh lainnya yang memiliki hubungan dekat dengan komunitas dan dipercaya oleh warga. Broker memainkan peran strategis dalam menghubungkan patron dengan klien dengan memanfaatkan pengaruh sosial dan hubungan personal mereka. Peran broker meliputi pendistribusian bantuan material, seperti uang tunai, sembako, atau program pembangunan, serta memastikan bahwa klien memberikan dukungan politik, seperti suara dalam pemilu, sesuai dengan arahan patron. Broker tidak hanya bertugas sebagai distributor sumber daya, tetapi juga menjadi jembatan emosional dan sosial yang memperkuat legitimasi patron di mata masyarakat lokal(Widyarini, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi politik Partai NasDem dalam meningkatkan elektabilitas di Daerah Pemilihan (Dapil) IV DPRD Kabupaten Sidenreng Rappang. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengeksplorasi fenomena sosial dan politik secara komprehensif, khususnya terkait proses perumusan strategi, makna, serta konteks implementasinya di masyarakat (Muhammad Hasan et al., 2023). Penelitian dilaksanakan di Dapil IV Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan, yang meliputi Kecamatan Dua Pitue, Pitu Riase, dan Pitu Riawa. Lokasi ini dipilih secara purposive karena menunjukkan lonjakan signifikan kursi Partai NasDem pada Pemilu 2024. Subjek penelitian adalah anggota DPRD terpilih dari Partai NasDem terkhusus di daerah pemilihan IV Kabupaten Sidenreng Rappang.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali informasi terkait strategi yang dirancang, pola implementasi, serta faktor-faktor keberhasilan di lapangan. Observasi partisipatif dilakukan dengan mengikuti secara

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

langsung kegiatan kampanye, pertemuan internal partai, serta aktivitas sosial yang melibatkan kader. Dokumentasi dimanfaatkan sebagai pelengkap data, seperti dokumen internal partai, foto, rekaman kegiatan, serta hasil rekapitulasi suara resmi.

Analisis data menggunakan model interaktif (Muhammad Hasan et al., 2023)yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi relevan, mengelompokkan tema, serta mengidentifikasi pola strategis yang muncul. Penyajian data dilaksanakan melalui matriks dan tabel tematik untuk mempermudah interpretasi. Penarikan kesimpulan dilakukan secara berulang dan reflektif guna memastikan interpretasi sesuai konteks empirik. Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari anggota DPRD terpilih dari Partai NasDem terkhusus di daerah pemilihan IV Kabupaten Sidenreng Rappang, sementara triangulasi metode menggabungkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, member check dilakukan dengan mengonfirmasi temuan awal kepada informan utama untuk memastikan akurasi dan kredibilitas hasil penelitian (Nasution, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa strategi politik Partai NasDem di Dapil IV Kabupaten Sidenreng Rappang pada Pemilu 2024 sangat dipengaruhi oleh pendekatan patron-klien yang dimodernisasi, optimalisasi peran broker politik lokal, serta kemampuan partai dalam membaca dan merespons konteks sosial masyarakat setempat. Strategi-strategi tersebut terbukti efektif, yang ditandai dengan peningkatan kursi legislatif dari satu menjadi empat, suatu capaian yang mencerminkan efektivitas manuver politik lokal dalam sistem demokrasi elektoral yang kompleks dan kompetitif (Asri & Fernandes, 2024).Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan informan kunci yang terdiri dari 4 Anggota DPRD Kabupaten Sidenreng rappang dapil IV Partai NasDem diperoleh sejumlah temuan yang menggambarkan secara nyata bagaimana strategi politik partai NasDem di Dapil IV . Data hasil wawancara ini telah dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yang menekankan pentingnya pemaknaan terhadap data yang dikumpulkan secara interaktif dan berkelanjutan.

