

Dinamika *Black Campaign* dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Politik Pemilih Pada Pilgub ASR-Hugua di Kota Kendari Tahun 2024

Marlina Rajab

Universitas Halu Oleo, Kendari, Indonesia

linarajab50@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika *black campaign* serta pengaruhnya terhadap preferensi politik pemilih pada Pemilihan Gubernur (Pilgub) pasangan ASR–Hugua di Kota Kendari Tahun 2024. *Black campaign* dipahami sebagai upaya kampanye negatif yang mengandung informasi palsu, fitnah, atau distorsi fakta yang disebar untuk menjatuhkan citra kandidat tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilih, tokoh masyarakat, tim sukses, dan penyelenggara pemilu, serta analisis dokumen dan konten media sosial yang memuat narasi kampanye negatif selama masa Pilgub 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *black campaign* berkembang melalui berbagai saluran komunikasi, terutama media sosial dan pesan berantai digital, dengan isu yang berkaitan dengan rekam jejak, identitas personal, dan integritas kandidat. Temuan penelitian juga mengungkapkan bahwa pengaruh *black campaign* terhadap preferensi politik pemilih bersifat variatif, tergantung pada tingkat literasi politik, kepercayaan terhadap sumber informasi, dan kedekatan emosional pemilih dengan kandidat. Sebagian pemilih menunjukkan resistensi terhadap informasi negatif, sementara pemilih lainnya mengalami pergeseran preferensi politik akibat paparan informasi yang tidak terverifikasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *black campaign* masih menjadi tantangan serius dalam demokrasi lokal dan berpotensi memengaruhi kualitas pilihan politik masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi politik, pengawasan kampanye, serta peran aktif penyelenggara pemilu dan masyarakat sipil dalam menekan praktik *black campaign* pada kontestasi politik lokal.

Kata Kunci: *black campaign*, preferensi politik, perilaku pemilih

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan salah satu instrumen utama dalam sistem demokrasi di Indonesia yang bertujuan untuk memberikan ruang partisipasi politik bagi masyarakat dalam menentukan pemimpin daerah. Dalam praktiknya, proses demokrasi elektoral tidak hanya diwarnai oleh adu gagasan, visi, dan program kerja, tetapi juga oleh berbagai strategi kampanye yang berpotensi mereduksi kualitas demokrasi. Salah satu fenomena yang kerap muncul dalam kontestasi politik adalah praktik *black campaign* atau kampanye hitam, yang dilakukan melalui penyebaran informasi palsu, fitnah, isu personal, serta narasi negatif yang tidak berbasis fakta terhadap lawan politik.

Pada Pilgub Sulawesi Tenggara Tahun 2024, dinamika politik di Kota Kendari sebagai pusat aktivitas politik dan pemerintahan menjadi sangat intens. Kontestasi antara pasangan calon ASR–Hugua menarik perhatian publik tidak hanya karena popularitas dan rekam jejak keduanya, tetapi juga karena maraknya isu-isu negatif yang beredar di ruang publik, khususnya melalui media sosial, grup percakapan daring, dan pemberitaan tidak resmi. Fenomena ini menunjukkan bahwa *black campaign* masih menjadi instrumen politik yang digunakan untuk memengaruhi persepsi dan sikap politik pemilih.

Keberadaan *black campaign* berpotensi memengaruhi preferensi politik pemilih, terutama pemilih pemula dan kelompok masyarakat yang memiliki keterbatasan akses terhadap informasi yang valid dan berimbang. Informasi negatif yang terus-menerus dikonsumsi dapat membentuk opini, memengaruhi sikap emosional, serta menggeser pilihan politik pemilih tanpa didasarkan pada pertimbangan rasional terhadap program dan kapasitas calon. Dalam konteks Kota Kendari yang memiliki karakteristik masyarakat urban dengan tingkat penetrasi media digital yang tinggi, pengaruh *black campaign* menjadi semakin relevan untuk dikaji secara mendalam.