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

Tabel 1. Analisis data hasil wawancara

No	Fokus Penelitian	Informan	Reduksi	Display	Kesimpulan
1.	Strategi politik Partai NasDem dalam meningkatkan elektabilitas di Dapil IV DPRD Kabupaten Sidrap	Abdul Rahman (Anggota DPRD Sidrap Dapil IV, Partai NasDem)	Strategi kampanye dibagi wilayah untuk menghindari konflik antar caleg. Memanfaatkan status sebagai putra daerah untuk mendekatkan diri dengan masyarakat.	Strategi disusun kolektif oleh partai, lalu diterapkan di tingkat dapil oleh tiap caleg. Sosialisasi dilakukan berbasis hubungan personal dan jaringan sosial.	Strategi politik NasDem menekankan pendekatan personal dan distribusi peran berdasarkan wilayah caleg yang efektif dalam membangun loyalitas pemilih.
	Indikator Patronase		Bantuan diberikan melalui tokoh senior partai (Syaharuddin Alrief). Target bantuan adalah masyarakat loyal. Distribusi dibantu tokoh lokal.	Bantuan berupa program dan barang disalurkan dengan menjalin kerjasama bersama tokoh desa dan tokoh masyarakat	Pola patronase masih kuat. Bantuan digunakan sebagai instrumen penguatan loyalitas politik, namun dilakukan secara tidak vulgar
	Indikator Klientalisme		Pemilih memilih berdasarkan kedekatan personal,	Hubungan politik bersifat emosional, personal, dan tidak berbasis	Klientalisme menjadi pola dominan; hubungan patron-klien terbentuk

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

No	Fokus Penelitian	Informan	Reduksi	Display	Kesimpulan
			bukan visi-misi partai. Hubungan dibangun melalui silaturahmi. Harapan pemilih terhadap balas jasa pasca-pemilu cukup tinggi.	ideologi. Dukungan pemilih sangat dipengaruhi hubungan sosial caleg dengan warga.	melalui interaksi personal dan harapan akan imbal balik
	Indikator Broker politik		Penghubung berasal dari jaringan pribadi: keluarga, teman, tokoh masyarakat. Peran mereka sebagai penyambung pesan dan distribusi logistik kampanye.	Keluarga dan tokoh lokal berfungsi sebagai "broker" informal yang membantu menjangkau pemilih dan menyebarkan informasi.	Broker politik tidak berasal dari struktur partai, melainkan jaringan sosial. Ini memperlihatkan kekuatan komunitas dalam pemenangan pemilu.
	Evaluasi Strategi		Kendala utama: intervensi tim lain setelah caleg bersosialisasi. Strategi dinilai	Penekanan pada silaturahmi dan distribusi bantuan pasca-terpilih menjadi modal utama dalam	Strategi politik dinilai berhasil dan demokratis secara lokal. Loyalitas pemilih dijaga dengan realisasi janji

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

No	Fokus Penelitian	Informan	Reduksi	Display	Kesimpulan
			demokratis karena tidak menggunakan politik uang. Loyalitas masyarakat dijaga melalui realisasi aspirasi.	mempertahankan dukungan	kampanye yang bersifat pragmatis.
2.	Strategi politik Partai NasDem dalam meningkatkan elektabilitas di Dapil IV DPRD Kabupaten Sidrap	Maradona (Anggota DPRD Sidrap Dapil IV, Partai NasDem)	Kampanye dilakukan dengan pendekatan door to door dan kampanye ideologis. Caleg diberi wilayah basis suara. Kolaborasi dengan tokoh senior seperti Syaharuddin Alrif dalam berbagai kegiatan kampanye.	Strategi dilakukan secara terstruktur dan terkoordinasi oleh partai. Ada sinergi antara partai dan personal caleg.	Strategi politik Partai NasDem melibatkan kolaborasi caleg dan pengurus partai dalam pendekatan langsung ke masyarakat melalui struktur wilayah dan kampanye humanis.
	Indikator Patronase		Bantuan sosial diberikan atas nama "politik kemanusiaan" seperti renovasi masjid	Bantuan bersifat kebutuhan umum, bukan politik uang langsung. Tetap mengandalkan	Patronase dijalankan dengan pendekatan nilai sosial dan kemanusiaan.