Selain itu, lemahnya literasi politik dan literasi media di sebagian masyarakat membuka ruang yang luas bagi berkembangnya disinformasi dan manipulasi opini publik. Kondisi ini tidak hanya berdampak pada hasil elektoral, tetapi juga pada kualitas demokrasi lokal, kepercayaan publik terhadap proses Pilkada, serta legitimasi kepemimpinan yang terpilih. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana dinamika *black campaign* berlangsung, aktor-aktor yang terlibat, serta sejauh mana pengaruhnya terhadap preferensi politik pemilih.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika *black campaign* dalam Pilgub ASR–Hugua di Kota Kendari Tahun 2024 serta mengkaji pengaruhnya terhadap preferensi politik pemilih. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam kajian komunikasi politik dan perilaku pemilih, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi penyelenggara pemilu, aktor politik, dan masyarakat dalam upaya memperkuat kualitas demokrasi lokal yang sehat dan berintegritas.

TINJAUAN PUSTAKA

Kampanye Politik dalam Pemilihan Kepala Daerah

Kampanye politik merupakan proses komunikasi politik yang dilakukan oleh kandidat atau tim pemenangan untuk memengaruhi sikap, persepsi, dan perilaku pemilih menjelang pemilihan umum. Menurut Nimmo (2011), kampanye politik bertujuan membangun citra, meningkatkan popularitas, serta memperoleh dukungan elektoral melalui berbagai strategi komunikasi. Dalam konteks pemilihan kepala daerah, kampanye tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian visi dan misi, tetapi juga menjadi arena kontestasi wacana politik yang kerap diwarnai oleh persaingan tidak sehat antar kandidat.

Pada Pilkada langsung, kampanye politik berkembang semakin kompleks seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan media sosial. Media digital menjadi ruang utama pertarungan opini publik, sekaligus membuka peluang munculnya praktik kampanye negatif dan *black campaign* yang dapat memengaruhi kualitas demokrasi lokal.

Konsep dan Bentuk *Black campaign*

Black campaign atau kampanye hitam merupakan bentuk kampanye yang dilakukan dengan cara menyebarkan informasi palsu, fitnah, isu personal, maupun tuduhan tanpa dasar yang bertujuan menjatuhkan citra lawan politik. Menurut Firmanzah (2010), *black campaign* berbeda dengan negative campaign. Negative campaign masih berlandaskan fakta dan kritik terhadap kebijakan atau rekam jejak kandidat, sedangkan *black campaign* cenderung bersifat manipulatif dan menyesatkan.

Black campaign dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti penyebaran hoaks, isu SARA, serangan karakter pribadi, dan distorsi informasi melalui media sosial, selebaran, maupun percakapan informal di masyarakat. Praktik ini seringkali sulit dilacak sumbernya, sehingga berpotensi menciptakan disinformasi yang masif dan memengaruhi persepsi pemilih secara tidak rasional.

Media Sosial dan Penyebaran *Black campaign*

Media sosial memiliki peran strategis dalam dinamika kampanye politik kontemporer. Menurut Castells (2012), media digital membentuk ruang komunikasi politik baru yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, luas, dan tanpa kontrol ketat. Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai medium yang efektif sekaligus rawan dimanfaatkan untuk praktik *black campaign*.

Algoritma media sosial yang mendorong viralitas konten turut mempercepat penyebaran narasi negatif terhadap kandidat tertentu. Dalam konteks Pilgub Sulawesi Tenggara Tahun 2024, media sosial berpotensi menjadi sarana utama penyebaran isu-isu yang menyerang pasangan calon ASR–Hugua, terutama di wilayah perkotaan seperti Kota Kendari yang memiliki tingkat literasi digital dan akses internet yang relatif tinggi.