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

No	Fokus Penelitian	Informan	Reduksi	Display	Kesimpulan
			dan infrastruktur. Tidak diarahkan ke komunitas loyalis, tapi berdasarkan kebutuhan publik. Bantuan disalurkan dengan pertimbangan tokoh masyarakat dan kepala desa.	jaringan tokoh lokal dalam pelaksanaan bantuan.	Tidak eksklusif untuk kelompok tertentu.
	Indikator Klientalisme		Relasi dengan masyarakat dibangun melalui "investasi sosial". Sinkronisasi antara visi-misi partai dan sosok caleg. Harapan masyarakat terhadap realisasi aspirasi tetap	Hubungan personal dan visi-misi partai berjalan beriringan. Harapan atas pemenuhan janji tetap dominan pasca-terpilih.	Klientelisme tetap ada namun dikemas dalam bentuk pelayanan publik. Relasi dibangun atas dasar kepercayaan, bukan sekadar imbalan transaksional.

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

No	Fokus Penelitian	Informan	Reduksi	Display	Kesimpulan
			ada (balas budi politik).		
	Indikator Broker politik		Tim kampanye terdiri dari struktur formal (DPC-DPD-DPW) dan informal (tokoh lokal, komunitas desa). Fungsi utama: sosialisasi dan distribusi alat peraga kampanye (APK).	Broker politik bersifat formal dan informal. Sistematis dan menyeluruh sampai tingkat dusun.	Keterlibatan broker dilakukan secara terstruktur, menandakan organisasi kampanye yang profesional dan efisien
	Evaluasi Strategi		Kendala utama bersifat ringan dan bisa diselesaikan melalui komunikasi terbuka. Sosialisasi anti-politik uang dijalankan aktif kepada masyarakat.	Strategi dinilai demokratis dan edukatif. Menekan praktik politik uang dan meningkatkan pemahaman politik warga.	Strategi politik NasDem tidak hanya berorientasi elektabilitas, tetapi juga pada edukasi politik dan penguatan demokrasi lokal.
3.	Strategi politik Partai NasDem	Andi Tenri Sangka,	Strategi mengikuti arahan partai	Pendekatan strategi menggunakan	Strategi yang digunakan berbasis seleksi

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

No	Fokus Penelitian	Informan	Reduksi	Display	Kesimpulan
	dalam meningkatkan elektabilitas di Dapil IV DPRD Kabupaten Sidrap	S.E. (Anggota DPRD Sidrap Dapil IV, Partai NasDem)	dan tokoh senior (Syaharuddin & RMS). Pendekatan persuasif dan emosional ke masyarakat. Identitas "koboi dari timur" digunakan sebagai citra politik.	kekuatan partai dan pengaruh personal, membangun koneksi sejak 2 tahun sebelum pemilu, berbasis pada pengabdian sosial sebelumnya.	alam sosial-politik: dikenal masyarakat, aktif membangun hubungan sebelum masa kampanye, dan tidak tergantung logistik kampanye
	Indikator Patronase		Tidak ada praktik politik uang atau bantuan materiil langsung. Tidak ada distribusi amplop atau logistik kampanye pribadi.	Menolak pendekatan transaksional. Pendanaan pribadi minim, tidak menjanjikan apapun secara finansial.	Tidak ada praktik patronase eksplisit. Basis dukungan dibangun dari kredibilitas sosial dan kepercayaan masyarakat terhadap rekam jejak.
	Indikator Klientalisme		Hubungan dibangun melalui interaksi personal, emosional, dan pendekatan	Masyarakat cenderung memilih berdasarkan hubungan personal, bukan program partai.	Klientelisme ditransformasikan menjadi hubungan representatif. Masyarakat memberikan

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

No	Fokus Penelitian	Informan	Reduksi	Display	Kesimpulan
			langsung di media sosial serta turun langsung ke pelosok.	Tidak ada ekspektasi balas budi politik, hanya amanah publik.	suara berdasarkan kepercayaan dan keteladanan moral.
	Indikator Broker politik		Menggunakan tim pribadi "Sahabat Koboi dari Timur". Tim menyampaikan pesan kampanye secara langsung.	Tim bukan bagian eksklusif dari struktur partai, namun tetap mengikuti program partai. Tidak ada pembagian logistik atau uang politik.	Broker politik diwakili oleh komunitas relawan berbasis loyalitas sosial, bukan imbalan material atau jabatan.
	Evaluasi Strategi		Kendala utama adalah keterbatasan dana kampanye. Strategi bertahan melalui komunikasi sosial dan kehadiran langsung ke masyarakat (mappi tabe').	Menghindari pembelian suara dan tetap turun ke pelosok. Menggunakan media sosial untuk memperkuat kampanye murah namun efektif.	Strategi dinilai sangat demokratis dan etis, menjadi model perlawanan terhadap politik uang dan membuka jalan bagi generasi baru politik representatif.
4.	Strategi politik Partai NasDem	Hj. Kartini Bekka,	Strategi diarahkan oleh partai melalui	Kombinasi strategi top-down dari partai dan	Strategi partai yang terstruktur dikombinasikan

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

No	Fokus Penelitian	Informan	Reduksi	Display	Kesimpulan
	dalam meningkatkan elektabilitas di Dapil IV DPRD Kabupaten Sidrap	S.K.M., M.Kes. (Anggota DPRD Sidrap Dapil IV, Partai NasDem)	sistem pembagian wilayah agar tiap caleg fokus di basisnya. Kampanye dilakukan dengan pendekatan personal dan pelayanan sosial.	pendekatan akar rumput. Tidak menggunakan politik uang, tetapi memperkuat kepercayaan masyarakat melalui pengabdian.	dengan relasi personal efektif meningkatkan elektabilitas secara etis.
	Indikator Patronase		Bantuan sosial disalurkan melalui jalur resmi partai (pusat–provinsi–daerah). Distribusi berdasarkan kebutuhan masyarakat, bukan relasi personal.	Bantuan berupa alat pertanian (contoh: kompor cas). Kerjasama erat dengan pemerintah desa dalam pendistribusian bantuan	Patronase dilakukan dalam skema institusional partai, tidak bersifat transaksional atau eksklusif.
	Indikator Klientalisme		Hubungan dibangun melalui pendekatan personal dan empati sosial. Aspirasi masyarakat	Relasi politik lebih bersifat representatif daripada transaksional. Harapan masyarakat dikembalikan	Klientelisme dilebur dalam bentuk representasi publik dan tanggung jawab

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

No	Fokus Penelitian	Informan	Reduksi	Display	Kesimpulan
			diserap langsung. Harapan masyarakat adalah layanan berkelanjutan pasca-terpilih	dalam bentuk pelayanan publik.	politik terhadap aspirasi rakyat.
	Indikator Broker politik		Tim kampanye dibentuk mandiri namun tetap patuh pada arahan partai. Terdiri dari keluarga, kerabat, teman, dan tokoh masyarakat.	Tim bertugas menyosialisasikan program caleg, mendistribusikan logistik kampanye, dan menjangkau pemilih secara luas.	Broker bersifat informal dan loyal secara sosial. Fungsi mereka lebih sebagai relawan ketimbang agen transaksional.
	Evaluasi Strategi		Strategi fokus pada pelayanan sosial dan komunikasi langsung. Distribusi logistik dibantu oleh tim, bukan pendekatan materialistik.	Hubungan personal, pelayanan sosial, dan penguatan struktur partai membentuk strategi holistik.	Strategi dianggap berhasil membangun kepercayaan tanpa politik uang, serta membentuk basis dukungan yang kuat dan berkelanjutan.

Strategi Politik Umum Partai NasDem di Dapil IV

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

Strategi utama yang dijalankan oleh Partai NasDem dalam meningkatkan elektabilitas di Daerah Pemilihan IV Kabupaten Sidenreng Rappang mencerminkan pendekatan yang terstruktur, adaptif, dan berbasis pada jaringan sosial lokal. Salah satu bentuk konkret strategi ini adalah pembagian wilayah basis caleg, di mana setiap calon legislatif ditugaskan secara eksklusif pada zona tertentu sebagai pusat penggalangan suara. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa anggota DPRD Kabupten Sidenreng rappang Dapil IV Partai Nasdem, diketahui bahwa salah satu langkah awal yang diterapkan oleh partai adalah pembagian wilayah basis suara untuk tiap calon legislatif. Hal ini dijelaskan oleh Hj. Kartini Bekka bahwa"kami diberi arahan oleh partai NasDem untuk dilakukan pembagian wilayah, supaya setiap caleg bisa fokus di satu titik daerah" (Wawancara Jumat, 16 Mei 2025)