Preferensi Politik Pemilih

Preferensi politik pemilih merujuk pada kecenderungan individu dalam menentukan pilihan politik berdasarkan faktor-faktor tertentu. Menurut Dalton (2014), preferensi pemilih dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti identitas sosial, ideologi, citra kandidat, isu kebijakan, serta informasi politik yang diterima selama masa kampanye.

Dalam konteks pemilih lokal, preferensi politik seringkali dipengaruhi oleh faktor emosional dan kedekatan sosial, termasuk isu personal kandidat yang berkembang di ruang publik. Paparan *black campaign* berpotensi menggeser preferensi pemilih dari pertimbangan rasional menuju pertimbangan emosional, seperti rasa takut, curiga, atau ketidakpercayaan terhadap kandidat tertentu.

Pengaruh *Black campaign* terhadap Preferensi Politik

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa *black campaign* memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap dan pilihan politik pemilih, terutama pada pemilih yang memiliki tingkat pengetahuan politik rendah atau akses informasi yang terbatas. Menurut Ansolabehere dan Iyengar (1995), kampanye negatif dapat menurunkan kepercayaan publik terhadap kandidat dan proses demokrasi secara keseluruhan.

Namun, pengaruh *black campaign* tidak bersifat seragam. Pemilih yang kritis dan memiliki literasi politik yang baik cenderung mampu menyaring informasi dan tidak mudah terpengaruh oleh isu negatif yang tidak terverifikasi. Oleh karena itu, dinamika pengaruh *black campaign* sangat bergantung pada konteks sosial, karakteristik pemilih, serta intensitas dan media penyebaran kampanye hitam itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis dinamika, bentuk dan narasi *black campaign* yang berkembang selama Pilgub 2024 di Kota Kendari yang ditujukan pada pasangan calon ASR-Hugua.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, dengan waktu penelitian dilakukan setelah pelaksanaan Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara Tahun 2024, agar responden memiliki pengalaman langsung terhadap dinamika kampanye yang terjadi.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilih terdaftar pada Pilgub Sulawesi Tenggara Tahun 2024 di Kota Kendari. Sampel kuantitatif ditentukan menggunakan teknik random sampling atau stratified random sampling berdasarkan kecamatan, usia, dan tingkat pendidikan, dengan jumlah responden disesuaikan dengan rumus Slovin.

Informan kualitatif dipilih secara purposive, meliputi: pemilih aktif, tim kampanye, penyelenggara pemilu (KPU/Bawaslu), akademisi atau pengamat politik lokal

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara Mendalam dilakukan untuk menggali bentuk dan strategi *black campaign*, media yang digunakan (media sosial, isu lisan, selebaran), serta respons dan sikap pemilih terhadap kampanye negatif

Dokumentasi dan Studi Media meliputi konten media sosial, pemberitaan media lokal dan laporan pengawasan pemilu dari Bawaslu.

Teknik Analisis Data

Data kualitatif dianalisis dengan model analisis interaktif (reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan).

Validitas dan Keabsahan Data

Triangulasi sumber dan metode digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menjamin keabsahan data.

Teknik Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ditarik berdasarkan hasil data kualitatif untuk menjelaskan pola dinamika *black campaign* serta tingkat pengaruhnya terhadap preferensi politik pemilih pada Pilgub ASR–Hugua di Kota Kendari Tahun 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk dan Pola *Black campaign* dalam Pilgub ASR–Hugua di Kota Kendari

Hasil wawancara dengan informan kunci yang terdiri dari tim sukses pasangan calon, tokoh masyarakat, pemilih pemula, serta pemantau pemilu menunjukkan bahwa praktik *black campaign* pada Pilgub ASR–Hugua di Kota Kendari muncul dalam beberapa bentuk utama. Pertama, penyebaran informasi negatif yang bersifat personal terhadap kandidat, seperti isu integritas, rekam jejak politik, dan tuduhan yang tidak disertai bukti faktual. Informasi ini umumnya disebarluaskan melalui media sosial seperti Facebook, WhatsApp Group, dan TikTok.