Strategi ini berfungsi tidak hanya untuk menghindari tumpang tindih wilayah kampanye antarcaleg, tetapi juga sebagai bentuk konkret dari struktur internal yang efisien, (G. R. Putra et al., 2024) menunjukkan bahwa partai yang memiliki infrastruktur politik terstruktur cenderung lebih efektif dalam merespon dinamika lokasecara tepat. Bahwa keberhasilan partai dalam sistem demokrasi sangat bergantung pada kemampuannya membangun struktur internal yang solid dan responsif terhadap konteks lokal. Pembagian wilayah ini tidak hanya menghindari konflik horizontal antar caleg, tetapi juga memperkuat efektivitas mobilisasi suara karena setiap caleg dapat fokus pada wilayah kerja yang spesifik.

Selain struktur kelembagaan, NasDem juga mengoptimalkan pendekatan door-to-door sebagai strategi komunikasi politik langsung. Maradona, salah satu anggota DPRD Kabupten Sidenreng rappang Dapil IV Partai Nasdem, menyatakan bahwa "metodenya harus door to door masyarakat dan kampanye ideologis partai" (Wawancara Senin, 26 Mei 2025). Demikian pula Pak Andi Tenri Sangka menekankan bahwa kedekatannya dengan masyarakat telah terbangun jauh sebelum ia masuk politik formal, ia mengatakan bahwa"dua tahun sebelum saya masuk partai ini, masyarakat sudah meminta saya maju… saya tidak punya uang, tapi mereka bilang, 'kami di belakangmu" (Wawancara Rabu, 14 Mei 2025)

Metode ini selaras dengan gagasan political marketing oleh (Mitchell & Anderson, 2021), yang menyatakan bahwa strategi yang berhasil adalah yang mampu menciptakan interaksi personal antara kandidat dengan pemilih. Dalam (et al., 2023)menunjukkan metode door-to-door dan segmentasi lokal menyasar ikatan emosional dan kepercayaan langsung dengan pemilih , guna membangun keterikatan emosional dan kepercayaan politik. Dalam praktiknya, pendekatan ini memungkinkan caleg NasDem untuk memahami kebutuhan konstituen secara

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

langsung dan menyampaikan pesan politik secara lebih meyakinkan. Strategi ini diperkuat oleh keterlibatan elite partai tingkat provinsi, khususnya tokoh seperti H. Syaharuddin Alrif. Kehadiran beliau dalam berbagai forum kampanye caleg daerah, meski di luar basis utamanya, menciptakan efek legitimator, yaitu peneguhan identitas partai di tingkat lokal melalui representasi simbolik dan jaringan kekuasaan. Seperti yang disampaikan oleh Maradona bahwa "kami caleg daerah pasti diikutkan bersama dengan beliau walaupun bukan basis daerah kita," (Wawancara Senin, 26 Mei 2025)

Dalam kerangka teori patronase, seperti dijelaskan olehEdward Aspinall, tokoh-tokoh elite partai kerap menjadi patron yang memberikan legitimasi dan dukungan politik kepada aktor-aktor lokal sebagai bagian dari strategi memperkuat jejaring klien dan loyalis partai. Strategi NasDem ini menunjukkan koordinasi vertikal yang tersusun secara hierarkis, mulai dari Dewan Pimpinan Wilayah (DPW), Dewan Pimpinan Daerah (DPD), Dewan Pimpinan Cabang (DPC), hingga struktur kampanye di tingkat dusun dan RT. Dengan struktur seperti ini, Partai NasDem berhasil mewujudkan kehadiran politik yang tidak hanya simbolik, tetapi juga operasional dan substantif di mata masyarakat. Pendekatan ini mengafirmasi teori kontestasi politik lokal (Hidayat, 2021) yang menekankan pentingnya pemahaman atas konfigurasi sosial lokal dalam menyusun strategi politik yang efektif.

Salah satu keunikan strategi Partai NasDem di Dapil IV adalah sinergi antara struktur vertikal dan pendekatan personal dalam membangun relasi dengan pemilih. Pak Andi Tenri Sangka misalnya, mengandalkan kekuatan jaringan personal dan rekam jejak sosial, menyebut dirinya sebagai "koboi dari timur" yang sudah lama berjuang di tengah masyarakat. Dalam hal distribusi logistik dan mobilisasi suara, keempat informan mengakui bahwa mereka dibantu oleh tim lokal, baik dari struktur partai maupun tokoh masyarakat. Pak Andi Tenri Sangka "kami mempunyai tim yang kami bentuk, namun tetap juga selalu mengikuti arahan dari partai" (Wawancara Rabu, 14 Mei 2025). Sementara itu, Pak Abdul Rahman menggarisbawahi bahwa basis dukungan awalnya justru berasal dari keluarga dan komunitas pemuda. "membangun jangkauan pemilih pasti mulai keluarga dulu, baru ke komunitas kepemudaan dan tokoh-tokoh masyarakat" (Wawancara Rabu, 14 Mei 2025). Keberadaan broker lokal atau penghubung menjadi vital sebagai aktor penyebar informasi, pengorganisir logistik, dan penjaga jaringan sosial caleg dengan masyarakat. Dalam sistem politik demokrasi, strategi politik merupakan instrumen utama yang digunakan partai-partai politik untuk membangun, mempertahankan, dan memperluas basis elektoralnya. Strategi tersebut tidak hanya mencakup

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

perencanaan kampanye secara teknis, tetapi juga menyentuh aspek struktural, kultural, dan psikologis pemilih.

Partai politik dituntut untuk mampu merumuskan pendekatan yang adaptif terhadap dinamika lokal guna memenangkan persaingan elektoral, khususnya di wilayah yang kompleks secara sosial dan politik. Partai Nasional Demokrat (NasDem), dalam konteks Pemilu Legislatif 2024 di Daerah Pemilihan IV Kabupaten Sidenreng Rappang, menunjukkan keberhasilan elektoral yang signifikan melalui peningkatan jumlah kursi dari satu menjadi empat.

Strategi Patronase dan Klientalisme dalam politik

Pola relasi patron-klien dalam praktik politik lokal bukanlah hal baru dalam politik Indonesia. Namun, dalam konteks Partai NasDem, pola ini diadaptasi dalam bentuk yang lebih kontekstual dan modern. Hubungan antara partai dan pemilih tidak lagi semata berbasis pada imbalan langsung seperti uang tunai atau sembako, melainkan diformulasikan dalam bentuk penyediaan akses terhadap program bantuan pemerintah, penyediaan infrastruktur kecil, atau dukungan terhadap kegiatan sosial keagamaan yang menyasar komunitas-komunitas strategis. Bentuk bantuan yang lebih terstruktur ini mengindikasikan bahwa hubungan patron-klien berkembang dari bentuk eksploitatif menuju hubungan timbal balik yang saling menguntungkan dan lebih fungsional(Rekha Adji Pratama et al., 2023). Pendekatan ini menunjukkan bahwa patronase tetap menjadi instrumen politik yang relevan, namun disesuaikan dengan dinamika kesadaran pemilih yang mulai rasional. Dengan demikian, pendekatan NasDem dapat dikategorikan sebagai bentuk neo-clientelism, di mana hubungan patron-klien masih terjadi, namun dalam kerangka distribusi manfaat yang lebih strategis, inklusif, dan bersifat jangka panjang. Praktik ini sekaligus merefleksikan pergeseran strategi politik partai yang tidak semata berbasis pada hubungan vertikal, tetapi juga membangun ruang partisipasi dan pengakuan sosial pemilih sebagai mitra strategis.