Kedua, *black campaign* juga dilakukan melalui narasi provokatif yang mengaitkan pasangan calon dengan isu suku, agama, dan kedekatan dengan elite tertentu. Narasi ini sengaja dibingkai untuk membangun persepsi negatif di tengah masyarakat, terutama pada kelompok pemilih yang memiliki afiliasi emosional kuat terhadap identitas tertentu.

Ketiga, temuan lapangan menunjukkan adanya penggunaan akun anonim dan buzzer lokal yang secara sistematis menyebarkan konten negatif menjelang masa kampanye dan debat publik. Pola ini mengindikasikan bahwa *black campaign* tidak bersifat sporadis, melainkan terorganisir dan terencana.

Media dan Aktor Penyebar *Black campaign*

Penelitian menemukan bahwa media sosial menjadi saluran utama penyebaran *black campaign* di Kota Kendari. WhatsApp Group keluarga, komunitas, dan lingkungan tempat tinggal menjadi ruang yang paling efektif karena informasi yang beredar jarang diverifikasi kebenarannya. Facebook dan TikTok juga berperan besar dalam memperluas jangkauan pesan negatif melalui fitur berbagi dan algoritma yang mempercepat viralitas konten.

Dari sisi aktor, *black campaign* tidak hanya dilakukan oleh pendukung fanatik pasangan calon, tetapi juga oleh aktor politik informal seperti simpatisan, relawan tidak resmi, dan individu yang memiliki kepentingan politik maupun ekonomi. Informan dari kalangan penyelenggara pemilu menyebutkan bahwa sulitnya menelusuri sumber awal informasi membuat praktik ini sulit dikendalikan secara hukum.

Respons Pemilih Terhadap *Black campaign*

Hasil wawancara menunjukkan adanya variasi respons pemilih terhadap *black campaign*. Sebagian pemilih, terutama pemilih pemula dan kelompok masyarakat dengan tingkat literasi politik rendah, cenderung mudah terpengaruh oleh informasi negatif yang berulang. Mereka mengaku mengalami kebingungan dan keraguan dalam menentukan pilihan politik akibat banyaknya informasi yang saling bertentangan.

Namun, pemilih yang memiliki pengalaman politik dan akses informasi yang lebih luas menunjukkan sikap lebih kritis. Kelompok ini cenderung melakukan klarifikasi, membandingkan informasi dari berbagai sumber, serta tidak langsung mempercayai isu negatif yang beredar.

Meskipun demikian, mereka mengakui bahwa *black campaign* tetap menciptakan suasana politik yang tidak sehat dan menurunkan kualitas diskursus publik.

Pengaruh *Black campaign* Terhadap Preferensi Politik Pemilih

Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa *black campaign* berpengaruh secara tidak langsung terhadap preferensi politik pemilih. Pengaruh tersebut lebih tampak dalam bentuk penguatan sikap ragu-ragu (*undecided voters*) dan penurunan tingkat kepercayaan terhadap kandidat maupun proses demokrasi secara umum.

Pada sebagian pemilih, *black campaign* menyebabkan pergeseran preferensi politik, terutama ketika isu negatif yang diterima selaras dengan prasangka awal atau sentimen personal terhadap kandidat tertentu. Namun, pada pemilih yang telah memiliki pilihan kuat, *black campaign* justru memperkuat loyalitas politik mereka melalui mekanisme pembelaan terhadap kandidat yang didukung.

Dampak Sosial dan Politik di Tingkat Lokal

Penelitian ini juga menemukan bahwa *black campaign* berdampak pada meningkatnya polarisasi sosial di masyarakat Kota Kendari. Perbedaan pilihan politik memicu ketegangan di lingkungan keluarga dan komunitas, terutama ketika informasi negatif dijadikan dasar perdebatan tanpa klarifikasi.