Peran Broker Politik sebagai Penghubung Strategis

Broker politik memainkan peran penting sebagai aktor mediasi yang menghubungkan elite partai dan masyarakat pemilih. Dalam konteks Dapil IV Sidrap, broker tidak hanya berfungsi sebagai alat distribusi logistik kampanye, tetapi juga sebagai juru tafsir pesan-pesan politik partai yang disesuaikan dengan dialek sosial budaya lokal. Para broker ini biasanya berasal dari tokoh masyarakat, kepala dusun, pengurus masjid, atau individu yang memiliki pengaruh kuat di komunitasnya.

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

Mereka dipilih bukan hanya karena kedekatan struktural, tetapi karena kredibilitas sosial dan kemampuan membangun kepercayaan masyarakat (Hicken et al., 2022). Studi(Widyarini, 2022) menekankan bahwa peran broker dalam demokrasi elektoral di Indonesia sangat signifikan dalam memastikan kelangsungan hubungan patron-klien, terutama di wilayah pedesaan. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan NasDem tidak terlepas dari kemampuan partai dalam mengelola jaringan informal tersebut secara sistematis dan profesional. Dalam banyak kasus, broker juga bertindak sebagai pengelola data pemilih, mediator konflik lokal, dan perancang strategi komunikasi mikro yang efektif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Partai NasDem dalam meningkatkan elektabilitas di Daerah Pemilihan IV DPRD Kabupaten Sidenreng Rappang merupakan hasil penerapan strategi politik hybrid yang adaptif dan kontekstual. Strategi ini memadukan pendekatan patron-klien melalui peran broker politik lokal yang memiliki kedekatan sosial dengan masyarakat, dengan inovasi kampanye modern yang menekankan isu pembangunan serta program-program berbasis kebutuhan riil pemilih. Perpaduan tersebut memungkinkan NasDem tidak hanya mempertahankan basis tradisional melalui ikatan emosional, tetapi juga menarik pemilih rasional yang mempertimbangkan kualitas program. Secara teoritis, temuan ini memperkuat argumen bahwa strategi politik yang dirancang sesuai karakter sosial-budaya lokal memiliki tingkat efektivitas yang lebih tinggi dibandingkan pendekatan seragam dan umum. Selain itu, penelitian ini juga menegaskan pentingnya pemetaan sosial-politik yang detail, penguatan struktur partai hingga tingkat akar rumput, serta narasi pembangunan yang relevan untuk meningkatkan daya tarik elektoral.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan agar partai politik di Indonesia mengembangkan strategi pemenangan yang bersifat hybrid dan kontekstual, dengan memperhatikan nilai lokal, jaringan sosial, serta kebutuhan aktual masyarakat. Transformasi pendekatan patron-klien menjadi instrumen produktif dapat dilakukan dengan mengintegrasikan program-program pembangunan yang konkret dan berkelanjutan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar fokus pada analisis perbandingan strategi antarpartai di berbagai daerah dengan karakter sosial yang berbeda, guna memperluas pemahaman tentang efektivitas strategi politik lokal. Selain itu, eksplorasi peran teknologi digital dan media sosial dalam mendukung model patron-klien di wilayah rural maupun semi-urban dapat menjadi agenda riset yang relevan dengan dinamika politik elektoral kontemporer di Indonesia.

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

DAFTAR PUSTAKA

Aspinall, E. (2019). The Patronage Trap: Understanding Political Clientelism in Indonesia. *Democratization*, *26(2)*, *286*.

Aspinall, E., & Berenschot, W. (2019). Democracy for sale. In *Nation* (Vol. 291, Issue 18). Cornell University Press. https://doi.org/10.5040/9781474293945.ch-006

Aspinall, E., & Sukmajati, M. (2015). Patronase dan klientelisme dalam politik elektoral di Indonesia. *Politik Uang Di Indonesia: Patronase Dan Klientelisme Pada Pemilu Legislatif 2014*, 10–11.

Asri, M., & Fernandes, R. (2024). Signifikansi peran Partai NasDem di Sidenreng Rappang. *Ilmu Pemerintahan*, *16(1)*, *110*.

Berenschot, & Aspinall, E. (2021). Clientelism in Indonesia: Patterns, Causes, and Implications for Democratic Development. *Asian Studies Review*, *45(1)*, *89-*.