Selain itu, *black campaign* berkontribusi pada menurunnya kepercayaan publik terhadap etika politik dan kualitas demokrasi lokal. Informan dari kalangan tokoh masyarakat menilai bahwa praktik ini berpotensi merusak pendidikan politik masyarakat dan menciptakan apatisme politik jangka panjang.

Upaya Penanggulangan dan Kesadaran Politik Masyarakat

Meskipun *black campaign* cukup masif, hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan kesadaran sebagian masyarakat Kota Kendari terhadap pentingnya literasi politik dan literasi digital. Peran tokoh masyarakat, lembaga pemantau pemilu, serta inisiatif diskusi publik menjadi faktor penting dalam meredam dampak negatif *black campaign*.

Pemilih yang teredukasi secara politik cenderung menilai bahwa adu gagasan dan program kerja lebih relevan dibandingkan serangan personal terhadap kandidat. Hal ini menunjukkan adanya potensi perbaikan kualitas demokrasi lokal apabila upaya edukasi politik dilakukan secara berkelanjutan.

Bentuk dan dampak *black campaign* terhadap pasangan ASR–Hugua

Bentuk dan dampak *black campaign* terhadap pasangan ASR–Hugua dalam Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara Tahun 2024 meliputi empat jenis utama sebagaimana dikemukakan McNair (2011), yaitu *character assassination* (pembunuhan karakter), hoaks politik dan rumor, manipulasi citra visual dan multimedia, serta *fake endorsements* (dukungan palsu). Keempat bentuk kampanye hitam tersebut menyebar luas, terutama melalui media sosial, namun tidak secara signifikan memengaruhi pilihan politik masyarakat. Sebagian besar pemilih menunjukkan sikap selektif dan rasional dalam menerima informasi, sementara tim kampanye ASR–Hugua secara aktif menanggapi isu negatif dengan pendekatan berbasis bukti dan klarifikasi publik. Bahkan, beberapa serangan politik justru menimbulkan efek simpati yang meningkatkan citra positif pasangan calon tersebut di mata publik. Dengan demikian, *black campaign* dalam konteks Pilgub Sulawesi Tenggara 2024 tidak hanya menjadi fenomena politik destruktif, tetapi juga mencerminkan peningkatan kesadaran politik masyarakat Kota Kendari dalam menghadapi disinformasi di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa dinamika *black campaign* pada Pilgub ASR–Hugua di Kota Kendari Tahun 2024 berlangsung secara masif dan beragam, baik melalui media sosial, percakapan kelompok masyarakat, maupun narasi politik informal di ruang publik. Praktik *black campaign* umumnya berbentuk penyebaran informasi negatif, isu personal, dan framing yang

tidak selalu berbasis fakta, yang bertujuan menurunkan citra politik pasangan calon tertentu di mata pemilih. Penelitian ini menunjukkan bahwa *black campaign* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi politik sebagian pemilih, khususnya pemilih pemula dan pemilih dengan tingkat literasi politik yang relatif rendah. Informasi negatif yang berulang cenderung membentuk persepsi, menimbulkan keraguan, serta memengaruhi sikap politik pemilih dalam menentukan pilihan. Namun demikian, tidak semua pemilih terpengaruh secara langsung, terutama pemilih yang memiliki afiliasi politik kuat, pengalaman politik yang memadai, dan kemampuan literasi media yang baik. Selain itu, dinamika *black campaign* turut memperlihatkan lemahnya kontrol informasi politik di ruang digital serta belum optimalnya peran pendidikan politik dalam membentengi masyarakat dari disinformasi. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan literasi politik dan media, peran aktif penyelenggara pemilu, serta tanggung jawab aktor politik dalam menciptakan kontestasi demokrasi yang sehat, beretika, dan berorientasi pada adu gagasan, bukan pada serangan personal.