CHALID, A. (2017). Politik Patronase Di Kecamatan Bontoa, Kabupaten Maros. *Ekp*, *13*(3), 1576–1580.

Elis Mardianti. (2024). Strategi pemasaran politik pasangan Ikfina-Barra dalam kontestasi Pilkada Kabupaten Mojokerto tahun 2020. *Jurnal Politik Indonesia (Indonesian Journal of Politics)*, *10*(1), 17–41. https://doi.org/10.20473/jpi.v10i1.56267

Hicken, A., Aspinall, E., Weiss, M. L., & Muhtadi, B. (2022). Buying Brokers Electoral Handouts beyond Clientelism in a Weak-Party State. *World Politics*, *74*(1), 77–120. https://doi.org/10.1017/S0043887121000216

Hidayat, N. (2021). Teori kontestasi politik lokal: Fragmentasi pemilih di tingkat lokal. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, *88–106*.

Mitchell, R., & Anderson, K. (2021). Political Marketing in Southeast Asian Democracy. *Political Marketing Quarterly*, *15(3)*, *278*.

Muhammad Hasan, T. K. H., Syahrial Hasibuan, I. R., Sitti Zuhaerah Thalhah, M.Pd., Dr. Cecep Ucu Rakhman, S.Sos., M. ., Paskalina Widiastuti Ratnaningsih,

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

S.Pd., M.Hum., Dr. Inanna, S.Pd., M. P., Andi Aris Mattunruang S.E., M.Sc., Dr. Herman, S.Pd., M. P., Nursaeni, S.Ag., M.Pd., Dr. Yusriani, SKM., M.Kes, Dr. Nahriana, M. P., Dumaris E. Silalahi, S.Pd., M.Pd., Dra. Sitti Hajerah Hasyim, M. S., & Azwar Rahmat, M.TPd, Yetty Faridatul Ulfah, M.Hum, Nur Arisah, S.Pd., M. P. (2023). *Metode penelitian kualitaf*.

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

Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Data Sekunder*. Pustaka Akademika.

Nugroho, R., & Suryana. (2023). Pengembangan strategi politik dalam meningkatkan elektabilitas. *Jurnal Ilmu Politik*, *189*.

Putra, G. R., Zetra, A., & Valentina, T. R. (2024). *Konfigurasi Partai Politik Hasil Pemilu Legislatif 2019 dan Dampaknya Terhadap Demokrasi di Indonesia*. *5*(1), 746–755.

Putra, I., & Haryanto, A. (2023). Pengintegrasian struktur organisasi, marketing politik, dan jaringan akar rumput dalam strategi politik. *Jurnal Studi Pemerintahan*, *18(3)*, *142*.

Rahman, M., & Mahfud, A. (2022). Kompleksitas politik lokal di Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Politik Indonesia*, *15(1)*, *45-*.

Rekha Adji Pratama, Alvina, & Rahman Tandi. (2023). Politik Patronase Pada Pemerintah Daerah Provinsi Sulawesi Tenggara. *JAPMAS : Jurnal Politik Dan Demokrasi*, *1*(2), 129–139. https://doi.org/10.52423/japmas.v1i2.17

Suhardi, & Riaty Raffiudin. (2023). Praktik Oligarki dalam Pertambangan Pasir Laut Pada Reklamasi Makassar New Port. *Vox Populi*, *6*(1), 50–65. https://doi.org/10.24252/vp.v6i1.39018

Syah, Y. H. H., & Nurdin, A. A. (2023). Strategi Marketing Politik Kang Erwin Calon Walikota Bandung 2024 dalam Penyebaran Pamflet. *Jurnal Studi Ilmu Sosial Dan Politik*, *3*(1), 59–79. https://doi.org/10.35912/jasispol.v3i1.2050

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)

Widyarini, D. A. (2022). Brokerage dalam Politik Lokal: Karakteristik Patron-Klien Wilayah Abangan pada Pilkada Kabupaten Blitar Tahun 2020. *Jurnal Mengkaji Indonesia*, *1*(2), 109–134. https://doi.org/10.59066/jmi.v1i2.133

Lisensi:
Lisensi Creative Commons Attribution 4.0 Internasional (CC BY)