REFERENSI

- Aisyah Rahmawati. (2020). Media digital dan demokrasi: Tantangan dalam meningkatkan partisipasi pemilih. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 6(3), 121-137.
- Andi Nugroho, & Rian Wijaya. (2022). Analisis aksesibilitas informasi politik dan partisipasi pemilih di era digital. *Jurnal Komunikasi Politik*, 8(2), 145-160.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tenggara. (2023). Provinsi Sulawesi Tenggara dalam angka 2023. <https://sultra.bps.go.id/id/publication/2023/02/28/1828fe18cd21a894338918f9/provinsi-sulawesi-tenggara-dalam-angka-2023.html>BPS Sultra
- Fauzan Rahman, & Nadya Putri. (2022). Media sosial dan partisipasi politik: Studi tentang perilaku politik generasi milenial. *Jurnal Media dan Politik*, 7(3), 201-218.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023, Oktober 27). Menkominfo sebut hoaks Pemilu naik hampir 10 kali lipat pada tahun 2023. ANTARA News. <https://sultra.antaranews.com/berita/451227/menkominfo-sebut-hoaks-pemilu-naik-hampir-10-kali-lipat-pada-tahun-2023>ANTARA News Kendari+1KOMPAS.com+1
- KOMPAS.com – “Profil Gubernur dan Wakil Gubernur Sultra, Perpaduan Militer dan Aktivis LSM” (17 Februari 2025).
- Matalokal. (2025, Januari 10). Tina-Ihsan tuding ASR-Hugua pakai politik uang, libatkan TNI-Polri dan kades di Pilgub Sultra. <https://matalokal.com/2025/01/10/tina-ihsan-tuding-asr-hugua-pakai-politik-uang-libatkan-tni-polri-dan-kades-di-pilgub-sultra/>
- Pusat Penelitian Politik Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. (2023). Statistik politik 2023. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/12/21/3e3e4a6e62d28b855b472330/statistik-politik-2023.html>Badan Pusat Statistik Indonesia
- Polda Sulawesi Tenggara. (2024, Juni 24). Polda Sultra siapkan tim patroli siber antisipasi kampanye hitam dan hoaks menjelang Pilkada 2024. Liputan6. <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5646083/polda-sultra-siapkan-tim-patroli-siber-antisipasi-kampanye-hitam-dan-hoaks-menjelang-pilkada-2024>liputan6.com+1WARTA ALOR+1
- Radar Kendari. (2024). Tim Pemenangan ASR-Hugua Laporkan Nur Alam ke Bawaslu Atas Dugaan Ujaran Kebencian dan Kampanye Hitam di Pilgub Sultra. Diakses dari: <https://radarkendari.com/tim-pemenangan-asr-hugua-laporkan-nur-alam-ke-bawaslu-atas-dugaan-ujaran-kebencian-dan-kampanye-hitam-di-pilgub-sultra/radarkendari.com>
- Setiadi, E. (2022). Hoaks politik dan erosi kepercayaan publik: Studi kasus pemilu lokal. *Jurnal Politik Indonesia*, 8(1), 92–104. <https://doi.org/10.20473/jpi.v8i1.33613E-Journal> Universitas Airlangga
- Suara.com. (2025, Januari 10). Pilkada Sultra 2024 digugat ke MK, ASR-Hugua dituding curang: kerahkan ASN dan TNI-Polri, bagi-bagi duit hingga sembako. <https://www.suara.com/news/2025/01/10/155801/pilkada-sultra-2024-digugat-ke-mk-asr-hugua-dituding-curang-kerahkan-asn-dan-tni-polri-bagi-bagi-duit-hingga-semako>

Sultra Antara News. (2024, Desember 8). Kemenangan Andi-Hugua dan dampaknya terhadap konstelasi politik Sultra. ANTARA News. <https://lampung.antaranews.com/berita/753253/kpu-sultra-paslon-pilgub-asr-hugua-unggul-52-persen-suara>